

# Les Français et leur territoire

Focus en Côte d'Azur



Fédération Nationale  
CAISSE D'ÉPARGNE



# Proches de vous, utiles aux territoires

Quelle relation les Français entretiennent-ils avec leurs territoires ?

C'est la question centrale que nous explorons dans cette étude Caisse d'Épargne 2026, dont j'ai le plaisir de vous partager les grands enseignements.



**Alain Di Crescenzo**

Président de la  
Fédération nationale  
des Caisses d'Épargne



« Réalisée auprès de 5 000 Françaises et Français, cette étude dresse le portrait d'une France dans laquelle le cœur prime sur l'adresse : près de 60 % d'entre nous se sentent avant tout attachés à la terre qui les a vus naître ou grandir plutôt qu'à leur lieu de vie. Cet attachement affectif s'accompagne d'un besoin de commerces et de services de proximité atteignables en moins de 30 minutes avec comme priorité l'accès aux services de soin et de santé.

Ce lien affectif à leur territoire est pourtant teinté de pessimisme. Près de 70 % de nos concitoyens jugent que leur territoire ne se développe pas, pire un tiers le considèrent en déclin. Pour aider leur territoire à se développer, ils comptent avant tout sur leurs élus locaux, particulièrement leur maire, seul élu clairement identifié. Lorsqu'on les interroge sur l'utilité des entreprises pour leur territoire, ce sont celles qui produisent et recrutent localement qui sont plébiscitées.

Pour l'avenir, les Français rêvent d'un territoire plus écologique mais cette aspiration est percutée par des risques jugés plus urgents, en particulier l'accès au logement et la sécurité. Cette étude confirme notre vocation de banques coopératives 100 % régionales : soutenir l'emploi local, accompagner les décideurs de terrain et financer les projets qui développent nos régions. Voilà comment s'incarne, chaque jour, notre promesse d'utilité. »



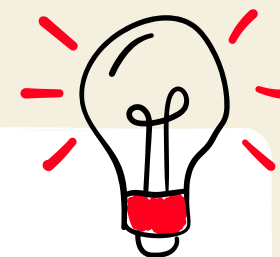
# L'étude Caisse d'Epargne 2026



## Un contexte

Un climat national et international marqué par l'**incertitude**.

Une baisse de la **confiance** envers les échelons nationaux et internationaux avec une tendance vers un **recentrage** sur le « territoire ».



## Des opportunités

Mesurer la **perception des Français** sur la notion de « territoire ».

Identifier les leviers de **développement territorial** portés par les **acteurs locaux**.



Un recueil de données  
sectorielles par territoire



Une approche  
prospective

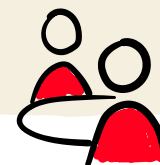
# Méthodologie



Des résultats  
régionalisés  
Sur les territoires des  
Caisses d'Épargne



Un panel robuste de sondés,  
qui permet une analyse par  
typologie de population



Un regard croisé  
entre les Français  
et les experts

# Dispositif de l'enquête

## Échantillon



5 398 français âgés de 18 ans et plus sur la France métropolitaine et les DROM, représentatifs de la population française.

## Mode de recueil



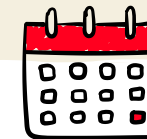
Un recueil **online** via l'outil Pure Spectrum.

## Durée du questionnaire



Questionnaire complet d'une durée de **23 minutes** en moyenne.

## Dates du terrain

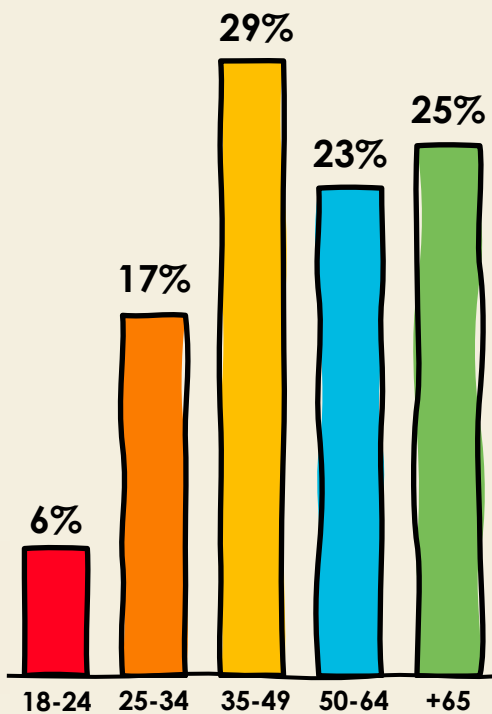


Un terrain qui a eu lieu **fin décembre 2025**.

# Échantillon représentatif

## de la population française et des territoires

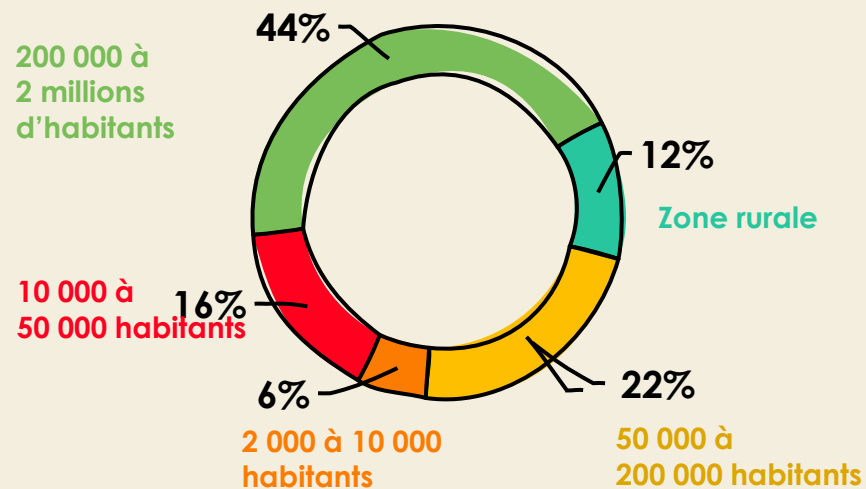
### Âge



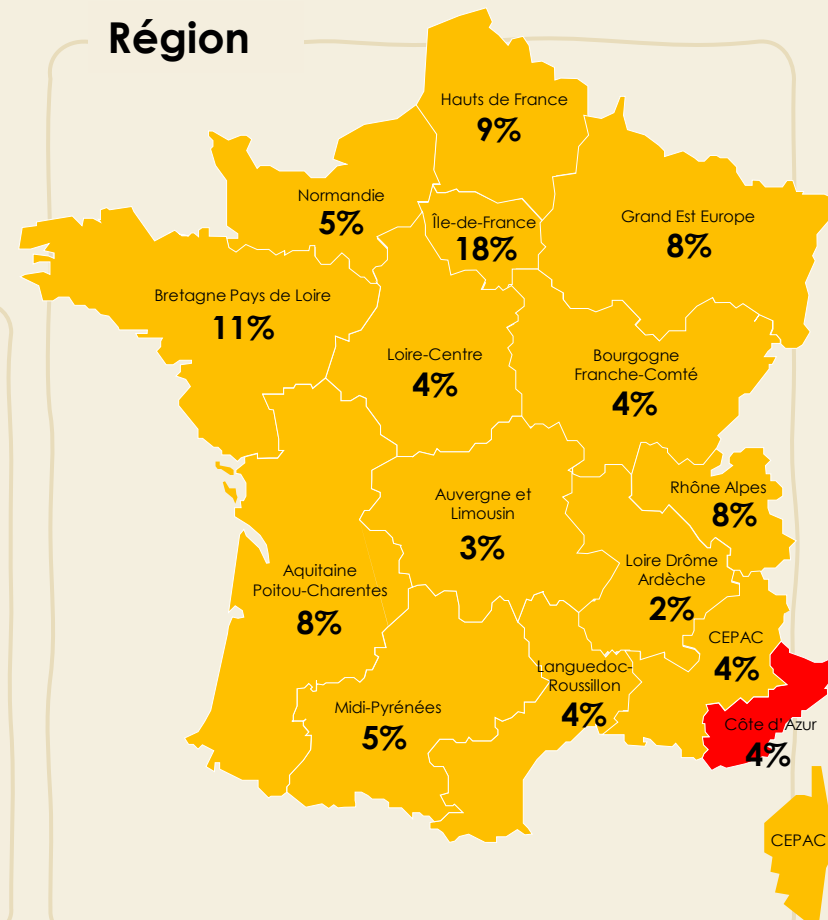
### Sexe



### Localisation



### Région



# 01

## Territoire au cœur



# Question ouverte

## QUESTION

Quand on vous dit « territoire », quels sont tous les mots qui vous viennent spontanément à l'esprit ?



Géographique Frontières  
Terroir Campagne Patrimoine  
Espace Territoire Vie Français  
Appartenance Endroit  
Surface Région Maison  
Guerre Zone Pays Frontière  
Rural  
Agglomération Local Nature Village Terrain  
Outre Mer France Agriculture Lieu  
Communauté  
Propriété Département  
Nation Terre Commune



Avant tout, une **délimitation géographique**.

**Périmètre géographique** défini par une caractéristique le plus souvent **géographique, historique et culturelle**.

Quand j'entends territoire je pense à **une propriété privée**.

Le territoire représente **l'endroit où l'on se sent bien** et où l'on a ses **habitudes**.

Un territoire représente pour moi une **région**, un **pays** où l'on vit avec **les mêmes us et coutumes**.

**Étendue de la surface terrestre** sur laquelle vit un **groupe d'humains**.

Plusieurs sortes de territoires composent le pays, territoires **ruraux** ou **urbains**.

Un territoire est une **étendue de terre délimitée**, appartenant ou dépendant d'un **État**, d'une **collectivité**, d'un **groupe** ou même d'un **individu**.

C'est un endroit qui **délimite une appartenance**. Un ensemble de communes qui forme un territoire.

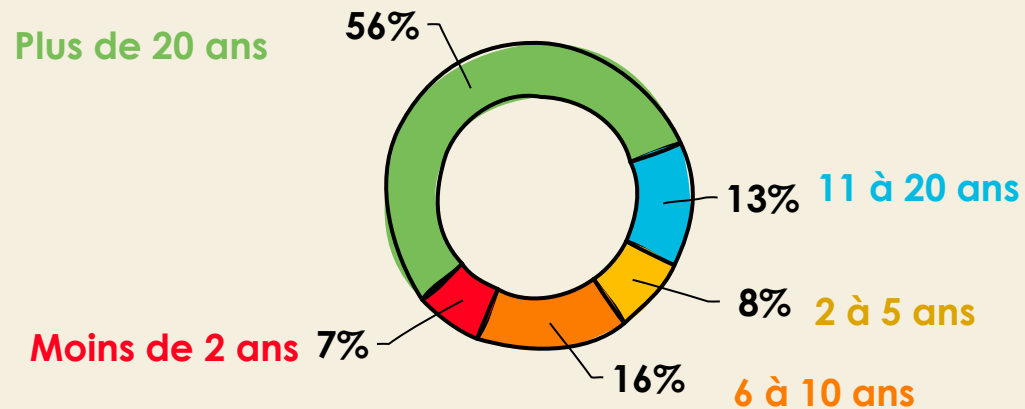
Le terme "territoire" me fait penser à une **région** où les habitants ont une **histoire** et des **coutumes communes**.



# La France immobile

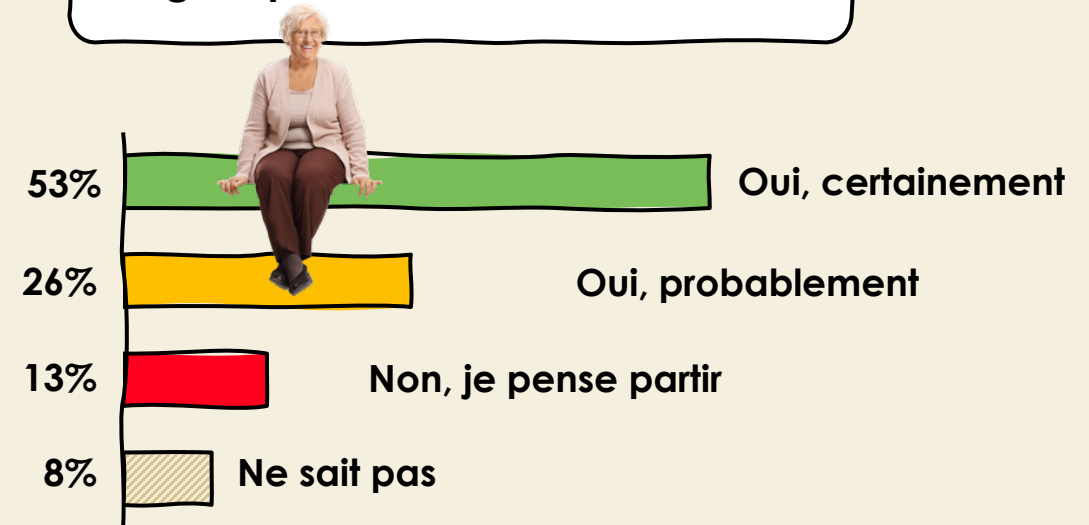
## QUESTION

Depuis combien de temps vivez-vous dans votre région ?



## QUESTION

Pensez-vous rester dans cette région pour les années à venir ?



## Une population majoritairement stable et fidèle

La plupart des habitants sont des résidents de longue date ; **56%** d'entre eux sont installés dans la région depuis plus de 20 ans.

