

MÉTHODOLOGIE

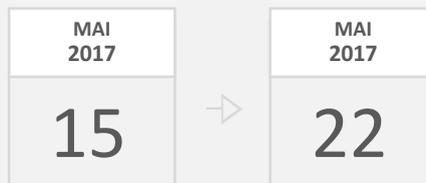


MODE DE RECUEIL

Questionnaire auto-administré en ligne sur panel



DATES DE TERRAIN



CIBLE INTERROGÉE

Échantillon représentatif de **1 000 Français** de 18 ans et plus constitué d'après la méthode des quotas (sexe, âge, CSP, région).

Les résultats sont redressés afin d'être représentatifs de la population française

LES RÉSULTATS



Les résultats de cette étude sont mis en perspective avec [la vague 2016](#) du baromètre lorsque les comparatifs sont possibles

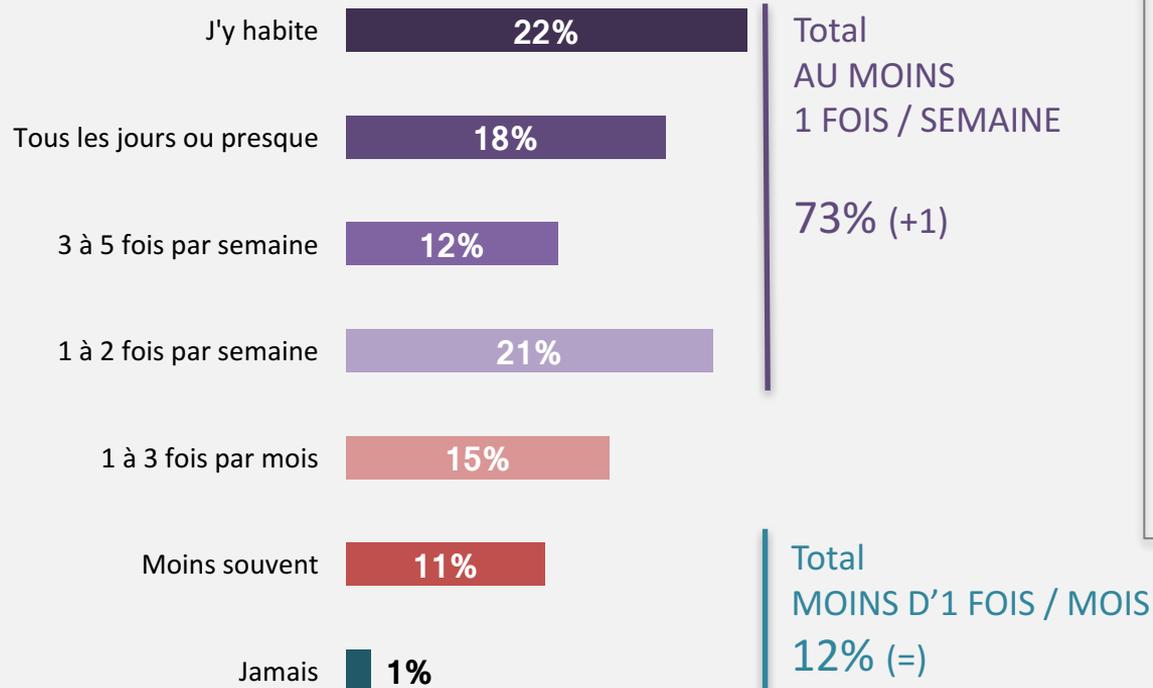
12^e ASSISES NATIONALES DU CENTRE-VILLE

**Une fréquentation qui se maintient
et un attachement fort,
particulièrement des jeunes**

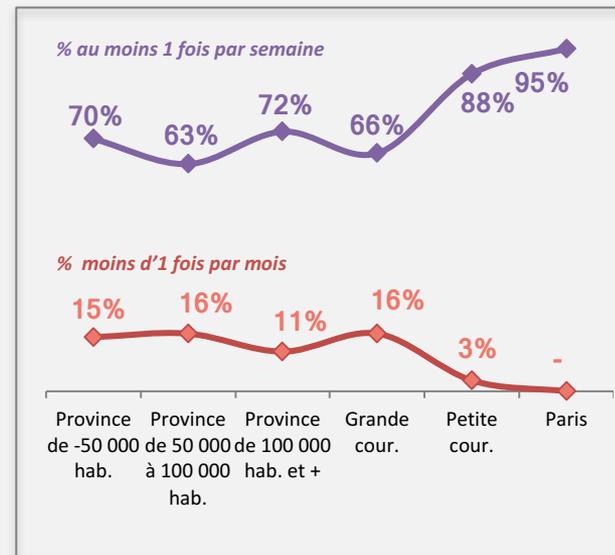
Des centres-villes toujours aussi fréquentés par les Français

A quelle fréquence vous rendez-vous en centre-ville, que ce soit celui de votre commune ou d'une commune voisine ?

