



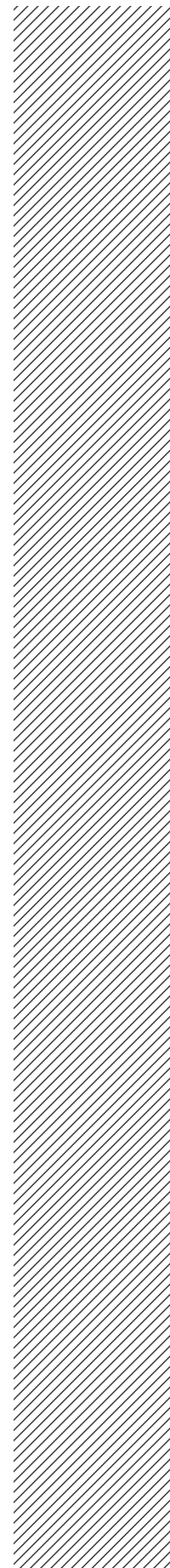
📖 ÉTUDE

L'ÉVOLUTION DES COMMERCES À PARIS

INVENTAIRE DES COMMERCES 2017
ET ÉVOLUTIONS 2014-2017

MARS 2018





Directrice de la publication : **Dominique ALBA**

Étude réalisée par : **Bruno BOUVIER, François MOHRT**

Sous la direction de : **Stéphanie JANKEL**

Cartographie et traitement statistique : **Hélène IMPINI, Anne SERVAIS, Gustavo VELA-BARRON**

Photos et illustrations : **Apur sauf mention contraire**

Mise en page : **Apur**

www.apur.org

18P050202

Sommaire

INTRODUCTION	4
1. Résultats : 62 507 commerces et services commerciaux	8
Une densité commerciale très élevée	10
Des évolutions marquées par une très grande stabilité	15
La vacance des locaux reste stable, autour de 9%	18
7 600 commerces alimentaires qui s'adaptent aux nouvelles façons de consommer : moins de discount, plus de produits bio	20
Le E-Commerce progresse et se combine avec les magasins traditionnels	24
2. Les principales évolutions 2014 - 2017 par secteurs d'activité	30
Les hausses les plus importantes	30
Les baisses les plus importantes	35
Les activités stables	40
Recueil cartographique des évolutions commerciales	44
3. Les évolutions observées dans des secteurs particuliers	62
Les résultats contrastés des 11 secteurs de l'opération Vital'Quartier 1 et 2	63
La mise en place de 12 périmètres Paris Commerces en 2017	71
Le développement du commerce dans les gares	80
Les marchés couverts et découverts à Paris en 2017	85
Le tissu commercial des 7 places parisiennes en cours de réaménagement	86
4. Portrait commercial par arrondissement : 20 fiches	90
ANNEXE	130

INTRODUCTION

Une nouvelle enquête de l'ensemble des commerces parisiens a eu lieu au cours des mois de mars et avril 2017 sous l'égide de la Ville de Paris, de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et de l'Apur. Elle prolonge les recensements réalisés lors des six précédentes enquêtes de 2000, 2003, 2005, 2007, 2011 et 2014 en utilisant la même méthodologie afin d'être comparables entre elles.

L'enquête permet de disposer, pour l'ensemble des voies parisiennes, d'une photographie très précise des activités exercées au pied des immeubles parisiens dans les locaux possédant une vitrine sur rue. Afin de réaliser cet exercice, une équipe de 20 enquêteurs a sillonné l'ensemble des artères parisiennes.

Les informations relevées lors de cette enquête font état de la nature du local recensé (commerce, service commercial, atelier, bureau...), de l'activité exercée dans ce dernier selon une nomenclature en 221 postes, de l'enseigne du magasin lorsqu'elle existe, d'une estimation de surface de vente du local selon trois tranches : moins de 300 m², entre 300 et 1 000 m² et les locaux de plus de 1 000 m².

En 2017, Paris totalise 62 507 commerces et services commerciaux. La période 2014-2017 correspond à une parfaite stabilité du nombre de ces commerces et services commerciaux (+25 établissements) qui fait suite à une légère progression de leur effectif entre 2011 et 2014 (+1 %, soit 617 commerces). Paris propose une offre commerciale diversifiée et d'une densité exceptionnelle tant en nombre de com-

merces par habitant (28 commerces pour 1 000 habitants) qu'en nombre de commerces par km de voies (4,3 commerces pour 100 m de voies). Cette densité commerciale est sans pareille, ce qui ressort des comparaisons avec les départements de la petite couronne mais aussi avec les autres centres-villes des grandes villes françaises.

Les principales évolutions relevées lors de l'enquête de 2017 reflètent les changements dans les modes de vie des Français et des Parisiens.

Les secteurs où les hausses sont les plus fortes sont les services commerciaux liés aux soins du corps (+9 %, soit +171 boutiques) avec l'augmentation du nombre d'ongleries, salons de massage, instituts de beauté ; les supermarchés (+9 %, soit +25 établisse-





ments) dont la progression s'accélère comparée à la période 2011-2014; les supérettes (+6 %, soit +28 magasins) qui poursuivent leur implantation à Paris; l'alimentaire traditionnel spécialisé (+6 %, soit +300 établissements) dont la progression s'accélère fortement notamment pour les magasins de produits biologiques, les pâtisseries, les cavistes plébiscités par la population parisienne à fort pouvoir d'achat; les cafés et restaurants (+5 %, soit +652 établissements) avec les nouveaux concepts de restauration rapide « saine » qui attirent une clientèle toujours plus importante; la vente, réparation, location de vélos et vélos électriques (+57 %, soit +46 magasins) dont l'essor accompagne les mesures prises par la Ville de Paris pour favoriser les circulations douces.

Les baisses les plus importantes s'observent pour les commerces de gros (-21 %, soit -416 établissements) dont la relocalisation en proche banlieue parisienne se poursuit; la librairie et la presse (-10 %, soit -152 établissements) en lien avec une diffusion en ligne plus importante qu'avant pour cette dernière; la photographie (-9 %, soit -19 boutiques) toujours impactée par le développement du numérique; la vente et réparation automobile (-11 %, soit -60 magasins) à mettre en parallèle avec le développement de la vente des vélos; enfin le secteur de l'équipement de la personne (-5 %, soit -429 magasins) qui pour la première fois depuis 2003 enregistre une diminution de ses boutiques, de plus en plus concurrencé par les sites de vente en ligne tant pour le prêt-à-porter que pour les chaussures.



photos © Apur - François Mohr





1. RÉSULTATS : 62 507 COMMERCES ET SERVICES COMMERCIAUX

©ph.guignard@air-images.net

1.

Résultats : 62 507 commerces et services commerciaux

Les évolutions générales : de nombreux mouvements mais un nombre de commerces stable

On recense 83 720 locaux en rez-de-chaussée en 2017, dont 62 507 sont effectivement des commerces et services commerciaux et 21 213 sont d'autres locaux situés en rez-de-chaussée (commerces de gros, bureaux en boutiques, locaux vacants...).

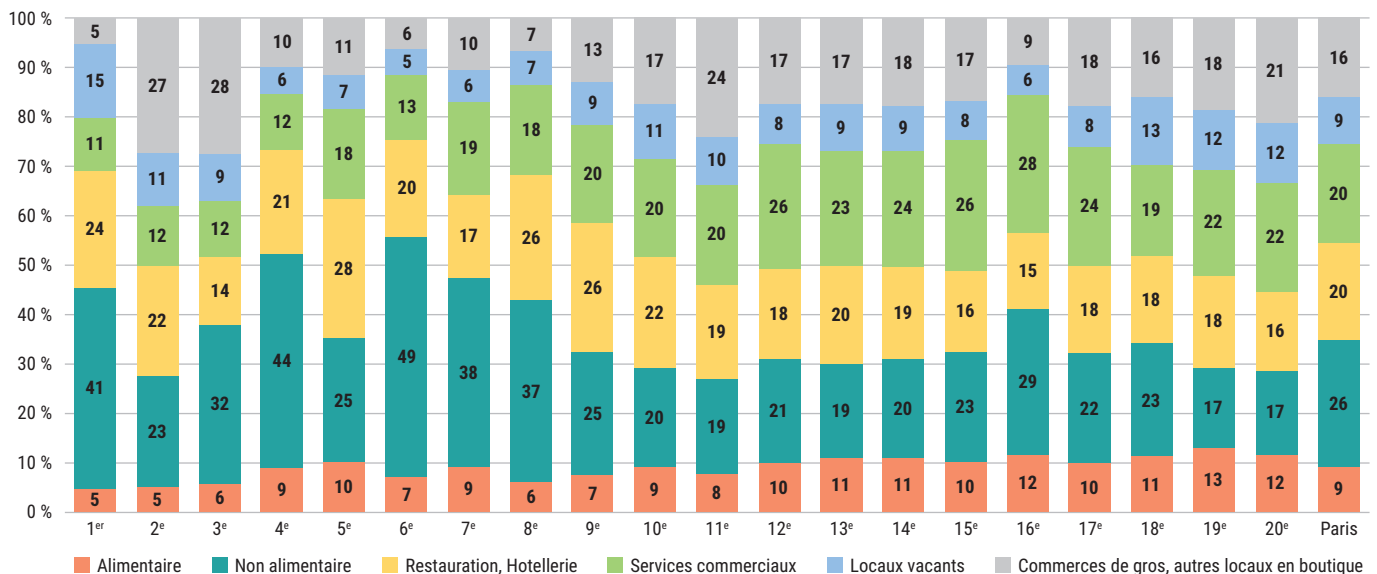
Le nombre de commerces et services commerciaux est stable depuis 2014 : seuls 25 établissements supplémentaires ont été comptabilisés entre 2014 et 2017 alors qu'ils avaient progressé de plusieurs centaines d'unités entre 2011 et 2014 (+617 établissements). Toutefois, cette stabilité en effectif ne doit pas masquer l'ampleur des transformations qui sont intervenues en trois ans. 19 100 mouvements ont eu lieu entre les différents secteurs d'activi-

tés, soit 10 700 commerces qui ont changé d'activité et autant de créations de commerces que de disparitions, soit 8 400 mouvements dans les deux sens.

Les évolutions de court terme (entre 2014 et 2017) amplifient parfois ou contredisent les évolutions de long terme observées depuis 2003. C'est ainsi que le nombre de commerces alimentaires augmente trois fois plus vite ces dernières années (+120 commerces par an entre 2014 et 2017) que sur la longue période (+43 commerces par an entre 2003 et 2017). La même tendance se retrouve pour les cafés et restaurants. En revanche les services aux particuliers, dont le nombre baisse sur longue période, voient plus récemment leurs effectifs augmenter.

Ce qui ressort de l'observation de la struc-

STRUCTURE COMMERCIALE PAR ARRONDISSEMENT EN 2017

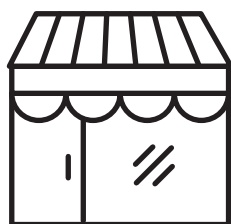


Source : Apur, BDCCom 2017

NATURE DE L'ACTIVITÉ DANS LES 83 720 LOCAUX SITUÉS EN REZ-DE-CHAUSSÉE DES IMMEUBLES PARISIENS

	2017	Évolutions annuelles				
		Nombre de locaux	2003-2017		2014-2017	
			nombre	%	nombre	%
Commerces et services commerciaux	62 507	-17	0,0%	8	0,0%	
Grands magasins	8	0	-0,8%	0	0,0%	
Alimentaire	7 612	43	0,6%	120	1,7%	
Équipement de la personne	8 397	4	0,1%	-143	-1,6%	
Santé-Beauté	2 812	37	1,6%	26	1,0%	
Équipement de la maison	2 956	-102	-2,3%	-68	-2,1%	
Culture et loisirs	5 564	-58	-0,9%	-90	-1,5%	
Bricolage-Jardinage	925	-19	-1,6%	-6	-0,6%	
Services aux particuliers	12 498	-33	-0,3%	19	0,2%	
Agences	4 421	4	0,1%	-53	-1,2%	
Auto-Moto	886	-20	-1,7%	-19	-2,0%	
Cafés et Restaurants	14 530	134	1,1%	217	1,6%	
Hôtels et Auberges de jeunesse	1 898	-8	-0,4%	4	0,2%	
Autres locaux en rez-de-chaussée	21 213	-187	-0,8%	-183	-0,8%	
Locaux vacants	7 804	-138	-1,4%	49	0,6%	
Commerces de gros	1 590	-132	-3,9%	-139	-6,9%	
Services aux entreprises	559	-7	-1,0%	2	0,4%	
Médical	1 898	48	3,9%	43	2,4%	
Spectacles	230	3	1,7%	2	0,7%	
Bureaux, ateliers, équipements en boutique	9 132	37	0,4%	-140	-1,5%	
TOTAL LOCAUX EN REZ-DE-CHAUSSEE	83 720	-205	-0,2%	-175	-0,2%	

Source : Apur, BDCOM 2017



62 507
commerces
et services commerciaux

ture de l'appareil commercial parisien en 2017 (cf. graphique ci-contre), c'est qu'en moyenne à Paris, un local sur quatre correspond à un commerce non alimentaire (26 %), c'est-à-dire les commerces d'équipement de la personne (habillement, chaussures...), de la maison (vente de meubles, équipement du foyer...), lié à la culture, aux loisirs, au bricolage ou encore à la mobilité (concessionnaire de voiture, vente de vélos...). Deux autres secteurs comptent chacun pour environ 20 % des locaux : ce sont les services commerciaux (coiffeurs, cordonniers, agences bancaires ou immobilières...) d'une part, la restauration et l'hôtellerie d'autre part. Les commerces alimentaires représentent 9 % de l'ensemble des locaux, soit plus de 7 600 commerces, dont 1 186 boulangeries, 548 boucheries, 105 poissonneries ou 350 primeurs.

