

A Strasbourg, les assises du centre-ville jouent la carte européenne

Publié le 28/06/2022 • Par [Brigitte Menguy](#) • dans : [France](#)



Les 27 et 28 juin, l'hémicycle du Parlement européen a été le théâtre des assises européennes du centre-ville. Organisés par l'association française Centre-ville en mouvement, ces deux jours ont été l'occasion de rappeler que la revitalisation des centres-villes est aussi un enjeu européen.

« Accueillir les assises européennes du centre-ville à Strasbourg, c'est une évidence » annonce en propos introductifs Joël Steffen, adjoint au maire en charge du commerce de l'artisanat et du tourisme de la ville de Strasbourg. Car la capitale alsacienne n'est pas seulement la ville du Parlement européen, elle est aussi celle qui, depuis les années 1970, a su réinventer son centre-ville, notamment en termes de mobilité.

Une mobilité douce, mais aussi une vitalité commerciale, une animation culturelle... Autant de sujets qui ont été abordés les 27 et 28 juin lors des assises européennes du centre-ville organisées par l'association « Centre-ville en mouvement ».

« En étant labellisé dans le cadre de la présidence française du Conseil de l'Union européenne, cet événement officiel montre à quel point l'avenir des centres-villes est un enjeu majeur pour l'Europe », a expliqué à la tribune Philippe Laurent, président de l'association et non moins célèbre maire de Sceaux.

Des conférences et un baromètre

Des délégations venant de plusieurs collectivités de pays membres de l'Union européenne sont venues durant ces deux jours afin de débattre mais aussi de partager les initiatives qui fonctionnent, à l'image de Tanya Hristova, maire de la ville de Grabovo en Bulgarie, sur le sujet de la ville durable, ou encore le bourgmestre de la ville belge de Huy, Eric Dosogne, à propos de la diversité commerciale.

L'occasion également pour l'association organisatrice de présenter les résultats de la 7^{ème} édition du baromètre du centre-ville et des commerces réalisé en partenariat avec l'Institut CSA et Clear Channel. Selon ce sondage, 61% des Français se déclarent personnellement attachés à la vitalité des centres-villes. Ils sont 63% à vouloir y voir plus d'espaces verts et de commerces alimentaires, avec en tête, les restaurants, cafés et terrasses.

Pour Pierre Creuzet, directeur fondateur de Centre-Ville en Mouvement : « L'édition 2022 du baromètre du centre-ville et des commerces intervient dans un contexte très particulier. Nous sommes au lendemain d'une crise sanitaire majeure, le contexte géopolitique est extrêmement tendu et les inquiétudes autour du pouvoir d'achat sont très fortes. Malgré ces préoccupations, la question de la vitalité des centres-villes demeure un enjeu essentiel pour les Français. Nous devons prendre en considération leurs attentes, ainsi que l'évolution de leurs modes de vie et de consommation, pour construire main dans la main, et à l'échelle européenne, l'avenir de nos centres-villes ».

<https://www.lagazettedescommunes.com/815040/a-strasbourg-les-assises-du-centre-ville-jouent-la-carte-europeenne/>



Ce léger désamour des Français pour leurs centres-villes [en chiffres]

DANIEL BICARD |

IMMOBILIER COMMERCIAL, CENTRES COMMERCIAUX, GRANDE DISTRIBUTION

PUBLIÉ LE 28/06/2022

[TWITTER](#)[FACEBOOK](#)[LINKEDIN](#)[EMAIL](#)[IMPRIMER](#)

La 7ème édition du Baromètre du centre-ville et des commerces montre que les préoccupations de pouvoir d'achat et de contexte géopolitique, après la pandémie, ont jeté un peu de distanciation sur l'attachement des Français à leurs cœurs de villes. Ils n'en élisent pas moins les commerces de proximité comme composants prioritaires et décisifs des centres-villes.

61% des Français restent quand même attachés à leur centre-ville, comme ici à Limoges.
©Ville de Limoges



C'est la 7^{ème} édition du **Baromètre du centre-ville et des commerces**, depuis 2016, qu'a dévoilé l'association **Centre-Ville en Mouvement**, en partenariat avec l'Institut CSA et Clear Channel. Une édition qui confirme que la vitalité des centres-villes demeure un enjeu majeur pour les Français, mais qui témoigne aussi de l'impact qu'ont eu la crise sanitaire et diverses autres actualités sur leurs comportements. « *L'édition 2022 du Baromètre intervient dans un contexte très particulier, confirme Pierre Creuzet, directeur fondateur de Centre-Ville en Mouvement. Nous sommes au lendemain d'une crise sanitaire majeure, le contexte géopolitique est extrêmement tendu et les inquiétudes autour du pouvoir d'achat sont très fortes* ». « *Il est vrai que les Français ont, davantage encore, envie de vert et de forêts que de centres-villes sur ce fond de préoccupations quotidiennes, de vastes débats durant l'élection présidentielle, et surtout de conflits en Ukraine, admet Julie Gaillot, directrice Pôle Society de l'Institut CSA qui présentait les résultats du Baromètre du Centre-Ville et des Commerces. Mais la tendance baissière de certains chiffres ne doit pas masquer l'attachement que les Français continuent de témoigner pour leurs centres-villes, et plus spécialement la tranche des moins de 35 ans qui font de la résistance* ». Ce baromètre est issu d'un questionnaire proposé du **9 au 23 mai 2022** à un échantillon

national représentatif de 2511 individus. En voici l'essentiel en une douzaine de grands chiffres clés commentés et comparés.

61% des Français restent quand même attachés à leur centre-ville

« *Vous personnellement êtes-vous attaché à votre centre-ville ?* ». En 2019 ils étaient 72% à l'affirmer ! Puis 64% en 2020 et 2021. L'adhésion à cette idée chute à **61% en 2022**. La cote s'affiche au maximum dans les sous-groupes Paris intra-muros (77%) ; agglomération parisienne (70%) ; moins de 35 ans (68%). De même que chez habitants d'agglomérations de 100 000 habitants (68%).

7 Français sur 10 se rendent encore au moins une fois par semaine en centre-ville

A la question « *à quelle fréquence vous rendez-vous en centre-ville, que ce soit celui de votre commune ou d'une commune voisine ?* », **69%** répondent « *au moins une fois par semaine* ». C'est un peu moins qu'en 2021 (73%), qu'en 2020 (73%) ou qu'en 2019 (78%). Cette année la fréquentation culmine chez les moins de 35 ans (76%) et les hommes (74%). Au global, **36%** des Français déclarent effectivement se rendre **moins souvent** qu'avant en centre-ville.

58% (seulement) se préoccupent de la vitalité de leur centre-ville

C'est moins qu'en 2021 (62%), qu'en 2020 (67%) ou qu'en 2019 (68%). Mais cette année, la préoccupation culmine chez les moins de 35 ans (61%), les CSP+ (63%) et les cadres (67%).

41% voient toujours leur centre-ville en déclin

A partir de la proposition « *au cours des 10 dernières années, diriez-vous que le centre-ville que vous fréquentez le plus souvent est plutôt...* », les Français ont été **41%** à compléter par « *en déclin* ». A peine plus qu'en 2021 (41%), mais beaucoup moins qu'en 2020 (46%). Palme du pessimisme aux 50-64 ans (47%) ; au plus de 35 ans (43%) et aux communes rurales (50%). Il se trouve tout de même **25%** de Français à percevoir leur centre-ville « *en développement* », spécialement chez les 18-24 ans (42%) ; moins de 35 ans (31%), CSP+ (30%) et cadres (34%).

88% considèrent que le centre-ville doit être une priorité de leur maire

« *La modernisation des centres villes constitue pour mon maire un objectif important / ou prioritaire* ». Ils sont **88%** à se reconnaître dans ces idées. En substituant « *notre gouvernement* » à « *mon maire* », même adhésion ! 60% des sondés souhaiteraient même que soit créé un Observatoire européen du cœur de ville pour partager les bonnes pratiques à l'échelle européenne et imaginer le centre-ville de demain.

48% voient dans les commerces de proximité un levier de modernisation

Les Français n'en estiment pas moins que les acteurs de la société civile ont aussi un rôle important à jouer dans la dynamique locale. Pour preuve, à la question « *d'après vous, quels sont les acteurs les plus légitimes pour agir sur la modernisation des centres villes ?* », ils élisent, après les maires et le conseil municipal, à 71%, les

commerces de proximité à **48%**. Devant même les associations locales (32%) ou les entreprises locales (23%).