Base : ensemble (n=1000)



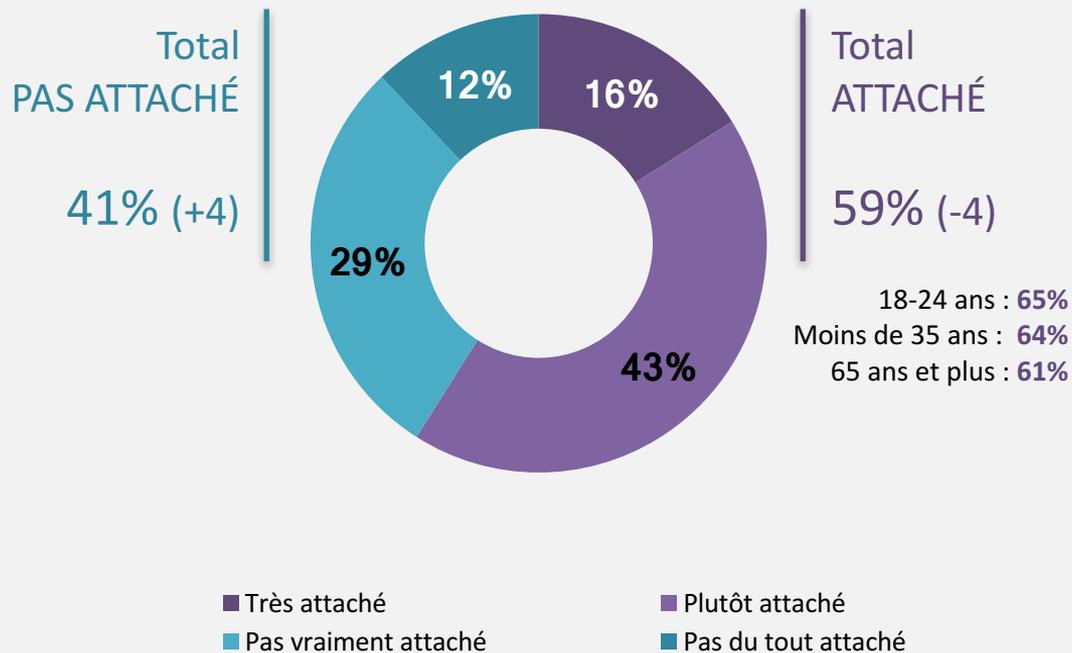
Selon la catégorie d'agglomération



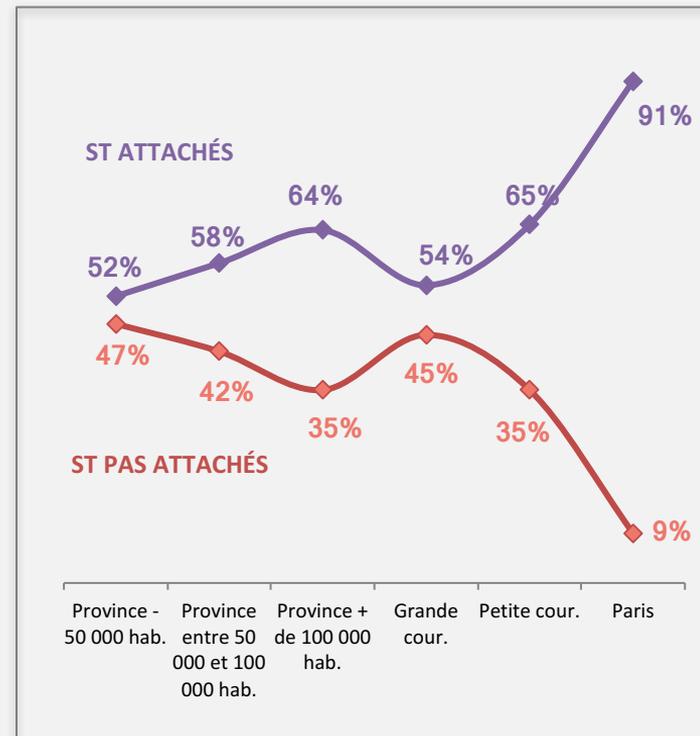
Et un attachement qui reste fort

Vous personnellement êtes-vous attaché à votre centre-ville?