Les locaux restants (25 %) sont soit des locaux occupés par une activité non commerciale (commerces de gros, bu-

reaux, ateliers en boutique...) dans 16 % des cas, soit des locaux vacants ou en travaux (9 %). Ces locaux vacants, environ 7 800, sont en très légère augmentation depuis 2014 (+147 locaux).

Cette structure commerciale moyenne calculée pour l'ensemble de Paris est la traduction de situations variées selon les arrondissements : la restauration occupe une place plus importante dans les arrondissements du centre que dans les arrondissements périphériques, où les commerces alimentaires sont plus nombreux en proportion. Dans les 2^e, 3^e et 11^e arrondissements les commerces de gros représentent le quart des locaux ou plus. Parmi les 62 507 commerces recensés, plus de 3 100 se situent dans la centaine de concentrations commerciales (centre commercial, galerie marchande, gare...) que compte Paris. La plus importante en nombre de commerces est le Forum des Halles (169 boutiques) suivie par Italie 2 (131 boutiques).

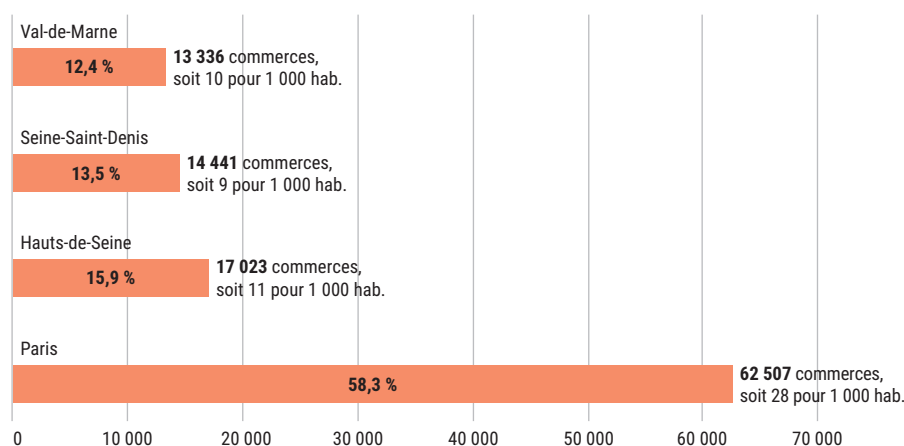
Une densité commerciale très élevée

De par son statut de ville-monde et innovante, Paris attire un nombre croissant de personnes. Quelle soit présente pour y habiter, pour y travailler ou pour y séjourner quelques jours en tant que touristes, cette population bénéficie d'une inhabituelle et rare densité de commerces et services commerciaux. Ces derniers sont tout à la fois diversifiés en termes de catégories et de nature d'activités.

Cette densité commerciale se traduit par un taux élevé de commerces que ce

soit en nombre par habitant (28 pour 1 000 habitants) ou encore rapporté au linéaire de voie (4,3 commerces pour 100 m de voies). Cette forte densité commerciale à Paris est également remarquable par rapport aux territoires voisins puisque la capitale accueille 58,3 % des commerces et services commerciaux recensés dans la Métropole du Grand Paris (hors territoires des 91 et 95 appartenant à la MGP), le tout sur 13 % du territoire seulement.

NOMBRE ET PART DE COMMERCE À PARIS ET EN PETITE COURONNE



Note de lecture : afin de comparer la densité commerciale de Paris avec son environnement immédiat, les données des recensements effectués par les chambres départementales de la Chambre de Commerce et d'Industrie au cours de l'année 2017 ont été utilisées.

Source : CCI Paris, 2017 ; Apur, BDCom 2017

NOMBRE ET PART DE COMMERCE À PARIS ET EN PETITE COURONNE COMPARÉ AVEC LA MÉTROPOLÉ DU GRAND PARIS

	Alimentaire		Non alimentaire		Restauration (hors hôtellerie)		Services commerciaux		TOTAL	
	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%
Paris	7 612	53,5%	21 739	61,5%	16 568	61,3%	16 588	54,0%	62 507	58,3%
Hauts-de-Seine	2 350	16,5%	5 043	14,3%	3 989	14,7%	5 641	18,4%	17 023	15,9%
Seine-Saint-Denis	2 371	16,7%	4 524	12,8%	3 542	13,1%	4 004	13,0%	14 441	13,5%
Val-de-Marne	1 891	13,3%	4 032	11,4%	2 946	10,9%	4 467	14,6%	13 336	12,4%
Petite couronne	6 612	46,5%	13 599	38,5%	10 477	38,7%	14 112	46,0%	44 800	41,7%
Métropole du Grand Paris*	14 224	100,0%	35 338	100,0%	27 045	100,0%	30 700	100,0%	107 307	100,0%

*Hors communes du 91 et du 95
Source : CCI Paris, 2017 ; Apur, BDCom 2017

NOMBRE ET PART DE COMMERCES DANS LES ÉTABLISSEMENTS PUBLICS TERRITORIAUX DE LA MÉTROPOLE DU GRAND PARIS

	Alimentaire		Non alimentaire		Restauration (hors hôtellerie)		Services commerciaux		TOTAL		Population	
	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%
T1 : Paris	7 612	53,5%	21 739	61,5%	16 568	61,3%	16 588	54,0%	62 507	58,3%	2 220 445	32,9%
T2 : Vallée Sud Grand Paris	537	3,8%	988	2,8%	757	2,8%	1 229	4,0%	3 511	3,3%	393 673	5,8%
T3 : Grand Paris Seine Ouest	418	2,9%	974	2,8%	833	3,1%	1 164	3,8%	3 389	3,2%	313 533	4,6%
T4 : Paris Ouest La Défense	880	6,2%	2 054	5,8%	1 615	6,0%	2 063	6,7%	6 612	6,2%	562 693	8,3%
T5 : Boucle Nord de Seine*	515	3,6%	1 027	2,9%	784	2,9%	1 185	3,9%	3 511	3,3%	327 871	4,9%
T6 : Plaine Commune	764	5,4%	1 323	3,7%	1 215	4,5%	1 036	3,4%	4 338	4,0%	421 566	6,2%
T7 : Paris Terres d'Envol	442	3,1%	980	2,8%	644	2,4%	829	2,7%	2 895	2,7%	352 589	5,2%
T8 : Est Ensemble	660	4,6%	1 047	3,0%	1 011	3,7%	1 013	3,3%	3 731	3,5%	407 717	6,0%
T9 : Grand Paris Grand Est	505	3,6%	1 174	3,3%	672	2,5%	1 126	3,7%	3 477	3,2%	389 156	5,8%
T10 : Paris Est Marne et Bois	811	5,7%	1 696	4,8%	1 136	4,2%	2 230	7,3%	5 873	5,5%	505 149	7,5%
T11 : Grand Paris Sud Est Avenir	346	2,4%	828	2,3%	540	2,0%	823	2,7%	2 537	2,4%	309 423	4,6%
T12 : Grand Orly Seine Bièvre*	734	5,2%	1 508	4,3%	1 270	4,7%	1 414	4,6%	4 926	4,6%	550 467	8,1%
TOTAL	14 224	100%	35 338	100%	27 045	100%	30 700	100%	107 307	100%	6 754 282	100%

*Hors communes du 91 et du 95
Source : CCI Paris, 2017 ; Apur, BDCom 2017



28

commerces et services
commerciaux pour
1 000 habitants

Cette densité commerciale observée à Paris est d'autant plus forte lorsque l'on regarde le nombre de commerces et services commerciaux implantés dans les différents territoires de la Métropole du Grand Paris.

Hormis Paris, Paris Ouest La Défense ressort toujours de façon plus forte que les autres territoires pour les différents types de commerces et services commerciaux, cela s'explique très certainement par la présence du quartier de La Défense et ses centres commerciaux sur ce territoire. Un autre territoire, Paris Est Marne et Bois, possède une part plus importante que les autres de services commerciaux (7,3 % contre environ 4 % pour les autres territoires) et dans une moindre mesure de commerces alimentaires (5,7 % contre 4,3 %).

La densité de commerces et services pour 1 000 habitants est 2,5 à trois fois plus élevée à Paris que dans les autres territoires de la Métropole du Grand Paris ; on dénombre 28 commerces et services commerciaux pour 1 000 habitants à Paris contre 12 dans les territoires de Paris Ouest La Défense (T4) ou Paris Est

Marne et Bois (T10), soit 2,4 fois plus. Cet écart est encore plus important comparé à Paris Terres d'Envol (T7) et Grand Paris Sud Est Avenir (T11) où la densité est de 8 commerces et services commerciaux pour 1 000 habitants, soit 3,4 fois moins forte qu'à Paris.

La densité moyenne de commerces et services commerciaux dans l'ensemble de la Métropole du grand Paris est de 16 pour 1 000 habitants.

Des zones de très fortes densités commerciales dans les six premiers arrondissements

Les arrondissements du centre de Paris (du 1^{er} au 11^e) sont ceux où la densité de commerces et services commerciaux est la plus élevée. Elle s'élève à environ 6 commerces pour 100 mètres de voies et plus de 50 commerces pour 1 000 habitants. À l'opposé, cette densité commerciale est moins forte dans les arrondissements périphériques avec une moyenne d'un peu plus de 3 commerces pour 100 mètres de voie et 20 commerces pour 1 000 habitants.

Les densités les plus fortes se retrouvent dans le 6^e arrondissement (8,1 commerces pour 100 mètres de voie) et le 1^{er} arrondissement concernant la densité d'établissement par habitant (139 commerces pour 1000 habitants). À l'inverse, les densités les moins élevées sont dans le 19^e arrondissement avec une moyenne de 2,2 commerces pour 100 mètres de voie et 12 établissements pour 1 000 habitants.

La représentation cartographique ci-dessous montre la répartition de la densité commerciale calculée à partir des surfaces de ventes des commerces, services commerciaux et cafés-restaurants (hors hôtels et autres types de locaux : gros, médical, bureaux...). Il ressort de cette carte des zones, des axes et des points pour lesquels la densité de surface commerciale est très élevée. C'est le cas des arrondissements centraux, du secteur des Grands Magasins mais également le cas de quelques axes plus périphériques comme l'avenue du Général Leclerc (14^e), la rue du commerce (15^e), la rue de Passy (16^e), le secteur de l'avenue des Ternes (17^e), celui de la Goutte d'Or

(18^e). Ressortent enfin quelques secteurs ponctuels comme la Nation (12^e-20^e), la place d'Italie (13^e), le Front de Seine (15^e) où de grandes surfaces commerciales sont présentes. Inversement, certaines zones sont peu pourvues en surfaces commerciales comme la partie est des 14^e et 15^e arrondissements, le secteur des Maréchaux (17^e), la partie est des Buttes Chaumont (19^e), le secteur de la place de la Réunion (20^e).

Une densité commerciale une à deux fois supérieure à celle des sept plus grands centres-villes de France

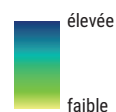
L'exceptionnelle densité commerciale observée à Paris est à mettre en relation avec les densités des principales grandes villes de province afin de bien la mesurer. C'est l'exercice qui a été réalisé ci-contre.

La BDCOM est un outil très particulier à Paris, qui n'existe pas de façon systématique dans les autres grandes villes de province. L'observation comparée des densités commerciales est ainsi difficile à appréhender.



DENSITÉ COMMERCIALE EN 2017

Surfaces de vente cumulées de commerces, services commerciaux et cafés-restaurants (hors hébergement)



Principaux équipements

Source : BDCOM 2017

DONNÉES DE CADRAGE

	Paris	Lyon	Marseille	Nancy	Lille	Nice	Bordeaux	Nantes
Population en 2014	2 220 445	506 615	558 473	104 321	233 897	343 895	246 586	298 029
Superficie en km²	105,40	47,87	82,64	15,01	34,83	71,92	49,36	65,19
Densité de population	21 067	10 583	6 758	6 950	6 715	4 782	4 996	4 572

NOMBRE DE COMMERCES POUR 1 000 HABITANTS EN 2016

	Paris	Lyon	Marseille	Nancy	Lille	Nice	Bordeaux	Nantes
Commerces alimentaires, dont :	2,86	2,02	2,69	1,97	2,04	2,77	2,00	1,43
Hypermarché	0,01	0,01	0,01	0,03	0,02	0,01	0,02	0,02
Supermarchés et supérettes	0,41	0,32	0,32	0,26	0,30	0,37	0,27	0,18
Epicerie	1,03	0,57	0,88	0,43	0,66	0,88	0,67	0,32
Boulangerie	0,88	0,73	0,89	0,91	0,69	0,88	0,63	0,62
Boucherie charcuterie	0,41	0,32	0,46	0,31	0,33	0,49	0,34	0,22
Produits surgelés	0,05	0,04	0,03	0,03	0,01	0,05	0,01	0,03
Poissonnerie	0,07	0,02	0,09	0,00	0,02	0,08	0,06	0,04
Commerces non alimentaires, dont :	9,48	5,75	5,94	5,66	5,78	6,25	6,88	4,15
Librairie papeterie journaux	0,99	0,46	0,41	0,39	0,32	0,44	0,54	0,38
Magasin de vêtements	3,68	2,12	2,28	2,30	2,36	2,01	2,56	1,43
Magasin d'équipements du foyer	0,50	0,33	0,22	0,28	0,39	0,31	0,46	0,25
Magasin de chaussures	0,59	0,39	0,33	0,46	0,44	0,39	0,45	0,33
Magasin d'électroménager et audio-vidéo	0,25	0,16	0,21	0,12	0,17	0,18	0,15	0,10
Magasin de meubles	0,42	0,32	0,23	0,21	0,28	0,33	0,43	0,19
Grande surface de bricolage	0,03	0,03	0,03	0,04	0,03	0,05	0,04	0,03
Magasin d'articles de sports et de loisirs	0,19	0,24	0,34	0,16	0,21	0,34	0,26	0,15
Magasin de revêtements murs et sols	0,08	0,02	0,02	0,01	0,04	0,05	0,02	0,02
Droguerie quincaillerie bricolage	0,16	0,10	0,15	0,08	0,15	0,17	0,12	0,08
Parfumerie	0,57	0,33	0,32	0,34	0,30	0,33	0,37	0,16
Horlogerie Bijouterie	0,55	0,26	0,28	0,29	0,22	0,38	0,28	0,18
Fleuriste	0,40	0,27	0,28	0,20	0,24	0,45	0,33	0,19
Magasin d'optique	0,54	0,33	0,30	0,37	0,26	0,26	0,33	0,28
Pharmacie	0,52	0,40	0,52	0,41	0,38	0,56	0,54	0,37
Services commerciaux, dont :	6,45	3,83	3,48	2,95	2,75	6,61	5,11	3,16
Ecole de conduite	0,15	0,28	0,22	0,36	0,23	0,27	0,30	0,22
Agence immobilière	3,66	1,84	1,86	1,44	1,45	3,77	3,05	2,00
Blanchisserie-Teinturerie	0,57	0,32	0,23	0,22	0,19	0,38	0,33	0,20
Soins de beauté	1,27	0,94	0,88	0,70	0,50	1,81	1,09	0,50
Agence de voyages	0,79	0,45	0,28	0,23	0,38	0,39	0,35	0,24
Restauration	8,84	5,62	5,22	5,17	6,59	6,49	6,77	4,02
Total commerces et services commerciaux	27,64	17,22	17,33	15,74	17,15	22,12	20,75	12,75

Il nous est toutefois possible de réaliser certaines comparaisons grâce à la « Base Permanente des Équipements » (BPE) que l'Insee produit. La dernière version de cette base date de 2016, elle présente un répertoire d'équipements et de services

rendus à la population élaboré à partir de plusieurs sources administratives. Les commerces sont présents dans ce répertoire au travers du répertoire des entreprises et des établissements (Sirene).