39% font de la dynamisation des commerces de proximité une priorité

Il serait vraisemblable de penser que « *la sécurité des biens et des personnes* », ou « *le stationnement en centre-ville* » ou encore « *le cadre de vie, l'environnement* » jaillissent les premiers en réponse à la question « *pour vous personnellement, quelles doivent être les priorités pour l'avenir de votre centre-ville ?* ». Nenni ! Ces trois idées ne recueillent qu'entre 27% et 29% de part de voix. Et c'est bien « *la dynamisation des commerces de proximité* » qui s'arroge **39%**.

63% veulent, à égalité, des commerces alimentaires et des espaces verts

A la question « *quels services souhaitez-vous trouver en priorité dans votre centre-ville ?* », en tête des réponses arrivent « *des commerces alimentaires* » à **63%** ex-aequo avec « *des espaces verts* ». Suivi de « *la présence de restaurants et de cafés-terrasses* » à 61%. Il est instructif de comparer au top 3 des réponses de 2021 qui avait mis en avant « *la piétonisation des rues* » (54%), « *les commerces spécialisés* » (51%) et « *des services de recyclerie et de réparation* » (49%) ;

80% clament « donnez-nous des boulangeries »

Boulangerie (80%), pharmacie (76%) et boucherie-charcuterie (67%) font le top 3 des réponses à « *quels commerces souhaitez-vous trouver en priorité dans votre centre-ville ?* ». Devant librairie (60%), journaux et papeterie (60%), poissonnerie (59%), fromagerie (57%)... Et magasins numériques (43%).

87% estiment qu'acheter en commerces de centre-ville est un acte citoyen

Evidemment que cinémas (71%), bibliothèque (62%) et médiathèque (60%) font le gros des réponses à la question « *quels lieux culturels souhaitez-vous trouver en priorité dans votre centre-ville ?* ». Pourtant les courses ne sont pas un acte aussi « *anti-culturel* » que l'on croirait quand 87% adhèrent à la question, certes un peu induite, « *personnellement, considérez-vous que le fait de faire ses achats dans les commerces situés en centre-ville est un acte citoyen vis à vis d'eux ?* ».

78% préfèrent retrouver leurs proches en centre-ville plutôt qu'en site de périphérie

« *Big battle* » entre commerces de centre-ville et centre commercial en périphéries, à partir de l'alternative « *si vous aviez à choisir entre les deux, lequel privilégieriez-vous pour l'une des activités suivantes* ». Ecrasante victoire des commerces de centre-ville à **78%** pour « *retrouver des proches* », de même que pour « *flâner /passer du temps libre* » à 77%. Avis moins départagés pour « **faire du shopping** » à **52%/46%** (le différentiel est constitué par les non exprimés sur le sujet). Et nette victoire des centres commerciaux en périphéries préférés à 60% pour « *faire les achats courants* »...

40% trouvent leur centre-ville « connecté »

Si par « *connecté* », on entend l'existence d'un réseau wifi accessible dans les rues ou la présence d'écrans digitaux offrant des services et informations, « *diriez-vous que votre centre-ville est connecté ?* » Au moins une statistique qui ne faiblit pas, même si elle recèle une marge de progression, puisque les Français sont **40%** à répondre

«oui», davantage qu'en 2021 (39%) ou 2020 (36%). Ceux qui aujourd'hui ressentent au mieux cette connexion se recrutent chez les moins de 35 ans (49%), les 18 à 24 ans (61%), les CSP+ (44%) et dans les villes de plus de 100 000 habitants (44%) ou Paris intramuros (65%)...

53% ont des rêves de vie en centre-ville de petite ville

Une seule réponse possible à la question «*et dans un futur proche, souhaiteriez-vous habiter... ?*». Celle qui l'emporte haut la main est «**le centre-ville d'une petite ville**» à **53%**. Devant «le centre-ville d'une ville moyenne» (36%), «le centre-ville d'une grande ville» (20%). Tandis que nos modernes Rastignac ont de quoi être découragés par le faible score du «**centre-ville de Paris**» à seulement **11%**.

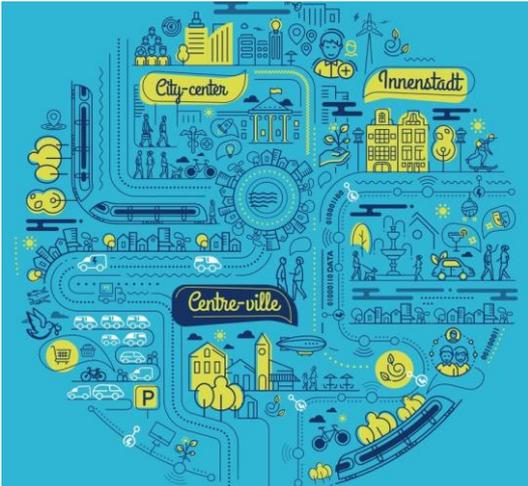
<https://www.lsa-conso.fr/ce-leger-desamour-des-francais-pour-leurs-centres-ville-en-chiffres,415041>



Les Assises européennes du centre-ville reviennent pour une seconde édition à Strasbourg

Dans le cadre de la présidence française au Conseil de l'[Union européenne](#), la seconde édition des Assises européennes du centre-ville vont se tenir les 28 et 29 juin à Strasbourg. L'hémicycle du Parlement européen sera le théâtre des échanges sur le sujet de la revitalisation des cœurs d'agglomérations. Un sujet prégnant à l'échelle continentale.

Centre-ville en mouvement



Des délégations venant de divers pays de l'UE sont attendues par l'organisateur, à savoir l'association tricolore Centre-ville en mouvement, qui avait mis sur pied la première édition de cet événement en 2018, à Metz. Les sujets abordés seront par exemple la vitalité commerciale, les aménagements urbains, l'animation culturelle ou encore la mobilité. Des projets jugés comme innovants et émanant de plusieurs pays d'Europe seront également présentés.

Lors de ces deux jours de conférences, les participants pourront notamment écouter Jean Viard, sociologue français spécialiste des centres-villes, mais aussi Tanya Hristova, maire de la ville de Grabovo en Bulgarie, sur le sujet de la ville durable, ou encore le bourgmestre de ville de Huy (Belgique) Eric Dosogne à propos de la diversité commerciale.

"En étant labellisé dans le cadre de la présidence française du Conseil de l'Union européenne, cet événement officiel montre à quel point l'avenir des centres-villes est un enjeu majeur pour l'Europe", commente Philippe Laurent, le président de Centre-ville en mouvement.

Outre les tables rondes, deux ateliers en groupes plus restreints seront aussi organisés sur des sujets pratiques, à savoir la logistique du dernier kilomètre, et l'évolution et l'attractivité des villes 'Action cœur de ville'.

<https://fr.fashionnetwork.com/news/Les-assises-europeennes-du-centre-ville-reviennent-pour-une-seconde-edition-a-strasbourg,1417558.html>



Ils veulent de la campagne à la ville

Depuis 2016, le baromètre du centre-ville et des commerces mesure les souhaits des habitants. Le 7e baromètre, dévoilé ce lundi à Strasbourg, démontre que la crise du Covid-19 a modifié les priorités.

Par **Denis TRICARD** - 28 juin 2022 à 06:00 | mis à jour le 28 juin 2022 à 15:38 - Temps de lecture : 4 min

| | Vu 2977 fois



Les centres des villes moyennes (ici Sélestat) sont plus appréciés que ceux des grandes agglomérations, si l'on en croit le baromètre annuel. Photo DNA /Franck DELHOMME

Les assises européennes du centre-ville se tiennent à Strasbourg ce mardi 28 et ce mercredi 29 juin, clôturant ainsi une année de présidence française de l'Union européenne. En lever de rideau de ce grand raout, l'association Centre-Ville en mouvement, présidée par Philippe Laurent, maire UDI de Sceaux, a dévoilé la teneur de son 7^e baromètre annuel du centre-ville et des commerces, reposant sur un sondage effectué auprès de 2 500 Français de 18 ans et plus.

Cette enquête démontre, s'il en était besoin, que le pouvoir d'achat reste la préoccupation essentielle, largement majoritaire, des Français, loin devant la guerre aux portes de l'Europe. Elle démontre enfin que le sort et le dynamisme des centres-villes les préoccupent grandement, même si au fil des années, cette préoccupation s'effrite.

Article intégral à consulter via :

<https://www.dna.fr/economie/2022/06/28/ils-veulent-de-la-campagne-a-la-ville>

ENSEIGNEMENT

L'ECAM Strasbourg-Europe rejoint l'ICAM

Sans grande surprise, les « écoles d'ingénieurs » ECAM Strasbourg-Europe et ICAM, qui proposent un parcours de formation d'ingénieur généraliste en cinq ans, se rapprochent.