Base : ensemble (n=1000)



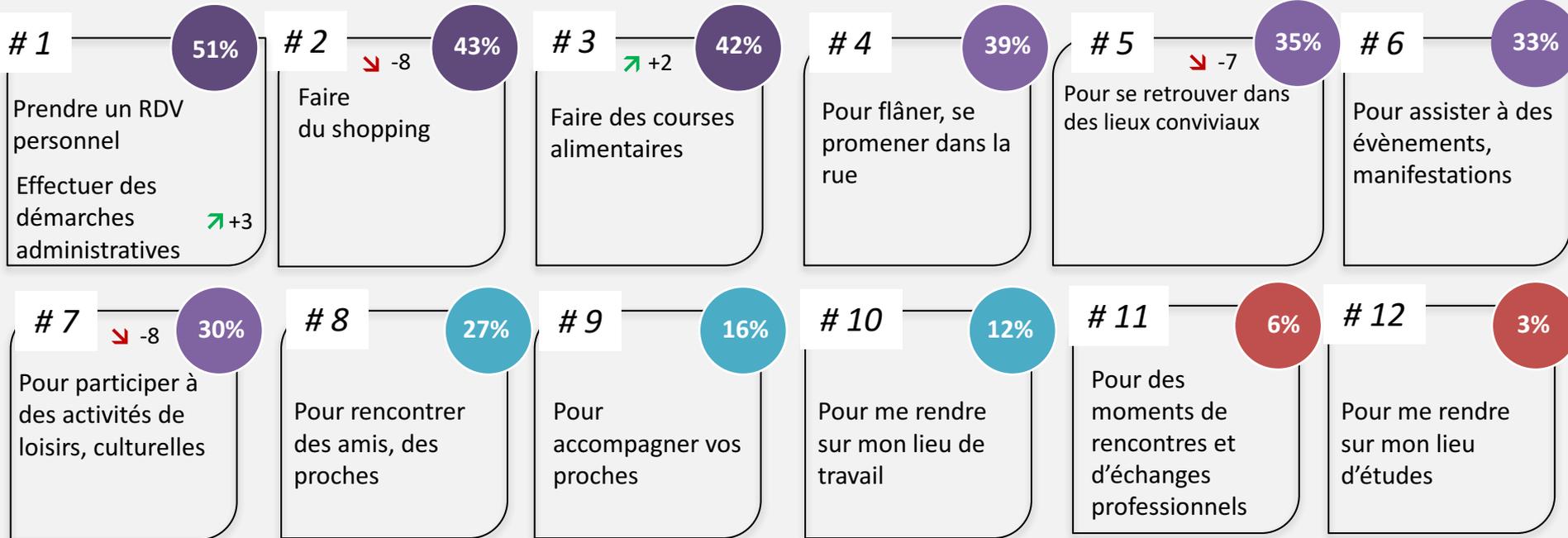
Selon la catégorie d'agglomération



Mais un équilibre fragile : l'utile prend le pas sur l'agréable

Quelles sont les occasions lors desquelles vous fréquentez votre centre-ville?

Base : se rend en centre-ville (n=986) – Plusieurs réponses possibles



Des motifs de fréquentation du centre-ville qui varient selon la catégorie d'agglomération

Quelles sont les occasions lors desquelles vous fréquentez votre centre-ville?

