

# BAROMÈTRE DU CENTRE-VILLE ET DES COMMERCES

Usages et attentes des Français

Juin 2017



**Quentin LLEWELLYN** – CSA Research

Directeur d'études Pôle Society

**Pierre CREUZET** – Centre-Ville en Mouvement

Directeur-Fondateur

**Jacques CHANTILLON** – Clear Channel

Directeur Général Adjoint Réseau et Transformation



# 12<sup>e</sup> ASSISES NATIONALES DU CENTRE-VILLE

## méthodologie



# 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*

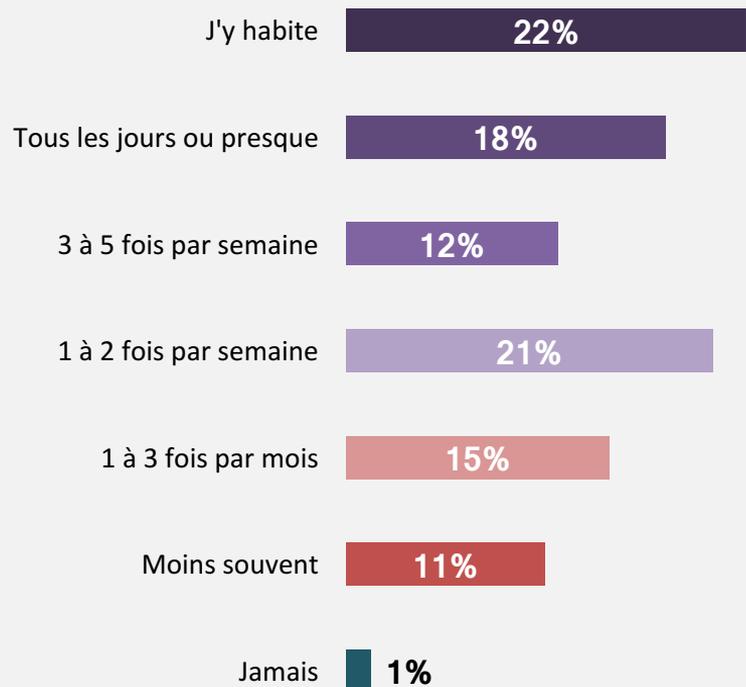
# 12<sup>e</sup> ASSISES NATIONALES DU CENTRE-VILLE

## Un centre-ville toujours aussi fréquenté et un attachement fort

# LES CENTRES-VILLES RESTENT TOUJOURS AUSSI FRÉQUENTÉS PAR LES FRANÇAIS

Q.8 – 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)



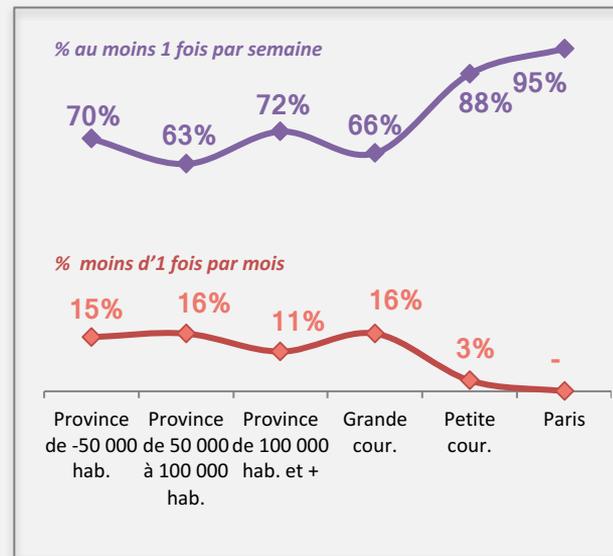
Total  
AU MOINS  
1 FOIS / SEMAINE

73% (+1)

Total  
MOINS D'1 FOIS / MOIS  
12% (=)

Ouvrier : 20%

Selon la catégorie d'agglomération

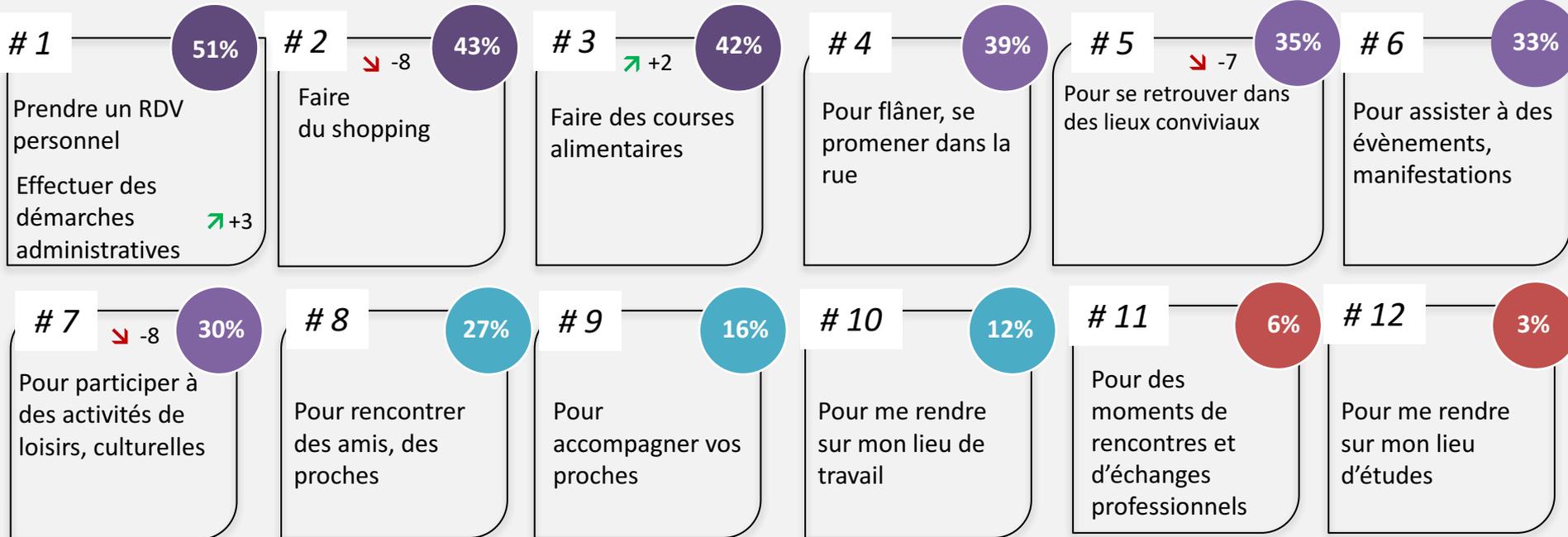


# MAIS UN ÉQUILIBRE FRAGILE : L'UTILE PREND LE PAS SUR L'AGRÉABLE

## SHOPPING, CONVIVIALITÉ ET CULTURE ATTIRENT MOINS EN CENTRE-VILLE

Q.10 – 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

## Q.10 – Quelles sont les occasions lors desquelles vous fréquentez votre centre-ville?

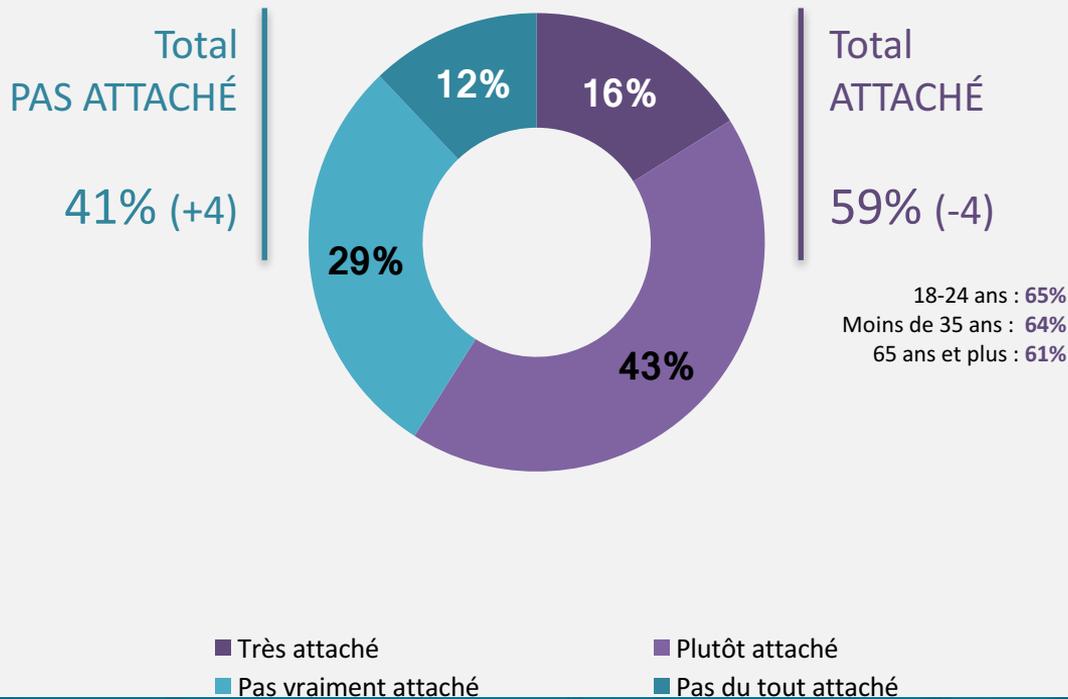
Base : se rend en centre-ville (n=986) – Plusieurs réponses possibles