**79 %** n'envisagent pas de déménager et se projettent dans leur région dans l'avenir.

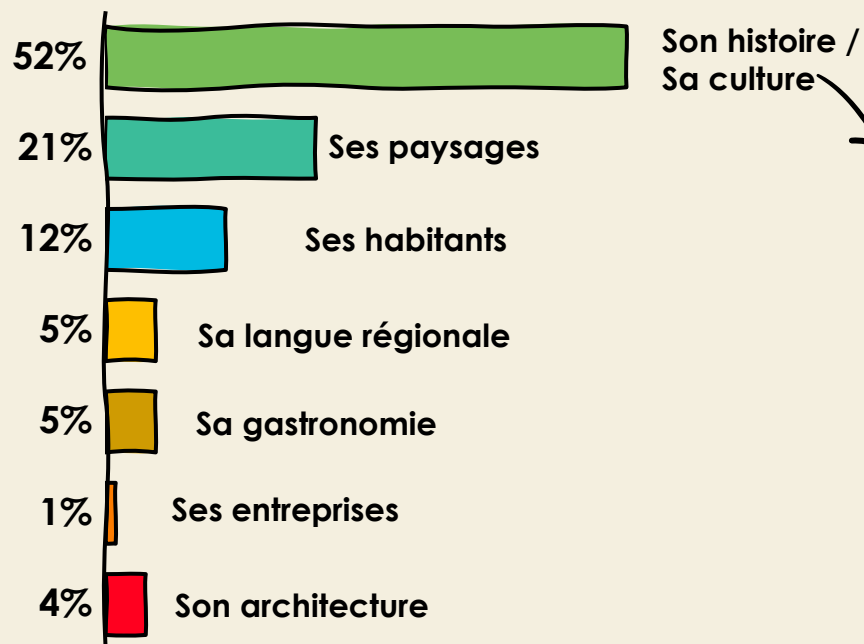


Un désir de départ plus important chez les étudiants

# Le patrimoine culturel : premier marqueur de l'identité territoriale

## QUESTION

S'il ne fallait retenir qu'un seul élément, qu'est-ce qui caractérise selon vous le mieux un territoire ?



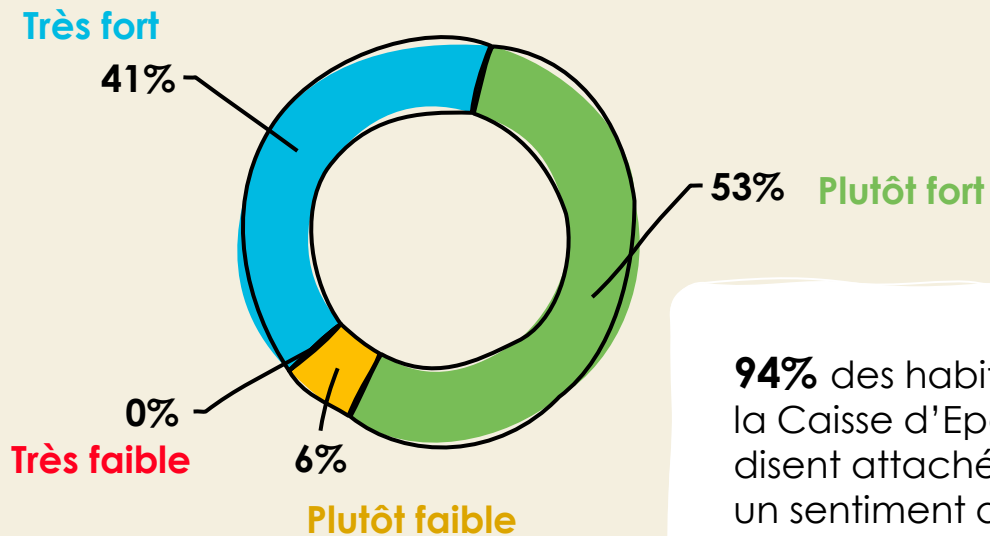
Au-delà de sa dimension géographique, **plus d'un habitant sur deux caractérise le territoire par son histoire et sa culture.**



# Mon territoire, je l'aime : un sentiment massivement partagé

## QUESTION

Votre attachement à votre territoire est...



**94%** des habitants du territoire de la Caisse d'Épargne Côte d'Azur se disent attachés à leur territoire, un sentiment qui fait l'unanimité dans la population.



# Quand les mots dessinent le territoire : un portrait majoritairement positif

## QUESTION

Quels sont les trois caractères qui définissent le mieux votre territoire ?

62 %

des habitants définissent leur territoire exclusivement au travers de caractères positifs

Ils ne sont que 11 % à n'utiliser que des termes négatifs



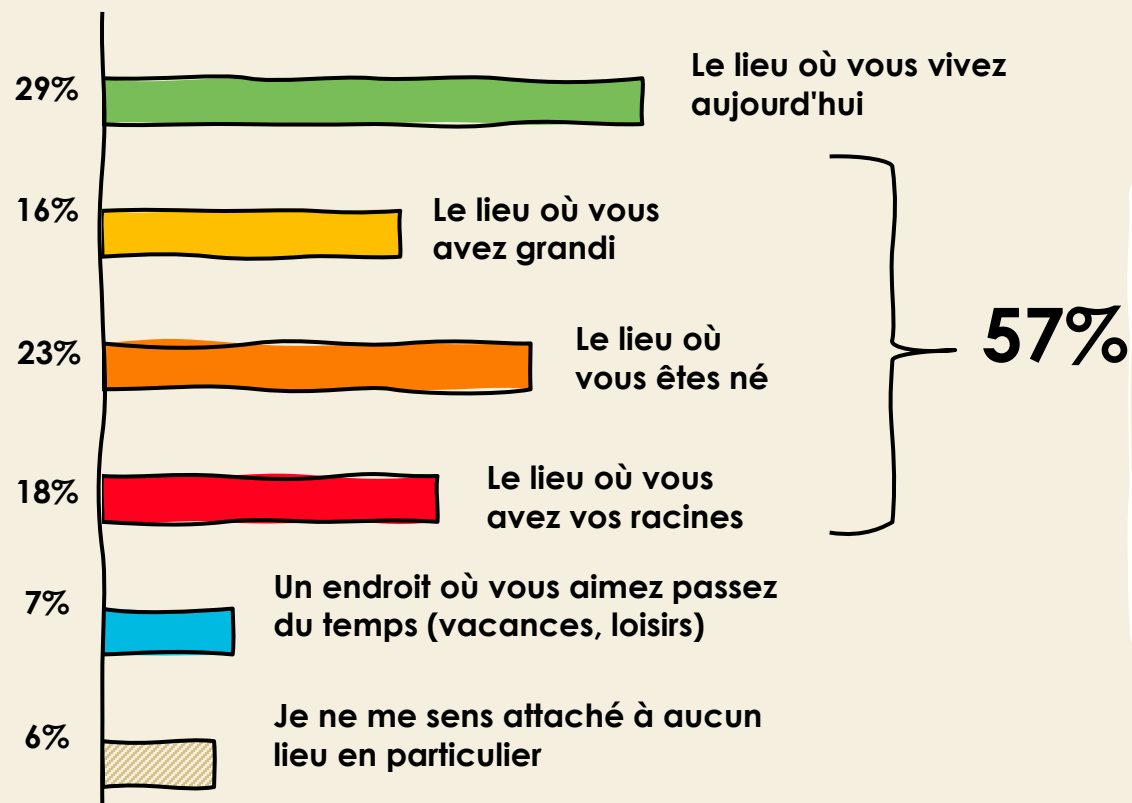
Dynamique  
En déclin Divisé  
Accueillant  
Vieillissant  
Isolé Engagé Calme  
Résilient Inégalitaire  
Endormi Solidaire  
Innovant

# Pour 57 % des habitants, leur territoire est une affaire de cœur



## QUESTION

Le territoire auquel vous êtes le plus attaché, VOTRE territoire, c'est avant tout...



1% : Un autre lieu

57%

Pour la majorité des personnes interrogées, l'attachement à LEUR territoire est avant tout affectif et déconnecté de leur lieu de résidence.

### L'effet territoire

Seuls 29 % des sondés identifient le lieu où ils vivent aujourd'hui comme le territoire auquel ils sont le plus attachés.

Cette affirmation est particulièrement marquée dans les grands pôles urbains et pour les populations en situation de mobilité (étudiants, cadres, personnes en situation de précarité économique) ; elle est à l'inverse moindre dans les petites communes et les régions où les parcours de vie sont potentiellement plus stables.



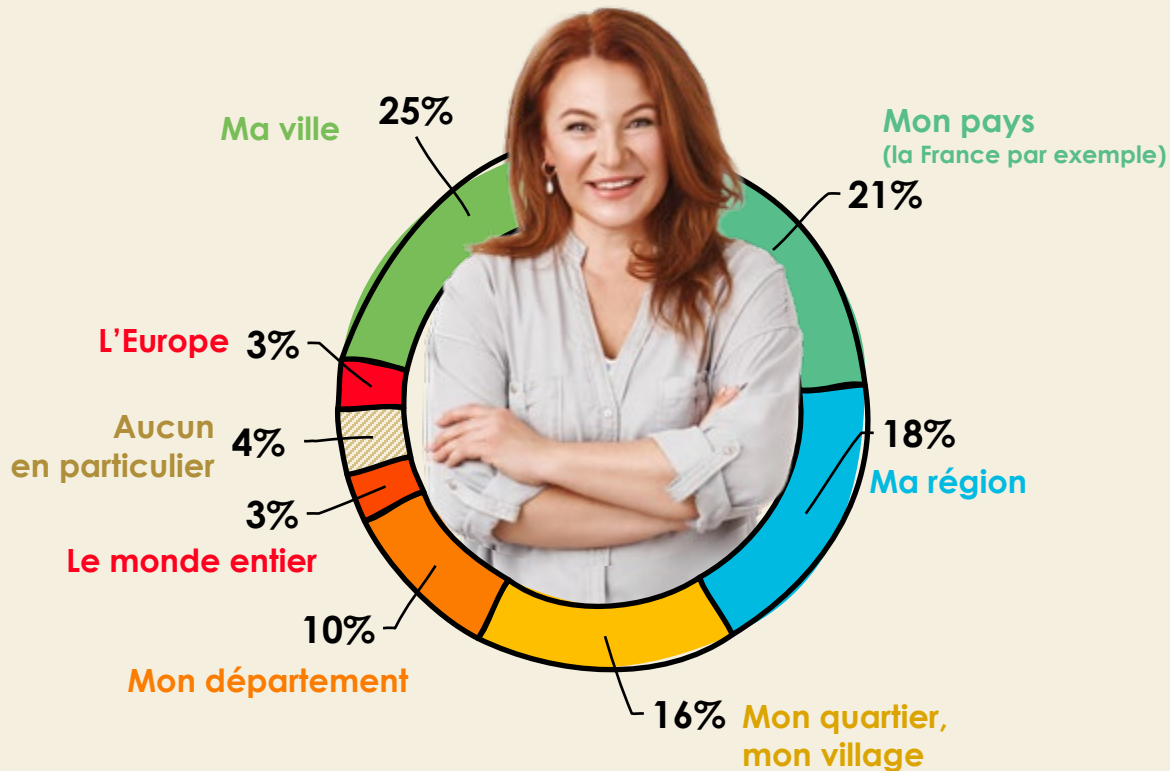
02

**Territoire  
de proximité**

# Le « chez soi » des Français : tout sauf l'Europe

## QUESTION

Dans quel territoire vous sentez-vous « chez vous » ?



Pour les personnes interrogées, LEUR territoire, c'est tout autant leur quartier, leur village, leur ville, leur département, leur région, voire même leur pays. MAIS pas l'Europe.

En zone rurale, le lien avec « l'extrême proximité » (le village, la commune) est maximal. En zone urbaine, la tendance s'inverse.

## L'effet générationnel

### Le « chez moi » des moins de 35 ans

C'est pour 49 % d'entre eux « mon quartier, mon village, ma ville », reflet d'un mode de vie plus centré sur un périmètre local (lieux d'études, sorties, premiers emplois).

## Le chiffre choc



Seuls 3 %

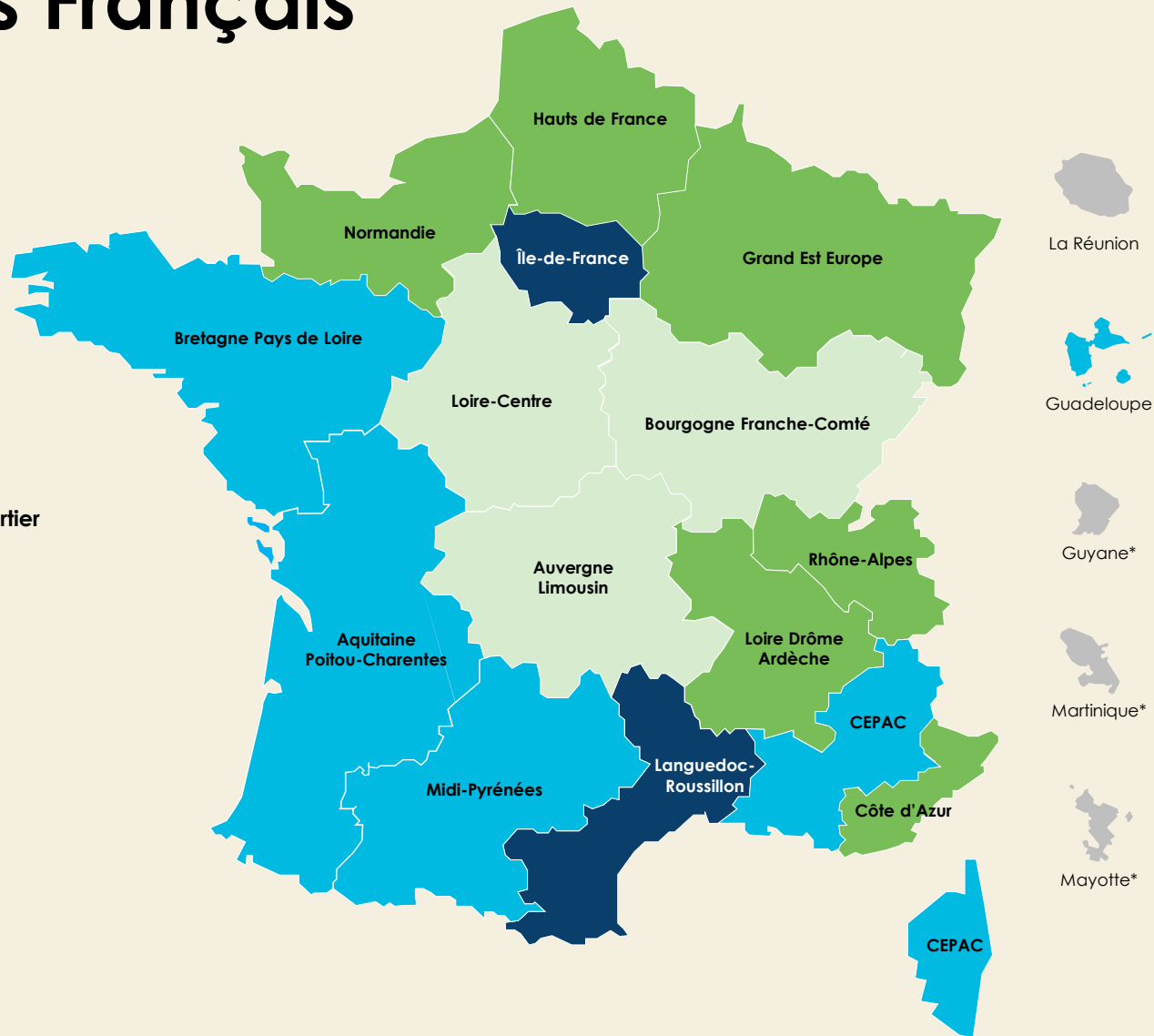
des habitants du territoire de la Caisse d'Epargne se sentent « chez eux » en Europe.