Implantée depuis 2011 à Schiltgheim, l'école catholique d'arts et métiers, qui forme « actuellement » 600 étudiants, avait lancé en 2022 une étude de faisabilité pour s'adosser au Groupe ICAM à la rentrée 2023. En réaction, en février 2022, ECAM LaSalle avait révisé à titre conservatoire les conventions d'utilisation de la marque ECAM.

L'étude de faisabilité a confirmé une proximité sur le plan des valeurs humanistes, des ambitions et de la pédagogie, a indiqué ce mardi 21 juin ECAM Strasbourg-Europe, qui voit dans ce « rapprochement » avec l'ICAM, un groupe qui compte 12 sites et 8 000 élèves à travers le monde, un enrichissement mutuel.

Les élèves de l'ECAM Strasbourg-Europe entrent entre le mois de septembre 2017 et celui de septembre 2022 obtiennent eux un diplôme ECAM Arts et Métiers car l'école continue de dispenser la formation ECAM LaSalle. Les élèves qui rejoindront l'école à partir de septembre 2023 (*) s'engageront quant à eux sur un diplôme ICAM en étudiant dans le campus qui sera nommé ICAM, site de Strasbourg Europe.

(*) Sous réserve d'acceptation par la « Commission des titres d'ingénieur » (CTI).

VIE ÉTUDIANTE

Un nouveau président pour l'Afges

Lors de son 99^e congrès, qui s'est tenu les 17 et 18 juin à Strasbourg, l'Afges (Association fédérative générale des étudiants de Strasbourg) s'est dotée d'un nouveau bureau.

Les associations adhérentes ont voté en faveur de la liste « Ense-

COMMERCE

Ils veulent de la campagne à la ville

Depuis 2016, le baromètre du centre-ville et des commerces mesure les souhaits des habitants. Le 7^e baromètre, dévoilé ce lundi à Strasbourg, démontre que la crise du Covid-19 a modifié les priorités.

Les Assises européennes du « centre-ville » se tiennent à Strasbourg ce mardi 28 et ce mercredi 29 juin, clôturant ainsi une année de présidence française de l'Union européenne. En lever de rideau de ce grand rassemblement, l'association Centre-Ville en mouvement, présidée par Philippe Laurent, maire UDI de Soua, a dévoilé la teneur de son 7^e baromètre annuel du centre-ville et des commerces, reposant sur un sondage effectué auprès de 2 500 Français de 18 ans et plus.

Cette enquête démontre, s'il en était besoin, que le pouvoir d'achat reste la préoccupation essentielle, largement majoritaire, des Français, loin devant la guerre aux portes de l'Europe. Elle démontre enfin que le sort et le dynamisme des centres-villes les préoccupent grandement, même si au fil des années, cette préoccupation s'affaiblit.

Une perte d'attachement aux centres-villes

Il y aurait ainsi une forme de « fléchissement » de l'attachement au centre-ville, détaille l'Institut CSA, qui s'est chargé de l'étude. Ce « fléchissement » touche parallèlement aussi la fréquentation de ces quartiers commerçants. En 2019, 78 % des Français venaient au moins une fois par semaine dans leur centre-ville. En 2022, ce chiffre est tombé à 69 %. Une majeure partie d'entre eux (41 %) considère



Les centres des villes moyennes (ici Séléstat) sont plus appréciés que ceux des grandes agglomérations, si l'on en croit le baromètre annuel. Photo DNA/Franck DELHOMME

également que ces quartiers dynamiques sont en déclin depuis 10 ans. Les habitants comptent en premier lieu sur leur maire pour intervenir dans la redynamisation nécessaire, c'est une « injonction très forte », même si les commerçants de proximité ont selon eux, et de plus en plus, un rôle à jouer. On retrouve là une forme de « défiance » croissante à l'égard du politique et un « appel » de plus en plus fort à « la société civile ». Cette relative « désertion » des centres-villes concerne d'abord les plus âgés. Les plus jeunes (18-35 ans) expriment au contraire un fort attachement à ces secteurs où ils trouvent les « services » et la « convivialité » dont ils ont besoin.

De manière générale, la vague du Covid a modifié les préférences des consommateurs. Ils veulent de la campagne au cœur des villes. Du « vert », des terrasses,

des lieux « où faire société », des commerces de bouche. Les boulangeries sont plébiscitées, les cinémas dans le domaine culturel. Les petites villes, davantage associées à la « qualité de vie », sont préférées aux grandes agglomérations. Les sondés font de l'acte d'achat dans un commerce de proximité « un vrai réflexe patriotique ». Même si, pour leurs achats courants, ils filent « vers la zone commerciale de proximité », parce qu'ils ont l'impression « que c'est moins cher »...

Du vert dans les rues et des boulangers

Le programme Action cœur de ville, qui vise à redynamiser 234 villes moyennes, a pu mettre sa patte à Saverne (comme dans vingt autres villes du Grand Est), où le service de transport urbain est très bien noté par les sondés. De manière plus générale, ce programme, sous la houlette du

préfet Rollon Mouchel-Blaizot, vise à remettre, au cœur de ces villes, des habitants qui les ont désertés. Des habitants de toutes les catégories sociales. Et à stop-

per l'étalement urbain. Le modèle des zones commerciales qui phagocytent les centres-villes est daté et il présente un coût économique, social et environnemental. Le prochain rapport d'Action cœur de ville, qui sera livré au gouvernement dans les semaines qui viennent, donnera des pistes en ce sens. Comme il se penchera sur les « moches » entrées de ville, généralement un mix de bâtiments « boîtes à chaussures » et de résidentiel disparate. Philippe Laurent a promis quant à lui de résoudre un problème fiscal prégnant. La taxe foncière, est curieusement à la charge du locueur, le commerçant. Le contexte actuel d'augmentation des valeurs locatives pénalise donc encore plus le commerçant et favorise le propriétaire... Une « aberration », au même titre que les distorsions de concurrence entre les commerçants des centres-villes et ceux des zones commerciales périphériques ou, pire, ceux du commerce en ligne.

Denis TRICARD

Strasbourg s'en sort bien

Strasbourg étant la ville d'accueil de ces assises européennes du centre-ville, il a forcément été question de la capitale alsacienne. Notons d'abord que si les sondés du baromètre préfèrent visiblement les forêts dans la commune même de Strasbourg, Joël Steffen, l'adjoint à la maire chargée du commerce, a détaillé les atouts du plus grand centre-ville de la région Grand Est, qui rassemble quelque 2 600 commerçants et 600 terrasses (elles étaient deux fois moins il y a dix ans). Strasbourg tente comme d'autres villes de répondre à ce paradoxe : « Les gens se déplacent habituellement en voiture, mais ils ne veulent plus voir de voitures quand ils se promènent au centre-ville. » Strasbourg « superpose » les commerces à ses secteurs sauvegardés, classés par l'UNESCO. Le taux de vacance (taux de vitrines vides) reste raisonnable, même s'il est passé, ces dernières années, de 5 % à un peu plus de 7 %. De nombreux magasins souffrent de la concurrence de la vente en ligne. C'est particulièrement vrai dans le secteur de l'habillement.

Ou sur l'Alsace web : <https://www.lalsace.fr/economie/2022/06/28/ils-veulent-de-la-campagne-a-la-ville>

Les habitants veulent de la campagne au cœur de la ville

Depuis 2016, le baromètre du centre-ville et des commerces mesure les souhaits des habitants. Le 7^e baromètre, dévoilé ce lundi à Strasbourg, démontre que la crise sanitaire a modifié les priorités.

Les assises européennes du centre-ville ont lieu à Strasbourg ce mardi 28 et ce mercredi 29 juin, clôturant ainsi une année de présidence française de l'Union européenne. En lever de rideau de ce grand rassemblement, l'association Centre-Ville en mouvement, présidée par Philippe Laurent, maire UDI de Sceaux, a dévoilé la teneur de son 7^e baromètre annuel du centre-ville et des commerces, reposant sur un sondage effectué auprès de 2 500 Français de 18 ans et plus.

Cette enquête démontre, s'il en était besoin, que le pouvoir d'achat reste la préoccupation essentielle, largement majoritaire, des Français, loin devant la guerre aux portes de l'Europe. Elle démontre enfin que le sort et le dynamisme des centres-villes les préoccupent grandement, même si, au fil des années, cette préoccupation s'affaiblit.