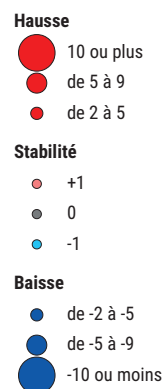
À Paris, un total de 61 373 commerces et services commerciaux est répertorié selon la BPE, ce qui représente environ 98 % de l'ensemble des commerces et services recensés dans la BDCOM, soit des chiffres très proches. Un taux d'équipement commercial pour 1 000 habitants a ainsi pu être calculé qui correspond à 27,6 commerces pour 1 000 habitants contre 28,2 d'après le calcul effectué avec les données de la BDCOM.

L'intérêt de la Base Permanente des Équipements (BPE) de l'Insee est de permettre une comparaison homogène des territoires du fait que l'ensemble des communes métropolitaines y sont représentées. Nous pouvons donc réaliser une comparaison entre Paris et les centres-villes de plusieurs villes de province, celles dont les centres-villes sont très urbanisés et dont la densité de population est supérieure à 4 000 habitants par km². Les centres-villes retenus sont ceux de Lyon, Marseille, Nancy, Lille, Nice, Bordeaux et Nantes (la ville de Marseille ne sera abordée qu'au travers de ses 11 arrondissements les plus denses en population).

Cette comparaison des grandes villes

de province avec Paris souligne la forte densité commerciale présente dans la capitale du fait d'une importante densité de population mais également due à la présence très marquée des emplois et des touristes toujours plus nombreux. L'exemple le plus flagrant de ce phénomène concerne les commerces non alimentaires pour lesquels Paris totalise 9,5 commerces pour 1 000 habitants contre seulement 6,9 à Bordeaux ou 6,2 à Nice. Le deuxième secteur pour lequel la densité par habitant est très élevée à Paris est celui de la restauration avec 8,8 restaurants pour 1 000 habitants contre 6,8 à Bordeaux, 6,6 à Lille ou 6,5 à Nice. Alors que la densité de commerces alimentaires était la deuxième plus élevée à Paris derrière Nice, il y a trois ans de cela, la progression récente du nombre de commerces alimentaires dans la capitale se traduit aujourd'hui par une densité la plus élevée des grandes villes observées : 2,9 commerces pour 1 000 habitants à Paris contre 2,8 à Nice ou encore 2,7 à Marseille. Le seul secteur d'activité où la densité est moins forte à Paris que dans les grandes villes de province est celui des services commerciaux : 6,6 services commerciaux pour 1 000 habitants à Nice, 6,5 à Paris et 5,1 à Bordeaux.

ÉVOLUTION DES COMMERCES ET SERVICES ENTRE 2014 ET 2017



Principaux équipements

Source : BDCOM 2017

Des évolutions marquées par une très grande stabilité

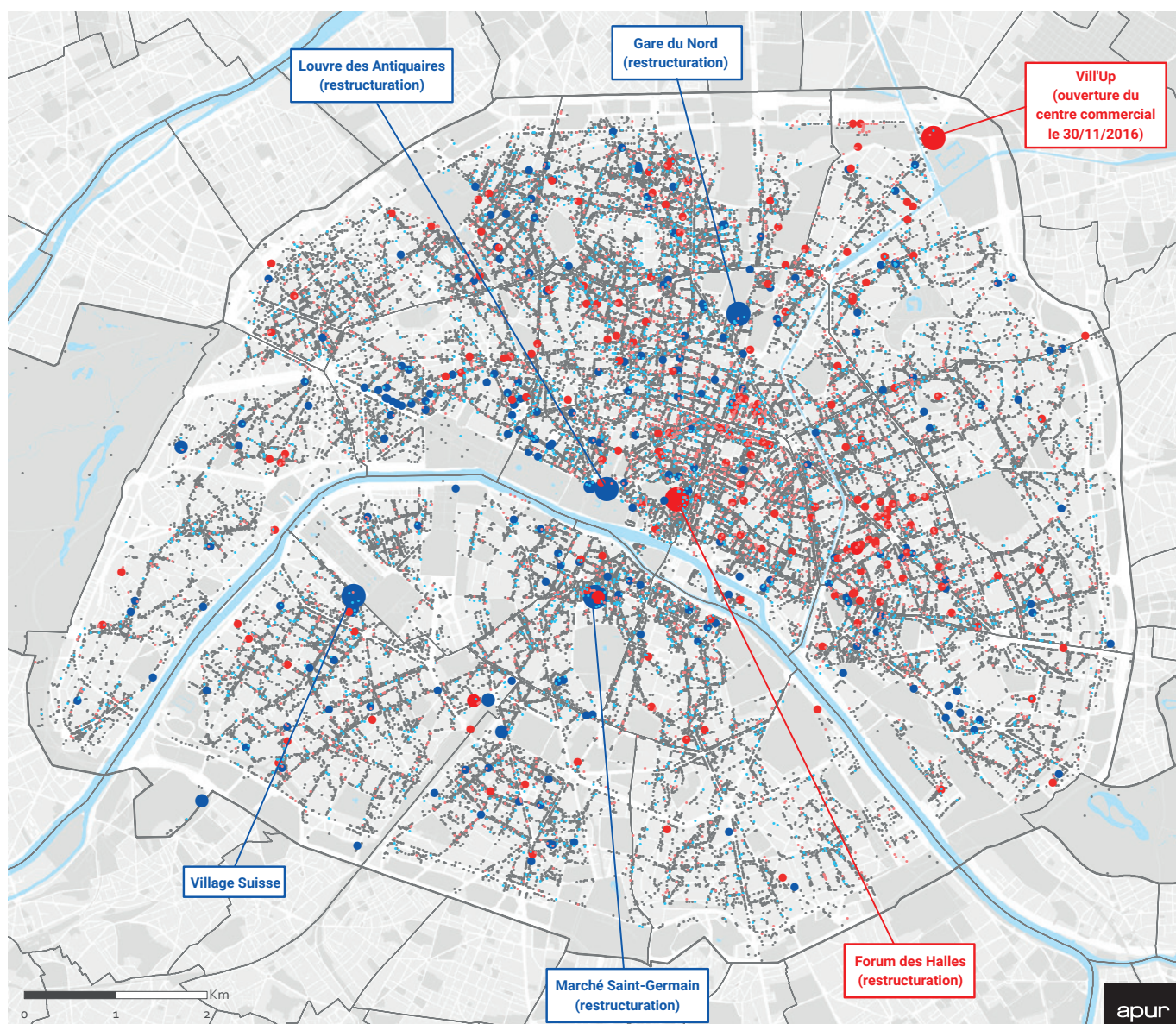
93 %

des commerces et services commerciaux l'étaient déjà en 2014

Les évolutions commerciales entre 2014 et 2017 se caractérisent par de très faibles mouvements globaux. De façon très générale, 93 % des commerces et services commerciaux de 2017 étaient déjà des commerces et services commerciaux en 2014, 4,1 % étaient vacants trois ans auparavant, 2 % étaient d'autres types de locaux (ateliers, bureaux...) et enfin 0,6 % sont des créations de nouveaux locaux.

Un nombre de commerces en progression dans les arrondissements centraux

Selon les arrondissements, les évolutions des commerces et services commerciaux sont inégales, avec de fortes variations pour certains d'entre eux. On observe, pour la deuxième enquête consécutive, une forte augmentation du nombre de commerces dans quatre arrondissements spécifiques du centre est



NATURE EN 2014 DES COMMERCES ET SERVICES COMMERCIAUX DE 2017



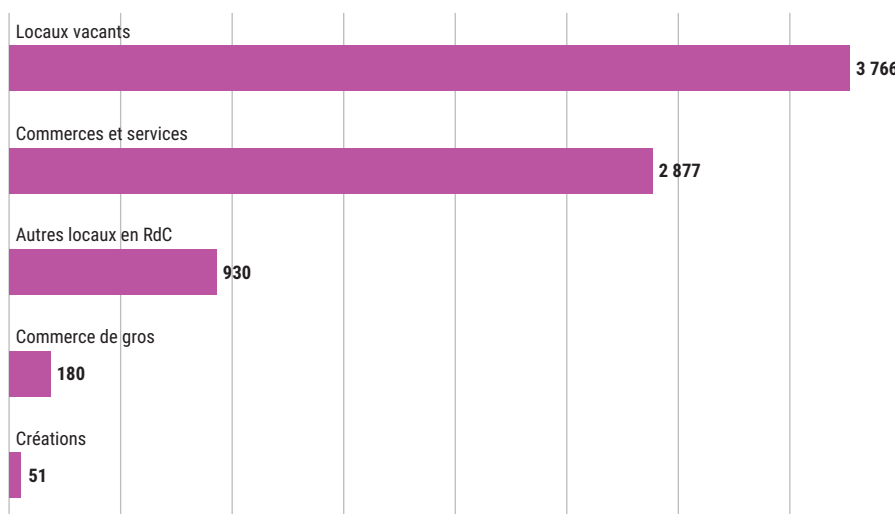
Source : Apur, BDCCom 2017

de la capitale (2^e, 3^e, 10^e et 11^e arrondissements). L'explication est à trouver dans la diminution du commerce de gros dans ces arrondissements, liée à leur déménagement vers des sites plus faciles d'accès comme à Aubervilliers par exemple.

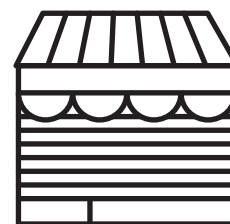
L'analyse de la vacance des locaux montre que la moitié (48,3 %) de ceux qui le sont en 2017 l'étaient déjà en

2014 et que 36,9 % de ces locaux vacants étaient des commerces et services commerciaux. À l'inverse, 33,6 % des locaux vacants de 2014 se sont transformés en commerces et services commerciaux, soit 2 573 établissements, 12,5 % se sont transformés en d'autres types de locaux en pied d'immeuble (959 locaux) ; enfin, 0,4 % sont devenus des commerces de gros (31 locaux).

NATURE EN 2014 DES LOCAUX VACANTS DE 2017

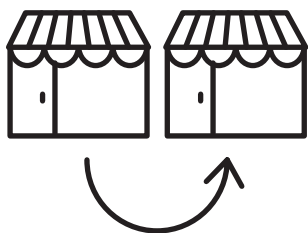


Source : Apur, BDCCom 2017



48 %

des vacants en 2017
déjà vacants en 2014



+ de 600

locaux annexés
par un commerce voisin

Des disparitions qui sont dans six cas sur dix des extensions

Depuis l'enquête de 2014, la différence entre le nombre de créations et de disparitions de locaux en pied d'immeuble affiche un bilan négatif. Le nombre de créations de locaux entre 2014 et 2017 est de 520 alors que le nombre de disparitions s'élève à 1045 unités. Le chiffre d'un peu plus d'un millier de disparitions est à relativiser car il comprend, pour 627 locaux (soit 60 %), des établissements qui ont fait l'objet d'une annexion de la part d'un commerce ou service voisin. Ainsi,

la surface de vente reste disponible à la clientèle sous forme de commerces plus importants en taille, phénomène déjà observé lors de l'enquête précédente. Ces locaux « englobés » par un local voisin se retrouvent dans l'ensemble des arrondissements parisiens. On dénombre enfin 43 locaux transformés en logements (4,1 %), un chiffre beaucoup moins élevé que celui constaté en 214 (350 locaux). Il est à noter que 75 % des commerces et services commerciaux présents en 2017 avaient déjà la même activité et la même enseigne lors de l'enquête de 2011.

PEU DE COMMERCES ONT UNE DOUBLE ACTIVITÉ

L'enquête sur les commerces réalisée en 2017 a été l'occasion, pour la première fois, de porter un regard sur ceux des commerces et services commerciaux qui proposent une activité annexe différente de la principale exercée. Il a été convenu avant l'enquête de ne prendre en compte une activité annexe que lorsque celle-ci était représentative pour l'établissement et pas seulement anecdotique. Seules deux activités annexes étaient recherchées, d'une part la restauration et d'autre part l'équipement de la personne ; si une autre activité était observée, elle était mise dans une catégorie « autre ».

