

4^e BAROMÈTRE DU CENTRE-VILLE ET DES COMMERCES



JUILLET 2019

Enquête menée par l'institut CSA auprès d'un panel représentatif des Français

 Clear Channel

centre-ville 
en mouvement

Ce Baromètre est devenu incontournable pour cerner les attentes de nos consommateurs, puisque depuis quatre ans nous mesurons des évolutions tangibles en matière d'engouement, d'attachement et d'initiatives en faveur du centre-ville.

Ce quatrième Baromètre des centres-villes et des commerces nous en apprend un peu plus sur **l'évolution des attentes des Français quant à leurs cœurs de ville.**

Ce que nous affirmions depuis maintenant quatre ans concernant la revitalisation des centres-villes se concrétise. En effet, le centre-ville, lieu de vie et d'échange, est devenu **le véritable réseau social du réel** pour nos concitoyens. **La fréquentation des centres-villes en hausse**, les attentes en matière de dynamisme commercial, culturel et touristique, d'accessibilité des centres-bourgs, d'infrastructures font partie des priorités pour une majeure partie des Français.

Une volonté d'agir en faveur du centre-ville est perceptible **chez nos concitoyens**, car, si les élus locaux restent pour la grande majorité des sondés les acteurs privilégiés agissant sur le centre-ville, la volonté est de participer et de s'investir pour le centre-ville de demain, assurent 79% des Français. De plus, nous observons sur beaucoup de points **l'engouement des jeunes**. Ils sont de plus en plus nombreux à demander que leurs centres-villes soient notamment connectés.

Ainsi, les évolutions de notre société sont perceptibles tant au niveau national que local, dans nos cœurs de villes qui sont les plus proches lieux de vie et d'interactions sociales pour nos concitoyens.

Nous avons la confirmation que le renouveau des centres-villes sera l'un des enjeux prioritaires des prochaines municipales.

Pierre Creuzet

Directeur fondateur
de Centre-Ville en Mouvement

Jacques Chantillon

Directeur Général Adjoint
de Clear Channel France

UNE FRÉQUENTATION EN HAUSSE DES FRANÇAIS

Un centre-ville de plus en plus attirant

78% des Français fréquentent leur centre-ville au moins 1 fois par semaine

33% des 18-24 ans déclarent aller de plus en plus en centre-ville

+5 pts vs 2018

UN ATTACHEMENT DE PLUS EN PLUS IMPORTANT

Un lieu plébiscité par les Français

72% des Français sont fortement attachés à leur centre-ville

+14 pts vs 2018, en nette progression cette année



77% 18-24

+22 pts vs 2018

72% CSP+

+11 pts vs 2018

Un attachement plus fort chez les jeunes et les CSP +



MAIS DES FRANÇAIS INQUIETS POUR L'AVENIR DE LEUR CENTRE-VILLE

Surtout pour les communes de moins de 100 000 habitants

LE DYNAMISME DE VOTRE CENTRE-VILLE

Un sujet de préoccupation

En développement

-4 pts vs 2018

21%

En déclin

+3 pts vs 2018

53%

Ni l'un ni l'autre

Communes de moins de 100 000 habitants

Un déclin davantage perçu par les plus âgés (47%) et les classes sociales les moins favorisées (47%)

Pas ou peu préoccupé

32% 68%

Beaucoup et assez préoccupé



UNE DEMANDE IMPORTANTE DE MOBILISATION DES ÉLUS

Le maire en première ligne !



9 Français **sur 10** pensent que la modernisation des centres-villes devrait être un objectif important pour les maires...



59%

... et qui l'est déjà pour le gouvernement.

Les citoyens veulent être associés

79%



Des Français souhaitent être acteurs de la construction de leurs centres-villes

Les moyens d'agir sur la construction du centre-ville



31%

Avec leur bulletin de vote



31%

En participant à une réunion publique

UN SUJET PRIMORDIAL POUR LES PROCHAINES MUNICIPALES

Même la dynamisation des commerces est un enjeu électoral

21% Des Français pensent que la **dynamisation des commerces** est la 3ème priorité pour les élections municipales

1 33% Sécurité et biens des personnes

2 31% Cadre de vie, environnement

Retrouver des proches

Flâner / passer du temps libre

Les commerces de centre-ville, **des lieux pour se retrouver et flâner**

78%

75%



En 1 an, une fréquentation en hausse

28%
COMMERCES DE CENTRE-VILLE

+2 pts vs 2018

35%
MARCHÉS

+4 pts vs 2018



DES ATTENTES DIFFÉRENTES SELON LES PROFILS

LES 18-24 ANS

Assidus, très attachés
et optimistes

+ {
Logement
Transports
Équipements sportifs
Écrans digitaux



LES SENIORS

Très assidus, attachés
et préoccupés

+ {
Sécurité
Commerces alimentaires
Services
Information citoyenne



LES PETITES VILLES - 50 000 habitants

Attachés mais résignés

+ {
Commerces alimentaires
Services administratifs
Informations de proximité
Wi-fi dans la rue



LES GRANDES VILLES + 100 000 habitants

Très assidus, très attachés
et adeptes du "vivre mieux"

+ {
Transports
Équipements sportifs
Écrans digitaux dédiés
aux informations
commerciales et
de proximité