Base : se rend en centre-ville (n=986) – Plusieurs réponses possibles

Province
- 50 000 habitants

Province
50 à 100 000 habitants

Province
+ 100 000 habitants

Grande Couronne

Petite Couronne

Paris

RDV personnel **51%**

Démarches administratives **51%**

Courses alimentaires **41%**

Démarches administratives **59%**

RDV personnel **57%**

Shopping **44%**

Shopping **54%**

RDV personnel **48%**

Flâner / se promener dans la rue **47%**

Courses alimentaires **56%**

Démarches administratives **51%**

RDV personnel **45%**

Courses alimentaires **64%**

RDV personnel **51%**

Démarches administratives **51%**

Courses alimentaires **71%**

Pour rencontrer des amis, proches **68%**

Se retrouver dans un lieu convivial **68%**

Le sentiment d'un dynamisme des centres-villes qui ralentit

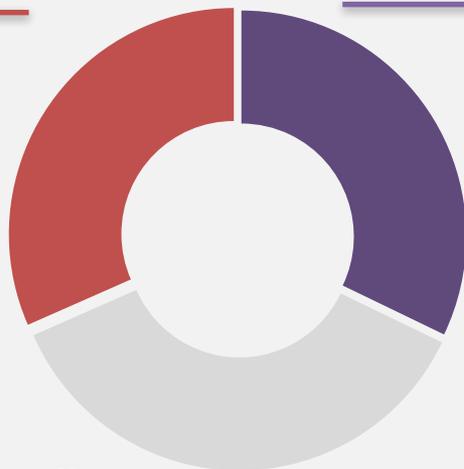
Au cours des 10 dernières années, diriez-vous que le centre-ville que vous fréquentez le plus souvent est plutôt...?

Base : ensemble (n=1000)

Sur le déclin
32% (+2)

En développement
32% (-12)

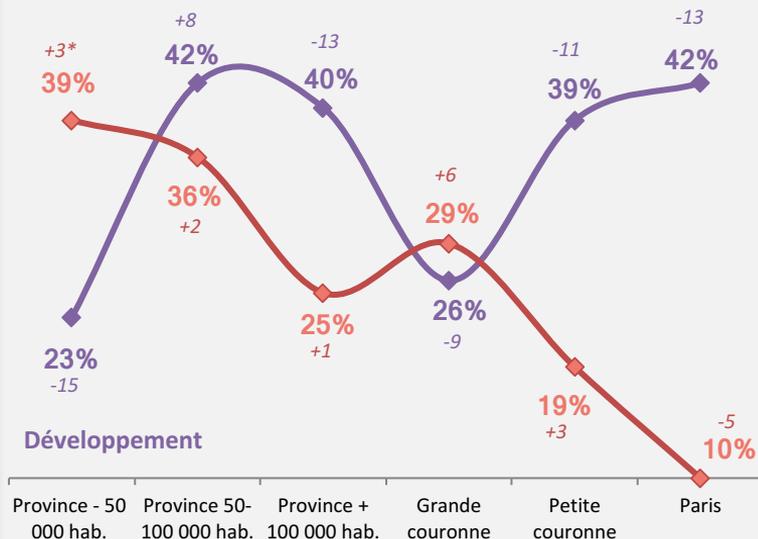
Moins de 35 ans : 37%



Ni l'un ni l'autre
36% (+10)

Selon la catégorie d'agglomération

Déclin



Développement

* Evolutions par rapport à 2016

12^e ASSISES NATIONALES DU CENTRE-VILLE

Le renouveau du centre-ville, l'affaire de tous !

Le renouveau du centre-ville, l'affaire de tous !

Une attente forte de mobilisation des élus

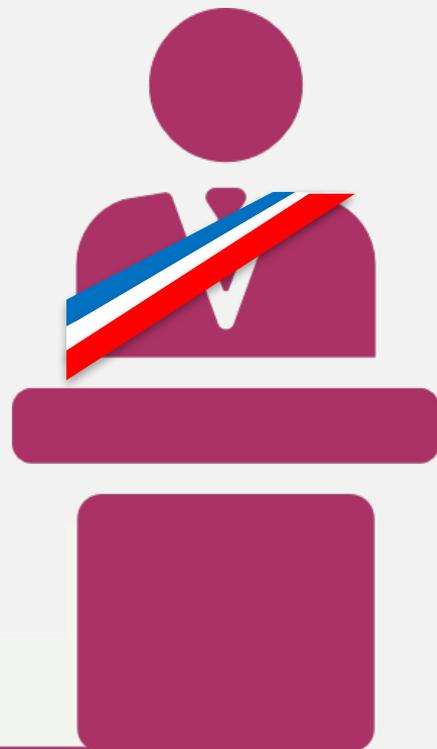
Diriez-vous que la modernisation des centres-villes doit constituer pour les maires un objectif... ?

Base : ensemble (n=1000)

9 Français sur 10

considèrent que la modernisation du centre-ville doit être **l'un des objectifs principaux des Maires**

Dont 45% qui l'estime tout à fait prioritaire



Le renouveau du centre-ville, l'affaire de tous !