Province - 50 000 habitants	Province 50 à 100 000 habitants	Province + 100 000 habitants	Grande Couronne	Petite Couronne	Paris
<p>Pour me rendre à un RDV personnel (médecin, coiffeur...) <b>51%</b></p> <p>Pour effectuer des démarches administratives (CAF, mairie, poste, banque, opérateur de téléphonie...) <b>51%</b></p> <p>Pour faire des courses alimentaires <b>41%</b></p>	<p>Pour effectuer des démarches administratives (CAF, mairie, poste, banque, opérateur de téléphonie,...) <b>59%</b></p> <p>Pour me rendre à un RDV personnel (médecin, coiffeur...) <b>57%</b></p> <p>Pour faire du shopping (habillement, produits de beauté, livres, décoration, maison...) <b>44%</b></p>	<p>Pour faire du shopping (habillement, produits de beauté, livres, décoration, maison...) <b>54%</b></p> <p>Pour me rendre à un RDV personnel (médecin, coiffeur...) <b>48%</b></p> <p>Pour flâner / se promener dans la rue <b>47%</b></p>	<p>Pour faire des courses alimentaires <b>56%</b></p> <p>Pour effectuer des démarches administratives (CAF, mairie, poste, banque, opérateur de téléphonie...) <b>51%</b></p> <p>Pour me rendre à un RDV personnel (médecin, coiffeur...) <b>45%</b></p>	<p>Pour faire des courses alimentaires <b>64%</b></p> <p>Pour me rendre à un RDV personnel (médecin, coiffeur...) <b>51%</b></p> <p>Pour effectuer des démarches administratives (CAF, mairie, poste, banque, opérateur de téléphonie...) <b>51%</b></p>	<p>Pour faire des courses alimentaires <b>71%</b></p> <p>Pour rencontrer des amis, proches <b>68%</b></p> <p>Pour se retrouver dans un lieu convivial (c'est-à-dire restaurants, bars) <b>68%</b></p>

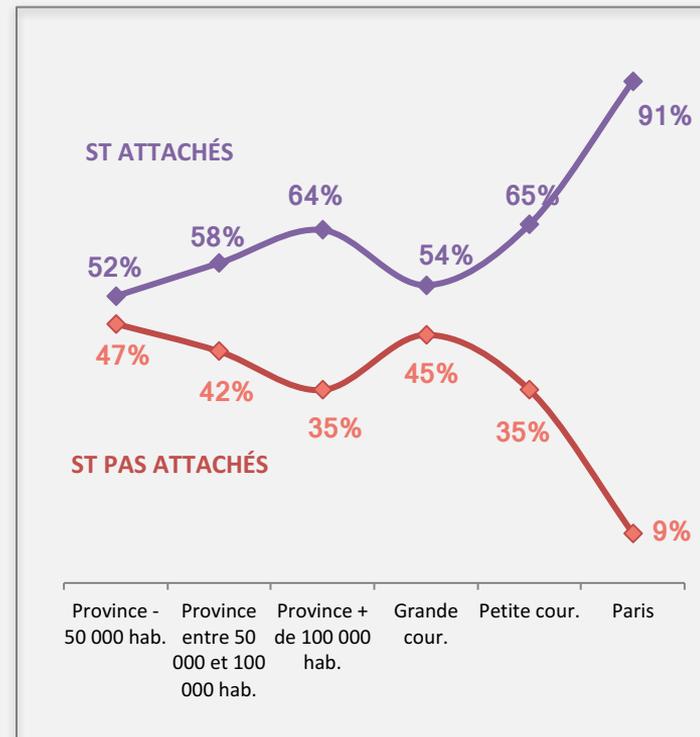
# UN ATTACHEMENT QUI RESTE FORT, MALGRÉ UNE BAISSÉ

Q11 – Vous personnellement êtes-vous attaché à votre centre-ville?

Base : ensemble (n=1000)



Selon la catégorie d'agglomération



# 12<sup>e</sup> ASSISES NATIONALES DU CENTRE-VILLE

## Les problèmes de stationnement : le 1<sup>er</sup> frein à l'attractivité des centres-villes



# PREMIÈRE RAISON ÉVOQUÉE PAR CEUX QUI SE TIENNENT À DISTANCE DU CENTRE-VILLE : LE STATIONNEMENT

NQ.8 – Quelles sont les raisons pour lesquelles vous fréquentez moins ou jamais votre centre-ville?

Base : moins souvent ou jamais (n=366) – Nouvelle question 2017 – Plusieurs réponses possibles

# 1

48%

Parce que le stationnement est cher et rare

-50.000 hab. : 46%  
50-100 000 hab. : 47%\*  
+100.000 hab. : 55%  
IDF : 35%\*\*

# 2

39%

Parce que le choix de commerces reste limité

# 3

30%

Parce que l'accès reste compliqué

Parce que je n'y habite pas/plus

# 4

27%

Parce que j'effectue mes démarches administratives en ligne

# 5

23%

Parce que j'effectue mes achats en ligne

# 6

20%

Parce que je n'y travaille pas / plus

# 7

17%

Parce qu'il n'y a pas d'animations/d'évènements

# 8

14%

Parce que je ne m'y sens pas en sécurité

# 9

13%

Parce qu'il manque de lieux de convivialité

# 10

12%

Parce que le centre-ville est mal entretenu, sale

# 11

12%

Parce que je n'y trouve pas assez d'espaces verts

# 12

7%

Parce que certains services publics et administratifs ont disparu

\* Base faible, résultat à interpréter avec prudence

\*\* Les bases sont trop faibles pour isoler les résultats auprès des strates grande couronne, petite couronne et Paris intra-muros

# DES RAISONS DE MISE À DISTANCE QUI VARIENT SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION

## NQ.8 – Quelles sont les raisons pour lesquelles vous fréquentez moins ou jamais votre centre-ville?

Base : moins souvent ou jamais (n=366) – Nouvelle question 2017 – Plusieurs réponses possibles

### Province - 50 000 habitants

Parce que le stationnement est cher et rare **46%**

Parce que le choix de commerces reste limité / ne me satisfait pas **42%**

Parce que je n'y habite pas / plus **34%**

### Province à 50 000 à 100 000 habitants

Parce que le choix de commerces reste limité / ne me satisfait pas **57%**

Parce que le stationnement est cher et rare **47%**

Parce qu'il n'y a pas d'animations / évènements spécifiques / évènements culturels **28%**

### Province + 100 000 habitants

Parce que le stationnement est cher et rare **55%**

Parce que l'accès reste compliqué (en transports en commun ou en véhicule personnel) **36%**

Parce que j'effectue mes démarches administratives en ligne **35%**

### Île de France\*

Parce que le choix de commerces reste limité / ne me satisfait pas **57%**

Parce que le stationnement est cher et rare **35%**

Parce que j'effectue mes démarches administratives en ligne **28%**

\* Les bases de répondants sont trop faibles pour isoler les résultats auprès des strates grande couronne, petite couronne et Paris intra-muros

# A L'INVERSE, CEUX QUI Y VONT AUTANT OU PLUS QUE PAR LE PASSÉ APPRÉCIENT SURTOUT SON ACCESSIBILITÉ

NQ.8Bis – Quelles sont les raisons pour lesquelles vous fréquentez autant ou plus votre centre-ville?

Base : autant ou plus souvent (n=638) – Nouvelle question 2017 – Plusieurs réponses possibles

# 1

41%

Parce qu'il est facile d'accès

# 2

35%

Parce qu'il est agréable, qu'il fait bon y flâner  
Parce que j'y habite

# 3

34%

Parce qu'il offre un large choix de commerces

# 4

32%

Parce qu'il offre de nombreux lieux de convivialité

# 5

31%

Parce que j'aime sa dimension humaine, chaleureuse

# 6

28%

Parce qu'il est animé/ vivant

# 7

27%

Parce que je préfère me rendre dans les boutiques [...]