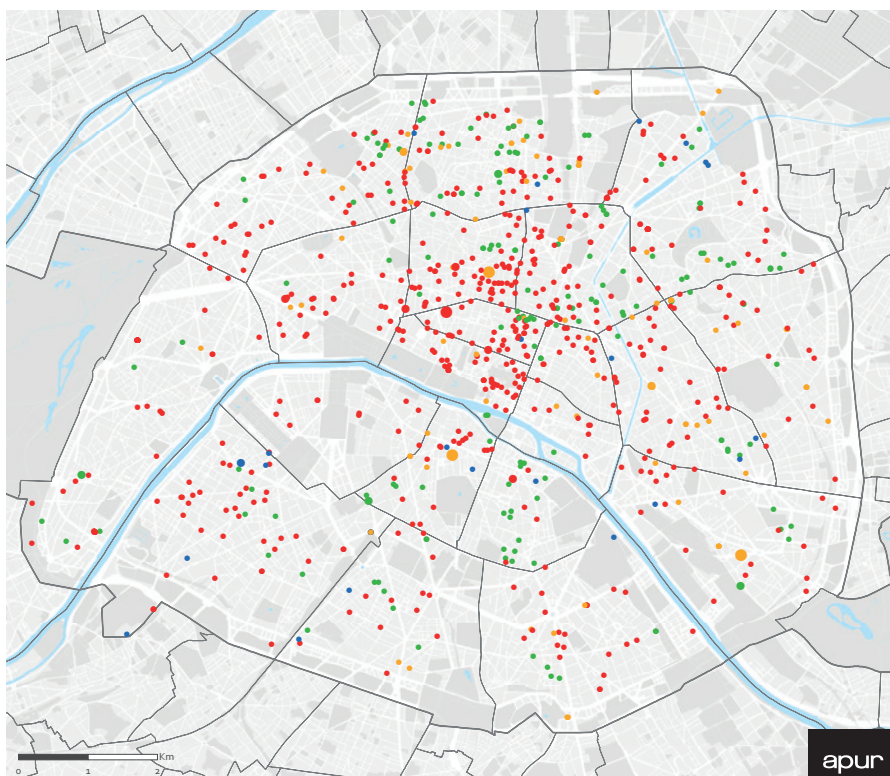
Au total, 344 activités annexes ont été recensées, ce qui concerne 0,4 % de l'ensemble des locaux implantés en rez-de-chaussée à Paris. Ces 344 activités annexes se répartissent de la façon suivante, 25 % concernent une activité annexe alimentaire, 14 % une activité annexe liée à l'équipement de la personne et la majeure partie des activités annexes se trouve dans la rubrique « autre » (61 %).

Les activités annexes alimentaires sont, dans la majorité des cas (54 %), recensées dans des commerces dont l'activité principale est déjà exercée dans le secteur alimentaire (boulangerie/salon de thé). Les activités annexes liées à l'équipement de la personne enregistrent la même proportion de présence au sein des commerces et services dont l'activité principale est déjà l'équipement de la personne, soit 54 %.

TRANSFORMATION DE LOCAUX EN REZ-DE-CHAUSSÉE ENTRE 2014 ET 2017

- démolé / muré (157)
 - englobé par un autre (571)
 - transformé en logement (175)
 - autre transformation (27)
- Principaux équipements

Source : BDCOM 2017



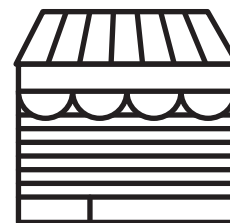
La vacance des locaux reste stable, autour de 9 %

Entre 2014 et 2017, les locaux vacants sont restés très stables, leur effectif a peu évolué (+147 unités). Après avoir observé une diminution de leur part entre 2011 et 2014 (ils passent de 9,6 % des locaux à 9,1 %), la période 2014-2017 voit leur part augmenter très légèrement, passant de 9,1 % à 9,3 %.

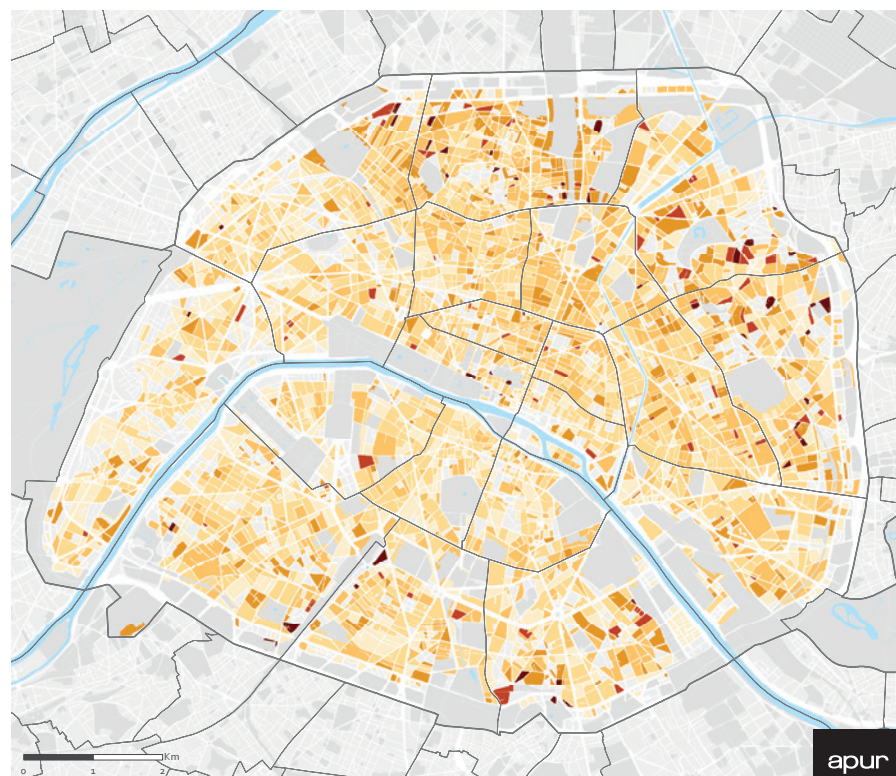
Un taux de vacance élevé au nord et à l'est de Paris

La cartographie de la vacance commerciale met en lumière les secteurs pour lesquels le phénomène est le plus intense. C'est ainsi qu'un grand quart

nord-est se distingue partant du quartier des Épinettes dans le 17^e arrondissement, passant par les 18^e et 19^e arrondissements pour s'arrêter au sud du 20^e arrondissement dans le secteur de la Réunion. D'autres zones sont touchées par un fort taux de vacance des locaux, de façon plus ponctuelle comme les secteurs de la place Jeanne d'Arc et la place de l'abbé Georges Hénocque dans le 13^e arrondissement, le carrefour de la rue d'Alésia et celle de la Tombe Isoire (14^e), la zone longeant le faisceau ferré de la gare Montparnasse dans le 15^e arrondissement.



9,3 %
de locaux vacants



LA VACANCE DES LOCAUX EN 2017

Part des locaux vacants * dans le total des locaux en rez-de-chaussée

- aucun local vacant
- moins de 10 %
- de 10 à 20 %
- de 20 à 30 %
- de 30 à 40 %
- 40 % ou plus

Principaux équipements

* Les îlots avec moins de 5 locaux apparaissent en gris

Source : BDCOM 2017

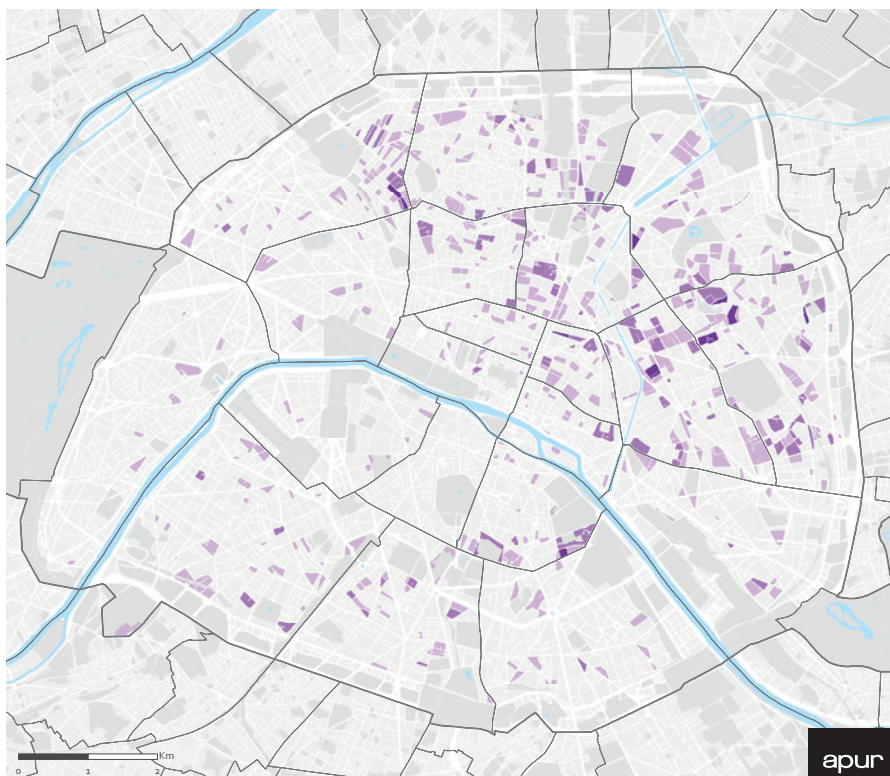
VACANCE DE LONGUE DURÉE DES LOCAUX

Nombre de locaux toujours vacants entre 2000 et 2017

- 4 à 6
- 2 à 3
- 1

Principaux équipements

Source : BDCOM 2000 à 2017



Une vacance de longue durée qui tend à diminuer

Comme cela avait été le cas lors de la précédente enquête, il nous est possible de distinguer la vacance de renouvellement où les locaux restent peu longtemps inoccupés pour cause de travaux en cours ou de changements d'activités de celle de plus longue durée qui parfois se transforme en inoccupation de très longue durée. L'enquête de 2017 nous permet ainsi de dire que 892 locaux vacants étaient en travaux au moment du recensement sur les 7 804 locaux vacants recensés au final, soit 11,4 % de ces derniers.

La vacance conjoncturelle (local en travaux ou nouveau local vacant depuis 2014) touche 4 038 locaux (51,7 %), la vacance plus structurelle correspond à 3 112 locaux (39,9 %), enfin la vacance de longue durée (7 enquêtes consécutives) concerne 654 locaux (8,4 %) sur un total de 7 804 locaux vacants recensés en 2017.

À côté de la vacance conjoncturelle se développe une vacance plus structurelle, qui elle, tient place dans certains secteurs de la capitale. La carte de la vacance de longue durée affiche les secteurs pour lesquels une vacance des locaux est observée depuis 2000 (vacance observée au moment des enquêtes réalisées tous les 3 ans environ) et jusqu'à aujourd'hui, soit pour 7 enquêtes consécutives. Le nombre total de locaux concernés est très exactement de 654 unités, soit un peu moins de 1 % de l'ensemble des locaux à Paris et un peu plus de 8 % de l'ensemble des locaux vacants recensés en 2017 (contre 11 % en 2014).

Les secteurs les plus concernés par cette vacance de longue durée s'observent dans le quartier des Épinettes et au sud de ce dernier (17^e), le quartier de Belleville, à cheval sur les 11^e et 20^e arrondissements ou encore le quartier de la réunion (20^e).

7 600 commerces alimentaires qui s'adaptent aux nouvelles façons de consommer : moins de discount, plus de produits bio

7 600 commerces alimentaires, soit 12 % de l'ensemble des commerces parisiens

Les magasins alimentaires se répartissent à Paris entre plusieurs catégories de commerces dont les évolutions sont différenciées selon les types. La présentation de ces derniers sera faite en quatre temps avec en premier lieu un regard sur les commerces alimentaires généralistes (supérettes, supermarchés...), un deuxième sur les commerces alimentaires spécialisés « traditionnels » (boulangers, bouchers, primeurs, poissonniers...), un troisième regard portera sur les commerces spécialisés « de niche » (pâtisseries, chocolatiers, cavistes...), un dernier point analysera

l'évolution des commerces de produits alimentaires biologiques et nature.

L'évolution du commerce alimentaire entre 2003 et 2017 se caractérise par une forte progression du nombre de commerces, tant pour l'alimentaire spécialisé (+9 %) que pour l'alimentaire généraliste (+7 %). Cette tendance est également visible pour la période récente, 2014-2017, avec des évolutions sensiblement différentes et une hausse deux fois plus rapide pour l'alimentaire spécialisé (+6 % entre 2014 et 2017, soit +300 établissements) que pour l'alimentaire généraliste (+3 %, soit +60 établissements) qui cherche à trouver de nouvelles façons de se développer.



7 600

commerces alimentaires à Paris, 12 % du total

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Alimentaire spécialisé	5 690	300	↑	464	↑
Alimentaire généraliste	1 922	60	↗	124	↑

La disparition progressive à Paris du modèle du magasin discount

Les commerces alimentaires sous forme de magasins généralistes connaissent une augmentation de leurs effectifs entre 2003 et 2017 (+7 %, soit +124 établissements) qui se confirme entre 2014 et 2017 (+3,2 %, soit +60 établissements).

L'évolution la plus flagrante observée sur la période 2014-2017 parmi les commerces alimentaires généralistes est la transformation des magasins discounts¹ en magasins classiques, notamment les

supérettes, dont près des trois-quarts disparaissent (-74 %, soit -65 établissements), mais également les supermarchés, dont la diminution est moins marquée (-15 %, soit 5 établissements) mais concomitante.

La diminution des magasins discounts correspond à plusieurs phénomènes, la stratégie du groupe Carrefour de transformer l'ensemble de ses magasins qui étaient sous l'enseigne Dia et Ed en magasins Carrefour City (dans 70 % des cas pour les supérettes et 58 % des cas pour les supermarchés) ou alors en

¹ – Le magasin discount peut se définir comme à dominante alimentaire et pratiquant de bas prix grâce à une offre limitée de références, une faible présence des grandes marques, une présentation minimaliste des produits (sur palettes), très peu de services offerts, une publicité minimum...