Une aspiration à co-construire

37%

Hommes : **44%**
Cadres : **46%**
65 ans et plus : **47%**
Habitent en centre-ville : **50%**

ont **déjà donné leur avis** sur la vie locale

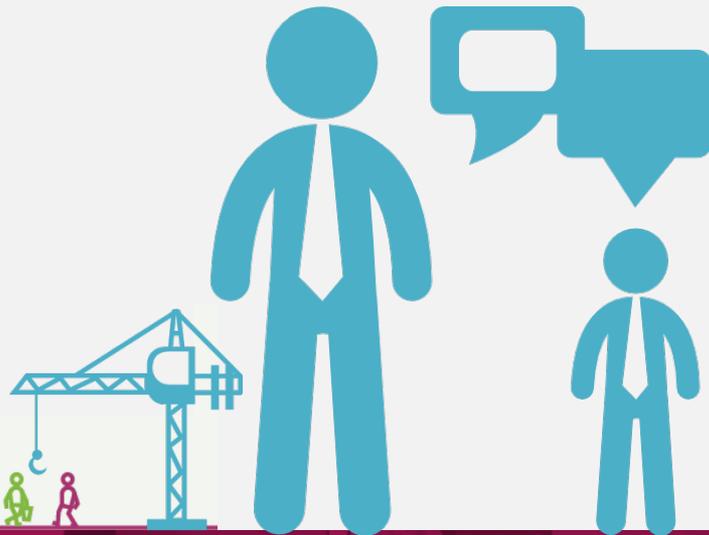
14% débat public, 14% réseaux sociaux,
11% consultation via le magazine municipal



78%

Cadres : **83%**
18-24 ans : **82%**
Province +100 000 hab. : **84%**

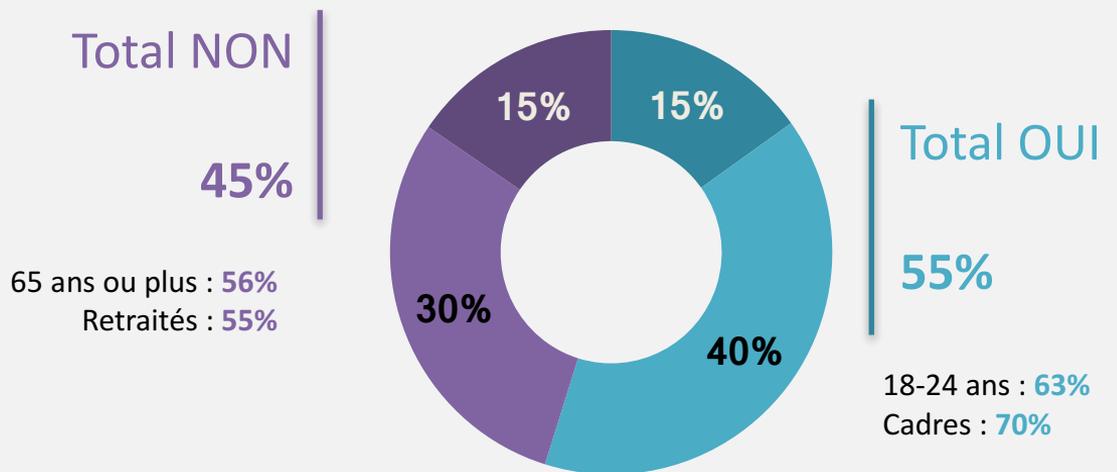
souhaiteraient être **consultés, associés** à la construction du centre-ville de demain.



Le renouveau du centre-ville, l'affaire de tous !

Plus d'un citoyen sur 2 favorable à la consultation via appli mobile

Personnellement, pourriez-vous vous impliquer dans la vie locale via une application mobile vous permettant de proposer des sujets qui vous tiennent à cœur, de participer au débat... ? Base : ensemble (n=1000)



■ Oui tout à fait ■ Oui plutôt ■ Non pas vraiment ■ Non pas du tout

12^e ASSISES NATIONALES DU CENTRE-VILLE

Quels leviers activer pour redynamiser les centres-villes ?