# 8

16%

Parce qu'on y trouve des activités de loisirs pour tous

# 9

15%

Parce qu'il est facile d'y stationner

# 10

14%

Parce qu'il y a de nombreux espaces verts

# 11

10%

Parce que j'y travaille

# LES HABITANTS DES COMMUNES DE PLUS DE 100 000 HABITANTS METTENT EN AVANT L'ANIMATION ET LA CONVIVIALITÉ

## NQ.8Bis – Quelles sont les raisons pour lesquelles vous fréquentez autant ou plus votre centre-ville?

Base : autant ou plus souvent (n=638) – Nouvelle question 2017 – Plusieurs réponses possibles

### Province - 50 000 habitants

Parce qu'il est facile d'y accéder **40%**

Parce qu'il offre de nombreux lieux de convivialité (restaurants, bars) **32%**

Parce que j'aime sa dimension humaine, chaleureuse **28%**

### Province 50 000 à 100 000 habitants

Parce qu'il est facile d'y accéder **39%**

Parce qu'il offre un large choix de commerces **38%**

Parce qu'il est agréable, qu'il fait bon y flâner **37%**

### Province + 100 000 habitants

Parce qu'il offre de nombreux lieux de convivialité (restaurants, bars) **48%**

Parce qu'il est animé / vivant (événements populaires, culturels) **44%**

Parce qu'il offre un large choix de commerces **44%**

### Grande Couronne

Parce qu'il est facile d'y accéder **34%**

Parce qu'il est agréable, qu'il fait bon y flâner **32%**

Parce que j'y habite **29%**

### Petite Couronne

Parce que j'y habite **42%**

Parce qu'il est facile d'y accéder **41%**

Parce qu'il offre un large choix de commerces **31%**

### Paris

Parce que j'y habite **85%**

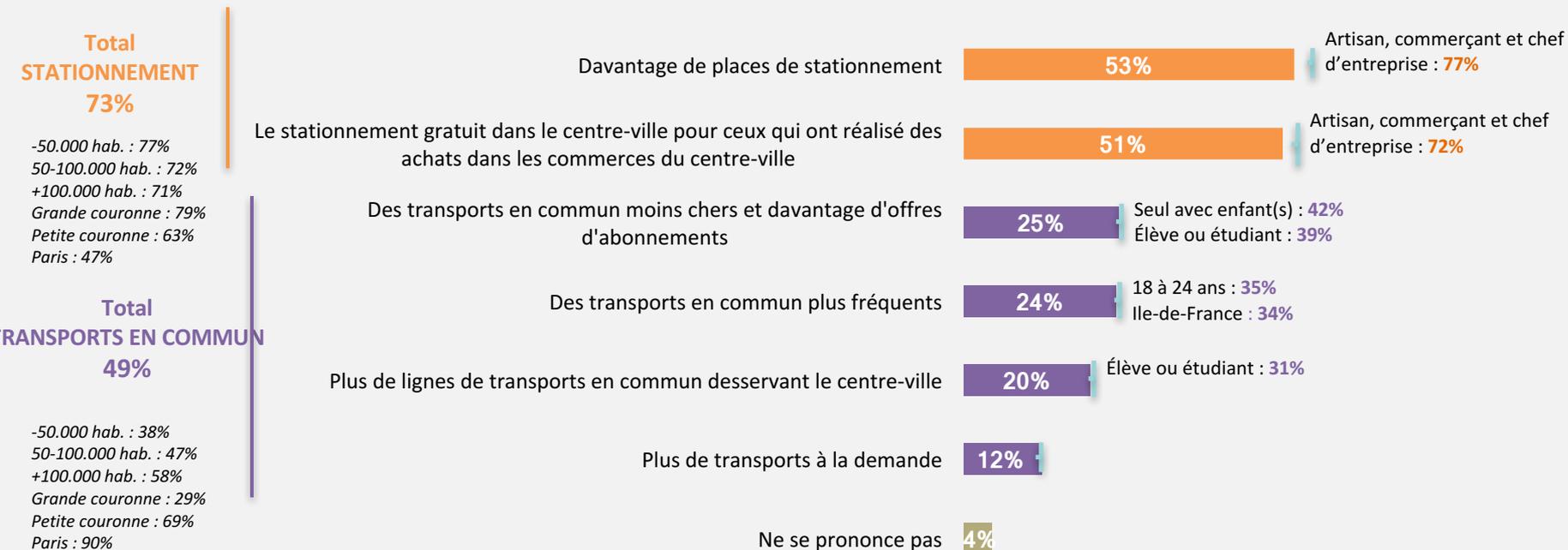
Parce qu'il offre un large choix de commerce **68%**

Parce qu'il offre de nombreux lieux de convivialité (restaurants, bars) **68%**

# LE STATIONNEMENT : CLÉ DE L'AMÉLIORATION DE L'ACCESSIBILITÉ DES CENTRES-VILLES

**NQ.11C – Et concernant l'accessibilité et les déplacements en centre-ville, qu'est-ce qui vous donnerait envie de venir ou de venir encore plus souvent en centre-ville ?**

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



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

# 12<sup>e</sup> ASSISES NATIONALES DU CENTRE-VILLE

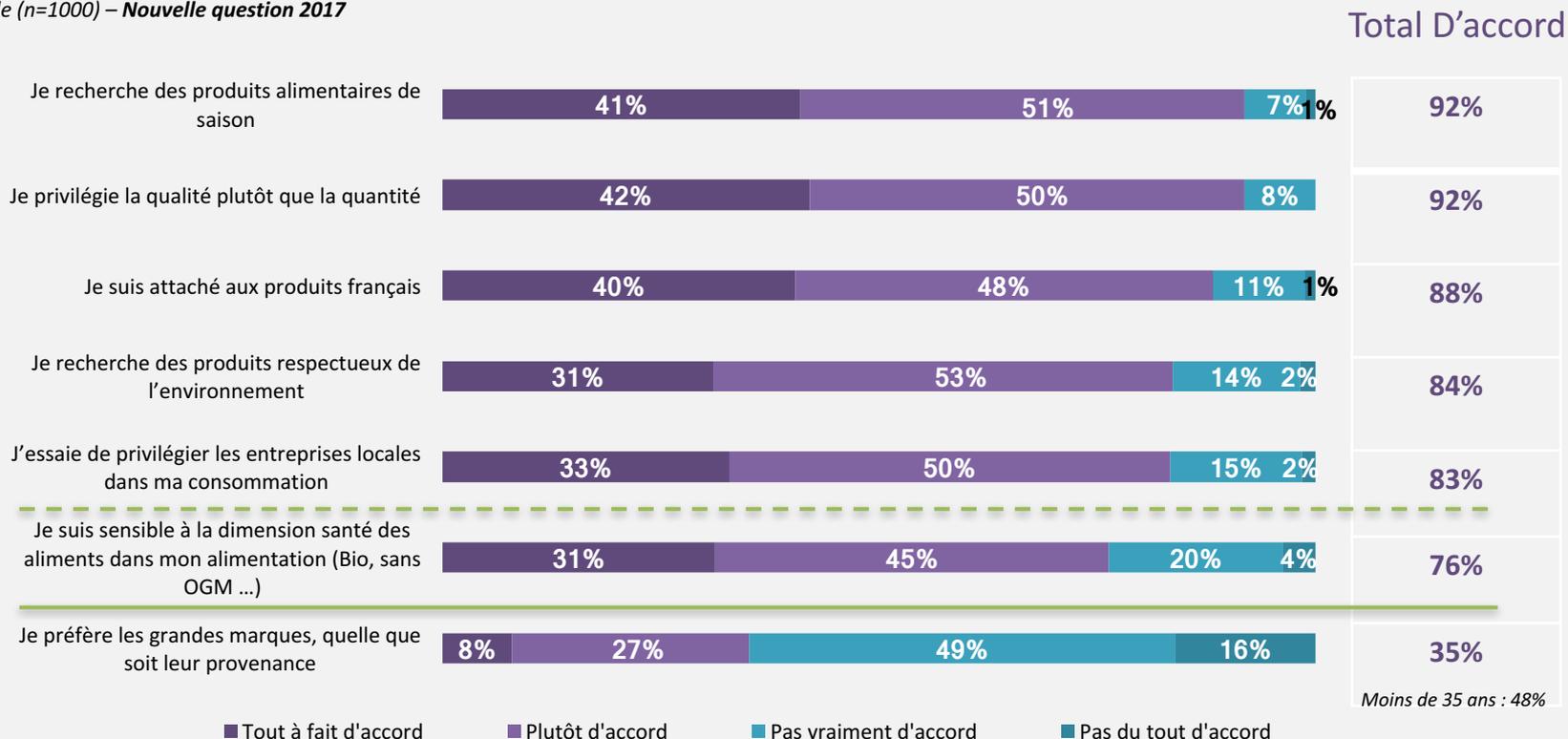
**Etoffer l'offre commerciale,  
2<sup>nd</sup> levier pour le renouveau  
du centre-ville**