# Le « chez soi » des Français

## QUESTION

Dans quel territoire vous sentez-vous « chez vous » ?

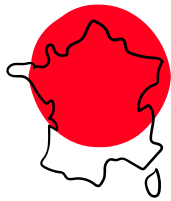
Item cité en 1<sup>er</sup>



\* base très faible (moins de 30) inéligible pour le calcul des différences significatives

# Le « chez soi » des Français : de fortes disparités territoriales

Loin d'être uniforme, l'échelle d'attachement varie fortement selon les territoires, révélant la persistance d'identités locales très fortes et distinctes.



## La France

**En Île-de-France :** Les Franciliens sont plus nombreux à s'identifier à la France (25 % vs 20 %). Dans cette région-capitale très vaste et diverse, l'attachement saute directement de l'échelle de proximité (le quartier parisien, la ville de banlieue) à l'échelle nationale, dont Paris est le centre symbolique.



## Le département

**En Grand Est :** L'attachement au département y est exceptionnellement fort (20 % vs 12 %), conséquence de l'histoire singulière de ces territoires (Bas-Rhin, Haut-Rhin, Moselle)



## La région

**En Bretagne Pays de la Loire :** l'attachement à la région (26 % vs 19 % au niveau national) y est surreprésenté. Ce résultat confirme la force de l'identité régionale (en particulier bretonne), portée par une culture, une histoire et une langue spécifiques, qui constitue un échelon d'appartenance majeur entre la ville et le pays.



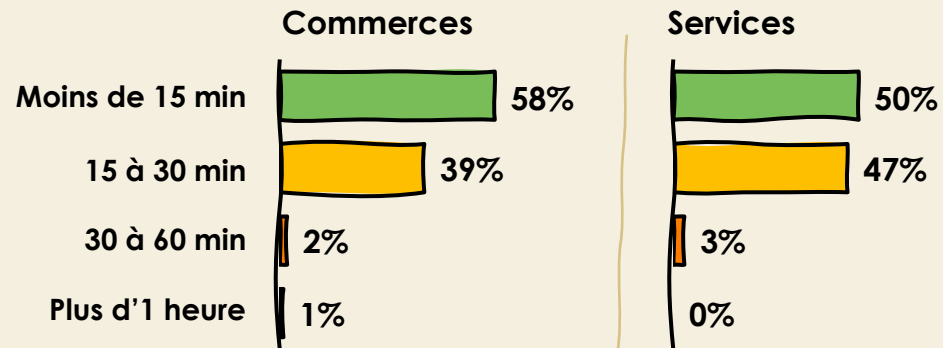
## La région/département

**Dans les départements d'Outre-mer :** L'identité se construit quasiment exclusivement à l'échelle de l'île, qui est à la fois département et région. Le chiffre de 3 % seulement pour la "ville" en Guadeloupe (vs 22 % en moyenne au niveau national) est parlant : l'entité pertinente est "la Guadeloupe" dans son ensemble.

# Le territoire de la demi-heure

## QUESTION

Au quotidien, quel temps de trajet jugez-vous acceptable pour accéder aux commerces et services essentiels ?



### Le 1/4 d'heure est le nouvel étalon :

Avec 58% des sondés qui le jugent « acceptable », le trajet de moins de 15 minutes pour les commerces essentiels met en évidence un besoin d'hyper proximité. Il n'est pas qu'un concept d'urbaniste mais une attente populaire massive.

### La 1/2 heure est la limite absolue :

Le chiffre de 97 % pour moins de 30 minutes est un véritable plébiscite.



Une écrasante majorité n'acceptent **pas plus de 30 minutes** de trajets pour accéder aux commerces et services essentiels.



# Donnez-moi une pharmacie !

## QUESTION

Quels sont les 3 lieux que vous considérez essentiels d'avoir à proximité sur votre territoire pour bénéficier d'une bonne qualité de vie ?

Jusqu'à 3 réponses possibles

## Le besoin numéro 1

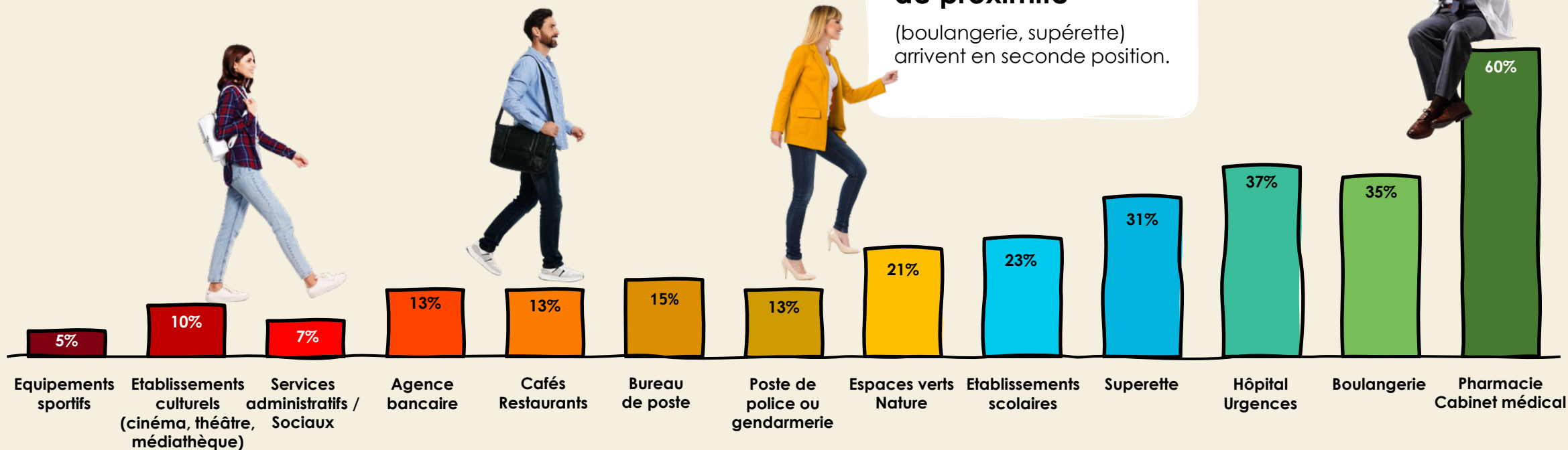
auquel les habitants veulent trouver une réponse localement c'est la santé, concrètement avoir accès à une pharmacie, à l'hôpital et aux urgences.

## L'effet territoire

Moins le lieu de vie est peuplé, plus le besoin «Santé» est important, reflet de la désertification médicale de certains territoires.

## Les commerces de proximité

(boulangerie, supérette) arrivent en seconde position.

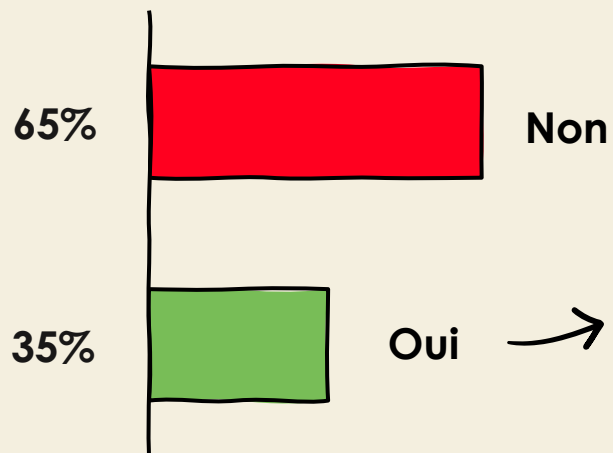


1% : Aucune

# L'engagement local, une affaire de jeunesse

## QUESTION

**Vous considérez-vous comme engagé dans la vie locale au travers d'une association ou d'engagements citoyens par exemple ?**



Seuls 35 % des habitants du territoire de la Caisse d'Epargne se disent engagés dans la vie locale.

## L'effet territoire

L'engagement déclaré est significativement plus élevé dans les grandes métropoles ( 47%) et plus faible en zones rurales et dans les petites villes ( 37%).



## L'effet générationnel

**56 % des 18-24 ans se déclarent engagés**

Contrairement à l'image du retraité actif dans les associations, l'engagement déclaré est massivement le fait des plus jeunes. Il y a une fracture générationnelle de 21 points entre les moins de 35 ans et les plus de 50 ans.

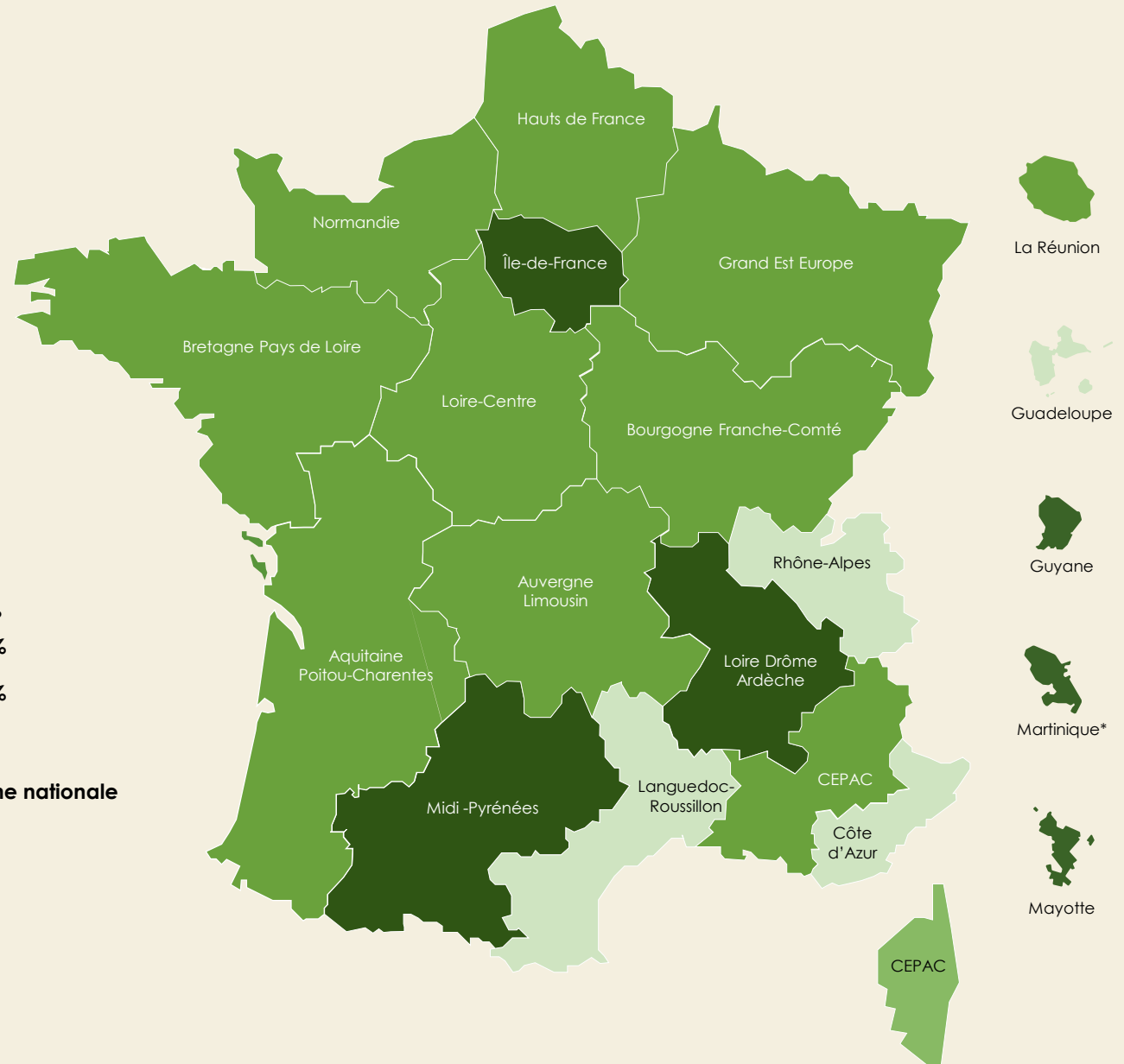
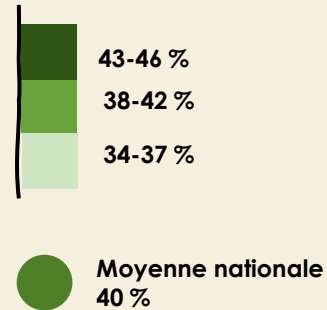


# L'engagement local

## QUESTION

**Vous considérez vous comme engagé dans la vie locale, au travers d'une association ou d'engagement citoyen par exemple ?**