-65

supérettes discount
(-74 %)

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017	Évolution 2003-2017
Supermarché classique	273	30 ↗	61 ↗
Supermarché discount	28	-5 ↓	-9 ↓
Supérette classique	461	93 ↗	297 ↗
Supérette discount	23	-65 ↓	-56 ↓

d'autres enseignes et plus particulièrement en magasins biologiques et nature. D'autres grands groupes alimentaires bénéficient de cette disparition progressive des magasins discounts, c'est le cas d'Auchan, peu présent à Paris jusqu'alors, qui installe une petite dizaine d'établissements sous la forme de supérettes principalement mais aussi de Système U et Casino dans une moindre mesure.

Une autre raison pour laquelle le modèle discount disparaît progressivement à Paris est la volonté des grands groupes de distribution de faire monter en gamme leurs produits et de proposer une offre adaptée à leur clientèle, qui, à Paris permet ce changement de stratégie.

(+18 boutiques) et même les poissonniers (+4 établissements) voient leurs effectifs augmenter. Ces commerces traditionnels souhaitent se démarquer en proposant une offre différente de celle disponible dans les commerces alimentaires généralistes, ce qui leur permet aujourd'hui de se maintenir dans le paysage commercial parisien.

...pendant que l'alimentaire spécialisé « de niche » continue sa forte progression

Les commerces alimentaires « de niche » poursuivent leur développement à un rythme élevé entre 2014 et 2017 (+9 %, soit +169 établissements) même si ce dernier a tendance à être moins rapide que sur la période précédente 2011-2014 (+13 %, soit +203 magasins).

Cette forte hausse des commerces « de niche » est principalement le fait des pâtisseries (+33 %, soit +55 boutiques), des cavistes (+11 %, soit +59 magasins), des chocolatiers (+7 %, soit +21 établissements), des torréfacteurs (+7 %, soit +8 magasins), des marchands de produits régionaux (+5 %, soit +26 boutiques). Seuls les commerces de produits surgelés n'ont pas connu d'évolution à la hausse et restent avec un nombre d'établissements identique à ce qu'il était en 2014 (132 magasins).

La nouvelle tendance de consommation de la population « moins souvent mais de meilleure qualité », accompagnée du fort pouvoir d'achat d'une partie importante de la population parisienne font que ces commerces « de niche » se développent sur l'ensemble du territoire parisien.

Le commerce alimentaire spécialisé traditionnel se maintient à Paris...

Au sein des commerces alimentaires spécialisés sont distingués d'une part les commerces « traditionnels » (boulangers, bouchers, primeurs, poissonniers...) et d'autre part ceux « de niche » (pâtisseries, chocolatiers, cavistes...).

Les commerces traditionnels qui avaient eu tendance à voir leur nombre diminuer entre 2003 et 2011 ont retrouvé une stabilité depuis cette période, avec même une très légère augmentation de leurs effectifs entre 2014 et 2017 (+1 %, soit +26 établissements). Le nombre de boulangers et bouchers baisse très peu sur cet intervalle, respectivement de -6 et -12 magasins pendant que les primeurs (+22 magasins), les crémiers-fromagers

+9 %

l'alimentaire spécialisé de niche progresse toujours
(+169 magasins)

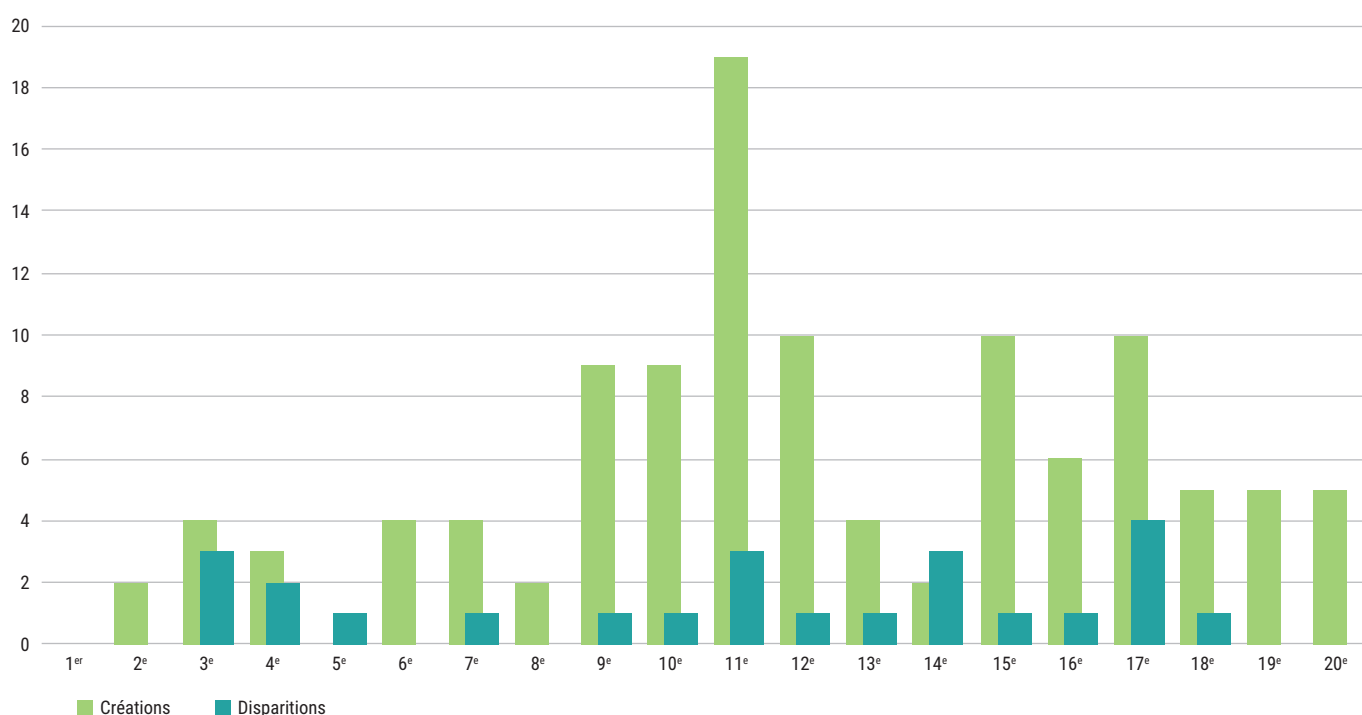
Le boom des commerces bio et circuits courts

Alors que leurs effectifs étaient restés stables (autour de 130 magasins) depuis le début des années 2000 et cela jusqu'en 2007, les commerces bio et circuits courts enregistrent une forte progression à partir de cette date. Progressant de plus d'un tiers entre 2007 et 2011 (+33 %, soit +42 boutiques), ils voient leur nombre augmenter légèrement moins vite entre 2011 et 2014 (+11 %, soit +18 magasins) et connaissent, au cours de la période récente entre 2014 et 2017, la croissance la plus forte enregistrée parmi les commerces alimentaires à Paris (+47 %, soit 89 établissements supplémentaires), assez loin devant les pâtisseries (+33 %, +55 boutiques).

Cette très forte augmentation du nombre de magasins bio et circuits courts accompagne un mouvement général d'une population à la recherche de nouveaux modes de consommation, axés sur les circuits courts, une agriculture raisonnée et le développement d'une économie alimentaire locale, telle qu'elle est promue par la Ville de Paris². Parmi les 277 établissements recensés en 2017 dans cette catégorie des magasins bio et circuits courts, une cinquantaine environ concerne des boutiques vendant des produits biologiques qui ne sont pas toujours alimentaires (produits cosmétiques...), c'est le cas notamment de l'enseigne de magasins Natur'House qui possède une petite dizaine d'établissements implantés à Paris.

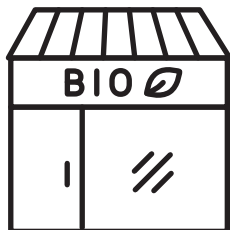
CRÉATIONS ET DISPARITIONS DES MAGASINS BIO ET CIRCUITS COURTS EN 2017 PAR ARRONDISSEMENT

En nombre d'établissements



Source : Apur BDCOM 2017

2 – « Une agriculture urbaine à Paris, éléments de réflexion en quelques chiffres ». Apur, note n°113, février 2017



+47 %

le boom du bio
(89 magasins)

L'explosion du nombre de magasins bio et circuits courts entre 2014 et 2017 est la traduction d'un double mouvement simultané : la disparition de 24 établissements et l'apparition de 113 autres.

Les disparitions de magasins biologiques au cours de la période s'observent sur 14 arrondissements parmi les 20 parisiens. Dans le détail, ces 24 disparitions de commerces biologiques correspondent pour 2 établissements au fait d'avoir été englobés par un commerce voisin, pour trois autres au passage par une vacance de renouvellement, les autres disparitions correspondent à des transformations en faveur d'activités commerciales différentes (2 coiffeurs, 2 salons de massage, 1 chocolatier, 1 alimentation générale...).

Les apparitions de nouveaux magasins se réalisent dans presque tous les arrondissements, exceptés les 1^{er} et 5^e arrondissements, avec une prédilection pour le 11^e arrondissement où les créations de commerces bio et circuits courts sont les plus nombreuses (17 %, soit +19 établissements). Viennent ensuite, loin derrière, les 12^e, 15^e et 17^e arrondissements avec 10 nouveaux magasins chacun (9 % de l'ensemble des nouveaux magasins) puis les 9^e et 10^e avec 9 boutiques supplémentaires. L'augmentation importante du nombre de magasins bio et circuits courts trouve son origine dans près d'un cas sur cinq par la revitalisation d'anciens locaux vacants ou en travaux (22 unités), dans la même proportion (environ 20 %) par la transformation d'autres types de commerces alimentaires et enfin par changement d'activités. Concernant les anciens commerces alimentaires qui se transforment en magasins bio, on en

dénombre 25 répartis entre 1 supermarché classique, 7 anciennes supérettes classiques, 5 supérettes discounts, 5 magasins d'alimentation générale, 4 magasins de produits régionaux, 1 boulanger, 1 charcutier, 1 chocolatier.

Parmi l'ensemble des commerces bio et circuits courts apparus entre 2014 et 2017, deux enseignes se détachent particulièrement. Ces deux enseignes se développent depuis quelques années et représentent près du tiers de l'ensemble des nouvelles boutiques, il s'agit d'une part de Naturalia (+19 établissements) qui appartient au groupe Casino et d'autre part de Bio C'Bon, enseigne créée en 2008 (+17 boutiques). Si l'on ajoute à ces deux enseignes les trois suivantes en nombre de nouveaux magasins, la part qu'elles représentent à elles cinq parmi les nouveaux commerces bio et circuits courts passe à près de 50 %. Les trois enseignes en question sont Biocoop, société coopérative (+6 boutiques), Carrefour Bio, créée en 2013 par le groupe Carrefour (+5 magasins) et La Vie Claire, constituée d'un réseau de magasins en propre et de franchisés (+5 établissements). L'autre moitié des créations de magasins bio et circuits courts se partage entre plusieurs dizaines d'enseignes différentes. En tout, ce ne sont pas moins de 59 enseignes supplémentaires qui apparaissent sur le territoire parisien depuis 2014.

Le E-Commerce progresse et se combine avec les magasins traditionnels

Le E-commerce est aujourd'hui un acteur incontournable de l'acte d'achat des Français et des parisiens par la même occasion. Un rapide tour d'horizon des tendances à l'œuvre en France nous permet d'extrapoler sur ce qui se passe plus localement au niveau métropolitain et parisien, aucun chiffre spécifique à ces territoires n'étant disponible. La France est en 2016 le troisième pays européen en ce qui concerne le chiffre d'affaires réalisé par le E-Commerce à destination des consommateurs (72 milliards d'euros), juste derrière l'Allemagne (77 milliards) mais très loin derrière le Royaume-Uni qui caracole en tête (174 milliards).

Les commerçants l'ont bien compris et n'hésitent pas à investir dans ce canal de distribution qui devient indispensable à leur développement, voire à leur survie dans certains cas.

Une croissance continue du E-Commerce

Le E-Commerce en France poursuit sa marche en avant et ne cesse de progresser d'année en année. La période 2015-2016 en est l'illustration avec un accroissement des ventes de +15 %, qui se traduit par un chiffre d'affaires qui atteint la somme de 72 milliards d'euros³. Les derniers chiffres disponibles font même état d'une progression de 16 % au troisième trimestre 2017 comparé à la même période de l'année précédente et annonce un chiffre d'affaires qui devrait dépasser la barre des 80 milliards d'euros⁴.

Ce chiffre d'affaires record du E-Commerce en 2016 correspond, pour la première fois, à plus d'un milliard de transactions en ligne (+23 % par rapport à 2015) et se caractérise essentiellement par une part de plus en plus impor-

tante de transactions effectuées via des terminaux mobiles (smartphones, tablettes...); ces dernières représentent 16 % de l'ensemble des transactions en 2016 et devraient voir leur part continuer de progresser, les sites applications mobiles étant de plus en plus performantes et intuitives.

En 2016, plus de 36 millions de Français ont effectué des achats en ligne, ce qui représente près de 83 % des internautes. Parmi eux, 25 % (soit 9,3 millions) ont déjà réalisé un achat à partir d'un téléphone mobile⁴. La part de la population qui achète sur internet est aujourd'hui plus élevée chez les hommes (84 %) que chez les femmes (81,4 %), et est surtout le fait des 25-34 ans (94,6 %), elle concerne plus fortement les CSP + (91,4 %) et est légèrement plus forte en province qu'à Paris (82,9 % contre 82 %).

Le commerce de détail doit s'adapter à cette concurrence croissante du E-Commerce dont les ventes représentent 8 % de celui-ci, 1 point de mieux qu'en 2015. Certains secteurs d'activités sont plus fortement impactés par cette part du E-Commerce, c'est le cas des produits culturels, dont 43 % sont aujourd'hui achetés en ligne, de même que les produits high-tech (22 %), l'électroménager (17 %) ou l'habillement (16 %).