# UN CONTEXTE FORT : UN DÉSIR DE CONSOMMER PLUS RESPONSABLE, PLUS LOCAL, PLUTÔT QUE DES MARQUES CONNUES

## NQ.12 – Etes-vous plutôt d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes... ?

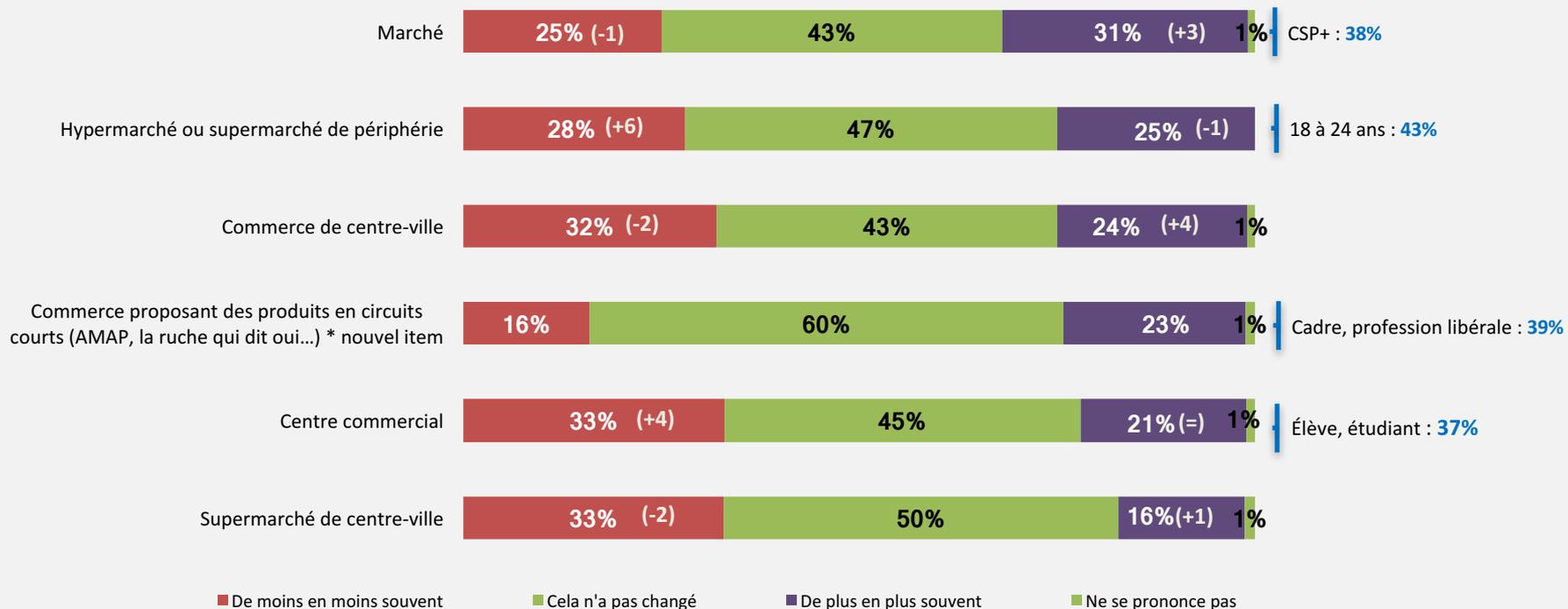
Base : ensemble (n=1000) – Nouvelle question 2017



# LES FRANÇAIS SE TOURNENT DE PLUS EN PLUS VERS LES PETITS COMMERCES DE PROXIMITÉ, LES MARCHÉS

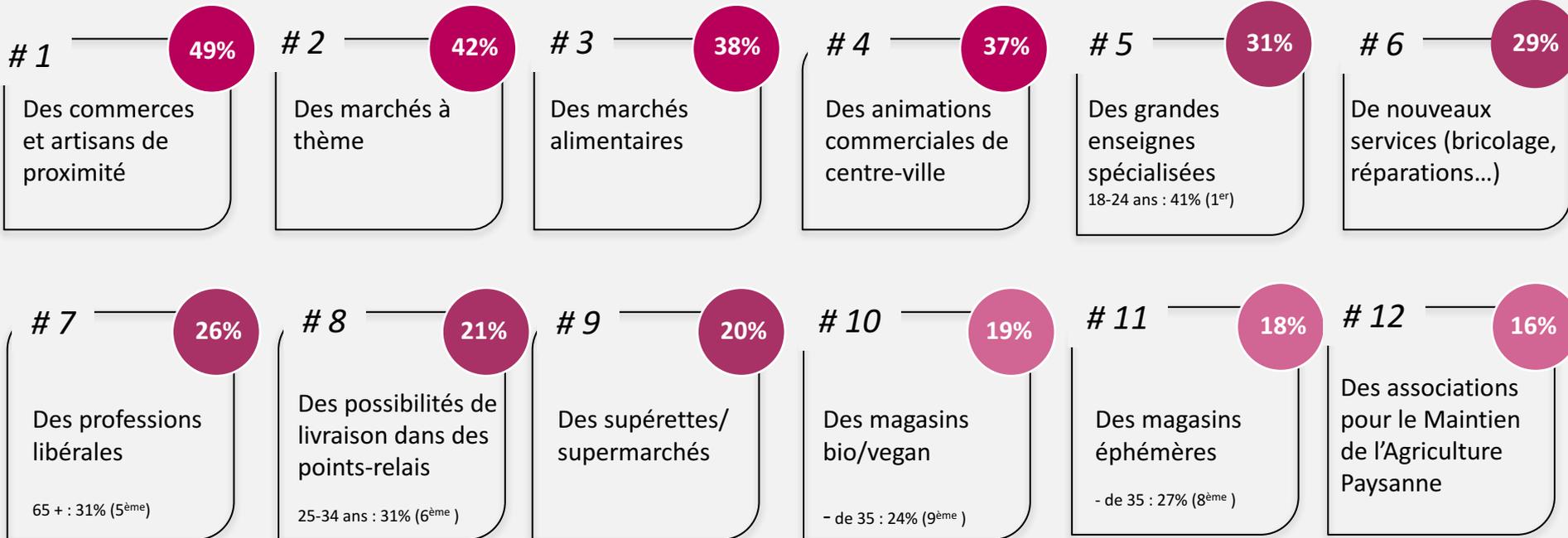
Q.16 – Pour chacun des lieux suivants, diriez-vous que vous le fréquentez...

Base : ensemble (n=1000)



# ...C'EST CE QU'ILS SOUHAITENT RETROUVER DANS LEURS CENTRES-VILLES

NQ.11A – 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 ?



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

# UN CONSTAT PARTAGÉ QUELLE QUE SOIT LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION

NQ.11A – 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 ?

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

Province  
- 50 000 habitants

Des commerces et artisans de proximité **49%**

Des marchés à thème (régionaux, culinaires, de Noël...) **40%**

Des marchés alimentaires **34%**

Province 50 000  
à 100 000 habitants

Des commerces et artisans de proximité **44%**

Des animations commerciales de centre-ville (braderies, offres tarifaires, soldes sur certaines périodes...) **42%**

Des marchés alimentaires **38%**

Province  
+ 100 000 habitants

Des marchés à thème (régionaux, culinaires, de Noël...) **46%**

Des commerces et artisans de proximité **45%**

Des animations commerciales de centre-ville (braderies, offres tarifaires, soldes sur certaines périodes...) **42%**

Grande Couronne

Des commerces et artisans de proximité **58%**

Des marchés alimentaires **45%**

Des marchés à thème **33%**

Petite Couronne

Des commerces et artisans de proximité **55%**

Des marchés à thème **47%**

Des animations commerciales de centre ville **36%**

Paris

Des commerces et artisans de proximité **71%**

Des marchés alimentaires **56%**

Des marchés à thème **49%**

# DES ANIMATIONS ET DES ÉVÈNEMENTS : LES PRINCIPAUX INGRÉDIENTS DU RÉ-ENCHANTEMENT

NQ.11D – Et parmi les autres critères suivants, qu'est-ce qui vous donnerait envie de venir ou de venir encore plus souvent en centre-ville ?

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



**#1 Des animations de quartier**

Ouvriers : 52% (1<sup>er</sup>)  
18-24 : 37% (3<sup>ème</sup>)



**#2 Des évènements ponctuels**



**#3 Une carte de fidélité « centre-ville »**

Femmes : 37% (3<sup>ème</sup>)  
65 + : 37% (2<sup>ème</sup>)



**#4 Des équipements culturels**

Etudiants : 51% (1<sup>er</sup>)  
Cadres : 45% (1<sup>er</sup>) 18-24 : 38% (2<sup>ème</sup>)



**#5 Du wifi gratuit dans la rue**

18-24 : 39% (1<sup>er</sup>)



**#6 Un environnement architectural harmonieux**



**#7 Une communication plus précise et régulière**



**#8 Des offres d'animations dédiées aux enfants**



**#9 Une signalétique efficace**



**#10 Des écrans digitaux**

18-24 : 18% (8<sup>ème</sup>)



**#11 Une information proactive en temps réel**



**#12 Des services de conciergerie**



**#13 Des espaces de coworking**

# DES INGRÉDIENTS QUI PEUVENT VARIER SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION

NQ.11D – Et parmi les autres critères suivants, qu'est-ce qui vous donnerait envie de venir ou de venir encore plus souvent en centre-ville ?