La facilité d'accès, 1^{er} levier de fréquentation



41%

fréquentent le centre-ville
parce qu'il est facile d'accès

Province + de 100 000 habitants
Parce qu'il offre de nombreux lieux de convivialité (48%)
Parce qu'il est animé / vivant (44%)

Les principaux freins pour ceux qui n'y vont pas / ou moins souvent

- Parce que le stationnement est cher et rare **48%**
- Parce que le choix de commerces reste limité **39%**
- Parce que l'accès reste compliqué **30%**

(Province 50 000 à 100 000 hab. : 57%)



La convivialité, 2^{ème} moteur de l'attractivité

35%

viennent en centre-ville parce qu'il est agréable, qu'il fait bon y flâner



Des attentes fortes, notamment pour + d'animation

- Des animations de quartier **44%**
- Des évènements ponctuels **39%** (Province + 100 000 hab. : 49%)
- Une carte de fidélité «centre-ville» **33%** (Femmes / 65 ans et + : 37%)
- Des équipements culturels **31%** (Cadres : 45%)
- Du Wi-Fi gratuit dans la rue **27%** (18-24 ans : 39%)



3^{ème} levier : étoffer l'offre commerciale en l'axant sur la consommation responsable et de proximité

Un désir de consommer plus local et plus responsable

92%

Recherchent des produits de saison



92%

Privilégient la qualité vs quantité



84%

Recherchent des produits respectueux de l'environnement



83%

Essaient de privilégier le commerce local



La consommation responsable et de proximité, de réelles opportunités pour le centre-ville

Des tendances favorables aux marchés et commerces de proximité

Concernant l'offre de commerces dans les centres-villes, qu'est-ce qui vous donnerait envie de venir ou de venir encore plus souvent en centre-ville ?

31% +3pts

Déclarent fréquenter davantage **les marchés**

24% +4pts

Déclarent fréquenter davantage **les commerces de centre-ville**

TOP 3
des commerces attendus



1 **COMMERCE ET ARTISANS DE PROXIMITÉ** 49%



2 **MARCHÉS À THÈME** 42%



3 **MARCHÉS ALIMENTAIRE** 38%



Quelques attentes spécifiques selon les profils et la catégorie d'agglomération

Concernant l'offre de commerces dans les centres-villes, qu'est-ce qui vous donnerait envie de venir ou de venir encore plus souvent en centre-ville ?

18-24 ans

Grandes enseignes spécialisées
(41%)

Moins de 35 ans

Magasins bios / vegan
(24%)

65 ans et plus

Professions libérales
(31%)

Province 50 000 à 100 000 habitants

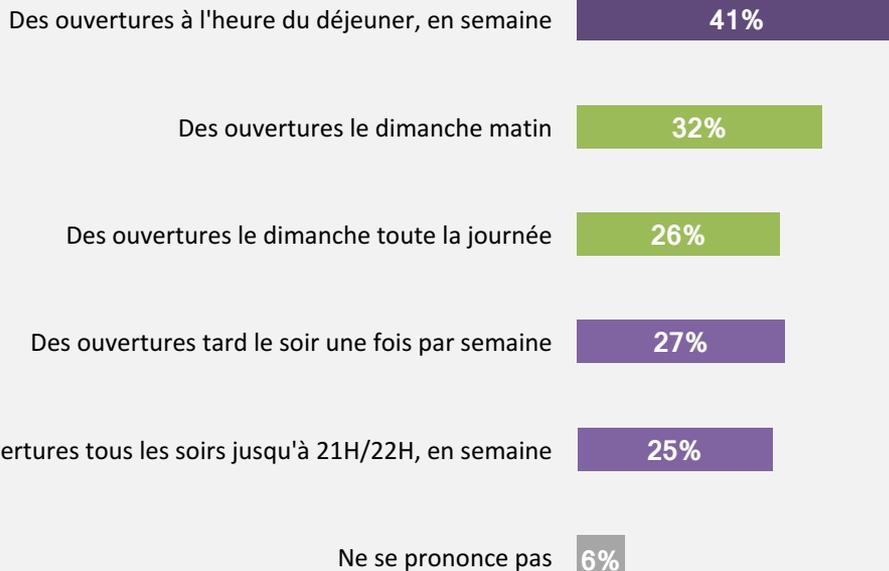
Animations commerciales de centre-ville
(braderies, offres tarifaires, soldes sur certaines périodes)
(42%)



L'ouverture des commerces à l'heure du déjeuner et le dimanche matin : des solutions privilégiées

Et concernant l'amplitude et les horaires des commerces en centre-ville, qu'est-ce qui vous donnerait envie de venir ou de venir plus souvent en centre-ville ?