Les sites marchands sont toujours plus nombreux

Le nombre de sites marchands actifs ne cesse de progresser depuis une petite dizaine d'années. Entre 2015 et 2016, pas moins de 22000 nouveaux sites ont été créés (+12 %), le nombre total de sites marchands actifs en 2016 est



+23 %

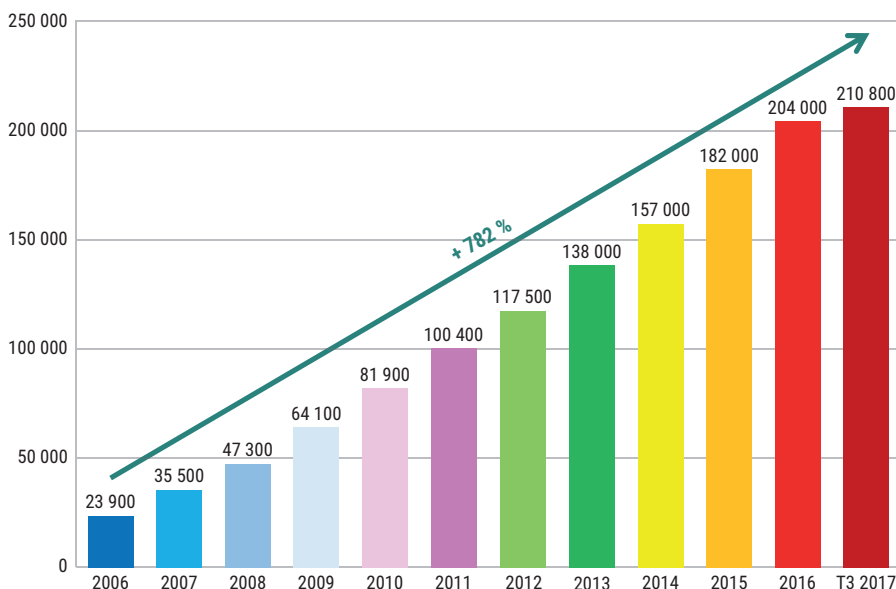
e-commerce,
1 milliard de transactions
en ligne

³ – Fevad, Chiffres clés 2016/2017. La Fevad est la Fédération du e-commerce et de la Vente à Distance, elle est créée en 1957 et regroupe aujourd'hui plus de 600 entreprises de vente à distance. Elle constitue le 1^{er} réseau de e-commerçants en France et se veut un lieu d'échanges pour l'ensemble des acteurs du secteur.

⁴ – Communiqué de presse de la Fevad du 21 novembre 2017.

⁵ – Médiamétrie, Observatoire des Usages Internet, T1 2017.

NOMBRE DE SITES MARCHANDS RECENSÉS EN FRANCE



Source : Fevad 2017

ainsi proche de 204 000 unités, il atteint même plus de 210 000 unités au troisième trimestre 2017.

Parmi ces sites, un nombre très restreint concentre la plus grande part du chiffre d'affaires réalisé : en effet, moins de 5 % d'entre eux représentent 84 % du chiffre d'affaires global généré par le E-Commerce.

Une pratique d'achat qui se renouvelle

La croissance du E-Commerce se maintient en 2016 par la combinaison de plusieurs facteurs, notamment la progression de la fréquence d'achat, toujours plus importante. Plus de la moitié des internautes a réalisé un achat au cours du dernier mois, soit un chiffre supérieur de 6 points à ce qu'il était un an auparavant. Dans le même temps, la transaction moyenne est en dimi-

nution de -7 %, autour de 70 euros. Sur une année, on compte une moyenne de 28 transactions pour un acheteur pour un montant proche de 2 000 euros. Les produits et services les plus achetés concernent la mode (59 %), les produits culturels (49 %), les produits techniques, l'électroménager (39 %), les voyages (38 %)...

Les internautes utilisent également de nouvelles pratiques d'achats : la consommation collaborative en est l'exemple le plus flagrant notamment pour réserver des hébergements entre particuliers via des plateformes comme AirBnB, réaliser des achats groupés de biens (Groupon...), se déplacer de façon partagée via des acteurs comme BlaBlaCar...

De nouvelles opportunités pour le magasin physique avec l'internet mobile

Alors que l'on craignait, pendant un temps, de voir les magasins physiques se faire phagocytés par le E-Commerce, de nouvelles complémentarités se sont développées qui permettent aujourd'hui de voir émerger des pratiques d'achats différentes. Le développement massif de l'internet mobile est une formidable opportunité pour les commerçants traditionnels de se faire connaître et de bénéficier d'une chalandise accrue. Le développement des réseaux sociaux est aussi une nouvelle porte d'entrée pour réaliser des achats pour beaucoup d'internautes.

Selon une enquête de janvier 2017⁶, les sites internet ont un impact sur les magasins physiques : une zone de chalandise qui a tendance à s'élargir, un chiffre d'affaires qui progresse, une clientèle mieux informée et dont la fréquentation s'accroît. Une part déjà importante de cyber-acheteurs (29 %) utilise le moment du retrait d'une commande en point ou magasin relais pour effectuer un autre achat dans ce même point relais.

L'internet mobile a un impact non négligeable sur les e-acheteurs, dont plus d'un sur cinq (22 %) ont déjà été dans un magasin, un restaurant après avoir reçu une offre ciblée sur leur appareil mobile. Les réseaux sociaux jouent un rôle identique sur les relations marchandes par l'intermédiaire d'alertes qui permettent de découvrir de nouveaux sites ou produits (45 %), de pouvoir consulter des avis d'autres e-acheteurs (41 %)...

Une logistique toujours plus complexe à mettre en œuvre

Le développement du E-Commerce nécessite une perpétuelle adaptation de la chaîne logistique qui joue à la fois avec les contraintes de temps des distributeurs mais aussi avec les réglementa-

tions municipales. Le 1^{er} janvier 2007, un nouveau règlement sur le transport et la livraison de marchandises à Paris entre en vigueur. Il est le fruit d'un partenariat entre la Ville de Paris, les fédérations de transporteurs, les chambres consulaires, la Préfecture de Police... Ce règlement est fondé sur 5 objectifs : favoriser l'efficacité économique de la Ville de Paris, réduire les impacts environnementaux négatifs générés par les déplacements de marchandises (pollution, bruit...), améliorer les conditions de travail des conducteurs livreurs urbains, maîtriser l'espace public occupé par le transport de marchandises, faciliter le contrôle du respect des aires de livraison et du règlement.

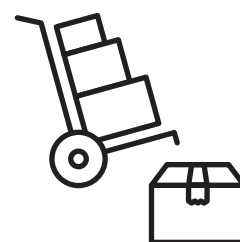
Des évolutions ont été apportées à la réglementation le 1^{er} décembre 2010 avec la création de deux types d'aires de livraison : les zones de livraison sanctuarisées et les zones de livraison partagées.

En 2016, environ 460 millions de colis ont été livrés en France, soit une progression de +14 % par comparaison avec 2015.

La livraison privilégiée par les clients se répartit de façon égale entre une livraison à domicile ou sur le lieu de travail et une livraison en point relais (85 % chacune), loin devant d'autres modes de livraison comme celle en magasin (click and collect) pour 36 % ou encore la livraison dans des consignes utilisée par 11 % des e-acheteurs.

CoSto, un programme municipal, pour former les commerçants au E-Commerce

Afin de suivre ces évolutions très rapides du E-Commerce, la Ville de Paris n'hésite pas à mettre en place de nouveaux outils permettant un développement parallèle des ventes en magasins et via internet. C'est le cas de CoSto (Connected Stores), programme débuté en 2015 par la Semaest, société d'éco-



460 M

de colis livrés en France
en 2016

6 – Profil du e-commerçant spécial TPE-PME. Oxatis/Kpmg

nomie mixte de la Ville de Paris dont le but est d'accompagner les commerçants et artisans dans leur emploi de l'outil numérique. Le programme rassemble aujourd'hui plus de 1 000 commerçants et artisans.

Les missions du programme CoSto sont variées, la première d'entre elles est de sensibiliser les commerçants et artisans à ce nouveau canal de diffusion qu'est le numérique, les autres missions dévolues à ce programme sont d'informer et surtout de former les acteurs du commerce parisien afin qu'ils ne soient pas en retrait de la révolution numérique actuelle. Pour ce faire, des ateliers gratuits sont proposés régulièrement aux commerçants et artisans pour les former aux nouvelles technologies qui doivent leur permettre de s'adapter à cette nouvelle pratique d'achats.

Les commerçants peuvent bénéficier d'applications numériques développées par des start-ups retenues dans le cadre d'appels à projets sur des thématiques telles que la fidélisation de la clientèle ou encore la visibilité du magasin sur internet. En échange, les commerçants et artisans adhérents au programme CoSto sont d'accord pour être mis en valeur sous forme de portraits et de parcours qui seront ensuite diffusés sur le site internet de CoSto⁷ et les réseaux sociaux (Instagram, Twitter, Facebook).

Les Digiteurs, le dispositif mis en place par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris

Pour accélérer la digitalisation des commerces et les guider dans leur stratégie Internet et de commerce en ligne, la CCI Paris a lancé « Les Digiteurs ».

Ce dispositif intègre une plateforme web (présentation de parcours de digitalisation pour chacune des grandes fonctions de l'entreprise), des espaces

physiques de démonstration⁸ (ateliers pratiques, conférences, formations et démonstrations de solutions digitales) et des prestations d'accompagnement individuel.

Les commerçants peuvent trouver des outils et des méthodes pour augmenter leur e-réputation, leur e-marketing, leur e-commerce, leur e-performance.

7 – <http://www.costo.paris/>

8 – Les Digiteurs – 81 avenue de la République
75011 Paris – <http://www.lesdigiteurs.fr>





2. LES PRINCIPALES ÉVOLUTIONS 2014 - 2017 PAR SECTEURS D'ACTIVITÉ

2.

Les principales évolutions 2014 - 2017 par secteurs d'activité

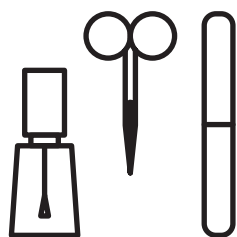
Les hausses les plus importantes

Soins du corps : +9 % (+171 établissements)

Le secteur des soins du corps est parmi ceux qui connaissent une augmentation continue de leurs effectifs depuis 2000. Après de fortes progressions constatées entre 2000 et 2011 (un pic de +28 % en 2011), les périodes plus récentes montrent des évolutions plus modérées même si elles restent importantes. La dernière période (2014-2017) connaît une progression plus rapide que la précédente (+9 %, +171 établissements contre +7 %, +123 établissements entre 2011 et 2014). La nomenclature d'activités BDCOM détaille depuis 2 enquêtes la répartition parmi les soins du corps : on observe une très forte hausse

des ongleries (+25 %, +70 boutiques), des salons de massage (+10 %, +60 établissements), des instituts de beauté (+6 %, +60 boutiques); seuls les salons de bronzage (-28 %, -16 magasins) et les bars à sourire (-50 %, -3 unités) connaissent une baisse de leurs effectifs entre 2014 et 2017.

En dehors des soins du corps, d'autres activités liées à la santé-beauté montrent une forte progression, les parapharmacies notamment (+26 %, +17 établissements) mais également les parfumeries (+9 %, +51 boutiques). Après une hausse marquée de leur effectif entre 2011 et 2014, les opticiens progressent six fois moins vite qu'entre 2011 et 2014 (+3 %, +32 magasins contre +18 %).



+25 %

d'ongleries,
soit **+70** boutiques

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017	Évolution 2003-2017
Soins du corps	2 068	171 ↗	1061 ↗
dont Institut de beauté	1 046	60 ↗	
dont Onglerie	346	70 ↗	
dont Salon de bronzage - Solaire / UV	41	-16 ↓	
dont Salon de massage	632	60 ↗	
dont Bars à sourire	3	-3 ↓	
Coiffure	2 632	34 →	-6 →
Parapharmacie	82	17 ↗	6 →
Opticien	950	32 ↗	378 ↗
Parfumerie - Produits de beauté	634	51 ↗	219 ↗

**Supermarchés :
+9 % (+25 établissements)**

Alors que depuis le début des années 2000, le nombre de supermarchés, magasins alimentaires d'une surface comprise entre 400 et 2 500 m², était resté stable (autour d'un peu moins de 250 établissements), les supermarchés connaissent une première augmentation de leurs magasins au cours de la

période 2007-2011 (+7 %, +17 établissements) suivie d'une autre un peu moins importante entre 2011 et 2014 (+5 %, +13 magasins). La dernière période observée 2014-2017 enregistre une accélération de cette progression du nombre de magasins (+9 %, +25 établissements), plus forte que celle du format plus petit des magasins alimentaires, les supérettes (+6 %, +28 magasins).

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Supermarché classique	273	30	↗	61	↗
Supermarché discount	28	-5	↘	-9	↘

**Supérettes :
+6 % (+28 établissements)**

Le nombre de supérettes alimentaires, magasins alimentaires d'une surface comprise entre 120 et 400 m², ne cesse d'augmenter à Paris depuis le début des années 2000. Cette progression tend à être moins forte ces dernières années : un pic avait été observé entre 2003 et 2005 où leur nombre avait progressé de 24 % (+59 établissements); depuis lors, leur hausse est moins forte, elle

atteint +6 % (+28 magasins) entre 2014 et 2017, soit quatre points de moins que sur la période précédente 2011-2014. Au même moment, le nombre de petits magasins d'alimentation générale (moins de 120 m²) connaît une stabilité de ses effectifs (seulement -5 unités entre 2014 et 2017), quelques-uns d'entre eux se transformant en supérettes le plus souvent sous une enseigne appartenant aux groupes de la grande distribution.