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

Province  
- 50 000 habitants

Des animations de quartier (diners, fêtes, brocantes, braderies...) **42%**

Des évènements ponctuels qui font du centre-ville une destination unique **35%**

Une carte de fidélité « centre-ville » **31%**

Province 50 000  
à 100 000 habitants

Des animations de quartier (diners, fêtes, brocantes, braderies...) **47%**

Des évènements ponctuels qui font du centre-ville une destination unique **38%**

Une carte de fidélité « centre-ville » **36%**

Province  
+ 100 000 habitants

Des évènements ponctuels qui font du centre-ville une destination unique **49%**

Des animations de quartier (diners, fêtes, brocantes, braderies...) **43%**

Une carte de fidélité « centre-ville » **36%**

Grande Couronne

Des équipements culturels **43%**

Des animations de quartier **41%**

Une carte de fidélité « centre ville » **27%**

Petite Couronne

Des animations de quartier **50%**

Des évènements ponctuels qui font du centre-ville une destination unique **36%**

Des équipements culturels **32%**

Paris

Des animations de quartier **61%**

Des équipements culturels **51%**

Un environnement architectural harmonieux **46%**

# DES MAGASINS OUVERTS À L'HEURE DU DÉJEUNER ET LE DIMANCHE MATIN, LES SOLUTIONS PRIVILÉGIÉES...

**NQ.11B – 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 ?**

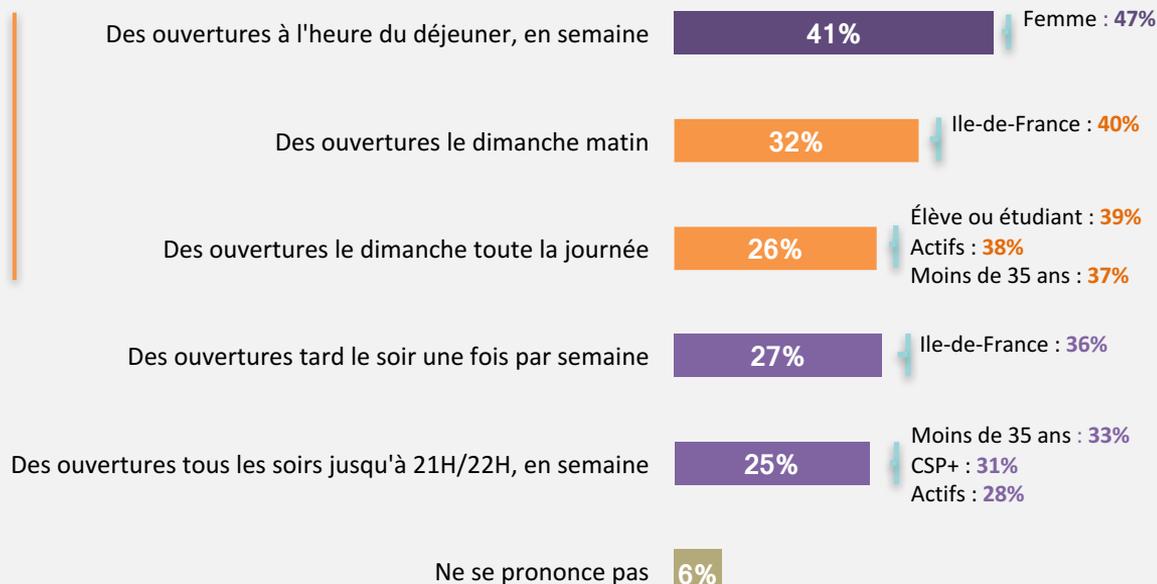
Base : ensemble (n=1000) - **Nouvelle question 2017** – Plusieurs réponses possibles

## Total OUVERTURE LE DIMANCHE 51%

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

## Total OUVERTURE LE SOIR EN SEMAINE 45%

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

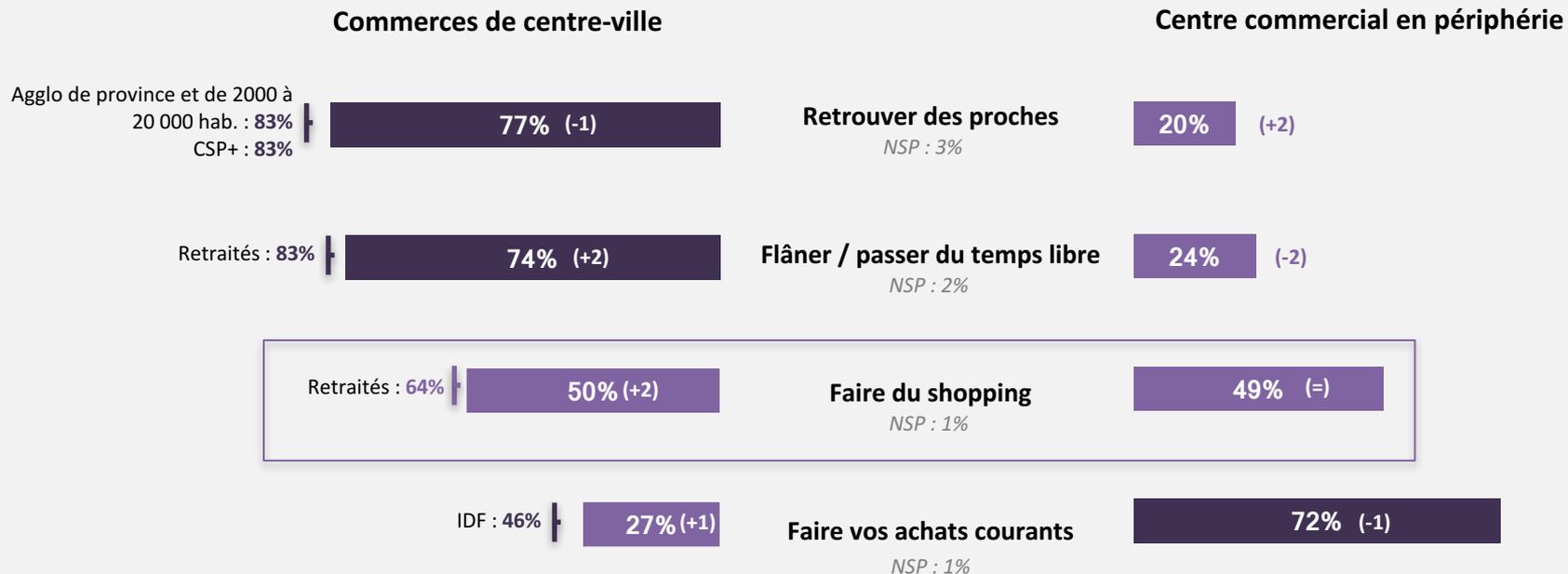


Plusieurs réponses possibles, la somme des réponses est supérieure à 100%

# ...POUR PERMETTRE D'Y RETROUVER SES PROCHES ET FLÂNER

Q.12 – Si vous aviez à choisir entre des commerces de centre-ville et un centre commercial implanté en périphérie, lequel privilégieriez-vous pour...?

Base : ensemble (n=1000)





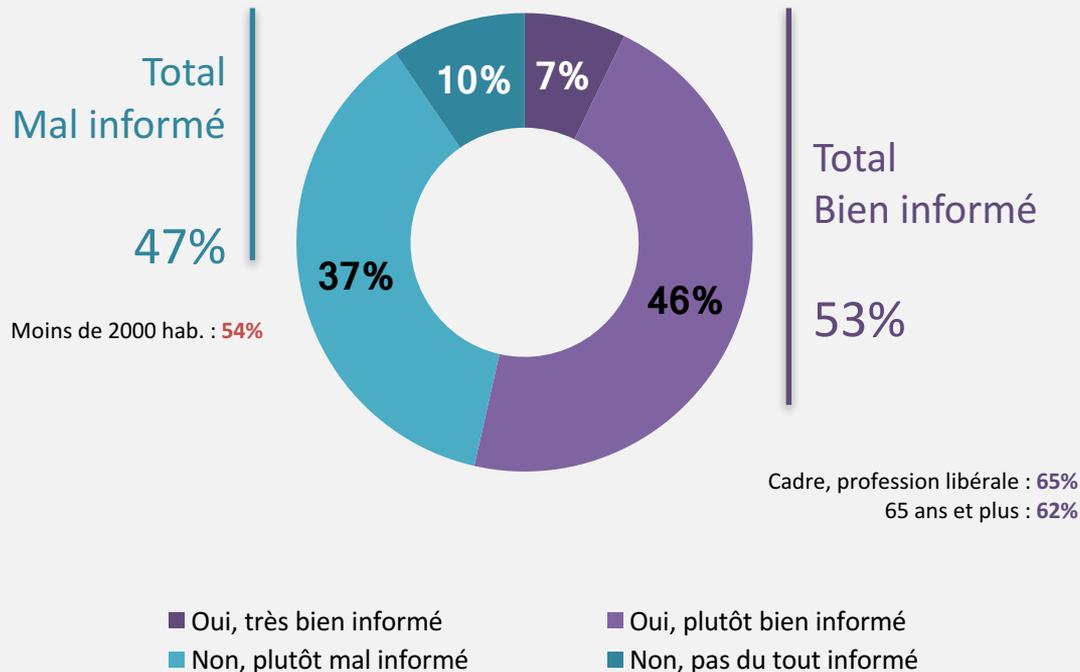
# 12<sup>e</sup> ASSISES NATIONALES DU CENTRE-VILLE