Une perte d'attachement aux centres-villes

Il y aurait ainsi une forme de « fâchisme » de l'attachement au centre-ville, détaille l'Institut CSA, qui s'est chargé de l'étude. Ce « fâchisme » touche parallèlement



Les centres des villes moyennes (Ici Sélestat) sont plus appréciés que ceux des grandes agglomérations, si l'on en croit le baromètre annuel. Photo DGA/FRANCK DELHOMME

aussi la fréquentation de ces quartiers commerçants. En 2019, 78 % des Français venaient au moins une fois par semaine dans leur centre-ville. En 2022, ce chiffre est tombé à 69 %. Une majeure partie d'entre eux (41 %) considère également que ces quartiers dynamiques sont en déclin depuis dix ans. Les habitants comptent en premier lieu sur leur maire pour intervenir dans la redynamisation nécessaire : c'est une « injonction très forte », même si les commerçants de proximité ont selon eux, et de plus en plus, un rôle à jouer. On retrouve à une for-

me de « défiance » croissante à l'égard du politique et un « appel » de plus en plus fort à « la société civile ». Cette relative « désertion » des centres-villes concerne d'abord les plus âgés. Les plus jeunes (18-35 ans) expriment au contraire un fort attachement à ces secteurs, où ils trouvent les « services » et la « convivialité » dont ils ont besoin.

De manière générale, la vague du Covid-19 a modifié les préférences des consommateurs. Ils veulent de la campagne au cœur des villes. Du « vert », des terrasses, des lieux « où faire société », des commerces de

bouche. Les boulangeries sont plébiscitées, ainsi que les cinémas dans le domaine culturel. Les petites villes, davantage associées à la « qualité de vie », sont préférées aux grandes agglomérations. Les sondés font de l'acte d'achat dans un commerce de proximité « un vrai réflexe patriotique ». ... Même si, pour leurs achats courants, ils filent « vers la zone commerciale de proximité », parce qu'ils ont l'impression « que c'est moins cher ».

Le programme Action cœur de ville, qui vise à redynamiser 234 villes moyennes, a pu mettre sa patte à

Strasbourg s'en sort bien

Strasbourg étant la ville d'accueil de ces assises européennes du centre-ville, il a forcément été question de la capitale alsacienne. Notons d'abord que si les sondés du baromètre préfèrent visiblement les forêts aux centres des villes, ils ont à disposition quelques espaces naturels dans la commune même de Strasbourg. Joël Steffen, l'adjoint à la maire chargée du commerce, a détaillé les atouts du plus grand centre-ville de la région Grand Est, qui rassemble quelque 2 600 commerces et 600 terrasses – elles étaient deux fois moins il y a dix ans. Strasbourg tente comme d'autres villes de répondre à ce paradoxe : « Les gens se déplacent habituellement en voiture, mais ils ne veulent plus voir de voitures quand ils se promènent au centre-ville. » Strasbourg « superpose » les commerces à ses secteurs sauvegardés, classés par l'Unesco. Le taux de vacance (taux de vitrines vides) reste raisonnable, même s'il est passé, ces dernières années, de 5 % à un peu plus de 7 %. De nombreux magasins souffrent de la concurrence de la vente en ligne. C'est particulièrement vrai dans le secteur de l'habillement.

Saverne (comme dans vingt autres villes du Grand Est), où le service de transport urbain est très bien noté par les sondés. Du manière plus générale, ce programme, sous la houlette du préfet Rollon Moschel-Blaizot, vise à remettre, au cœur de ces villes, des habitants qui les ont désertés. Des habitants de toutes les catégories sociales. Et à stopper l'étalement urbain. Le modèle des zones commerciales qui phagocytent les centres-villes est daté et il présente un coût économique, social et environnemental.

Taxe foncière « aberrante »

Le prochain rapport d'Action cœur de ville, qui sera livré au gouvernement dans les semaines à ve-

nir, donnera des pistes en ce sens. Comme il se penchera sur les « moches » entrées de ville, généralement un mix de bâtiments « boîtes à chaussures » et de résidentiel disparaté. Philippe Laurent a promis, quant à lui, de résoudre un problème fiscal prégnant. La taxe foncière, dans les locaux commerciaux, est curieusement à la charge du locataire, le commerçant. Le consistant actuel d'augmentation des valeurs locatives pénalise donc encore plus le commerçant et favorise le propriétaire. ... Une « aberration », au même titre que les distorsions de concurrence entre les commerçants des centres-villes et ceux des zones commerciales périphériques ou, pire, ceux du commerce en ligne.

Denis TRICAUD

- [News Tank Cities \(web\) : 61 % des Français « attachés à leur centre-ville » \(7e baromètre Centre-Ville en Mouvement\)](#)



61 % des Français « attachés à leur centre-ville » (7^e baromètre Centre-Ville en Mouvement)

• 61 % des français se disent attachés à leur centre-ville (64 % en 2021 et 2020 et 72 % en 2019), en particulier les habitants de Paris intra-muros (77 %), les moins de 35 ans (68 %) et les habitants d'agglomérations de plus de 100 000 habitants (68 %)

• 53 Les chiffres de 61 % la semaine des
moy *Français se disent attachés à leur*
• 58 *centre-ville et 7 sur 10 s'y rendent*
% et *au moins une fois par semaine,*
qui : *selon les résultats du 7^e baromètre*
• 41 *du centre-ville et des commerces,*
ville *réalisé en partenariat avec CSA et*
• 88 *Clear Channel. Parmi les*
mai *principaux services qu'ils souhaitent*
• 41 *trouver en priorité dans leur*
de v *centre-ville 63 % à citent les*
• La *espaces verts, à parité avec les*
et d' *commerces alimentaires, 61 % les*
(27' *restaurants, cafés et terrasses.* ■
• 60
Acti

petite ville « dans un futur proche » (36 % dans une ville dans le centre de Paris).

entre-ville, en baisse de 4 % par rapport à 2021 (après -5 itants des communes du programme Action Cœur de Ville

2020 et 30 % en 2016), dont 50 % des habitants des 234

devrait être un objectif prioritaire et important pour les

ction Cœur de Ville (51 % des habitants des villes Cœur jugent utile (+5 %).

rapport à 2021 après -3 % en 2021), la sécurité des biens e-ville (27 %, +7 %) et le cadre de vie et l'environnement air de leurs centres-villes.

ropéen des cœurs de villes (67 % des habitants des villes

Tels sont les principaux résultats du 7^e baromètre du centre-ville et des commerces réalisé par Clear channel, Centre-Ville en Mouvement, avec le CSA

Consumer Science and analytics - Institut de sondage et d'opinion détenu par le groupe Havas, depuis octobre 2015, le ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales et l' ANCT Agence nationale de la cohésion des territoires, et publié le 28/06/2022.

Le taux de fréquentation des centres-villes augmente selon la taille des agglomérations

Le 7^e baromètre du centre-ville et des commerces montre que :

69 % (71 % en 2021) déclarent fréquenter leur centre-ville au moins 1 fois par semaine, en particulier les moins de 35 ans (76 %) et 16 % le fréquentent moins d'une fois par mois. Une fréquentation en baisse depuis 2016.

Le taux de fréquentation des centres-villes augmente selon la taille des agglomérations 95 % des parisiens déclarent ainsi fréquenter au moins une fois par semaine leur centre-ville (2 % moins d'une fois par mois) ;

75 % des habitants des agglomérations de +100 000 habitants (13 % moins d'une fois par mois) ;

67 % des habitants des agglomérations de 50 000 à 100 000 habitants (20 % moins de 1 fois par mois) ;

65 % des habitants des agglomérations de -50 000 habitants (18 % moins d'une fois par mois).

36 % des français se rendent moins souvent qu'avant en centre-ville, 47 % autant et 17 % plus souvent.

87 % des Français jugent que faire ses achats dans les commerces de centre-ville est considéré comme un acte citoyen (-2 % par rapport à 2021).

Les commerces de centre-villes sont privilégiés pour le lien social et les centres commerciaux en périphérie pour les achats courants, avec :

78 % des personnes interrogées qui préfèrent les commerces de centre-ville pour retrouver des proches (-1 %) ;

77 % pour flâner, passer du temps libre (+4 %) ;

52 % pour faire du shopping (-4 %) ;

40 % pour faire ses achats courants contre 60 % pour les centres commerciaux en périphérie.

Les chiffres de 61 % la semaine des Français se disent attachés à leur centre-ville et 7 sur 10 s'y rendent au moins une fois par semaine, selon les résultats du 7 e baromètre du centre-ville et des commerces, réalisé en partenariat avec CSA et Clear Channel. Parmi les principaux services qu'ils souhaitent trouver en priorité dans leur centre-ville 63 % à citent les espaces verts, à parité avec les commerces alimentaires, 61 % les restaurants, cafés et terrasses. ■



COMMERCES

Septième Baromètre du centre-ville : le pouvoir d'achat s'impose comme la priorité des Français

- 28 juin 2022
- 0 commentaire

53% des Français sont inquiets pour leur pouvoir d'achat. C'est même leur premier sujet de préoccupation, selon le septième Baromètre du centre-ville et du commerce publié à l'occasion des Assises européennes du centre-ville. Au moment où l'inflation atteint des records, leur souci pour la vitalité des centres-villes s'étirole, même s'ils restent très majoritaires à considérer le soutien aux commerces de proximité comme un acte citoyen.