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Supérette classique	461	93	↗	297	↗
Supérette discount	23	-65	↘	-56	↘

Alimentaire traditionnel spécialisé : +6 % (+300 établissements)

Les commerces alimentaires spécialisés poursuivent leur évolution à la hausse. Après une augmentation de leur nombre observée entre 2011 et 2014 (+3 %), on assiste à une accélération de leurs implantations à Paris entre 2014 et 2017. Parmi eux, les hausses les plus marquées concernent

les produits biologiques (+47 %, +89 boutiques), les pâtisseries (+33 %, +55 magasins), les cavistes (+11 %, +55 établissements), les chocolatiers (+7 %, +21 boutiques), les torréfacteurs (+7 %, +8 commerces) et les produits régionaux (+5 %, +26 magasins). Ils répondent à une attente toujours plus forte de la part de la clientèle parisienne, soucieuse de la qualité des produits qui lui sont proposés.

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017	Évolution 2003-2017
Pâtisserie	220	55 ↑	61 ↗
Commerce détail de boissons	603	59 ↗	221 ↗
Torréfacteur - Commerce détail thé et café	124	8 ↗	38 ↗
Chocolaterie - Confiserie	337	21 ↗	99 ↗
Produits alimentaires bio et nature	277	89 ↑	154 ↑
Produits alimentaires spécialisés régionaux et étrangers	548	26 ↗	201 ↗

Cafés et restaurants : +5 % (+652 établissements)

La restauration est un secteur qui ne cesse de progresser depuis 2003 avec une croissance marquée de la restauration rapide, assise ou debout, (+11 %, +324 établissements), plus forte qu'entre 2011 et 2014 où elle atteignait déjà +10 %. Un autre type de restauration est également en forte hausse entre 2014 et 2017, notamment les cuisines étrangères asia-

tiques (+9 %), centrales et sud-américaines (+22 %) et autres restaurants du monde (+28 %).

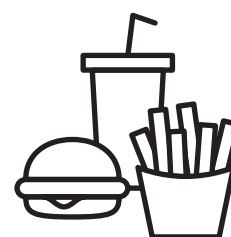
La cartographie montre une concentration des bars et cafés dans le centre de Paris et sur la rive droite tandis que la restauration rapide assise se développe surtout dans les 8^e, 9^e et 10^e arrondissements. On notera aussi l'augmentation des salons de thé (+16 %, +43 magasins) avec la progression des bars à chichas en particulier.

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017	Évolution 2003-2017
Restaurant asiatique	1 793	155 ↗	632 ↗
Restaurant central et sud américain	121	22 ↑	48 ↗
Autre restaurant du monde	140	31 ↑	71 ↑
Salon de thé	311	43 ↑	68 ↗
Restauration rapide debout	882	54 ↗	15 →
Restauration rapide assise	2 368	270 ↗	1175 ↑



55

pâtisseries supplémentaires
(+33 %)



+11 %

de hausse de la restauration rapide
(+324 établissements)



+46

boutiques de vente,
réparation, location
de vélos, vélos électriques
(+57 %)

Autres progressions à signaler

L'évolution de certaines activités commerciales traduit soit les tendances de fond de la société actuelle ou encore un engouement passager pour un phénomène. On citera par exemple la vente, réparation, location de vélos et vélos électriques qui accompagne les mesures mises en place par la Ville de Paris pour développer ce mode de circulation douce et dont la progression est très forte (+57 %, +46 boutiques), le développement des magasins de réparation d'articles électriques et électroniques suivant le phénomène de l'économie circulaire (+41 %, +33 établissements) ou encore la hausse du nombre de salle

de sport liée à la recherche du bien-être de la population (+38 %, +40 établissements). Le développement des boutiques de tatouage et piercing s'explique par une tendance actuelle de la mode qui veut mettre en avant le corps ou des signes distinctifs d'appartenance à un groupe (+29 %, +20 boutiques). Les magasins de réparation de motos sont en progression (+25 %, +11 boutiques), répondant à une demande croissante d'utilisateurs de deux-roues motorisés. Enfin les services d'aide à la personne poursuivent leur implantation, même si la hausse est moins forte qu'au cours de la période précédente (+18 %, +34 établissements).

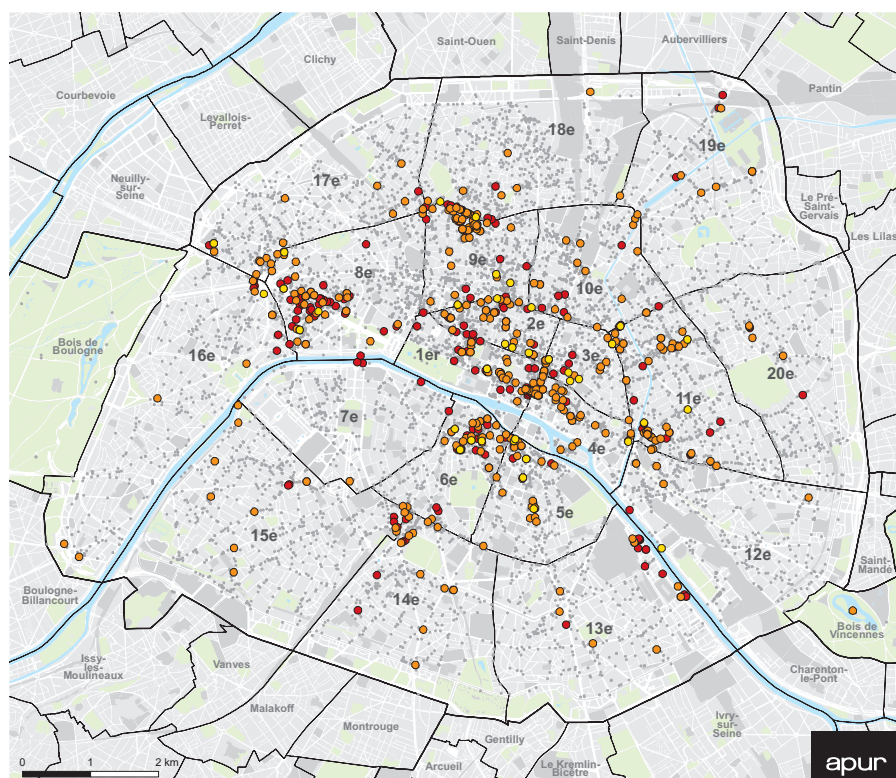
	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Tatouage - Piercing	88	20	↑	45	↑
Vente, réparation, location de vélos / vélos électriques	127	46	↑		
Réparation de motos	55	11	↑	33	↑
Réparation d'articles électriques ou électroniques	113	33	↑	-39	↓
Salle multisport	146	40	↑	81	↑
Services à la personne (nettoyage, aide personnes âgées...)	225	34	↑	192	↑

LES COMMERCES OUVERTS LA NUIT

La progression de la restauration entre 2014 et 2017 (+5 %) se traduit notamment par une amplitude horaire des établissements qui tend à progresser, notamment pour les bars, cafés. Certains établissements possèdent une autorisation d'ouverture de nuit, c'est-à-dire après 2 h du matin, délivrée par la Préfecture de Police de Paris. Ils sont au nombre de 385 à Paris en 2017 sur un total de plus de 8 800 établissements possédant une licence IV⁹.

La carte ci-contre présente les établissements possédant une licence IV et ayant une autorisation d'ouverture de nuit. Elle se caractérise par une concentration de ces établissements dans certains pôles comme les Champs-Élysées (8^e), Pigalle (9^e-18^e), Saint-Germain-des-Prés (6^e), Les Halles (1^{er}) ou encore Bastille (11^e) et de façon plus générale par une très forte implantation sur la rive droite de la Seine. Cette animation nocturne liée à ces établissements est à mettre en parallèle avec le développement continu des supérettes depuis une dizaine d'années et dont la fermeture tardive ne cesse de progresser.

9 — Autorisation créée le 24 septembre 1941 permettant à certains débits de boissons de vendre des boissons alcoolisées et liqueurs. Toute personne souhaitant ouvrir un établissement vendant de l'alcool des groupes 4 et 5 (rhum et alcool distillé) doit obtenir une licence IV, dite « grande licence ». Cette licence permet de vendre également les alcools des groupes 1, 2 et 3. Cette licence s'achète en Préfecture pour Paris ; il est nécessaire pour l'obtenir d'avoir suivi une formation à l'exploitation d'un débit de boissons.



DEBITS DE BOISSONS AVEC LICENCE IV OUVERTS APRÈS 2H – 2017 (385 établissements)

● débits de boisson avec licence IV (8 860)

Établissements ayant une autorisation de nuit

- 1^{re} demande d'autorisation en 2017
- renouvellement de l'autorisation (en 2015 ou 2016 ou 2017)
- discothèque et cabaret

Source: Préfecture de Police - 2017

Les baisses les plus importantes

Le commerce de gros : -21 % (-416 établissements)

La diminution du commerce de gros se poursuit à Paris depuis le dernier recensement des commerces en rez-de-chaussée en 2014. Même si cette baisse est moins accentuée, elle reste importante en nombre de magasins. Les commerces

de gros ont ainsi perdu près de la moitié de leurs effectifs en une dizaine d'années (3066 en 2007 contre 1590 en 2017); ils restent malgré tout très concentrés sur quelques quartiers (Sedaine-Popincourt, le Sentier...), ce que l'on voit très bien sur la cartographie.

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Commerce de gros alimentaire	30	-9	↓	-8	↓
Commerce de gros fabrication textile	167	-20	↓	-191	↓
Commerce de gros fabrication habillement	855	-295	↓	-1107	↓
Commerce de gros maroquinerie et chaussures	146	-36	↓	-120	↓
Commerce de gros bijouterie	156	-17	↓	-60	↓
Autre commerce de gros	236	-39	↓	-334	↓



-5 %

d'équipement de la personne :
une première !

L'équipement de la personne : -5 % (-429 établissements)

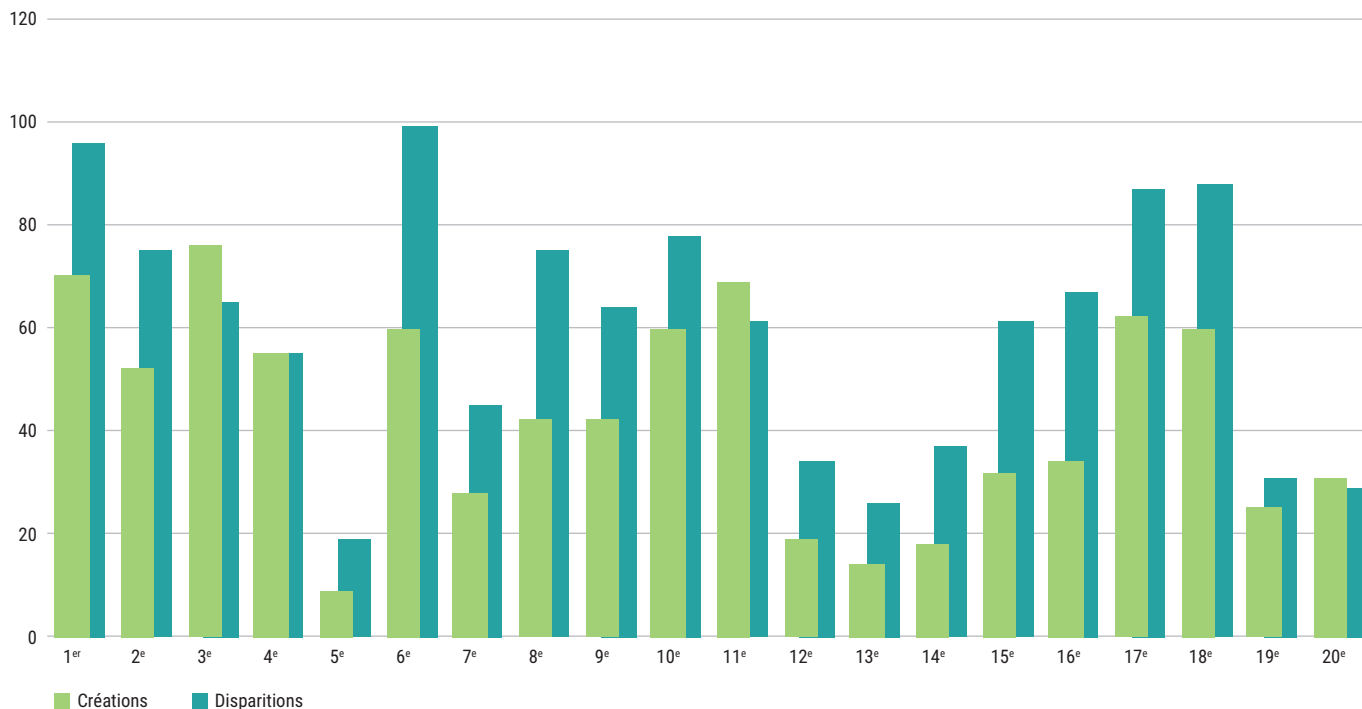
Alors que ce secteur a toujours été stable, voire en légère augmentation, il connaît pour la première fois depuis 2003 une diminution de ses établissements. L'habillement, majoritairement composé du prêt-à-porter, enregistre une baisse de 6 %, soit 334 boutiques de moins par rapport à 2014; de même le secteur de la chaussure et de la maroquinerie est également en baisse depuis 2014 (-5 %, -75 magasins), le secteur de

la bijouterie et des montres étant relativement stable malgré une très légère diminution (-1 %, -20 établissements). L'impact du e-commerce sur les ventes en magasin physique est pour partie une des explications de ce phénomène nouveau dans le secteur de la mode dont l'implantation s'observe à la fois sur des pôles (Saint-Germain-des-Prés, le Marais...) mais aussi le long d'axes (rue du Faubourg du Temple dans le 10^e, avenue du général Leclerc dans le 14^e...) comme le montre les cartes ci-après.