**OUI**, je me considère engagé(e) dans la vie locale (en %)

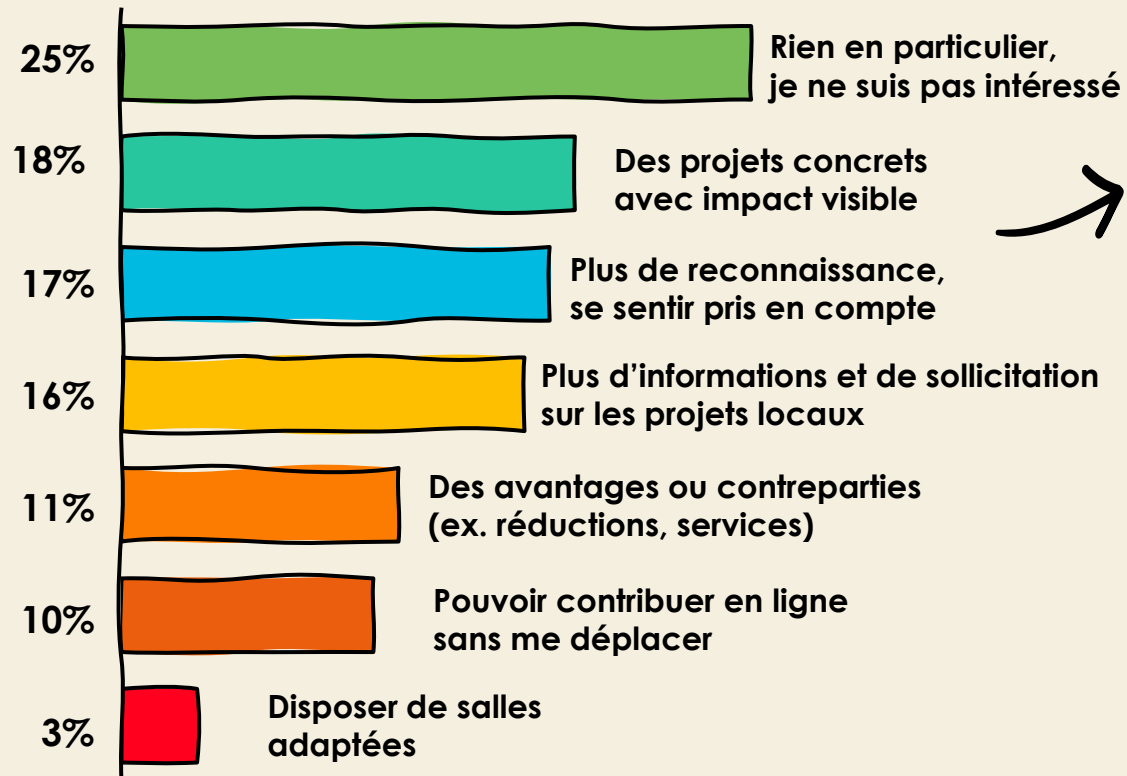


\* base très faible (moins de 30) inéligible pour le calcul des différences significatives

# Les leviers de l'engagement

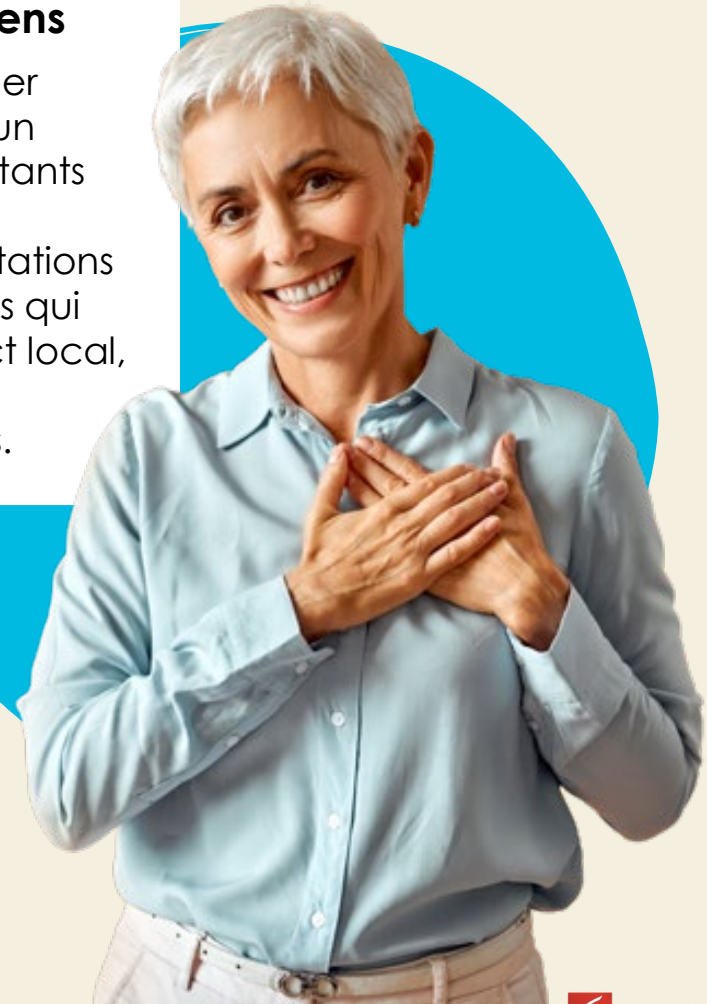
## QUESTION

Qu'est-ce qui vous inciterait à vous engager davantage dans la vie locale de votre territoire ?



## Plus de concret et plus de sens

Pour s'engager davantage, un tiers des habitants attendent plus de sollicitations sur des projets qui ont un impact local, et non des contreparties.



# 03

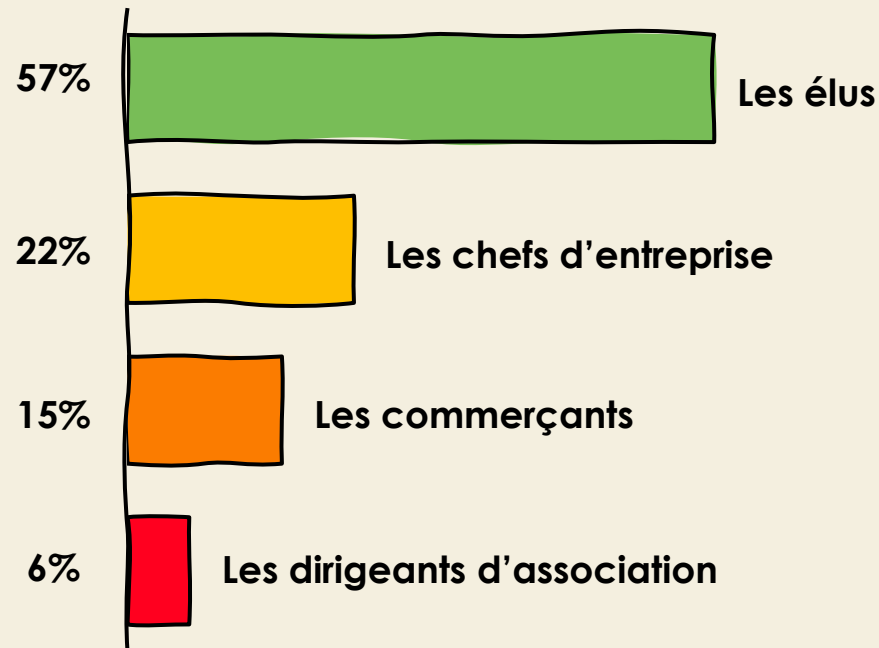
## Ceux qui font le territoire



# Les élus locaux émergent du paysage institutionnel

## QUESTION

Quels sont pour vous les acteurs le plus influents sur votre région ?



Les "élus" sont perçus par la majorité comme le groupe le plus influent du territoire.

## L'effet générationnel

### Le choc des générations : une perception du pouvoir inversée au niveau national

Les plus jeunes (18-24 ans) placent le pouvoir dans le monde économique : ils ne sont que 36 % à citer les élus, mais 39 % à citer les chefs d'entreprise.

Les seniors (50 et+) ont une vision très institutionnelle : ils plébiscitent massivement les élus (60 %) et ne sont que 21 % à citer les chefs d'entreprise.

## L'effet territoire

### L'influence n'a pas le même visage en ville et à la campagne

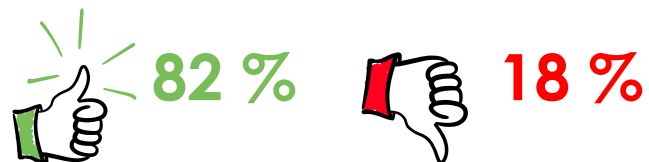
En zone rurale, l'influence est incarnée par la figure politique locale : les élus y atteignent l'un de leurs plus hauts scores (58 %). À l'inverse, dans les grandes agglomérations, la tendance s'inverse.

L'influence y est davantage personnalisée par les chefs d'entreprise (33 %) et la perception des élus chute (44 %).

# Le maire, une notoriété plébiscitée par 82 % des habitants du territoire

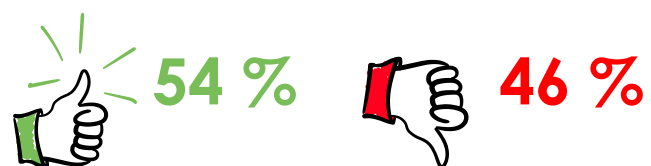
## QUESTION

Connaissez-vous le nom du maire de votre commune ou d'arrondissement ?



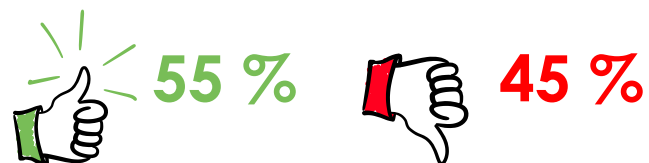
## QUESTION

Connaissez-vous le nom du président ou de la présidente de votre région ?



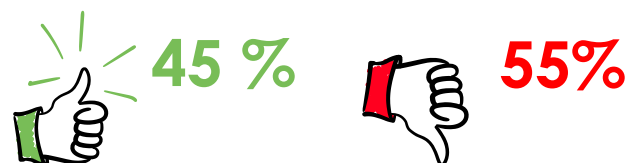
## QUESTION

Connaissez-vous le nom du président ou de la présidente du conseil départemental ?



## QUESTION

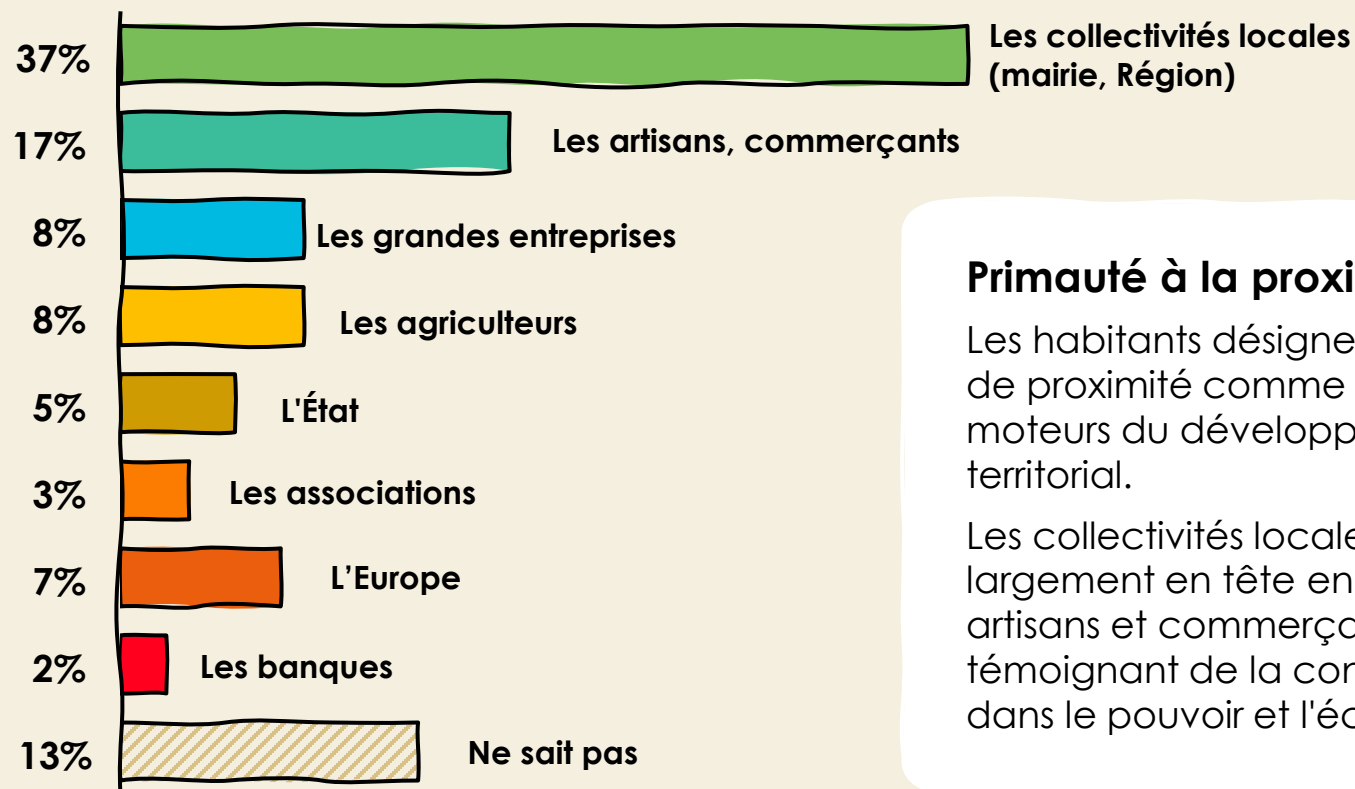
Connaissez-vous le nom de votre député(e) ?



# Plébiscite aux collectivités locales !

## QUESTION

Selon vous, quel est l'acteur qui contribue le plus au développement de votre territoire ?



### Primauté à la proximité

Les habitants désignent les acteurs de proximité comme les principaux moteurs du développement territorial.

Les collectivités locales arrivent largement en tête en suivies des artisans et commerçants, témoignant de la confiance placée dans le pouvoir et l'économie locale.

### L'effet générationnel

#### Les plus âgés plébiscitent le local

La perception du rôle des collectivités locales augmente fortement avec l'âge (22 % chez les 18-24 ans vs 35 % chez les 50 ans et + au national).

#### Les plus jeunes se tournent vers l'État et l'Europe

Les 18-34 ans sont beaucoup plus enclins à désigner l'État (environ 13 %) et l'Europe (12 %) comme acteurs principaux, des scores qui s'effondrent à 4 % pour ces deux acteurs chez les 50 ans et +.