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

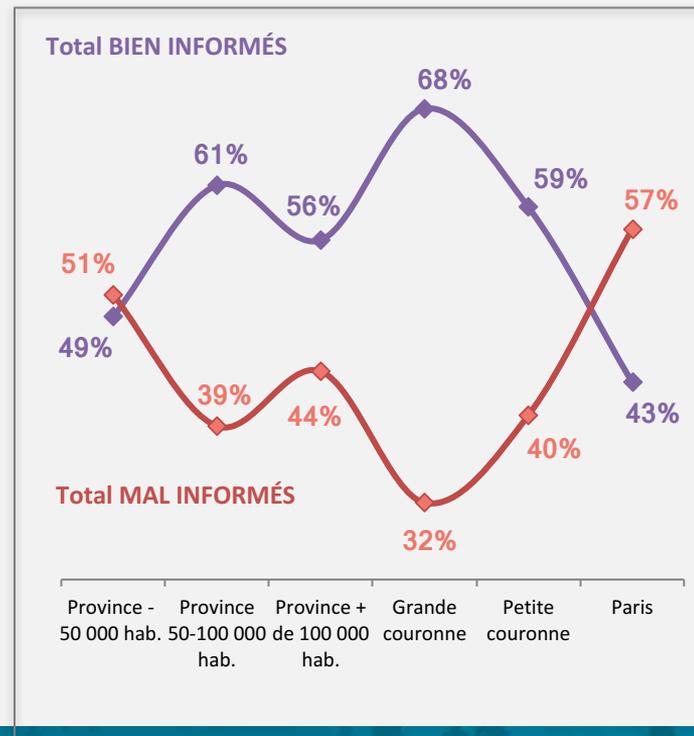
# LES FRANÇAIS SE SENTENT MOYENNEMENT INFORMÉS PAR LA MAIRIE SUR LES PROJETS DANS LEUR CENTRE-VILLE

**NQ.25 – 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) – Nouvelle question 2017



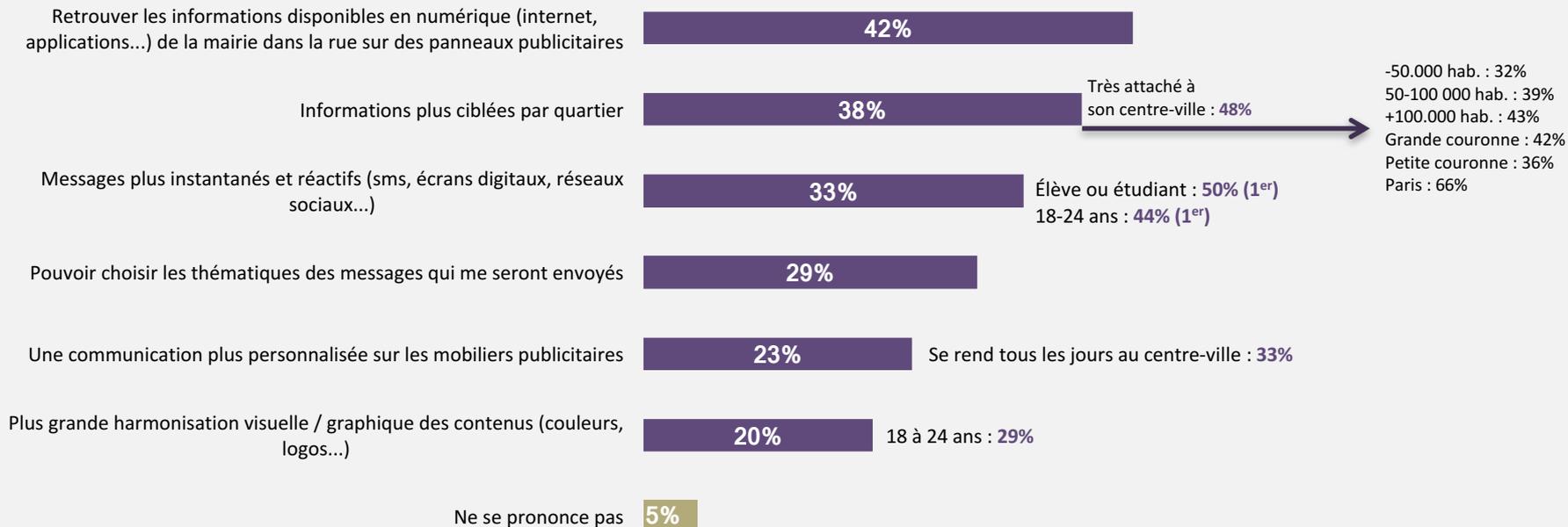
Selon la catégorie d'agglomération



# POUR COMBLER CE MANQUE, ILS PRÉCONISENT PLUS D'INFORMATIONS EN FORMAT NUMÉRIQUE ET DAVANTAGE CIBLÉE

**NQ.17 – D'après vous, comment la mairie pourrait-elle optimiser sa communication pour être plus efficace ?**

Base : ensemble (n=1000) – Nouvelle question 2017

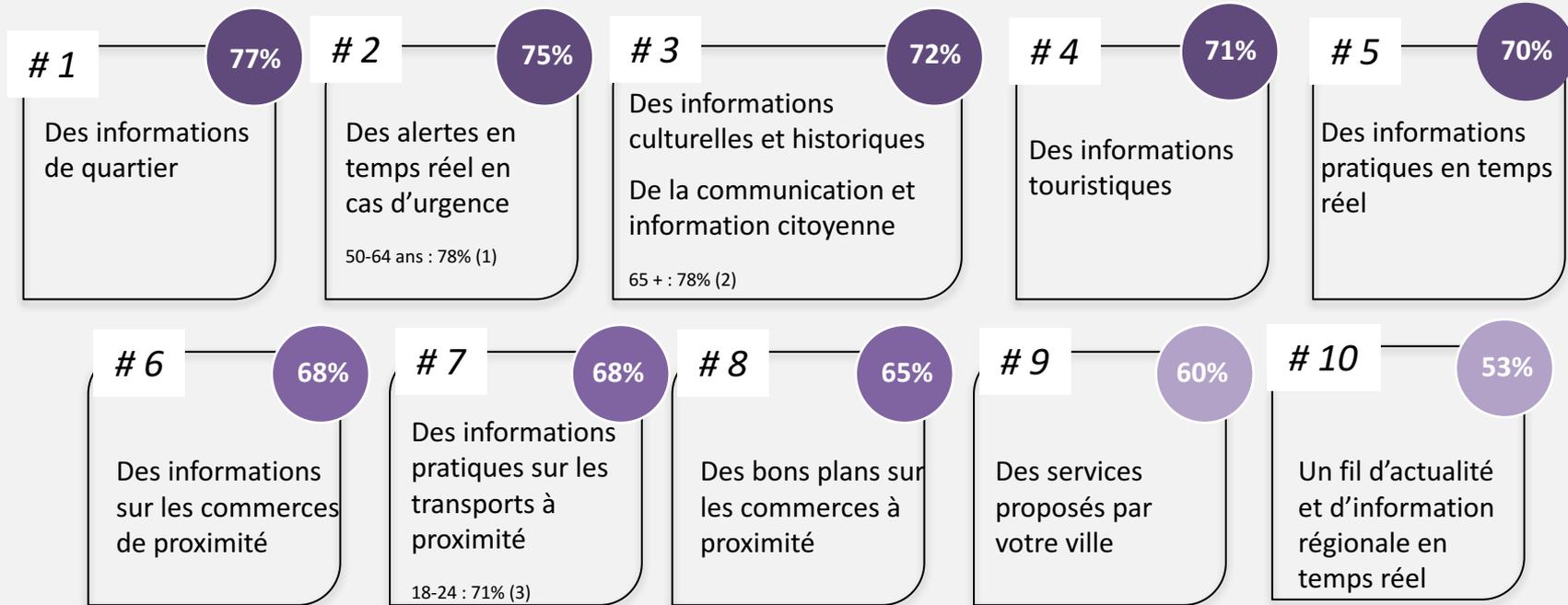


Plusieurs réponses possibles, la somme des réponses est supérieure à 100%

# DES FRANÇAIS RÉCEPTIFS AU CONCEPT D'ÉCRANS DIGITAUX DIFFUSEURS D'INFORMATION DANS LES RUES

NQ.15 – 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



# DES FRANÇAIS RÉCEPTIFS AU CONCEPT D'ÉCRANS DIGITAUX DIFFUSEURS D'INFORMATION DANS LES RUES

**NQ.15 – 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

**Province  
- 50 000 habitants**

Des informations de quartier (agendas, évènements, expositions, commerces) **75%**

Des informations touristiques **72%**

Des alertes en temps réel en cas d'urgence (attentat, enlèvement, tempête, inondation) **72%**

**Province 50 000  
à 100 000 habitants**

Des alertes en temps réel en cas d'urgence (attentat, enlèvement, tempête, inondation) **84%**

De la communication et information citoyenne **78%**

Des informations de quartier (agendas, évènements, expositions, commerces) **75%**

**Province  
+ 100 000 habitants**

Des informations de quartier (agendas, évènements, expositions, commerces) **76%**