La vitalité de leur centre-ville devient moins un sujet de préoccupation pour les Français qui se soucient surtout de leur pouvoir d'achat et de la situation en Ukraine. C'est l'un des principaux enseignements du septième Baromètre du centre-ville et des commerces réalisé par l'institut CSA pour l'association Centre-ville en mouvement, à l'occasion des Assises européennes du centre-ville, les 28 et 29 juin, à Strasbourg. Cette enquête a été réalisée en mai 2022 à partir d'un échantillon national représentatif de 2.511 individus âgés de 18 ans et plus, auquel s'ajoute, comme chaque année, un « suréchantillon » de 745 habitants des communes d'Action cœur de ville (ACV), de manière à évaluer l'impact de ce programme de revitalisation des villes moyennes. Il en ressort que 53% des Français sont inquiets pour leur pouvoir d'achat. Pour un tiers d'entre eux, c'est même le principal sujet de préoccupation, devant la guerre en Ukraine (16%), la santé (12%), l'environnement (11%), l'insécurité (9%), les inégalités sociales (5%), l'emploi (4%)... L'inflation galopante qui touche le pays depuis des mois est bien ancrée dans les esprits. L'inquiétude est encore plus marquée chez les habitants des villes ACV (57% contre 53% au niveau national). « On a une situation d'extrême inflation avec un décalage sur l'évolution des salaires, tout cela est arrivé brutalement, sur fond de tensions géopolitiques. Le centre-ville est important, mais il faut d'abord pouvoir remplir son caddie », analyse le préfet Rollon Mouchel-Blaisot, directeur du programme ACV. Il faut dire aussi que la catastrophe annoncée n'a pas eu lieu : le commerce de centre-ville a plutôt tenu la barre grâce au « quoi qu'il en coûte » et à la forte mobilisation de l'État et des collectivités (exonérations de loyers, de taxes, prise en charge des livraisons, bons d'achat, animation...). « On sent que le centre-ville résiste, les efforts déployés ont fait qu'il continue de se développer », considère Pierre Creuzet, le directeur de Centre-ville en mouvement...

CIDEFE (web) : [Septième Baromètre du centre-ville : le pouvoir d'achat s'impose comme la priorité des Français](#)

INTERVIEW

"Nous voulons faire prendre conscience qu'il existe un modèle de centre-ville européen" (Centre-ville en mouvement)

À l'occasion des deuxièmes Assises européennes du centre-ville, qui se tiennent mardi 28 et mercredi 29 juin 2022 à Strasbourg, Philippe Laurent, président de Centre-ville en mouvement, et Pierre Creuzet, directeur et fondateur de l'association, dressent, pour AEF info, un bilan de la revitalisation des cœurs de ville et de l'impact du Covid sur ceux-ci. Un impact également mesuré par le septième baromètre du centre-ville et des commerces présenté lors des Assises, selon lequel 61 % des Français interrogés se déclarent "personnellement attachés" à leur centre-ville. Un chiffre en légère baisse par rapport aux années précédentes.



Philippe Laurent, maire de Sceaux et président de Centre-ville en mouvement Droits réservés - DR - Sceaux

AEF info : Quel bilan tirez-vous des programmes de revitalisation des centres-villes lancés sous le quinquennat précédent, Action cœur de ville et Petites Villes de demain ?

Philippe Laurent : Le bilan est plutôt positif mais la revitalisation est une action de long terme qui nécessite une intervention de nombreux partenaires. Action cœur de ville a le mérite de proposer une approche globale, transversale, du sujet. C'est le seul programme [d'aménagement du territoire] mis en place durant le quinquennat précédent qui propose une telle approche.

Désormais, il faut poursuivre les efforts, approfondir et ajouter de nouvelles dimensions : faire davantage sur le logement, sur les équipements culturels, sur la relocalisation des sites universitaires en centre-ville...

AEF info : Comment le Covid a-t-il impacté la revitalisation des centres-villes ?

Pierre Creuzet : Outre la fermeture des commerces et des services durant les confinements, la crise sanitaire a beaucoup fait évoluer le comportement des consommateurs, des voyageurs, des habitants... Selon le septième baromètre du centre-ville et des commerces réalisé pour notre association et présenté lors des Assises (*lire l'encadré ci-dessous*), 53 % des Français interrogés souhaitent habiter dans le centre d'une petite ville et 36 % dans le centre d'une ville moyenne.

Philippe Laurent : L'afflux de population vers les villes moyennes ou petites reste cependant à mesurer et je ne suis pas sûr que ces personnes aillent en centre-ville : pour moi, elles sont plutôt attirées par des maisons et s'installent donc en périphérie. Le logement de centre-ville construit dans les années soixante ou 80 est peu adapté aux demandes actuelles car il comporte peu d'extérieurs. Il faut une rénovation d'ampleur.

AEF info : Quel bilan tirez-vous des foncières commerciales créées avec l'aide de la Banque des territoires, dans le cadre du plan France relance ?

Philippe Laurent : Nous avons beaucoup soutenu cette initiative. À l'heure où les PLU ne sont plus respectés et où les infractions au droit de l'urbanisme restent impunies, je considère que, pour maîtriser sa politique commerciale et la revitalisation de son centre-ville, il faut être propriétaire des murs commerciaux. En cela, les foncières sont un outil intéressant. Elles permettent également de garder une diversité de commerces et de proposer des niveaux de loyers différents grâce à la

péréquation entre les biens détenus. Je suis plutôt partisan de foncières de petite taille mises en réseau pour une plus forte implication des collectivités.

Pierre Creuzet : Au-delà de France Relance, nous avons quelques exemples de foncières commerciales qui fonctionnent très bien. À Montrouge (Hauts-de-Seine), par exemple, la mairie a lancé il y a plusieurs années une politique d'acquisition des pieds d'immeuble via une SEM. Celle-ci en a achetée près de 50 et en détient aujourd'hui 30. Les bénéficiaires de cette politique, qui s'élèvent à 80 000 euros par an, ont permis à la ville de financer un poste de manager-développeur de commerces, sans que cela ne coûte rien aux habitants.

AEF info : La revitalisation des centres-villes ne peut-elle passer que par de l'argent public ?

Pierre Creuzet : Nous avons besoin d'argent public pour la rénovation des bâtiments et des friches, notamment, car nous sommes allés trop loin dans la dégradation. Mais nous ne pouvons pas les laisser en l'état : nous sommes obligés d'en passer par là. En revanche, les financeurs publics peuvent être divers : État, région, Union européenne, département, ville...

Philippe Laurent : Je ne vois pas d'acteur privé qui pourrait intervenir, en effet. Même si cette action peut être rentable : l'achat de murs commerciaux peut être rentable si le bien prend de la valeur. Ce n'est pas de l'argent perdu, ce n'est pas une subvention jetée en l'air. En face, il y a du tangible.

Centre-ville en mouvement plaide pour la création d'offices du commerce, auxquels les commerçants d'une même ville cotiseraient pour contribuer à l'animation du centre-ville, sur le modèle de la taxe de séjour qui est réinvestie dans la politique touristique. Mais l'instauration d'une telle taxe passe par la loi, ce qui complique sa création.

AEF info : La revitalisation des centres-villes n'est pas une compétence de l'Union européenne et chaque pays voit ses centres-villes et ses commerces évoluer différemment. Pourquoi, dès lors, organiser des assises européennes du centre-ville ?

Philippe Laurent : Nous voulons faire prendre conscience qu'il existe un modèle de vie et de centre-ville européen avec une centralité forte exercée par ceux-ci car ils sont multifonctionnels. Contrairement au modèle anglo-saxon, dans les villes européennes, on va au centre et on y trouve tout : des équipements culturels, des services, des commerces...

Il est, par ailleurs, intéressant de comparer ce qui se fait dans les différents pays. En Allemagne, par exemple, les zones commerciales en périphérie n'existent pas comme en France car cela y a été interdit. Les offices du commerce, dont nous défendons la création en France, existent déjà en Belgique.

LES FRANÇAIS TOUJOURS ATTACHÉS À LEUR CENTRE-VILLE

Selon le septième baromètre du centre-ville et des commerces, réalisé par Centre-ville en mouvement en partenariat avec l'Institut CSA et Clear Channel, l'attachement des Français à leur centre-ville reste "très net", avec 61 % des personnes qui se déclarent "personnellement attachées" mais "fléchit légèrement" par rapport aux années précédentes. Sept Français interrogés sur 10 s'y rendent au moins une fois par semaine et y cherchent d'abord des espaces verts et des lieux de convivialité. 88 % considèrent que cela doit être un sujet "important, voire prioritaire, pour le maire" et 80 % estiment que le gouvernement doit en faire un objectif majeur. Signe de la réussite du programme Action cœur de ville lancé en 2018, 41 % des personnes interrogées en ont déjà entendu parler et, parmi elles, près de 80 % le trouvent utile.