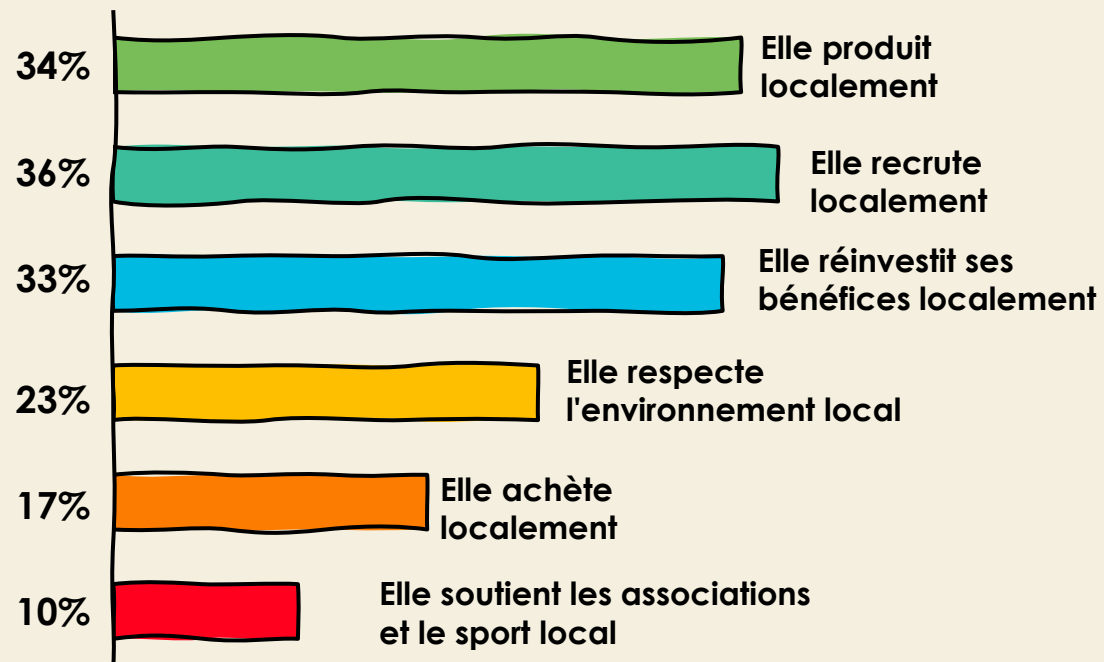
# L'entreprise utile ?

## Celle qui produit et recrute « ici » avant tout

### QUESTION

Selon vous, qu'est-ce qu'une entreprise « utile » à son territoire ?

2 réponses possibles



### Priorité 1 : L'impact économique direct

Produire et recruter sur le territoire sont les deux attentes prioritaires, des impératifs qui priment largement sur ses engagements environnementaux ou sociétaux.

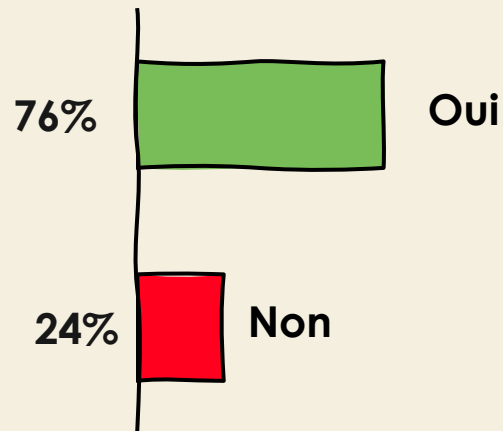
### L'effet générationnel

Les plus jeunes (18-24 ans) sont les seuls à placer le respect de l'environnement local comme la qualité première d'une entreprise « utile » à son territoire.

# L'action locale fait marque !

## QUESTION

Le fait qu'une marque ou une entreprise soit fortement engagée pour votre territoire vous incite-t-il à être client ?



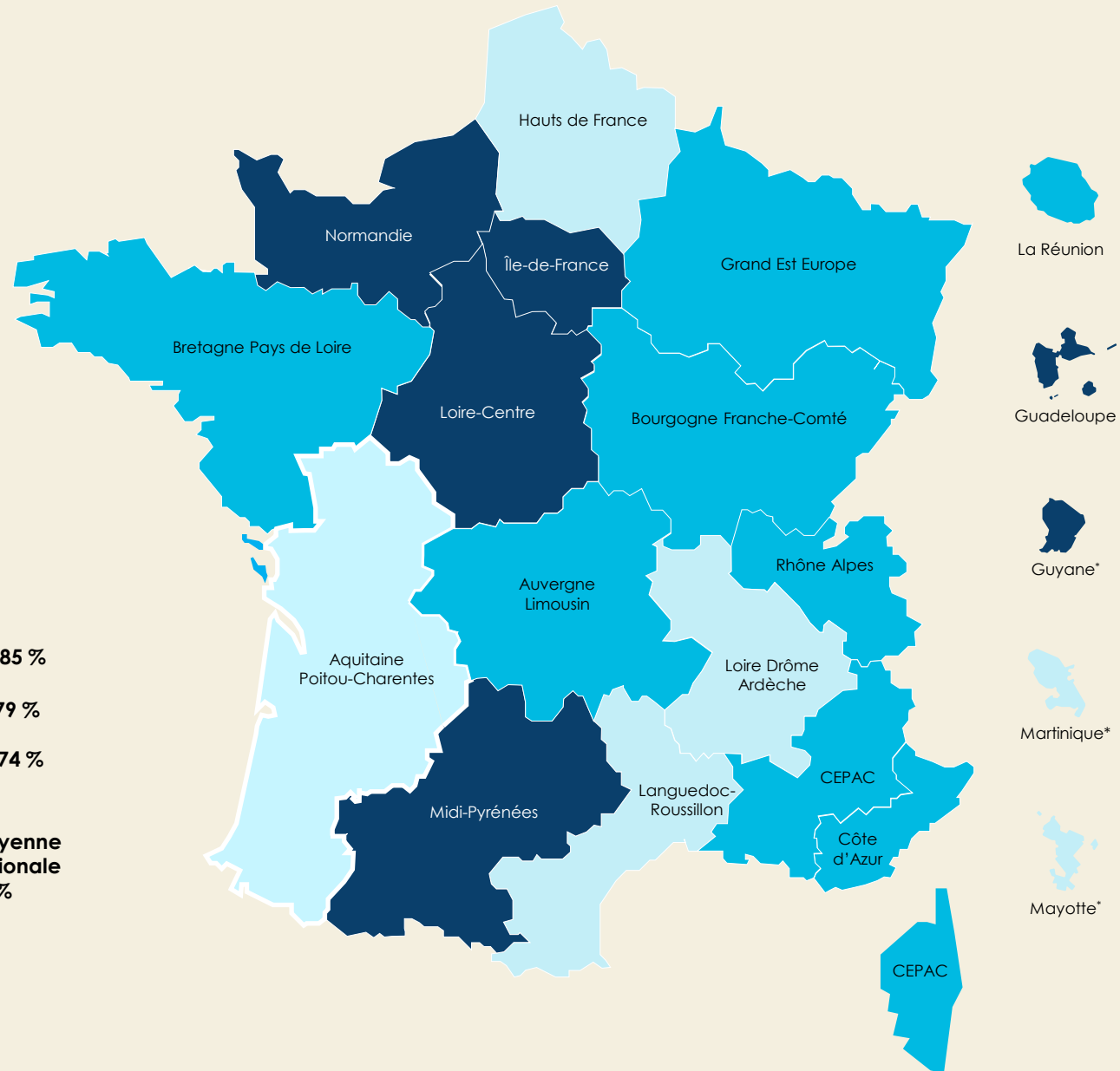
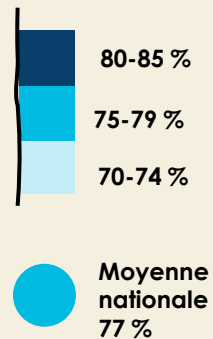
Près d'un habitant sur 8 affirme que les actions d'une marque ou d'une entreprise sur son territoire ont un impact positif sur sa perception et ses choix. Cette affirmation est remarquablement transversale, unissant toutes les générations et tous les types de territoires, des zones rurales aux grandes métropoles.

# L'action locale fait marque !

## QUESTION

Le fait qu'une marque ou une entreprise soit fortement engagée pour votre territoire vous incite-t-il à être client ?

OUI, cela m'incite à être client (en %)

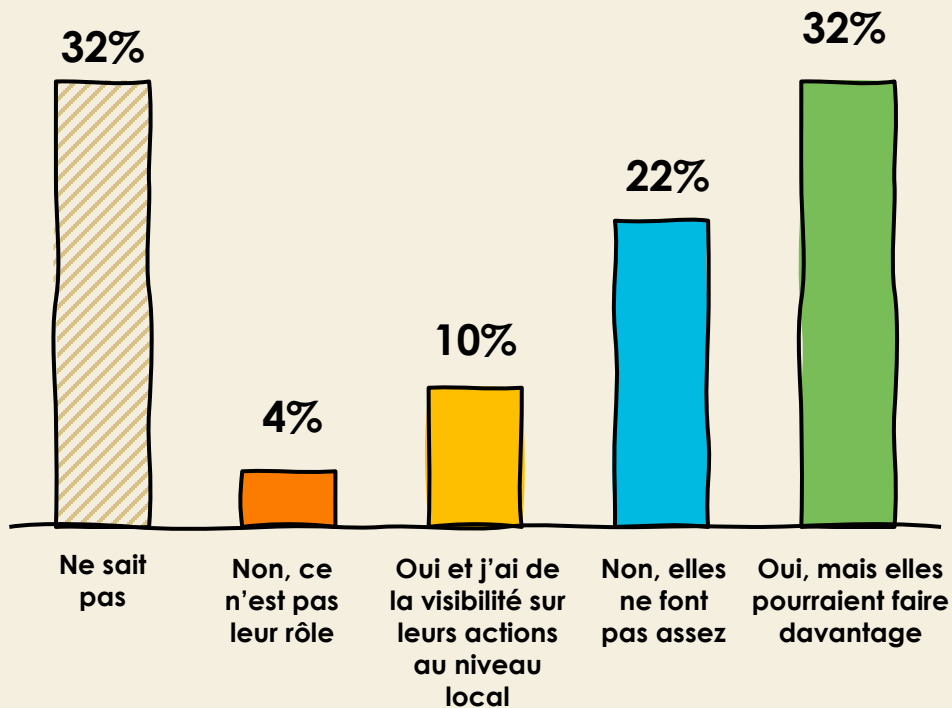


\* base très faible (moins de 30) inéligible pour le calcul des différences significatives

# Des entreprises jugées insuffisamment engagées sur leur territoire

## QUESTION

Selon vous, les entreprises de votre territoire soutiennent-elles suffisamment les associations (dons et financement) ?



## Peut mieux faire !

Une majorité de Français considère que les entreprises ne soutiennent pas suffisamment les associations.

## L'effet générationnel

Les 18-34 ans sont plus nombreux que la moyenne à reconnaître que les entreprises soutiennent localement le milieu associatif. Ils sont aussi plus nombreux (+7 points) à réclamer un engagement sociétal plus important de leur part.



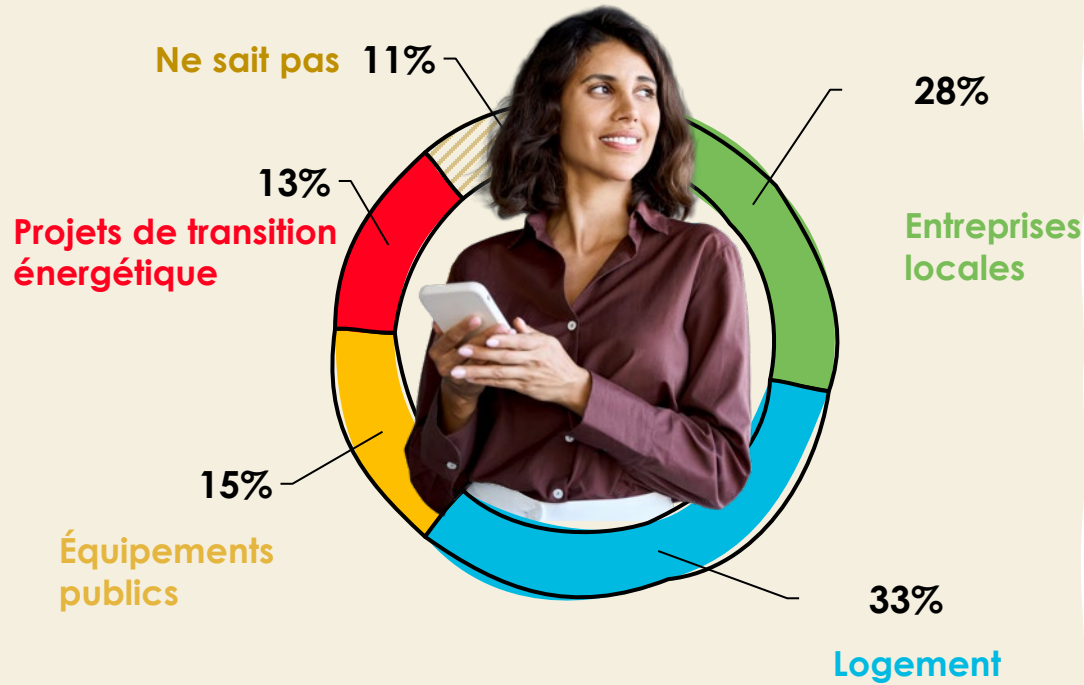
## Déficit de communication ?

Plus de 30% des personnes interrogées disent ne pas savoir si le soutien apporté par les entreprises de leurs territoires est suffisant. Ce pourcentage constitue un angle mort important qui témoigne de la méconnaissance des citoyens sur le mécénat des acteurs de proximité.

# Priorité au financement du logement et des entreprises locales

## QUESTION

Selon vous, qu'est-ce qu'une banque régionale doit financer en priorité ?



Un tiers des habitants du territoire attendent de leur banque qu'elle finance en priorité le logement ; 28% d'entre eux placent le financement des entreprises locales, perçues comme un levier clé de croissance et d'emploi sur le territoire, parmi leurs attentes majeures.

## L'effet générationnel

Les jeunes et les seniors ont des visions radicalement opposées du rôle d'une banque.

