

# COMMERCES : CE QU'ATTENDENT LES FRANÇAIS

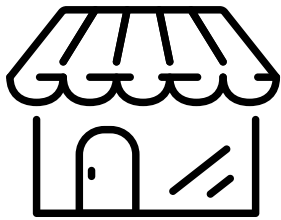


## UNE OFFRE COMMERCIALE INÉGALEMENT RÉPARTIE SUR LE TERRITOIRE

38%

DES FRANÇAIS

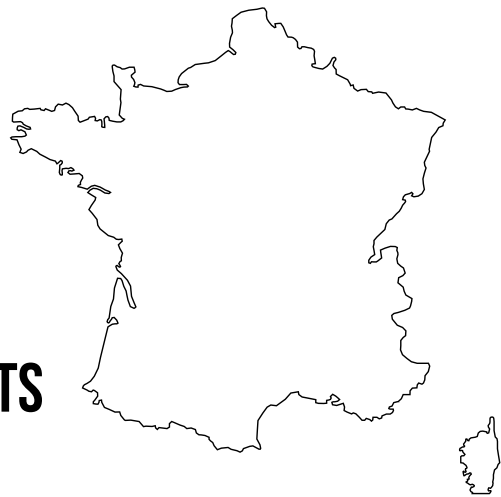
DÉCLARENT MANQUER DE COMMERCES INDÉPENDANTS,  
DE LIEUX CULTURELS OU DE GRANDES ENSEIGNES



55%

DES HABITANTS

DES VILLES DE MOINS DE 20 000 HABITANTS  
ESTIMENT L'OFFRE INSUFFISANTE



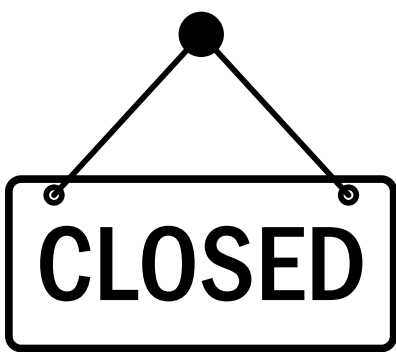
## FERMETURES DE COMMERCES : UN SIGNAL D'ALERTE

87%

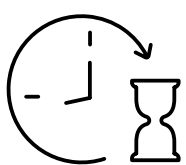
DES FRANÇAIS

JUGENT LES FERMETURES  
ALARMANTES

DONT 57% CHEZ LES 55 ANS+



## UN SEUIL PSYCHOLOGIQUE :



MOINS DE 30 MINUTES

SEUIL DE CONFORT POUR LES ACHATS DU QUOTIDIEN

PETITE VILLE



GRANDE VILLE

LA MOBILITÉ GÉOGRAPHIQUE CONDITIONNE DIRECTEMENT L'ACCESSIBILITÉ  
À UNE OFFRE DE COMMERCES PLUS OU MOINS DENSE ET DIVERSIFIÉE

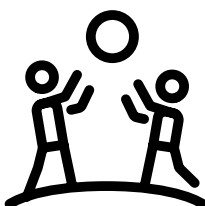
## QU'EST-CE QU'UN TERRITOIRE "VIVANT" POUR LES FRANÇAIS ?



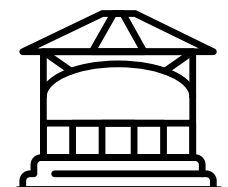
DIVERSITÉ DES COMMERCES & RESTAURANTS



ACCESSIBILITÉ ET MOBILITÉS DOUCES

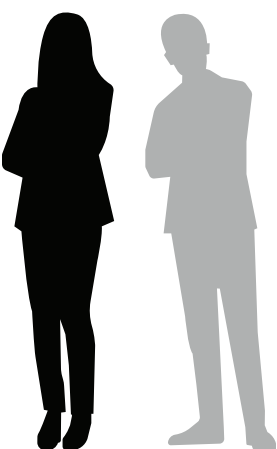


ESPACES PUBLICS ANIMÉS



VIE CULTURELLE ET FESTIVE

## LES ATTENTES PRIORITAIRES DES FRANÇAIS



1 FRANÇAIS SUR 2

SOUHAITE D'AVANTAGE DE COMMERCES  
ET DE SERVICES DE PROXIMITÉ

45%

DEMANDENT UNE AMÉLIORATION DE LA SÉCURITÉ  
ET DE LA TRANQUILLITÉ PUBLIQUE



« Bien plus que des lieux d'achat, les commerces sont des espaces de vie et de lien social auxquels les Français sont attachés. Ils constituent des leviers essentiels du dynamisme et de l'attractivité des territoires. »



Alexandre Boucly, Head of Retail de Catella Property