<https://www.aefinfo.fr/depeche/675220>

Extrait Cadre de Ville

> L'association Centre-Ville en Mouvement a dévoilé les résultats de la 7ème édition du baromètre du centre-ville et des commerces, réalisé en partenariat avec l'institut CSA et Clear Channel . Voici les principaux enseignements de cette étude :

- 88% des sondés considèrent que la modernisation et la vitalité de leur centre-ville est un sujet important voire prioritaire pour le maire, et 80% estiment que le gouvernement doit en faire un objectif majeur.
- 53% des sondés évoquent le souhait de s'installer dans le centre d'une petite ville dans un avenir proche, un chiffre qui souligne l'attractivité grandissante des petites villes dans le contexte de crise sanitaire.
- Parmi les services que les Français souhaitent trouver en priorité dans leur centre-ville, les commerces alimentaires et les espaces verts arrivent en tête (63%), devant les restaurants, cafés et terrasses (61%). Des priorités qui ont profondément évolué en un an, puisqu'en 2021, la demande portait principalement sur la piétonnisation des rues (54%) et les commerces spécialisés (51%).
- Enfin, le programme Action Cœur de Ville gagne en notoriété. 41% des sondés en ont déjà entendu parler, parmi lesquels 80% le trouvent utile. Dans les villes où le programme a été déployé, le sentiment d'attachement au cœur de ville s'est d'ailleurs renforcé (70% contre 61% pour le reste de la population).

L'Officiel des RÉSEAUX

C O M M E R C I A U X

ACTUALITÉS ▾ VIE DE RÉSEAU ▾ INTERVIEWS ▾ ENQUÊTES ▾ VIDÉOS ▾ PODCASTS ▾ ÉVÉNEMENTS ▾ CONTACTS ▾

7 Français sur 10 fréquentent les centres-villes



- [Valentine Puaux](#)
- 30 juin 2022
- [Actualités](#)
- [0 commentaire](#)

Temps de lecture estimée : 4 minutes

Face à la lutte contre l'étalement urbain initiée par le gouvernement, nombre de commerçants privilégient désormais l'implantation en centre-ville. Et ce, pour le plus grand bonheur des riverains, qui y voient une opportunité de faire renaître le cœur de ville, notamment après la crise sanitaire. Ils sont d'ailleurs

58 % à se préoccuper de son dynamisme, selon le 7^e baromètre du centre-ville et des commerces de l'Institut CSA.

Avoir du pouvoir d'achat, se promener dans un centre-ville agréable et sécurisé n'est pas du luxe. Mais pour certains riverains, cette réalité ne s'est pas encore illustrée. Les pouvoirs publics et les mairies doivent encore améliorer la question de la sécurité, du logement, de l'accès aux transports et de l'environnement. Et surtout, inciter les commerçants à s'implanter. Telles sont les pistes de réflexion mises en avant par l'Institut CSA, dans son 7^e baromètre des riverains pour le centre-ville.

On se préoccupe moins du centre-ville

58 % des riverains interrogés par l'institut CSA (2511 personnes dont 745 habitant sur une commune Action Cœur de Ville) ont aujourd'hui à cœur de préserver la vitalité des centres-villes, contre 42 % de sondés qui indiquent peu s'y intéresser. Dans le détail, 61 % des moins de 35 ans s'y intéressent, au même titre que les CSP+ (63 %) et les cadres (67 %), contre 51 % d'habitants des communes rurales, ou provenant du milieu ouvrier (52 %).

Les **habitants des communes bénéficiant du programme Action Cœur de Ville** (un plan national pour améliorer les conditions de vie des habitants des villes moyennes et conforter le rôle de moteur de ces villes dans le développement du territoire) **manifestent un grand intérêt pour ce thème**. Toutefois, les conversations se tournent aussi beaucoup vers le contexte économique et géopolitique actuel, le pouvoir d'achat (33 % de préoccupations), la guerre en Ukraine (16 %), l'insécurité (9 %), l'emploi (4 %), ou encore le logement (3 %).

Le cœur de ville reste très fréquenté

Néanmoins, si les Français parlent moins de l'aménagement de leur ville, ils sont toujours très attachés à leur centre-ville. 7 Français sur 10 s'y rendent au moins une fois par semaine, même si cette tendance est en baisse par rapport à 2021. Enfin, **22 % des sondés y habitent, 13 % s'y rendent tous les jours, ou presque**. Ils sont 3 % à ne jamais fréquenter cette zone.

À noter que cette sortie hebdomadaire concerne principalement les moins de 35 ans (76 %), les hommes (74 %) et les urbains, à l'image des Parisiens (95 %) et de ceux qui vivent dans la grande couronne (76 %) ou en province (de 75 % à 65 % selon le nombre d'habitants). Et si ces derniers viennent au moins une fois par semaine, il leur arrive de ne venir qu'une fois par mois, avec, respectivement 8 % d'habitants de la petite couronne, 9 % de la grande couronne et entre 13 % et 20 % de la province.

La crise sanitaire est passée par là

Par ailleurs, et depuis la crise sanitaire, l'attachement au centre-ville s'effrite. Parmi les personnes interrogées, 61 % sont aujourd'hui attachées à leur centre-ville, contre 63 % en 2016 et jusqu'à 72 % en 2019. Comment expliquer cette courbe descendante ? Probablement par une baisse de la fréquentation qui pourrait s'expliquer par **un déclin des centres-villes**. 41 % des sondés considèrent en effet que leur centre-ville décline, contre 25 % qui le considèrent en développement. La situation est même très contrastée au regard de ces 7 dernières années. Ils étaient 30% à considérer le centre-ville en déclin en 2016 et 46 % en 2020, contre 44 % et 24 % à le percevoir de façon positive à ces deux périodes clés.

À LIRE AUSSI : La baisse de la demande, principale inquiétude des enseignes

Réimpliquer les pouvoirs publics

Enfin, une importante part des sondés attend des pouvoirs publics, et plus particulièrement des mairies, qu'elles s'impliquent davantage dans la modernisation des centres-villes. 38% estiment cette mission prioritaire, au même titre que les habitants des communes Action Cœur de ville (46%).

Par ailleurs, le baromètre reflète une vraie volonté des Français à impliquer les commerçants dans la dynamisation des centres-villes. Ces derniers sont désormais considérés comme des acteurs aussi légitimes que les maires et les élus locaux pour porter une voix commune et actionner des leviers pour construire la ville participative de demain. De ce fait **50% de répondants estiment que c'est au rôle des maires et du conseil municipal de se charger de ces questions, sinon aux commerces de proximité** (14%), aux citoyens (14%), ou encore aux associations locales (6%).

Quelles pistes d'avenir pour le centre-ville de demain ?

Force est de constater que la dynamisation des commerces de proximité est une priorité pour les Français (39% pour l'ensemble vs 45% pour les habitants en ACV), loin devant les problématiques de sécurité et les biens des personnes (29%), le stationnement en centre-ville (27%), la collecte de déchets (23%), ou encore les transports en commun (20%). Enfin, **les sondés priorisent la présence d'espaces verts (16%) et la modernisation du centre-ville** (15%). L'urgence est moindre quant au logement (14%), la vie de quartier (13%), les activités sportives et culturelles (11%) et les actions en faveur des personnes fragiles (11%). Après des mois de restrictions en raison de la crise sanitaire, **les Français réclament aussi davantage de commerces alimentaires (63%), sinon spécialisés** (51%), des artisans (46%), des marchés (59%) ainsi que des restaurants et terrasses (61%). Ces espaces étant perçus comme des lieux de vie et d'attractivité pour la zone (si touristique, par exemple).

Plus de boulangerie, fromagerie et boucherie

Les riverains recherchent aussi **des enseignes vectrices de convivialité, à l'image des secteurs de la boulangerie (80%), de la boucherie (67%), de la librairie** (60%), des journaux et papetiers (60%), ou encore de la poissonnerie et de la fromagerie (59% et 57%), là encore considérés comme essentielles. Font aussi partie de cette liste de requêtes, les tabacs (56%), les réparateurs (54%), les cordonniers (47%) et les magasins numériques (43%). L'ensemble des sondés aimerait aussi bénéficier de plus de places de stationnement (60%) et milite pour une piétonisation des rues (54%). C'est sans compter le souhait d'avoir une offre culturelle enrichie et élargie (cinéma, bibliothèque, théâtre, conservatoire, etc.).