Des alertes en temps réel en cas d'urgence (attentat, enlèvement, tempête, inondation) **75%**

Des informations culturelles et historiques **74%**

**Grande Couronne**

Des informations de quartier **81%**

Des alertes en temps réel en cas d'urgence **79%**

Des informations pratiques sur les transports à proximité **77%**

**Petite Couronne**

Des informations de quartier **84%**

Des alertes en temps réel en cas d'urgence **79%**

Des informations pratiques sur les transports à proximité **78%**

**Paris**

Des informations de quartier **85%**

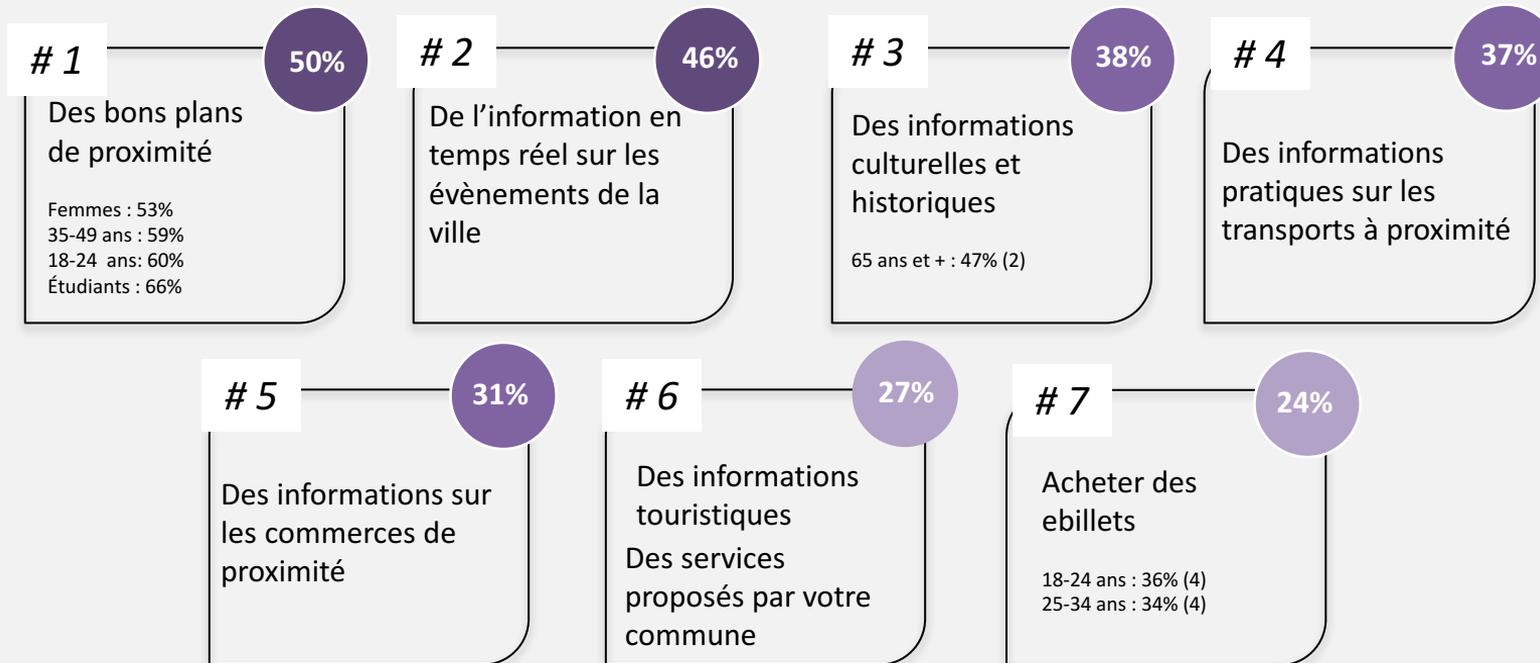
Des alertes en temps réel en cas d'urgence **83%**

Des informations pratiques sur les transports à proximité **83%**

# ... L'INTER-MODALITÉ SÉDUIT ÉGALEMENT, MAIS DANS UNE MOINDRE MESURE

**NQ.16 – Seriez-vous intéressé de recevoir des compléments d'information sur votre mobile concernant les campagnes / services affichés en apposant votre mobile sur un panneau ?**

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



# LES BONS PLANS DE PROXIMITÉ SUSCITENT DAVANTAGE D'INTÉRÊT EN PROVINCE

**NQ.16 – Seriez-vous intéressé de recevoir des compléments d'information sur votre mobile concernant les campagnes / services affichées en apposant votre mobile sur un panneau ?**

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

**Province**  
- 50 000 habitants

Des bons plans (réductions, promotions, coupons...) de proximité **46%**

De l'information en temps réel sur les évènements de la ville **44%**

Des informations culturelles et historiques **35%**

**Province 50 000**  
à 100 000 habitants

Des bons plans (réductions, promotions, coupons...) de proximité **51%**

De l'information en temps réel sur les évènements de la ville **50%**

Des informations culturelles et historiques **39%**

**Province**  
+ 100 000 habitants

Des bons plans (réductions, promotions, coupons...) de proximité **53%**

De l'information en temps réel sur les évènements de la ville **50%**

Des informations culturelles et historiques **41%**

**Grande Couronne**

Des bons plans (réductions, promotions, coupons...) de proximité **51%**

De l'information en temps réel sur les évènements de la ville **42%**

Des informations pratiques sur les transports à proximité **37%**

**Petite Couronne**

Des informations pratiques sur les transports à proximité **55%**

Des bons plans (réductions, promotions, coupons...) de proximité **54%**

De l'information en temps réel sur les évènements de la ville **40%**

**Paris**

Des informations pratiques sur les transports à proximité **56%**

Des informations culturelles et historiques **56%**

Des informations sur les commerces de proximité **51%**

# 12<sup>e</sup> ASSISES NATIONALES DU CENTRE-VILLE

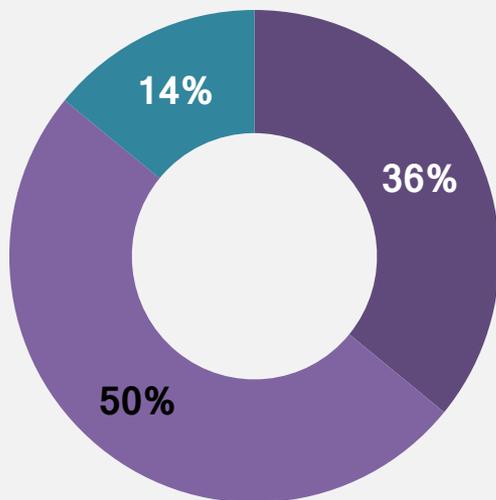
**Le centre-ville de demain  
doit se construire  
avec tous**



# LA MODERNISATION DES CENTRES-VILLES: UN OBJECTIF IMPORTANT POUR LES MAIRES MAIS DONT LA PRIORITÉ N'EST PAS ENCORE SUFFISAMMENT PRISE EN COMPTE

**Q.4 – Avez-vous le sentiment que la modernisation des centres-villes constitue aujourd'hui pour les maires un objectif... ?**

Base : ensemble (n=1000)



Très attaché au centre-ville : 57%

A déjà donné son avis sur la vie locale : 41%

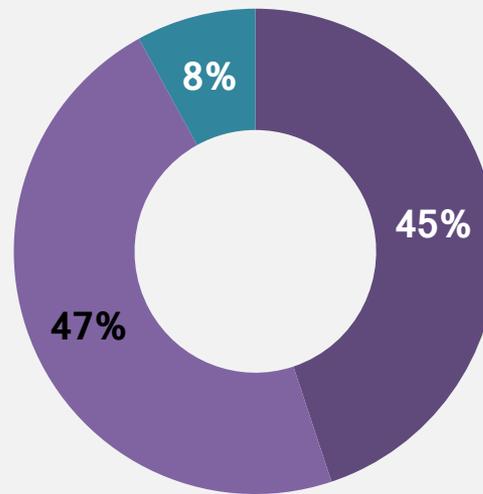
-50.000 hab. : 31%  
 50-100.000 hab. : 39%  
 +100.000 hab. : 41%  
 Grande couronne : 32%  
 Petite couronne : 41%  
 Paris : 37%

**Total IMPORTANT**

86% (-2)

**Q.5 – Et diriez-vous que la modernisation des centres-villes doit constituer pour les maires un objectif... ?**

Base : ensemble (n=1000)



Très attaché au centre-ville : 65%

Centre-ville en déclin : 52%  
 CSP + : 50%

-50.000 hab. : 43%  
 50-100.000 hab. : 50%  
 +100.000 hab. : 45%  
 Grande couronne : 45%  
 Petite couronne : 49%  
 Paris : 37%

**Total IMPORTANT**

92% (=)