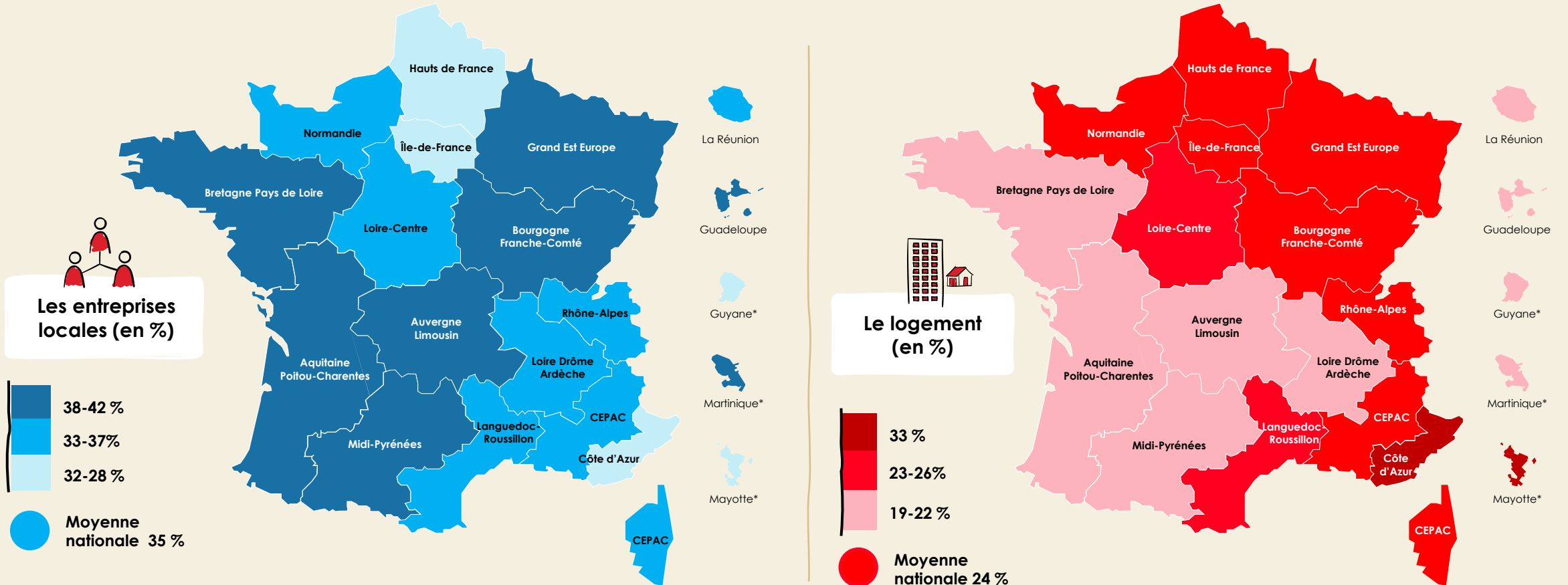
41 % des plus 50 ans plébiscitent le financement des entreprises locales (vs 35 % au national).

La priorité au financement des entreprises locales s'effondre chez les plus jeunes (seulement 23 % chez les 18-24 ans, soit -12 pts). Leur attente première se porte sur le logement (28 %), reflétant leur confrontation directe avec la crise immobilière et les difficultés d'accès à la propriété.

# Priorités de financement des banques régionales

## QUESTION

Selon vous, qu'est-ce qu'une banque régionale doit financer en priorité ?



# 04

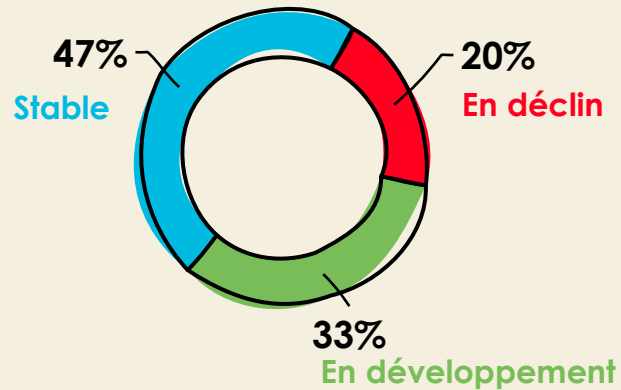
## Territoire d'avenir



# Le blues des territoires

## QUESTION

Diriez-vous que votre territoire est aujourd'hui... ?



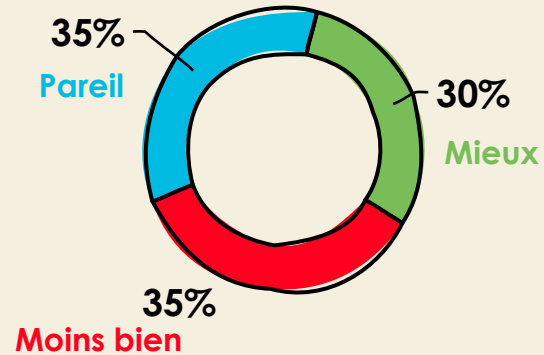
### L'ascenseur territorial en panne

Seuls 3 habitants sur 10 voient leur territoire se développer.



## QUESTION

Dans 25 ans, votre territoire se portera-t-il ?



Un tiers des citoyens ne croient pas à un avenir meilleur pour leur territoire.



## L'effet générationnel

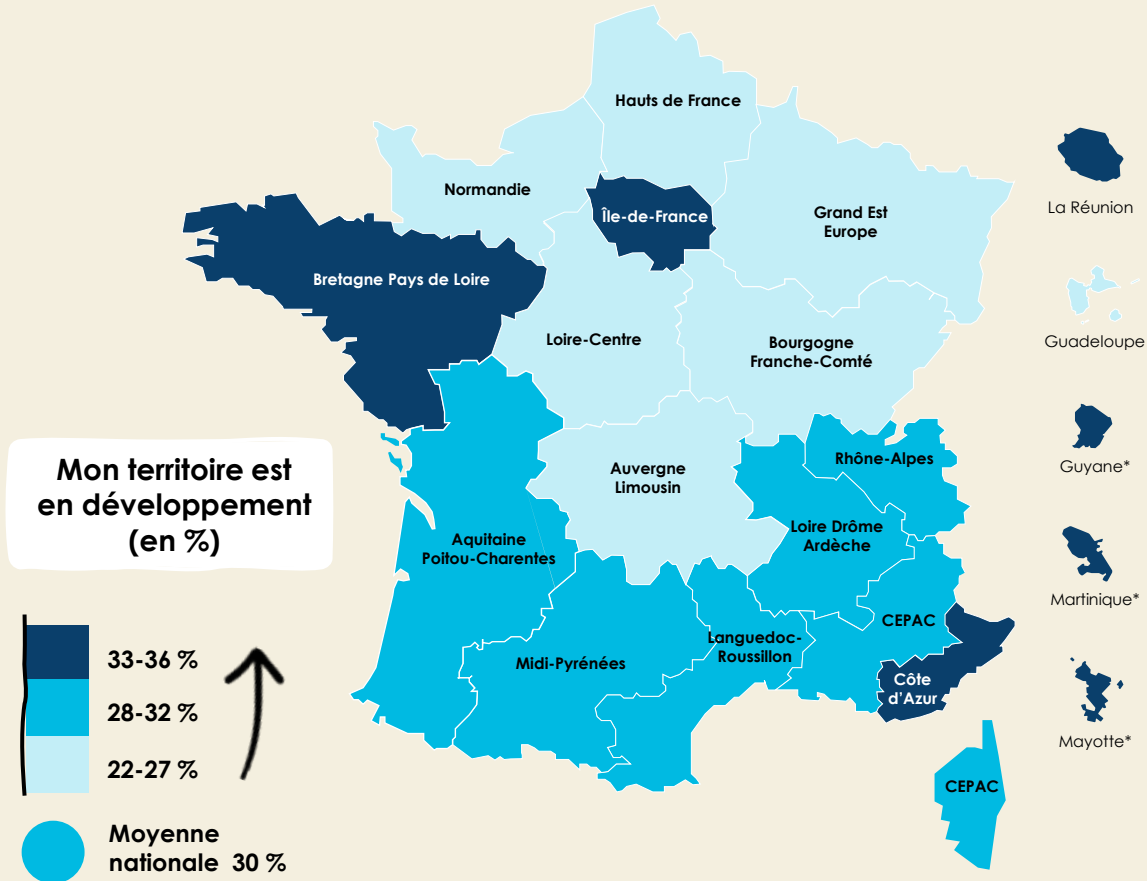
Les 18-34 ans sont plus optimistes que la moyenne (44 % vs 36 %). Mieux ou moins bien, 80 % d'entre eux estiment que le futur de leur territoire ne ressemblera pas à aujourd'hui.



# Dynamique territoriale, aujourd'hui et demain

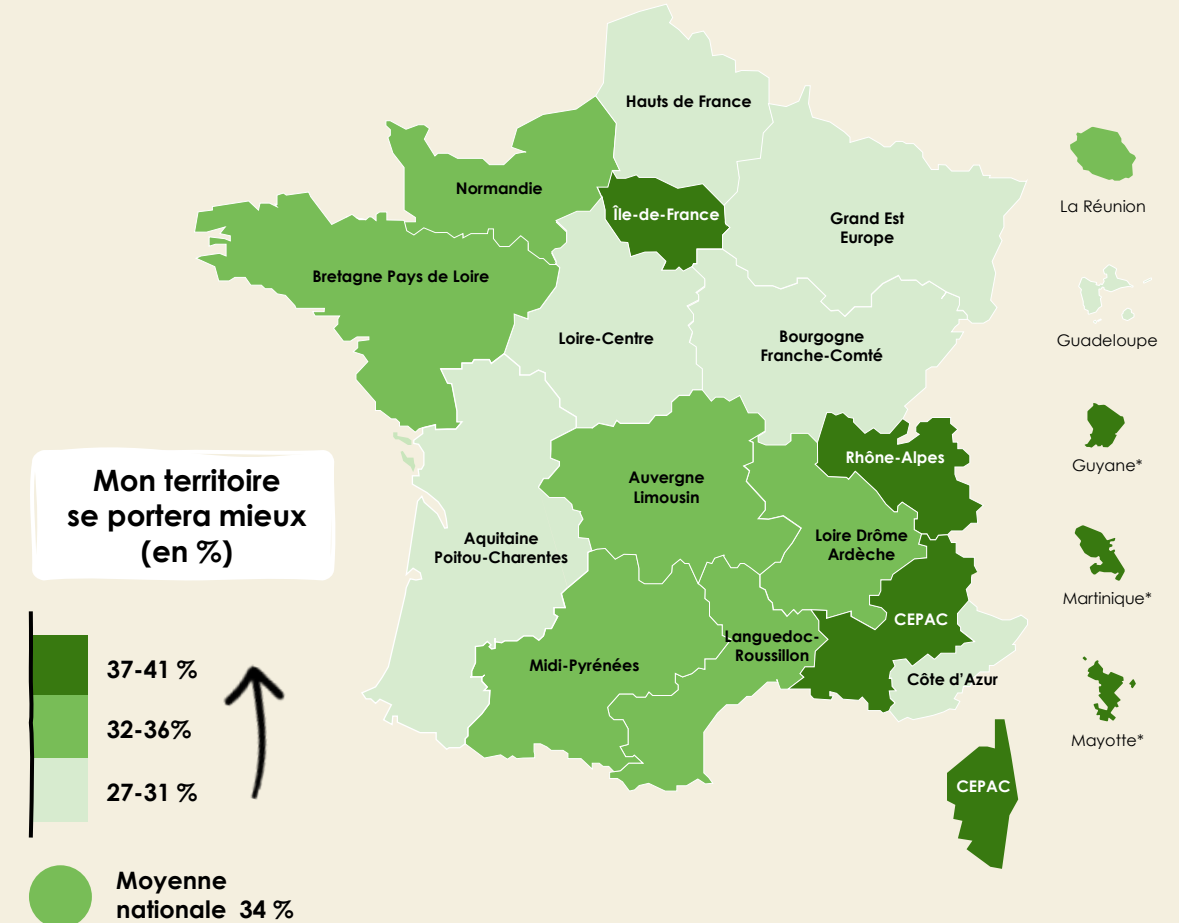
## QUESTION

Diriez-vous que votre territoire est aujourd'hui... ?



## QUESTION

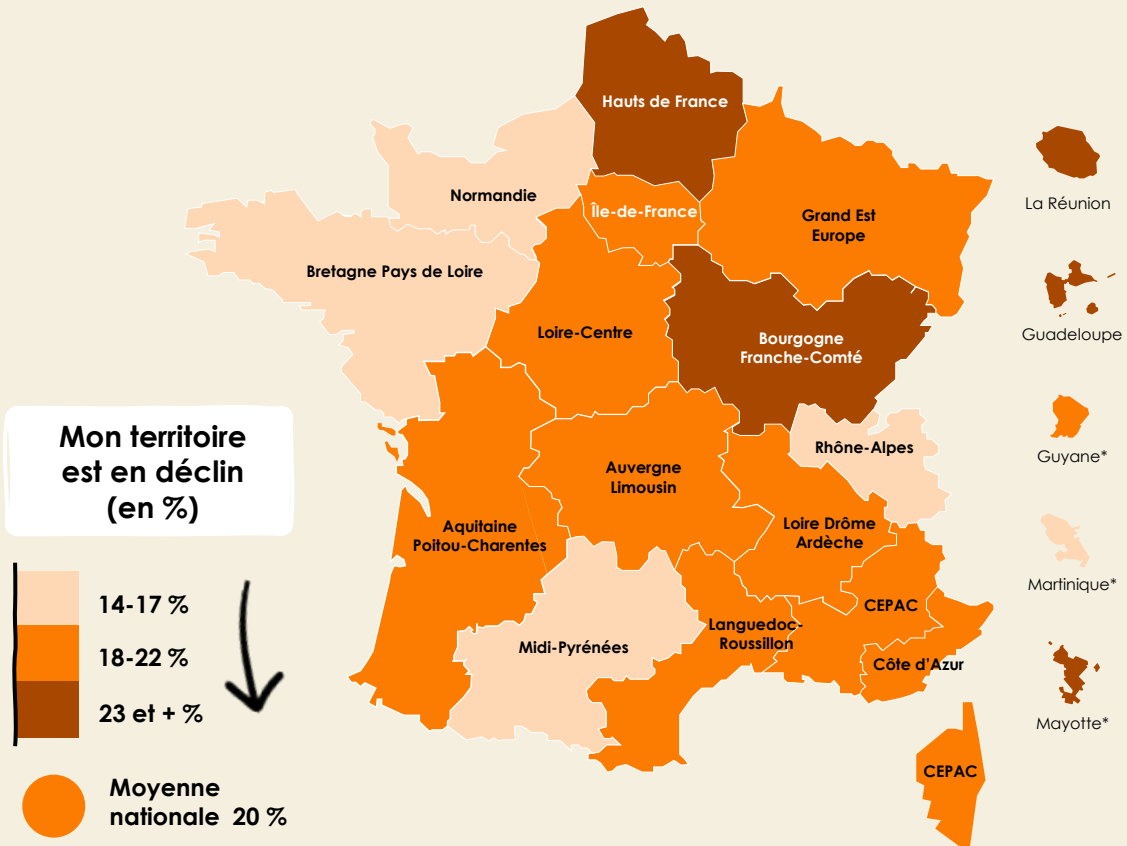
Dans 25 ans, votre territoire se portera-t-il ?