À titre d'exemples, on peut déjà citer plusieurs villes bonnes élèves en matière d'urbanisme et de mise en place de projets pour l'amélioration de la qualité de vie. Parmi elles, Ajaccio (création d'une halle marchande), Dieppe (cinéma multiplexe), ou encore Fontainebleau (aménagement de place).

Reste aux pouvoirs publics de donner de l'écho à ces initiatives, afin de les porter à l'échelle européenne. Comme avec la création d'un **observatoire européen du cœur de ville**. Un projet largement plébiscité par les jeunes (67%) et par 60% de l'ensemble des répondants, dont 67% des habitants de ces communes ACV.

ÉTIQUETTES : AGGLOMÉRATIONS, CENTRE-VILLE, COMMERCE, MAIRIE, PROXIMITÉ, URBANISME

[HTTP://WWW.OFFICIELDESRESEAUX.FR/ACTUALITES/7-FRANCAIS-SUR-10-FREQUENTENT-LES-CENTRES-VILLES/](http://www.officieldesreseaux.fr/actualites/7-francais-sur-10-frequentent-les-centres-villes/)

- **Extrait de Consulendo (web) - [Pouvoir d'achat, inflation, nouveaux modes de consommation... Le commerce sous pression](#)**

Un des piliers de l'économie française



crédit photo : Pixabay

Le commerce est un des principaux piliers de l'économie française, que l'on a tendance à sous-évaluer: il compte selon l'Insee quelque 680 900 entreprises et emploie 3 millions de salariés. Avec un chiffre d'affaires global de 1 353 milliards d'euros, Il contribue chaque année à hauteur de plus de 215 milliards d'euros de valeur ajoutée à la création de la richesse nationale, soit 10,4% de la valeur ajoutée totale.

Même s'ils continuent de faire leurs achats dans les centres commerciaux et grandes surfaces de périphérie, les Français apprécient le commerce de centre-ville : 61% d'entre eux s'y déclarent personnellement attachés et 7 sur 10 s'y rendent au moins une fois par semaine, selon le dernier baromètre de l'association *Centre-ville en mouvement*, étude réalisée en partenariat avec l'Institut CSA et Clear Channel, à l'occasion de ses assises tenues à Strasbourg fin juin. 87 % des sondés considèrent que faire ses achats dans les commerces de centre-ville est un « véritable acte citoyen »!

Commerces et centres-villes : ce que veulent les Français

Publié dans juillet 15, 2022 by [Marie-Caroline Mabilie](#)



©Shvetz Anna – Pexels

Fin juin 2022, l'association Centre-ville en mouvement a dévoilé les résultats de la septième édition de son baromètre du centre-ville et des commerces. Cette étude réalisée en partenariat avec l'Institut CSA et Clear Channel explore la vision des Français vis-à-vis de leurs centres-villes, en particulier au sujet des commerces. En 2022, la fréquentation des centres-villes recule légèrement : 69% des personnes interrogées s'y rendent toujours au moins une fois par semaine, contre 73% en 2021. Nos concitoyens affirment à 48% que les commerces de proximité sont les deuxièmes acteurs à pouvoir jouer sur la vitalité des centres-villes, après les collectivités. Pour 39%, la dynamisation des commerces doit être une priorité pour l'avenir des cœurs de villes, devant la sécurité des biens et personnes (29%), le stationnement (27%), le cadre de vie (27%) et la propreté (23%). Les commerces les plus sollicités sont l'alimentation avec 63% (+1 point). La moitié des sondés souhaite aussi l'implantation de commerces spécialisés en centre-ville, en progression de 2 points. Dans la même

veine, les magasins considérés comme indispensables sont les boulangeries pour 80% des Français, les pharmacies pour 76%, les boucheries-charcuteries pour 67%, puis les librairies, les magasins de journaux et les papeteries pour 60%. Selon les sondés, les lieux de convivialité comme les cafés et les restaurants contribuent également à l'attractivité des centres-villes.

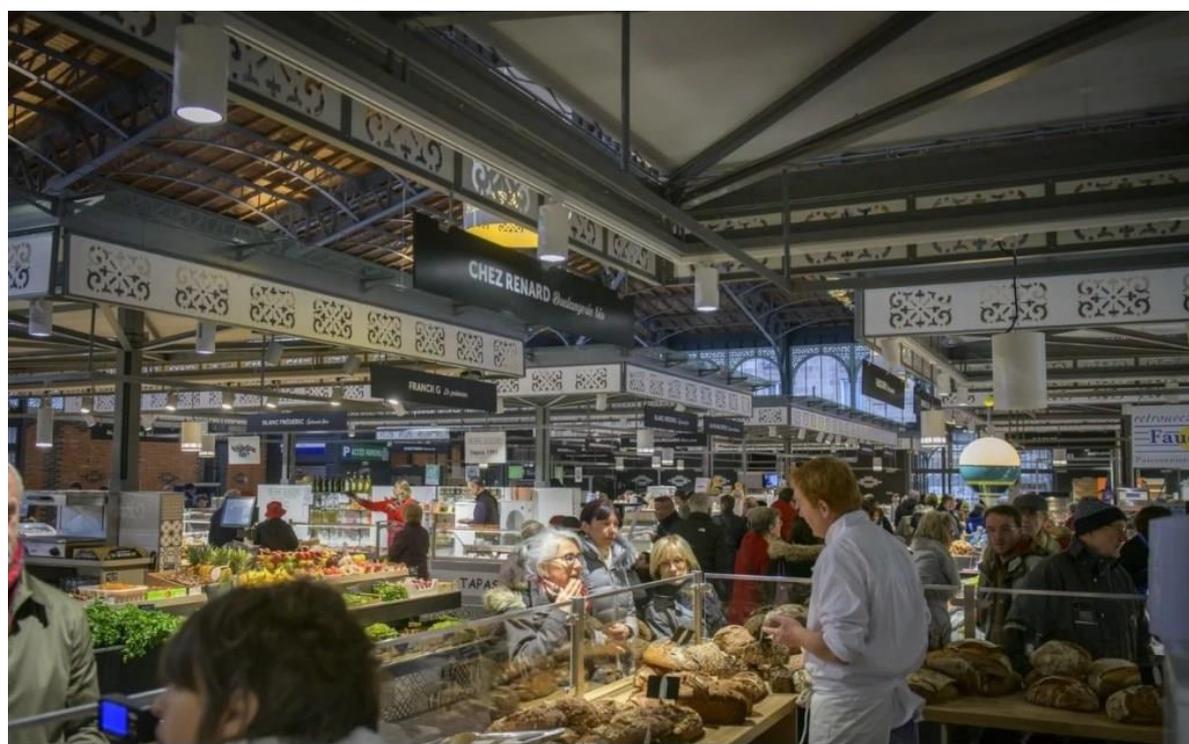
<http://www.papetierdefrance.com/commerce/commerces-centres-villes-veulent-francais/>

12 JUILLET 2022

Quels sont les commerces préférés des Français ?

[LAURENT MAUREL Actu / Débat 4](#)

Le 7ème Baromètre du centre-ville et des commerces montre que les Français restent attachés à leur centre-ville, malgré une fréquentation qui diminue d'année en année. Les commerces alimentaires eux sont toujours largement plébiscités. Découvrez les principaux enseignements de cette étude.



Pour la septième année consécutive, l'association [Centre-Ville en Mouvement](#) publie son baromètre du centre-ville et des commerces, qui recense les grandes tendances autour du commerce et des centres-villes. Avec pour cette édition, une nouvelle fois, de nombreux enseignements à retenir.

La fréquentation diminue dans les centres-villes

C'est l'un des points clés de cette étude. Malgré un attachement toujours fort des Français pour leur centre-ville, ils sont de moins en moins nombreux à s'y rendre à minima une fois par semaine (69%, contre 73% en 2021). À noter que ces chiffres diffèrent sensiblement en fonction du lieu d'habitation. Les grandes métropoles sont ainsi largement épargnées par ce phénomène de désaffection des centres-villes, à l'image des parisiens, qui se rendent pour 95% d'entre eux au moins une fois par semaine en centre-ville.

Les communes de plus de 100 000 habitants sont également moins impactées, avec 75% de leurs habitants qui se déplacent au moins une fois par semaine en centre-ville. Le phénomène est en revanche plus marqué pour les villes de moins de 100 000 habitants, et surtout celles de 50 000 habitants, avec seulement 65% de la population qui se rend au moins une fois par semaine en centre-ville.

Plus généralement, 36% des Français déclarent se rendre moins souvent en centre-ville, une proportion qui monte à 43% chez les habitants des communes rurales. L'attachement au cœur de ville diminue également d'année en année. Il ne sont que 61% à s'y déclarer attachés, contre 64% en 2020 et 2021, et même 72% en 2019.