■ Tout à fait prioritaire

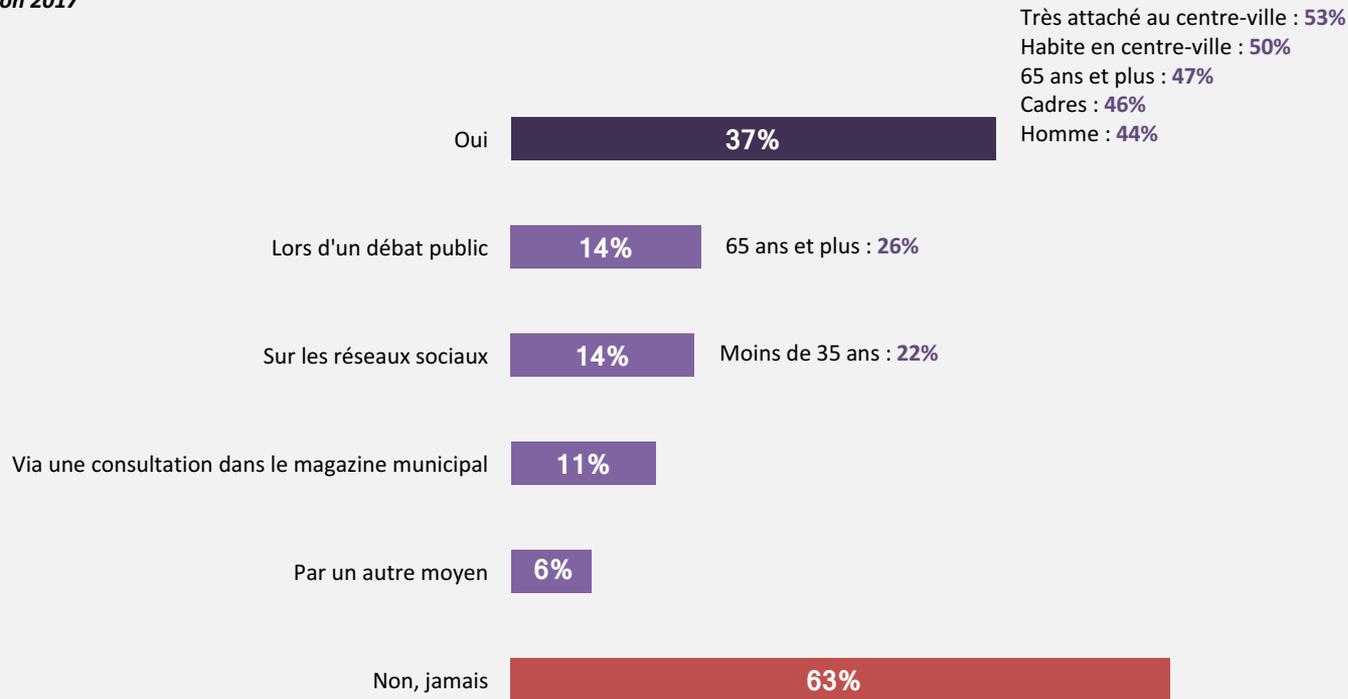
■ Important mais pas prioritaire

■ Secondaire

# PLUS D'UN FRANÇAIS SUR TROIS AURAIT DÉJÀ DONNÉ SON AVIS SUR LA VIE LOCALE

## NQ.19 – Avez-vous déjà donné votre avis sur la vie locale... ?

Base : ensemble (n=1000) – Nouvelle question 2017

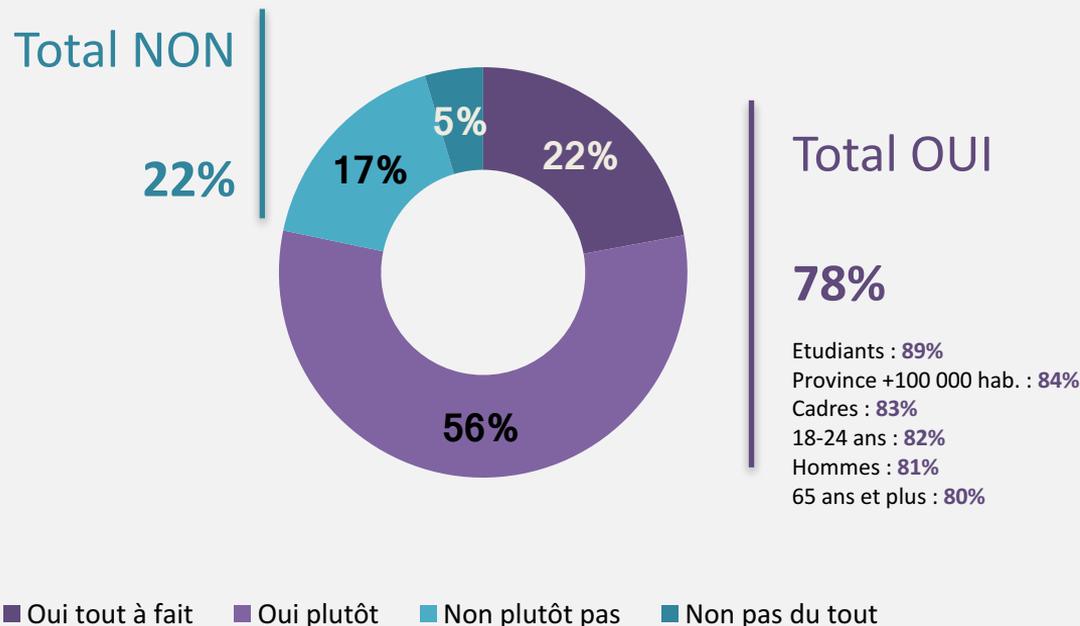


Plusieurs réponses possibles, la somme des réponses est supérieure à 100%

# UNE FORTE VOLONTÉ DES FRANÇAIS D'ÊTRE PARTIE-PRENANTE DANS LA CONSTRUCTION DE LEUR CENTRE-VILLE DE DEMAIN

**NQ.23 – A l'avenir, souhaiteriez-vous être davantage consulté et associé à la construction de votre centre-ville de demain ?**

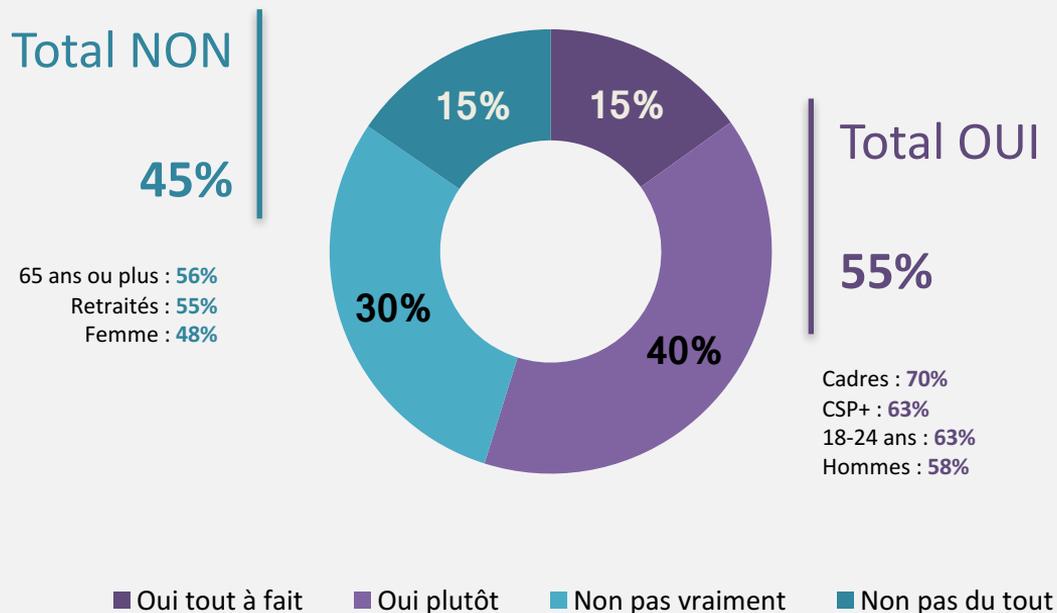
Base : ensemble (n=1000) – Nouvelle question 2017



# ILS SONT PLUTÔT FAVORABLES À LA CONSULTATION VIA UNE APPLI MOBILE

NQ.21 – Et 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) – Nouvelle question 2017



# BAROMÈTRE DU CENTRE-VILLE ET DES COMMERCES

Usages et attentes des Français

Juin 2017



**Quentin LLEWELLYN** – CSA Research

Directeur d'études Pôle Society

**Pierre CREUZET** – Centre-Ville en Mouvement

Directeur-Fondateur

**Jacques CHANTILLON** – Clear Channel

Directeur Général Adjoint Réseau et Transformation





# 12<sup>e</sup> ASSISES NATIONALES DU CENTRE-VILLE

## 2<sup>ÈME</sup> BAROMÈTRE « PERCEPTIONS ET REPRÉSENTATIONS DU CENTRE-VILLE »



**Quentin LLEWELLYN**  
Directeur d'études Pôle  
Society



**Pierre CREUZET**  
Directeur-Fondateur de  
Centre-Ville en mouvement



**Jacques CHANTILLON**  
Directeur Général Adjoint  
Réseau et Transformation