

COMMERCES DE CENTRE-VILLE : LIEU DE SOCIABILITÉ À PART ENTIÈRE

79% y retrouvent leurs proches

73% y vont pour flâner, passer du temps libre



6^e BAROMÈTRE DU CENTRE-VILLE ET DES COMMERCES

PLÉBISCITE DES TERRASSES EN CENTRE-VILLE

9 Français sur **10**

considèrent que les terrasses sont un lieu de convivialité et contribuent à l'économie du centre-ville.



Clear Channel

CSA CONSUMER SCIENCE & ANALYTICS

MINISTÈRE DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES ET DES RELATIONS AVEC LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES
Liberté
Égalité
Fraternité

AGENCE NATIONALE DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES



9 Français sur **10**

considèrent que la modernisation de leur centre-ville est une priorité pour le maire.



DES CENTRES-VILLES DE PLUS EN PLUS CONNECTÉS

39%

des Français considèrent que leur centre-ville est « connecté »

+3 pts vs 2020

54% pour les -35 ans

41% pour les habitants des communes Action Cœur de Ville



Rollon Mouchel-Blaisot
Directeur du programme national
Action cœur de ville

Jacques Chantillon
Directeur Général Adjoint
de Clear Channel France

Pierre Creuzet
Directeur fondateur
de Centre-Ville en Mouvement

Le Baromètre du Centre-ville et des Commerces est depuis maintenant 6 ans un outil incontournable. Il nous permet de sonder un large échantillon des Français, de prendre le pouls des nouvelles tendances et de présenter des résultats fiables et probants sur les attentes des consommateurs. **Sa reconduction permet d'avoir un véritable état des lieux annuel.**

Cette édition intervient dans un contexte particulier puisque les sondés sont interrogés à la suite de la crise sanitaire. **Cette période met vraiment en valeur le rôle essentiel de nos commerces de proximité et l'attachement des Français à leur centre-ville.** Les Français plébiscitent par exemple à 90% les terrasses, faisant partie de l'art de vivre à la française.

Ce baromètre confirme qu'il y a de réelles inquiétudes sur le devenir du centre-ville, bien que nous ayons cette année une diminution de cette perception et de façon plus importante encore lorsque les villes sont bénéficiaires du programme national Action Cœur de Ville. Le soutien réaffirmé de l'État a donc une réelle utilité. On voit que les élus locaux sont d'ailleurs de plus en plus sollicités sur l'enjeu de leur cœur de ville.

Un résultat est particulièrement frappant : 9 Français sur 10 considèrent que consommer en centre-ville relève plus que jamais de l'acte citoyen !

Ces chiffres montrent que les habitants ressentent de plus en plus l'importance de ce lieu ouvert et fédérateur, créateur de lien social, d'appartenance et d'attractivité.

DES PETITES VILLES QUI ATTIRENT TOUJOURS AUTANT EN 2021

53%

Des Français souhaiteraient vivre dans le centre-ville d'une petite ville (- de 20 000 hab.)

56% Des 18-24 ans



LES PRIORITÉS POUR L'AVENIR DU CENTRE-VILLE



QUI SONT LES ACTEURS LÉGITIMES POUR SE SAISIR DE LA QUESTION DE LA VITALITÉ DES CENTRES-VILLES ?



73%

des Français, considèrent le maire et le conseil municipal comme acteurs légitimes principaux pour la vitalité des centres-villes.



LES LEVIERS D'ATTRACTIVITÉ DU CENTRE-VILLE

Pouvoir tout faire à pied

51%

Bénéficier de commerces de proximité

31%

UN ATTACHEMENT IMPORTANT AU CENTRE-VILLE

64%

des Français sont attachés à leur centre-ville

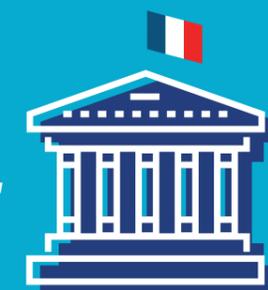
73% 18-24



L'IMPLICATION DU GOUVERNEMENT SUR CES QUESTIONS EST ÉGALEMENT SOUHAITÉE

83%

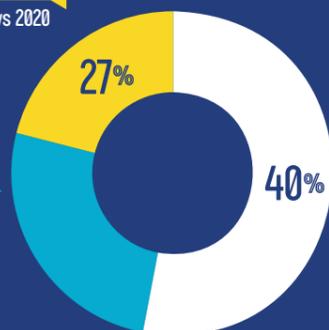
des Français pensent que pour le gouvernement, la modernisation des centres-villes doit être un objectif prioritaire.



PERCEPTION DU CENTRE-VILLE

En développement
+3 pts vs 2020

Ni l'un ni l'autre



En déclin

-6 pts vs 2020
-9 pts pour les habitants des communes Action Coeur de Ville

UNE NOTORIÉTÉ DU PROGRAMME QUI RESTE TOUJOURS PLUS FORTE CHEZ LES HABITANTS ACTION CŒUR DE VILLE

49%

Des habitants des communes Action Coeur de Ville, et des jeunes (18-24) ont déjà entendu parler du programme Action Coeur de Ville

92%

le Jugend utile

+3 pts vs 2020

La perception du déclin est encore forte mais elle baisse notamment dans les villes Action Coeur de Ville. Les Français se rendent compte des efforts menés malgré la crise sanitaire.