La dynamisation des commerces de proximité, une priorité pour les Français

Pour redonner l'envie aux Français de se déplacer dans les centres-villes, le baromètre de l'association centre-ville en mouvement montre que la dynamisation des commerces de proximité est la problématique sur laquelle il faut axer les efforts. 39% des Français jugent ainsi qu'il s'agit de la première priorité, devant la sécurité des biens et des personnes (29%), et le stationnement (27%). Concernant les services qu'ils souhaitent

trouver en centre-ville, ils citent cette fois les commerces alimentaires en premier (63%), à égalité avec les espaces verts (63%), et la présence de restaurants et cafés/terrasses (61%).

Le baromètre classe également les typologies de commerces (hors bars et restaurants), que les Français souhaitent trouver en priorité dans les centres-villes. La boulangerie reste ainsi le commerce plébiscité par les Français (80% des répondants), devant la pharmacie (76%), et la boucherie/charcuterie (67%). Les commerces alimentaires, en général, sont d'ailleurs largement plébiscités (voir ci-dessous).

Quels commerces souhaitez-vous trouver en priorité dans votre centre-ville ?

Boulangerie	80%
Pharmacie	76%
Boucherie / Charcuterie	67%
Librairie	60%
Journaux et papeterie	60%
Poissonnerie	59%
Fromagerie	57%
Café / Tabac	56%
Artisan réparateur	53%
Cordonnerie	47%
Magasins numériques	43%

Source : Baromètre du commerce et des centres-villes.

Concernant les lieux culturels indispensables à l'attractivité des centres-villes, les cinémas (71%) se classent en tête devant les bibliothèques (62%) et les médiathèques (60%).

Quels lieux culturels souhaitez-vous trouver en priorité dans votre centre-ville ?

Cinéma	71%
Bibliothèque	62%
Médiathèque	60%
Salle de spectacle / Concert	56%
Centre culturel	53%
Théâtre	51%
Musée	51%
Monuments	44%
Centre d'art	40%
Conservatoire de musique	39%

Source : Baromètre du commerce et des centres-villes.

Action Coeur de Ville : un programme reconnu par les Français qui renforce l'attachement au centre-ville

Autre enseignement clé à retenir de cette étude, l'utilité du programme Action Cœur de ville, dédié à la redynamisation des centres-villes de 222 villes moyennes. Sur les 41% de Français qui ont déjà entendu parlé de ce plan, près de 80% le trouvent utile. Par ailleurs, dans les villes où le programme a été déployé, l'attachement des habitants au centre-ville semble renforcé : 70% déclarent ainsi être personnellement attachés à leur cœur de ville (contre 61% pour l'ensemble de la population).



Le programme Action Coeur de Ville a permis l'aménagement de la place de l'Etape, à Fontainebleau.

Le programme Action Cœur de Ville a notamment été à l'origine de nombreux projets d'aménagement du territoire ces dernières années, comme la création du Jardin Charles-Gaou à Brignoles, la réalisation de Halles de marché à Ajaccio, ou encore l'implantation d'un cinéma multiplexe dans le centre-ville de Dieppe. Autant d'investissements qui ont permis de redynamiser les centres-villes des communes concernées.

<https://lecommerce.fr/quels-sont-les-commerces-preferes-des-francais/>



17juil2022 | Observatoire

Observatoire du commerce : les consommateurs se rendent moins en centres-villes



Le 7ème Baromètre du centre-ville et des commerces montre que les Français restent attachés à leur centre-ville, malgré une fréquentation qui diminue d'année en année. Les commerces alimentaires eux sont toujours largement plébiscités, selon l'échommerce dont nous reprenons des extraits d'un article.

C'est l'un des points clés de cette étude. Malgré un attachement toujours fort des Français pour leur

centre-ville, **ils sont de moins en moins nombreux à s'y rendre à minima une fois par semaine (69%, contre 73% en 2021)**. A noter que ces chiffres diffèrent sensiblement en fonction du lieu d'habitation. Les grandes métropoles sont ainsi largement épargnées par ce phénomène de désaffection des centres-villes, à l'image des Parisiens, qui se rendent pour 95 % d'entre eux au moins une fois par semaine en centre-ville.

•• Les communes de plus de 100 000 habitants sont également moins impactées, avec 75 % de leurs habitants qui se déplacent au moins une fois par semaine en centre-ville. Le phénomène est en revanche plus marqué pour les villes de moins de 100 000 habitants, et **surtout celles de 50 000 habitants, avec seulement 65 % de la population qui se rend au moins une fois par semaine en centre-ville. Plus généralement, 36 % des Français déclarent se rendre moins souvent en centre-ville, une proportion qui monte à 43 % chez les habitants des communes rurales**. L'attachement au cœur de ville diminue également d'année en année. Il ne sont que 61 % à s'y déclarer attachés, contre 64 % en 2020 et 2021, et même 72 % en 2019.

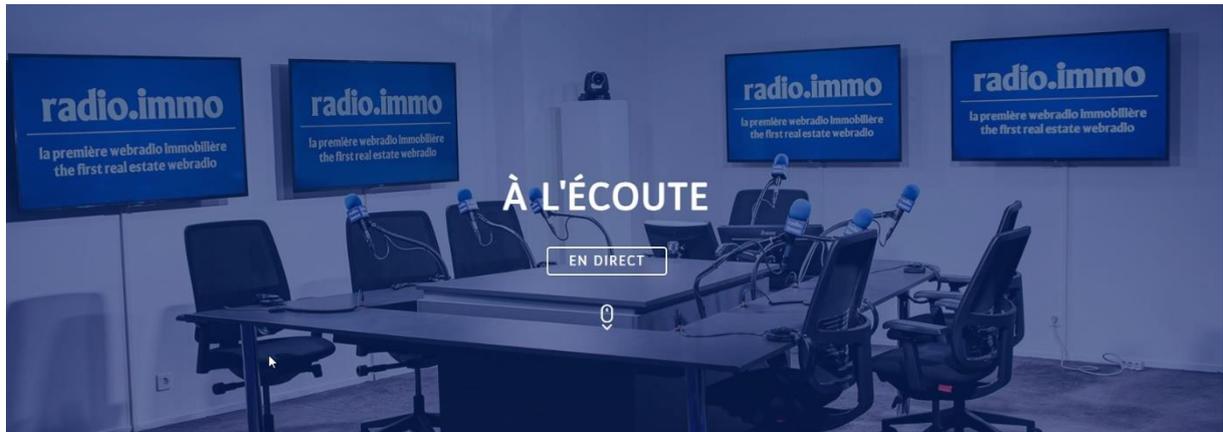
•• **Le baromètre classe également les typologies de commerces (hors bars et restaurants), que les Français souhaitent trouver en priorité dans les centres-villes.**

La boulangerie reste ainsi le commerce plébiscité par les Français (80 % des répondants), devant la pharmacie (76 %), et la boucherie/charcuterie (67 %). Les commerces alimentaires, en général, sont d'ailleurs largement plébiscités (voir ci-dessous).

- Boulangerie : 80 % • Pharmacie : 76 %
- Boucherie / Charcuterie : 67 % • Librairie : 60 %
- **Journaux et papeterie : 60 %** • Poissonnerie : 59 %
- Fromagerie : 57 % • **Café / Tabac : 56 %**
- Artisan réparateur : 53 % • Cordonnerie : 47 %
- Magasins numériques : 4 %

<https://www.lemondedutabac.com/observatoire-du-commerce-les-consommateurs-se-rendent-moins-en-centre-villes/>

- **Radio Immo (radio) : INTERVIEW [PHILIPPE LAURENT, MAIRE DE SCEAUX](#)**



<https://radio.immo/broadcast/46481-Philippe-LAURENT-Maire-de-Sceaux>

Annonce Date des Assises Européennes du Centre-Ville dans la Gazette des Communes



PAYS :France
PAGE(S) :18
SURFACE :11 %

PERIODICITE :Hebdomadaire



► 11 juillet 2022 - N°27



Envie de vert pour les centres-villes

Revitalisation A Strasbourg, les centres-villes étaient à l'honneur fin juin. Organisées par Centre-ville en mouvement, les assises européennes du centre-ville étaient synonymes de retours sur expérience et prospectives. Sauf qu'en 2022, la revitalisation des centres-villes ne s'écrit plus en nombre de commerces à réimplanter, mais en arbres ! La crise sanitaire a changé les priorités des habitants, qui souhaitent de la verdure dans leurs rues. L'envie de vert aurait-elle supplanté celle de shopping ? ● Brigitte Menguy