# Dynamique territoriale, aujourd'hui et demain

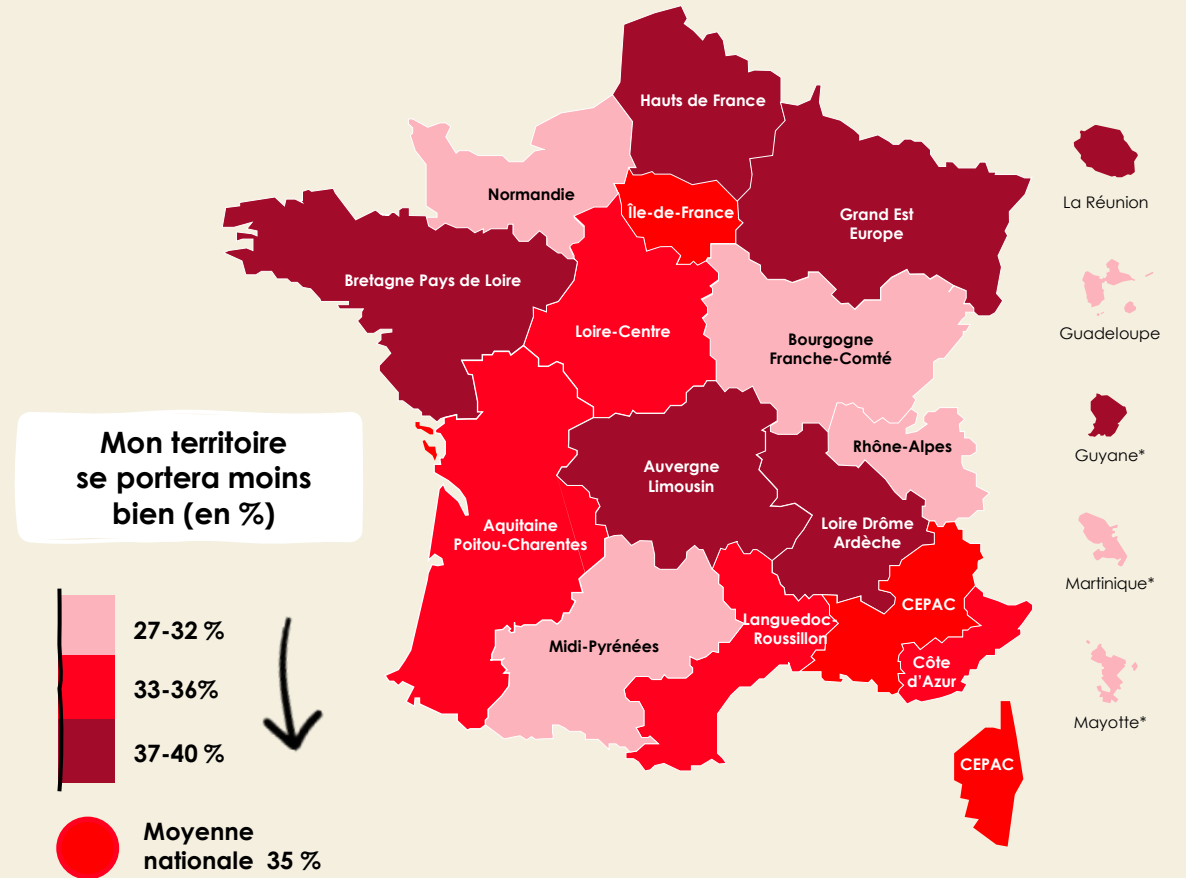
## QUESTION

Diriez-vous que votre territoire est aujourd'hui... ?



## QUESTION

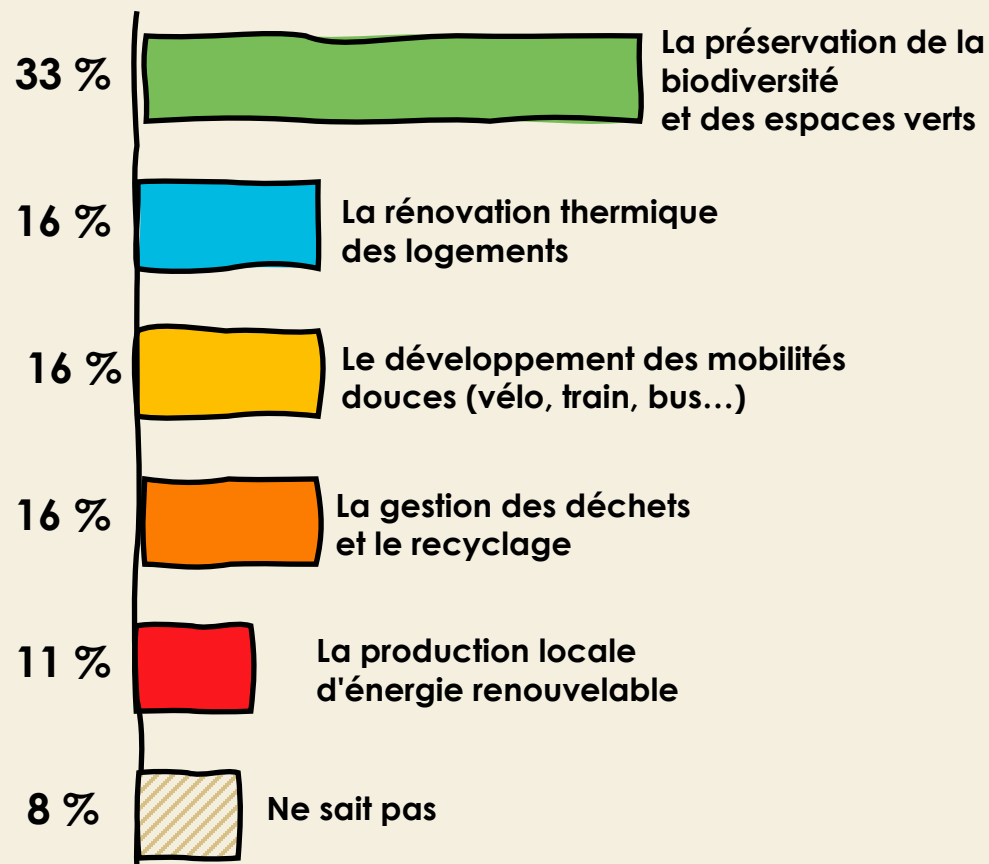
Dans 25 ans, votre territoire se portera-t-il ?



# Priorité à la biodiversité

## QUESTION

En matière de transition écologique, quelle doit être la priorité n°1 pour votre territoire ?



**La biodiversité prend plus de 15 points d'avance sur toutes les autres priorités**

33% des habitants voient dans la préservation de la biodiversité et des espaces verts la priorité n°1 sur leur territoire.

### L'effet territoire

La préservation de la biodiversité est la seule priorité qui fait consensus sur l'ensemble du territoire national (à l'exception de la Réunion).



Au-delà : une France des métropoles de l'Ouest et de l'Outremer qui priorise également les mobilités douces.

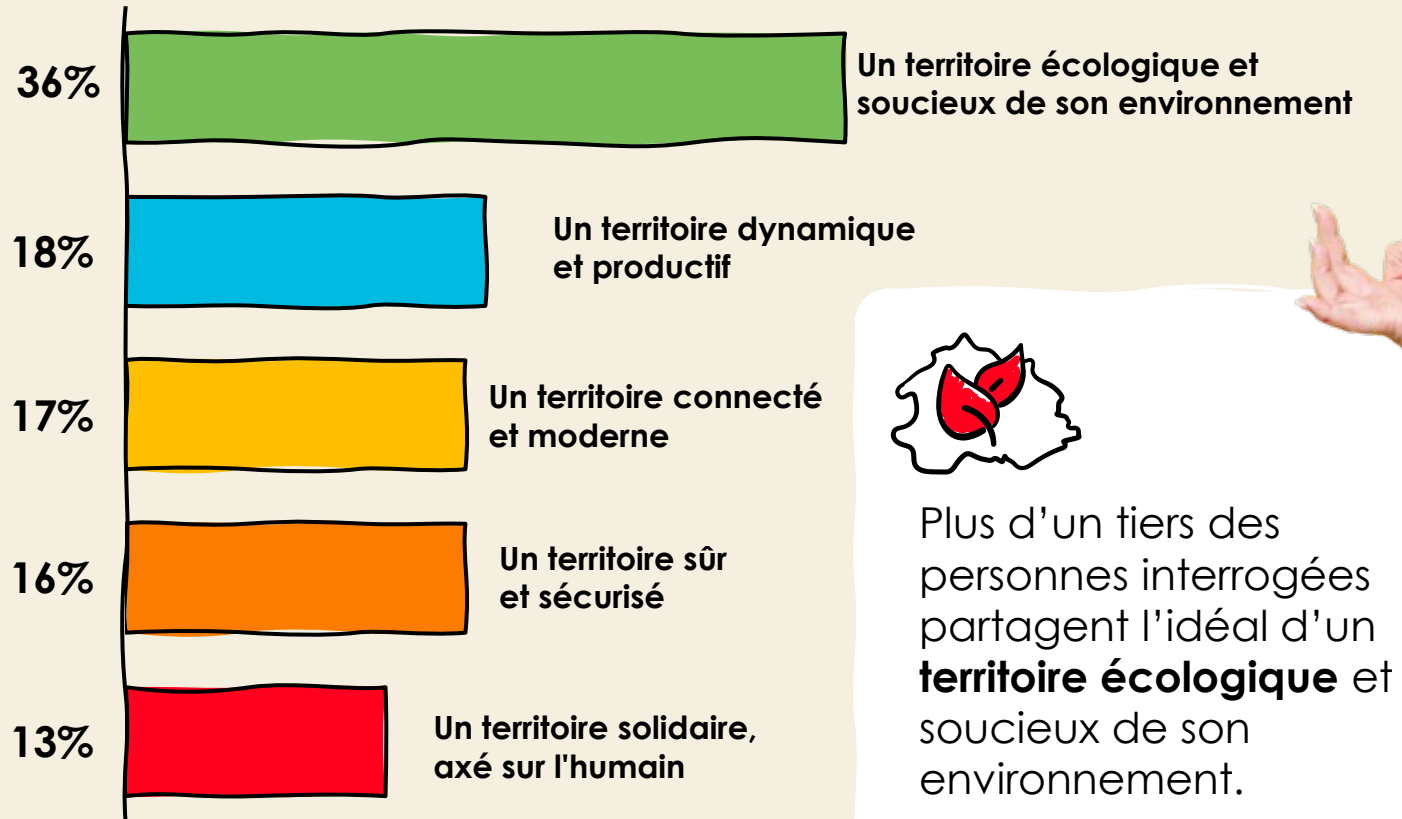


Une France des villes moyenne du Nord et de l'Est qui priorise la rénovation thermique des logements.

# Le territoire de demain se rêve en vert

## QUESTION

Quelle phrase correspond le mieux à votre vision idéale de votre territoire en 2050 ?



Plus d'un tiers des personnes interrogées partagent l'idéal d'un **territoire écologique** et soucieux de son environnement.



# 5 visions d'avenir du territoire

## À chacun son idéal

Si l'écologie s'impose comme l'horizon idéal le plus cité, d'autres visions, plus contrastées, permettent de dessiner des profils distincts de citoyens.

35 %

Un territoire écologique et soucieux de son environnement



### L'Écologiste

Plutôt une femme éduquée, issue des catégories aisées.

**Son idéal :** un territoire respectueux de l'environnement, une préoccupation partagée au-delà des âges et des régions.

20 %

Un territoire dynamique et productif



### Le Bâtitteur

Une personne active en milieu de carrière, souvent indépendant ou cadre.

**Son idéal :** un territoire dynamique qui favorise l'emploi, les affaires et l'esprit d'entreprise.

16 %

Un territoire connecté et moderne



### Le Connecté

Plutôt un jeune homme urbain (- de 35 ans), cadre ou étudiant.

**Son idéal :** un territoire à la pointe de la technologie et de l'innovation.

16 %

Un territoire sûr et sécurisé



### Le Gardien

Une personne de plus de 60 ans, généralement retraitée et vivant en zone rurale.

**Son idéal :** Un territoire calme et sûr, qui garantit la protection des citoyens.

13 %

Un territoire solidaire, axé sur l'humain



### Le Solidaire

Plutôt une femme, plus âgée ou retraitée.

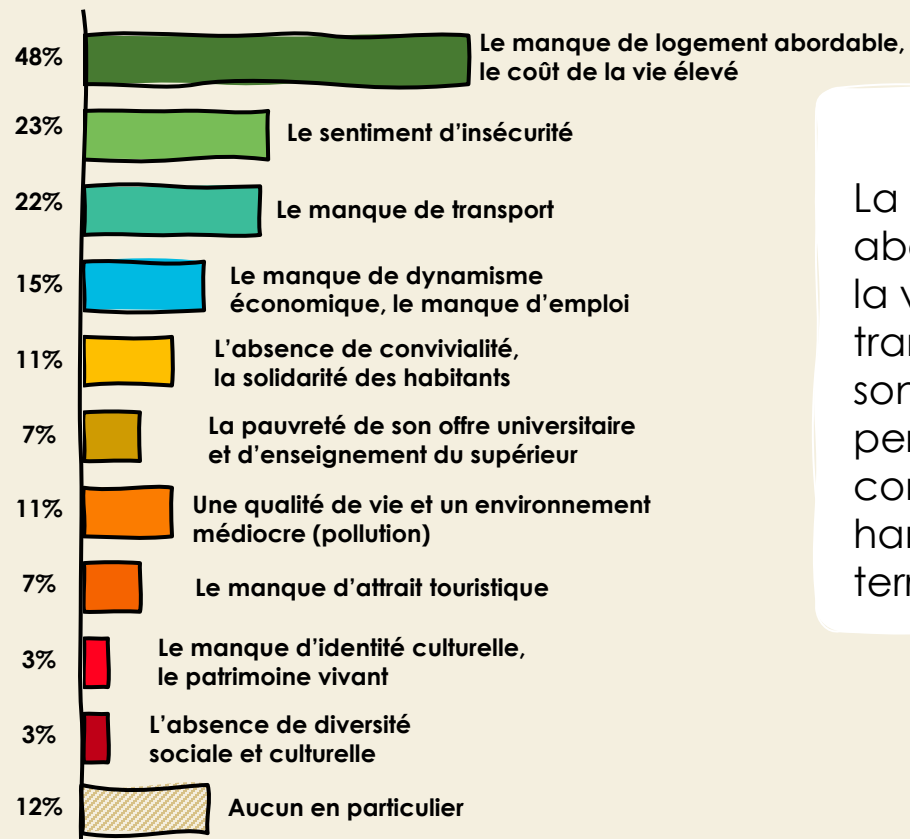
**Son idéal :** un territoire où l'entraide et le lien social ont la primeur.