Base : ensemble (n=1000) – Plusieurs réponses possibles



Total **OUVERTURE**
LE DIMANCHE
51%

Moins de 50.000 hab. : 43%
50-100 000 hab. : 54%
Plus de 100.000 hab. : 56%
Grande couronne : 63%
Petite couronne : 63%
Paris : 71%
Actifs : 54% vs 48% inactifs

Total **OUVERTURE**
LE SOIR EN SEMAINE
45%

Moins de 50.000 hab. : 38%
50-100 000 hab. : 40%
Plus de 100.000 hab. : 48%
Grande couronne : 52%
Petite couronne : 59%
Paris : 62%
Actifs : 46% vs 42% inactifs

Plusieurs réponses possibles, la somme des réponses est supérieure à 100%

12^e ASSISES NATIONALES DU CENTRE-VILLE

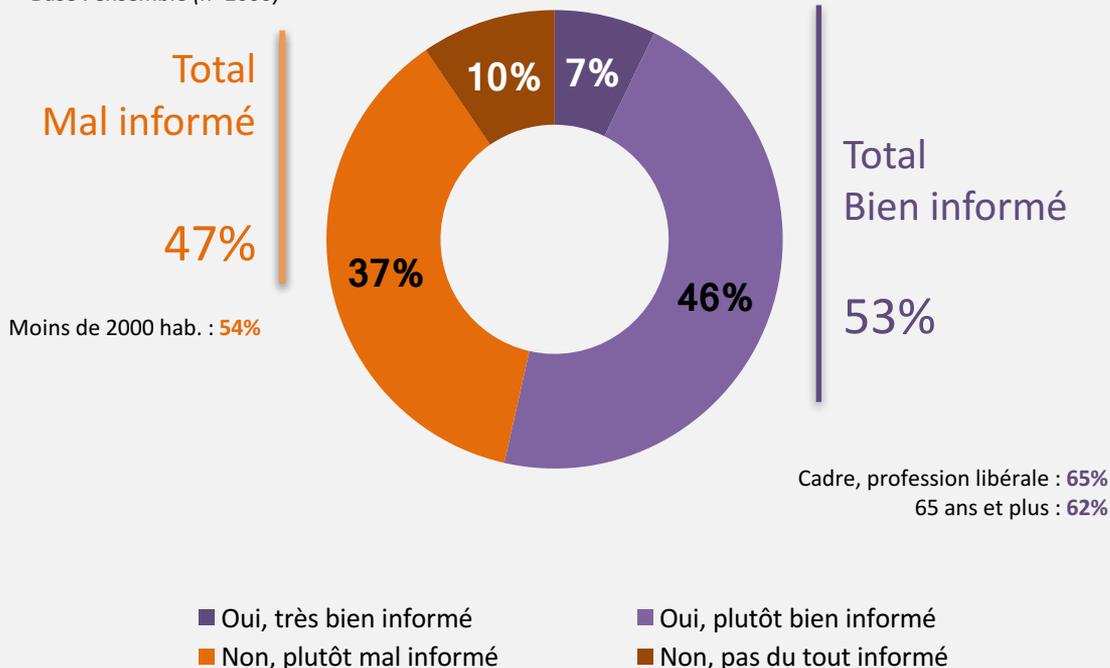
**Un intérêt pour une
information plus locale
... et plus digitale!**

La communication, un enjeu pour les villes

Seul un Français sur 2 se sent bien informé sur les projets menés dans son centre-ville

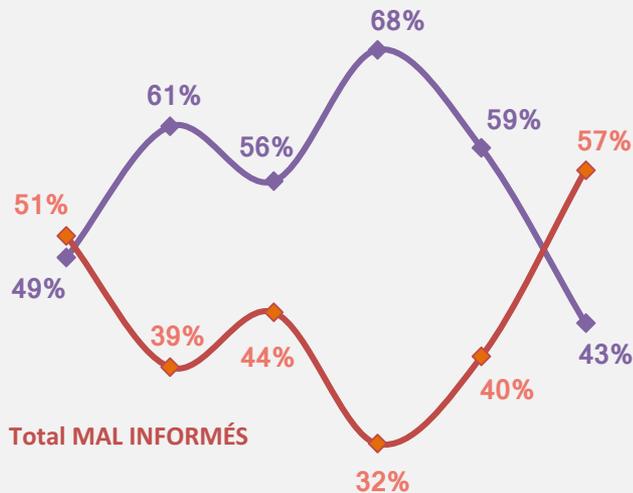
Vous personnellement, avez-vous le sentiment d'être bien ou mal informé par votre mairie sur les projets menés dans votre centre-ville ?

