

# 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

# 4<sup>e</sup> 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

+5 pts (2018)

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

# UN ATTACHEMENT DE PLUS EN PLUS IMPORTANT

Un lieu plébiscité par les Français

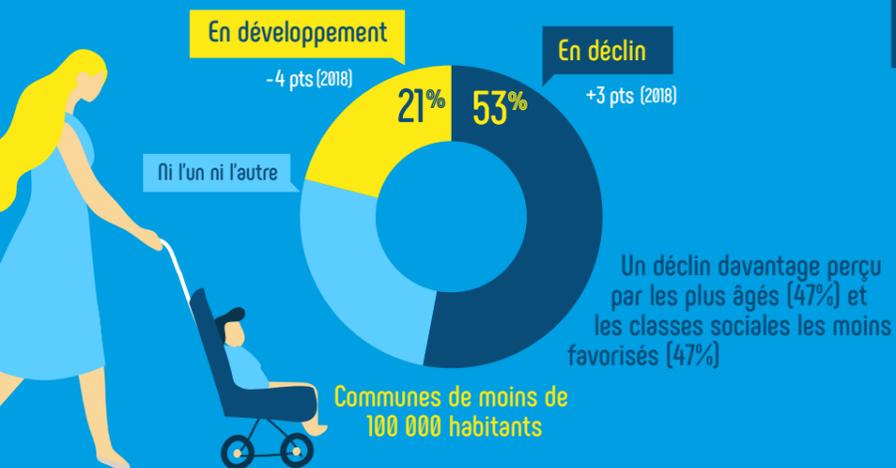
**72%** des Français sont fortement attachés à leur centre-ville

+14 pts (2018) En nette progression cette année



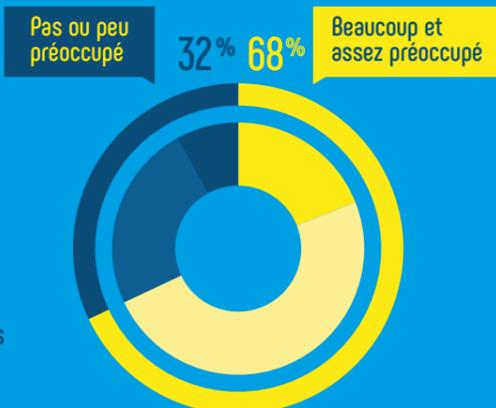
# MAIS DES FRANÇAIS INQUIETS POUR L'AVENIR DE LEUR CENTRE-VILLE

Surtout pour les communes de moins de 100 000 habitants



# LE DYNAMISME DE VOTRE CENTRE-VILLE

Un sujet de préoccupation



# UNE DEMANDE IMPORTANTE DE MOBILISATION DES ÉLUS

Le maire en première ligne !



**9 sur 10** Français 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 3<sup>ème</sup> priorité pour les élections municipales

- 33% Sécurité et biens des personnes
- 31% Cadre de vie, environnement

## En 1 an, une fréquentation en hausse

**35%** MARCHÉS  
+4 pts (2018)

**28%** COMMERCES DE CENTRE-VILLE  
+2 pts (2018)

Le centre-ville, un lieu pour se retrouver et flâner

Retrouver des proches **78%**

Flâner / passer du temps libre **75%**