# Une aspiration à l'écologie... mais des préoccupations à traiter en priorité

## QUESTION

Quels sont les principaux handicaps de votre territoire ?

2 réponses possibles



La pénurie de logements abordables et le coût de la vie, l'insécurité, des transports insuffisants sont jugés par les personnes interrogées comme les 3 principaux handicaps de leur territoire.

### L'effet générationnel

Les Senior sont plus nombreux à ne voir aucun handicap dans leur territoire (21 % vs 13 % au national).

### L'effet territoire

**Deux France qui ne partagent pas les mêmes préoccupations.**

**Dans les métropoles, les handicaps majeurs sont ceux de la pression économique et de l'insécurité** : le coût de la vie et le logement est de loin le problème n°1 (31 % au national). La perception d'insécurité est un phénomène massivement urbain.

**Dans les zones rurales et les petites villes, le manque de transports** écrase toutes les autres préoccupations et s'impose comme le handicap majeur (41 % au national), suivi par le manque de dynamisme économique.

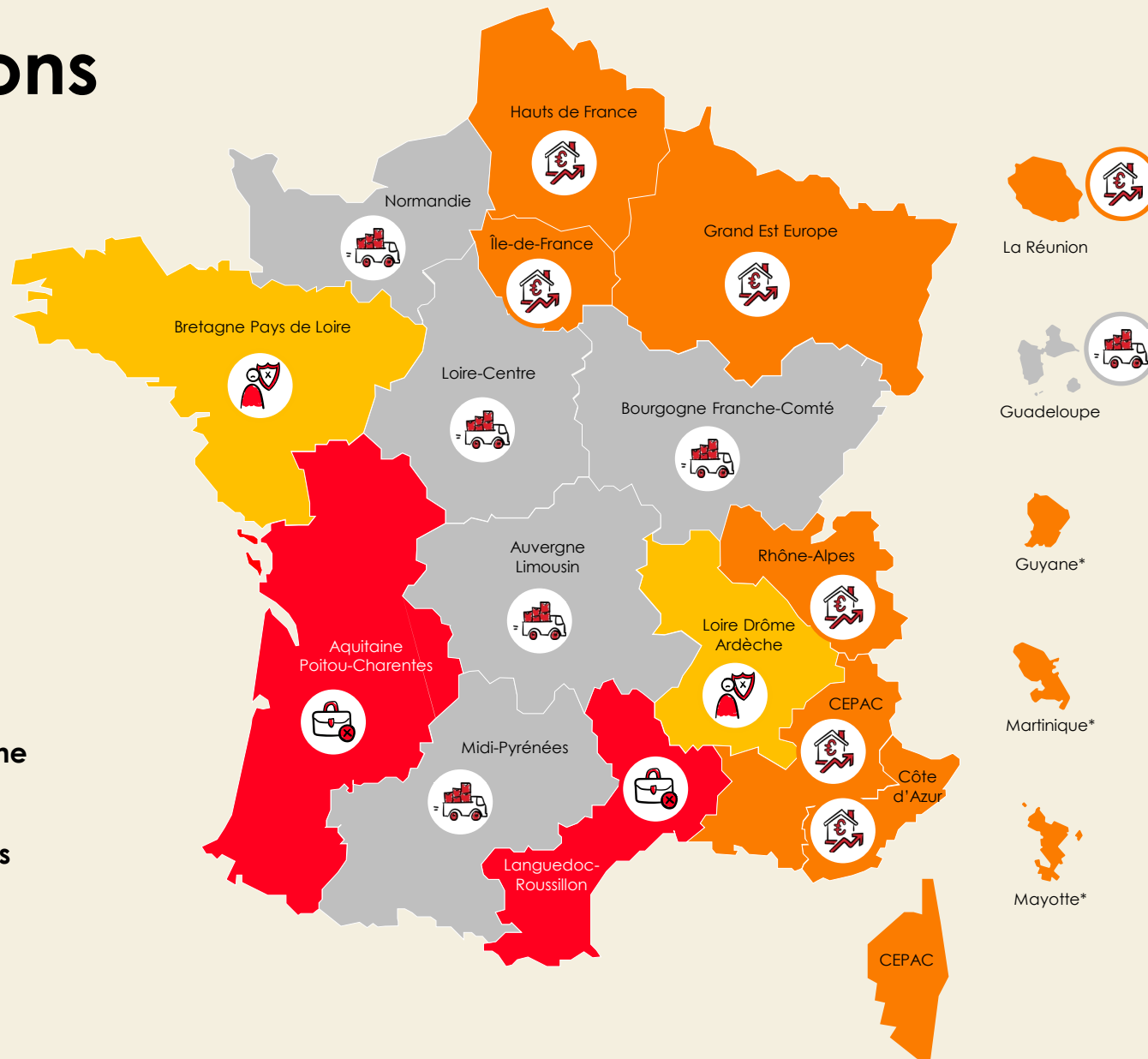
# ... des préoccupations à traiter en priorité

## QUESTION

Quels sont les principaux handicaps de votre territoire ?

### Handicap cité en 1<sup>er</sup>

-  Insécurité / incivilité
-  Le manque de dynamisme économique / d'emploi
-  Le manque de logements abordables
-  Le manque de transports



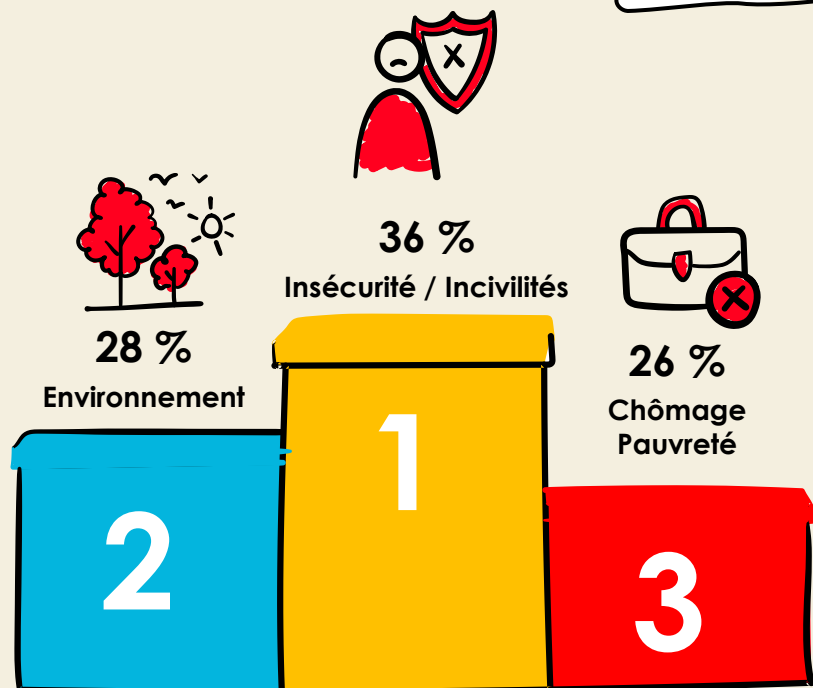
\* base très faible (moins de 30) inéligible pour le calcul des différences significatives

# Insécurité, environnement, chômage : le podium des risques qui inquiètent les habitants pour 2050

## QUESTION

Quels sont les principaux risques auxquels sera exposé votre territoire d'ici à 2050 ?

2 réponses possibles



Parmi tous les risques, **l'insécurité** s'impose comme la préoccupation majeure de plus d'un tiers des habitants

## Décalage entre aspiration et perception des risques

Si l'écologie est l'idéal numéro 1, elle n'est au national, contrairement en territoire Côte d'Azur, que la 4<sup>e</sup> préoccupation face aux risques, loin derrière les urgences sociales et sécuritaires.



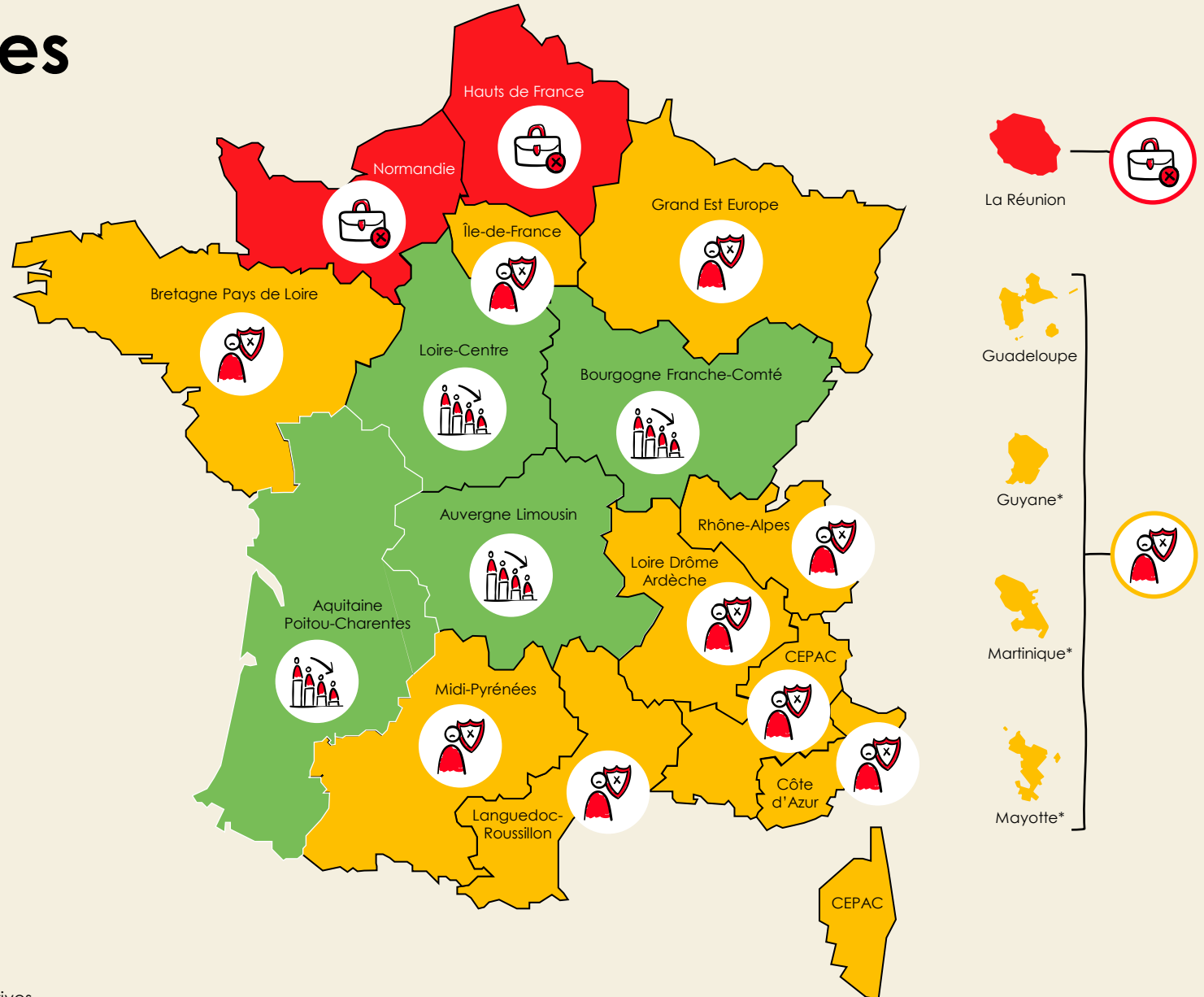
# Le podium des risques qui inquiètent les Français pour 2050

## QUESTION

Quels sont les principaux risques auxquels sera exposé votre territoire d'ici à 2050 ?

### Risque cité en 1<sup>er</sup>

-  Insécurité  
Incivilité
-  Chômage  
Pauvreté
-  Vieillesse  
Dépeuplement



\* base très faible (moins de 30) inéligible pour le calcul des différences significatives

# Les grands enseignements



## Le territoire, une affaire de cœur ... pas d'adresse

2/3 des Français sont attachés au territoire sur lequel ils sont nés ou ont grandi plutôt qu'à leur lieu de vie. S'ils se sentent chez eux, aussi bien à l'échelon de leur quartier, leur village qu'à celui de leur Pays, ils sont seulement 2 % à considérer l'Europe comme leur territoire.



## L'essentiel à 30 minutes

La demi-heure s'impose comme le temps de trajet maximal pour accéder aux commerces et services essentiels, avec comme priorité n°1 : l'accès au soin. Ils réclament avant tout une pharmacie !



## Le blues des territoires

Aujourd'hui comme demain, 70 % des Français jugent que leur territoire ne se développe pas, un tiers le considère même en déclin.



## Produire, recruter et décider localement, c'est ça être utile

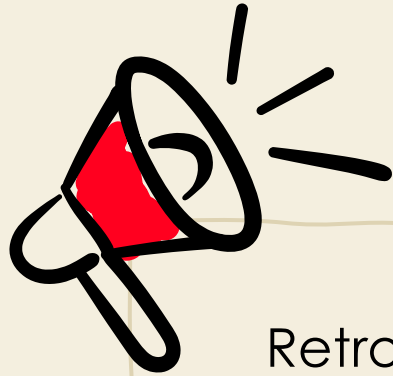
Le maire est le seul décideur qui émerge du paysage institutionnel. Côté entreprises, leur utilité pour leur territoire est jugée avant tout sur leur capacité à produire et à recruter localement.



## Le territoire se rêve en vert, mais...

Les Français veulent un territoire « écologique » avant un territoire « connecté » ou « innovant ». Ils font de la biodiversité leur priorité locale numéro 1 en matière de transition environnementale. Mais cet idéal se heurte à des préoccupations et des risques jugés plus urgents en tête desquels le logement et l'insécurité.





Retrouvez cette étude (et bien d'autres) sur  
[www.federation.caisse-epargne.fr](http://www.federation.caisse-epargne.fr)



Fédération Nationale  
**CAISSE D'ÉPARGNE**