Base : ensemble (n=1000)



Selon la catégorie d'agglomération

Total BIEN INFORMÉS



Total MAL INFORMÉS

Province - 50 000 hab. Province 50-100 000 hab. Province + de 100 000 hab. Grande couronne Petite couronne Paris

Un intérêt pour une information plus locale et plus digitale

Plus d'information en format numérique et plus ciblée

D'après vous, comment la mairie pourrait-elle optimiser sa communication pour être plus efficace ?

Base : ensemble (n=1000) – Plusieurs réponses possibles

42%

Retrouver les informations disponibles en numérique (internet, applications...) de la mairie dans la rue sur des panneaux publicitaires



38%

Informations plus ciblées par quartier

Plus de 100 000 hab. : 43%

33%

Messages plus instantanés et réactifs (sms, écrans digitaux, réseaux sociaux...)

18-24 ans : 44%

Etudiants : 50%



29%

Pouvoir choisir les thématiques des messages qui me seront envoyés

23%

Une communication plus personnalisée sur les mobiliers publicitaires



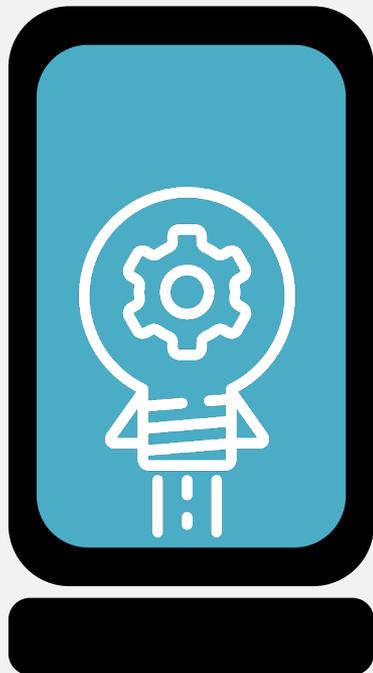
Un intérêt pour une information plus locale et plus digitale

Des français réceptifs au concept d'écrans digitaux diffuseurs d'information dans les rues

Pouvez-vous nous dire si vous trouveriez intéressant d'accéder, via des écrans digitaux dans les rues, à... ?

Base : ensemble (n=1000) - Nouvelle question 2017 – Plusieurs réponses possibles

Intérêt d'accéder, via des écrans digitaux dans les rues à...



12^e ASSISES NATIONALES DU CENTRE-VILLE

Demain : des centres-villes à personnaliser



Demain : des centres-villes à personnaliser

Des attentes & leviers très différents en fonction des âges

Millennials



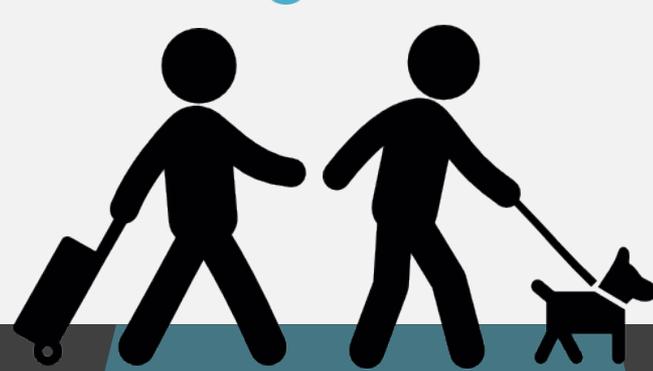
1. Magasins éphémères
2. Espaces de co-working
3. Ouverture le dimanche
4. Click & Collect
5. Magasins Bio / Vegan

35-64 ans



1. Marchés à thème
2. Animations enfants
3. Amap*
4. Marchés alimentaires
5. Infos en temps réel

+65 ans



1. Professions Libérales
2. Supérettes
3. Ouverture dimanche matin
4. Com & signalétique efficace
5. Carte fidélité centre-ville

Demain : des centres-villes à personnaliser

Des attentes & leviers très différents en fonction des typologies de villes

– 50 000 habitants



1. Ouverture semaine à l'heure du déjeuner
2. Accessibilité stationnement
3. Nouveaux services
4. Transports à la demande
5. Cce & artisans de proximité

50-100 000 habitants



1. Anim. commerciales
2. Grandes enseignes spé.
3. Carte fidélité centre-ville
4. Animations de quartier
5. Magasins Bio / Vegan

+100 000 habitants



1. « Conciergerie »
2. Magasins éphémères
3. Ouverture le dimanche
4. Ecrans digitaux serviciels
5. Infos en temps réel

