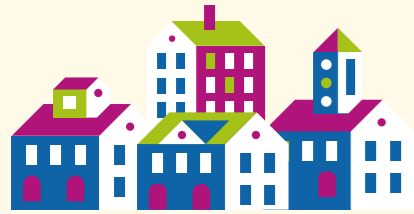


PROGRAMME ACTION COEUR DE VILLE



75%

**DES HABITANTS DES VILLES
ACTION COEUR DE VILLE
JUGENT LE PROGRAMME NATIONAL UTILE**



55%

**DES HABITANTS DES VILLES
ACTION COEUR DE VILLE
DISENT CONNAITRE LE PROGRAMME**

11^E BAROMETRE DU CENTRE-VILLE ET DES COMMERCES

INFORMATIONS ET AFFICHAGE URBAIN



**DES FRANÇAIS JUGENT
LEUR CENTRE-VILLE
«CONNECTÉ»**

+7 pts vs 2024

70%

**DES FRANÇAIS SOUHAITENT
ACCÉDER À DES INFORMATIONS
SUR LA VIE DE QUARTIER
VIA DES ÉCRANS DIGITAUX DE RUE**



agence nationale
de la cohésion
des territoires



69%

**DES FRANÇAIS SOUHAITENT
DES ALERTES EN TEMPS RÉEL
EN CAS D'URGENCE**



64%

**DES FRANÇAIS SERAIENT
INTÉRESSÉS PAR DES
INFORMATIONS SUR LES
COMMERCES DE PROXIMITÉ**

58%

**DES FRANÇAIS SERAIENT
INTÉRESSÉS PAR DES
BONS PLANS ET PROMOTIONS
GÉOLOCALISÉS**



En 2026, l'attachement des Français à leur centre-ville se révèle toujours plus fort. À l'heure où les écrans occupent une place prépondérante dans nos vies, le centre-ville s'affirme comme un **lieu essentiel de lien social, de convivialité et de partage**. Il est devenu une véritable **destination**, et les citoyens y plébiscitent les terrasses de café, marchés, festivals culturels, vide-greniers/brocantes et autres animations.

Les Français considèrent de plus en plus que leur centre-ville est **«connecté»**. Sur les écrans digitaux, ils souhaitent principalement retrouver des **informations sur la vie de quartier, les commerces de proximité, des bons plans** et promotions géolocalisés, des **alertes en temps réel** en cas d'urgence.

La **vitalité et la diversité des commerces** de centre-ville s'imposent comme une **préoccupation majeure**, partout et plus encore dans les villes du **programme national Action Coeur de Ville**, dont l'**utilité est très largement reconnue** par les habitants.

Au lendemain des élections municipales, la très grande majorité des Français considèrent que **les maires doivent faire de la modernisation des centres-villes un objectif important ou prioritaire de leur mandat**, sachant qu'ils placent ces mêmes élus comme **les acteurs les plus pertinents pour agir** en la matière. Les Français considèrent également que cela doit faire partie des **objectifs du gouvernement**.

Autre enseignement clé, porteur d'espoir, **la jeune génération**, celle des moins de 35 ans, se dit **encore plus attachée et sensible à l'avenir des centres-villes** qui jouent le rôle de **«réseau social du réel»**.

Pierre Creuzet
Directeur Fondateur
de Centre-Ville en Mouvement

Jacques Chantillon
Directeur Général Adjoint
de Cityz Media

Dominique Consille
Directrice d'Action Coeur de Ville
et de Petites Villes de Demain à l'ANCT

UN ATTACHEMENT DE PLUS EN PLUS FORT AU FIL DES ANS



DES FRANÇAIS SONT **ATTACHÉS** À LEUR CENTRE-VILLE



+6 pts vs 2023

79% DES MOINS DE 35 ANS

71% DES HABITANTS DES VILLES DU PROGRAMME ACTION COEUR DE VILLE

DES FRANÇAIS SE RENDENT EN CENTRE-VILLE AU MOINS **1 FOIS PAR SEMAINE**



+2 pts vs 2025

85% DES MOINS DE 35 ANS

+6 pts vs 2025

74% DES HABITANTS DES VILLES DU PROGRAMME ACTION COEUR DE VILLE



DES ATTENTES ENCORE PLUS FORTES APRÈS LES MUNICIPALES



DES FRANÇAIS CONSIDÈRENT LA MODERNISATION DES CENTRES-VILLES COMME UN **OBJECTIF IMPORTANT OU PRIORITAIRE** POUR LEUR MAIRE



+2 pts vs 2025

89% DES HABITANTS DES VILLES DU PROGRAMME ACTION COEUR DE VILLE

84% DES FRANÇAIS CONSIDÈRENT QUE C'EST UN **OBJECTIF IMPORTANT OU PRIORITAIRE** POUR LE GOUVERNEMENT

+4 pts vs 2025

PRIORITÉ N°1 DES FRANÇAIS :



LA DYNAMISATION DES COMMERCES DE PROXIMITÉ EN CENTRE-VILLE

61% CONSIDÈRENT QUE LEUR CENTRE-VILLE PERD EN DIVERSITÉ COMMERCIALE

TOP 3 DES ACTEURS JUGÉS LES PLUS PERTINENTS POUR MODERNISER LES CENTRES-VILLES



54% COMMERCES

+14 pts vs 2025



71% MAIRES



31% CITOYENS

LES SOUHAITS ET PRÉOCCUPATIONS SOCIÉTALES



DES FRANÇAIS SE DISENT **PRÉOCCUPÉS** PAR LA VITALITÉ DE LEUR CENTRE-VILLE



72% DES MOINS DE 35 ANS

66% DES HABITANTS DES VILLES DU PROGRAMME ACTION COEUR DE VILLE

DES FRANÇAIS TOUJOURS ATTACHÉS À LEURS TERRASSES DE CAFÉ POUR LEUR CONTRIBUTION À



84% L'ANIMATION DES CENTRES-VILLES

DES FRANÇAIS QUI DEMANDENT TOUJOURS PLUS D'ANIMATIONS EN CENTRE-VILLE (TOP 3)

1



60%

PLUS DE MARCHÉS

2



49%

PLUS DE FESTIVALS CULTURELS

3



49%

PLUS DE VIDE-GRENIERS/BROCANTES

LE RÔLE DES MARCHÉS



DES FRANÇAIS DÉCLARENT SE RENDRE AU MOINS **UNE FOIS PAR MOIS AU MARCHÉ**



+14 pts vs 2023

65% DES MOINS DE 35 ANS



TOP 3 DES PRINCIPAUX MOTEURS

1



LA FRAÎCHEUR ET LA QUALITÉ DES PRODUITS

2



PRIVILÉGIER LES CIRCUITS COURTS

3



L'AMBIANCE GÉNÉRALE

LES PRIX RESTENT LE 1^{ER} FREIN