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Habillement	5 557	-334	↓	-107	→
Chaussures et maroquinerie	1 379	-75	↓	-3	→
Bijouterie et montres	1 461	-20	→	169	→

CRÉATIONS ET DISPARITIONS DES MAGASINS D'HABILLEMENT EN 2017 PAR ARRONDISSEMENT

En nombre d'établissements



Source : Apur BDCOM 2017

Les disparitions de boutiques d'habillement ont lieu dans la totalité des vingt arrondissements parisiens avec les baisses les plus fortes observées pour les 1^{er}, 6^e, 17^e et 18^e arrondissements. Au total, un effectif de 1192 magasins d'habillement disparaît entre 2014 et 2017.

Les apparitions de nouveaux établissements s'observent dans l'ensemble des arrondissements parisiens et de façon plus prononcée dans les 3^e, 1^{er} et 11^e arrondissements. Le nombre total de nouveaux magasins est de 858 entre 2014 et 2017.

La diminution des magasins d'habillement est effective dans seize arrondissements entre 2014 et 2017 et plus particulièrement dans les 6^e, 8^e, 16^e où leur nombre est en baisse d'au moins 30 établissements à chaque fois. Le 4^e arrondissement enregistre une parfaite stabilité du nombre des boutiques d'habillement traduite par 55 disparitions pour autant de créations de magasins. Enfin, seuls trois arrondissements (les 3^e, 11^e et 20^e) connaissent une hausse de leurs boutiques d'habillement qui reste relativement faible malgré tout (moins d'une douzaine d'établissements).

**La librairie et la presse :
-10 % (-152 établissements)**

La diminution du nombre de librairies, moins forte comparée à la précédente période 2011-2014, correspond à la perte de 48 établissements (-6 %) depuis 2014. Ces librairies restent concentrées dans le secteur du Quartier Latin comme le montre la carte. La presse subit une diminution à un rythme jamais atteint jusqu'alors (-28 %, -68 établissements). Le dé-

veloppement récent sur internet des offres d'abonnements aux journaux en ligne (support numérique) explique très probablement cette désaffection pour les éditions papiers, de même que la presse quotidienne gratuite toujours présente, même si elle aussi touchée par cette disparition (exemple du quotidien Metronews qui a abandonné sa version papier en 2015 pour se consacrer à une version en ligne uniquement).

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Librairie	703	-48	↓	-264	↓
Papeterie - Fournitures de bureau	183	-3	→	-92	↓
Vente de journaux	171	-68	↓	-323	↓

**Vente et réparation automobile :
-11 % (-60 établissements)**

Le recul de la place de la voiture à Paris, conjugué à un faible taux de motorisation des ménages parisiens, illustre les diminutions observées dans ce secteur. Par ailleurs, la pression foncière exercée sur les surfaces occupées par les

garages et autres concessionnaires favorise leur départ au bénéfice d'autres types d'occupation (logement...). La cartographie présente une localisation des garages toujours plus périphérique de cette activité et très peu d'établissements dans les 9 premiers arrondissements.

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Concessionnaire automobiles	123	-15	↓	-76	↓
Concessionnaire Auto + Essence	2	0	→	-3	↓
Concessionnaire Auto + Garage	57	-12	↓	-43	↓
Concessionnaire Auto + Essence + Garage	9	-1	↓	-6	↓
Garage	150	-16	↓	-101	↓
Garage + Vente essence	17	-4	↓	-25	↓
Vente équipements automobiles	49	-7	↓	-42	↓
Station service	68	-3	↓	-56	↓
Contrôle technique automobile	18	-2	↓	-13	↓

**Travaux de rénovation :
-10 % (-146 établissements)**

Les artisans du bâtiment (plombiers, peintres...) et ceux liés au dépannage de la maison (serruriers, miroitiers...)

sont en perte de vitesse à Paris depuis 2003, ils s'installent plus souvent en petite voire grande couronne où les loyers sont plus abordables pour leurs petites structures.

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Travaux généraux du bâtiment (électricité, plomberie, peinture, isolation...)	953	-117	↓	-362	↓
Menuiserie - Vitrerie - Miroiterie	134	-11	↓	-57	↓
Serrurerie	282	-18	↓	-43	→

Services liés à la décoration de la maison : -10 % (-62 établissements)

Les artisans liés à la décoration de la

maison (tapissiers, ébénistes, encadreurs...) sont en diminution sur la période 2014-2017, de façon plus prononcée que pour les enquêtes précédentes.

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Encadrement - Vente de tableaux - Posters	178	-18	↓	-38	↓
Artisanat de l'ameublement (tapissier, ébéniste...)	410	-44	↓	-178	↓

**La photographie :
-9 % (-19 établissements)**

L'activité photographique est baisse depuis une quinzaine d'années à Paris. La révolution numérique explique la forte diminution des magasins de développement et vente de pellicule photo (leur effectif a été divisé par 5 entre 2003 et 2017), y compris entre 2014 et 2017 (-23 %, -21 boutiques). Les petits ma-

gasins de vente d'appareils photos décroissent (-7 %, -3 magasins), concurrencés par les grands multispécialistes culturels qui vendent également des appareils numériques (FNAC-darty, Boulanger...). Seuls les studios de reportages photographiques connaissent un regain d'activité sur la dernière période (+6 %, +5 studios), faisant suite à une première hausse observée entre 2011 et 2014.

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Vente d'appareils photos	39	-3	↓	-49	↓
Développement rapide - Vente pellicule photo	72	-21	↓	-286	↓
Studio de reportages photographiques	93	5	↗	-39	↓



-61

agences de voyages
(-9 %)

Autres diminutions à signaler

L'équipement croissant des parisiens en matériel informatique et les nouveaux usages disponibles expliquent la poursuite des baisses constatées pour certaines activités anciennement exercées en boutique. C'est le cas des vidéoclubs qui ont quasiment disparus (-59 %, -20 magasins) au profit

des nouvelles plateformes et services présents sur internet (Replay, VOD, Netflix...), des cybercafés (-16 %, -11 unités), des agences de voyages (-9 %, -61 boutiques) dont le nombre a diminué d'un tiers en dix ans (942 en 2007 contre 630 en 2017), les photocopies (-5 %, -11 magasins).

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Agence voyage-tourisme - Compagnies aériennes	630	-61	↓	-368	↓
Libre service informatique - Cybercafé	56	-11	↓	-91	↓
Photocopies	196	-11	↓	-126	↓
Vidéo Club (Location de cassettes, DVD)	14	-20	↓	-255	↓

Les activités « éphémères »

Certaines activités connaissent un fort développement pendant quelques années pour ensuite diminuer, voire disparaître, aussi vite qu'elles sont apparues. Le cas des magasins de téléphonie mobile, qui ont fortement progressé au début des années 2000, en est une illustration de même que les cybercafés à la même période. Plus récemment, les

boutiques d'achat et vente d'or ainsi que celles de vente de cigarettes électroniques ont connues une progression importante pour les premières et se sont créées pour les secondes (cette activité n'existait pas auparavant). Elles diminuent fortement entre les enquêtes de 2014 et 2017 (-38 %, -40 boutiques pour les premières, -34 %, -80 magasins pour les secondes).

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Vente de cigarettes électroniques	156	-80	↓		
Achat - Vente d'or	65	-40	↓		

Les activités stables

Alimentaire « traditionnel »

Pour la première fois depuis 2003, alors qu'il avait tendance à diminuer légèrement mais systématiquement entre les différentes enquêtes, le commerce alimentaire traditionnel enregistre une très légère progression de ses effectifs (+1 %, +26 établissements). Les

bouchers et boulangers connaissent de très faibles diminutions (-12 et -6 boutiques) pendant que les poissonniers augmentent pour la première fois depuis 2003 (+4 magasins) et que les crémiers/fromagers (+18 établissements) et les primeurs augmentent significativement (+22 boutiques).

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Boulangerie - Boulangerie Pâtisserie	1 186	-6	→	-111	→
Vente de fruits et légumes	350	22	↗	8	→
Boucherie - Boucherie-Charcuterie	548	-12	→	-232	↘
Poissonnerie	105	4	↗	-5	→
Crèmerie - Fromagerie	142	18	↗	4	→

L'hôtellerie de tourisme

Le parc hôtelier est en très légère augmentation (+23 établissements) mais surtout il se transforme vers une offre de standing plus élevé. Les hôtels sans étoile, avec 1

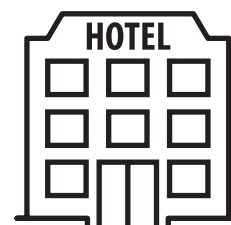
ou 2 étoiles sont en constante diminution (-13 %, soit -75 établissements), et les hôtels avec 3, 4, 5 étoiles et les palaces sont toujours plus nombreux (+9 %, soit +98 établissements supplémentaires).

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Hôtel de tourisme sans étoile	147	-10	↘	-8	→
Hôtel de tourisme avec 1 étoile	84	-6	↘	-60	↘
Hôtel de tourisme avec 2 étoiles	287	-59	↘	-298	↘
Hôtel de tourisme avec 3 étoiles	712	7	→	115	↗
Hôtel de tourisme avec 4 étoiles	360	69	↗	228	↗
Hôtel de tourisme avec 5 étoiles	53	19	↗	41	↗
Hôtel de tourisme - Palace	10	3	↗	10	

Meubles et petit équipement du foyer

Après deux périodes d'enquêtes successives où le secteur était en diminution d'au moins 10 %, la nouvelle enquête laisse apparaître une stabilité traduite par une très faible diminution des établisse-

ments du secteur (-2 %, -30 magasins). Une nouvelle fois, ce sont les boutiques d'équipement du foyer (vaisselle, luminaires...) qui connaissent la plus forte baisse alors qu'à l'inverse les magasins de vente de meubles (salon, chambre, cuisines, salle de bains) progressent.



+98

hôtels 3, 4, 5 étoiles
(+9 %)

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Vente de meubles et multispécialistes	270	-34	↘	-167	↘
Vente de meubles de cuisines et salle de bain	198	9	↗	25	↗
Vente de meubles salon et chambre	250	20	↗	101	↗
Équipement du foyer spécialisé	461	-201	↘	-208	↘
Équipement du foyer généraliste	320	-11	↘	-89	↘
Tissus - Textile - Mercerie	299	-16	↘	-192	↘

Équipements de communication : téléphonie, informatique, électroménager...

Pour faire suite à deux enquêtes montrant l'impact négatif d'internet sur les magasins de ce secteur d'activités (diminution forte du nombre de leurs établissements), la période 2014-2017

se caractérise par une relative stabilité de ces magasins (-3 %, -34 établissements), notamment la téléphonie et la vente de matériel informatique. La carte montre une concentration de la téléphonie dans les 10^e et 18^e arrondissements, de même que les centres d'appels vers l'étranger.

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Téléphonie	476	-3	→	-68	↘
Vente de matériel informatique	280	-1	→	-68	↘
Spécialiste électroménager	61	-14	↘	-70	↘
Spécialiste Radio - TV - Hi-Fi	105	-16	↘	-106	↘
Généraliste électroménager - Radio - TV - Hi-Fi	30	0	→	5	↗

Services liés à l'équipement de la personne

Peu impactés par la révolution numérique, les services liés à l'équipement de la personne restent globalement stables au cours de la période 2014-2017,

même si quelques activités augmentent comme la retouche de vêtements (+16 magasins) ou diminuent comme les blanchisseries-pressing (-29 établissements).

	Nombre en 2017	Évolution 2014-2017		Évolution 2003-2017	
Cordonnerie - Réparation "minute" (clés, talons...)	347	-7	→	-83	↘
Retouches de vêtements	611	16	→	58	→
Location de costumes ou accessoires - Loisirs	35	-1	→	-7	↘
Blanchisserie - Pressing	544	-29	↘	-16	↘
Laverie automatique	544	-2	→	-28	→

ÉVOLUTION DU COMMERCE PARISIEN





©Apur - François Mohr



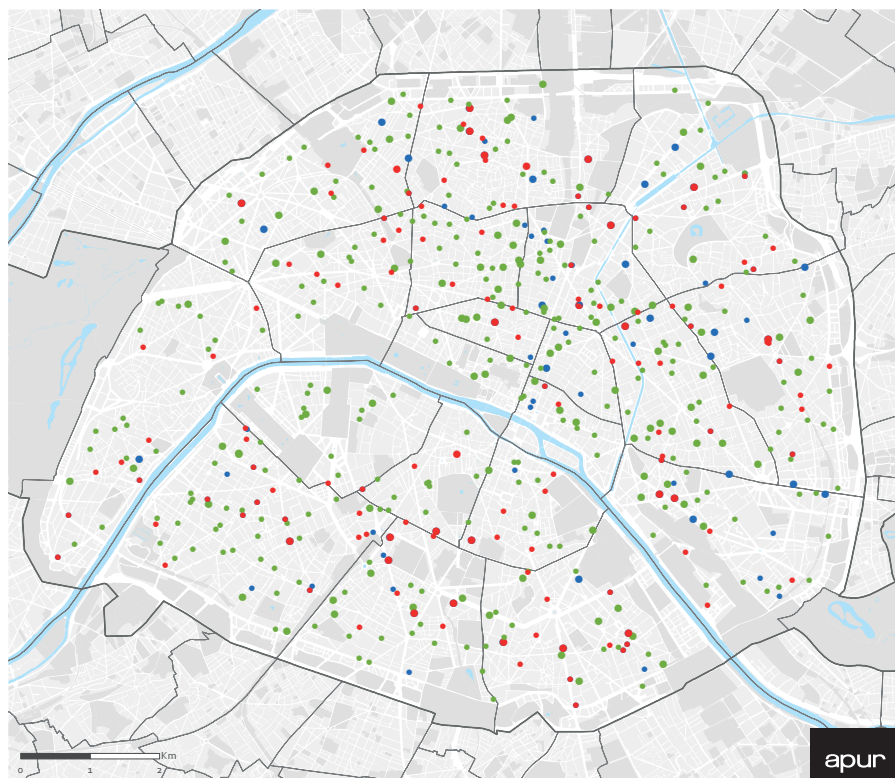
©Apur - Bruno Bouvier

Recueil cartographique des évolutions commerciales

Ce recueil présente une série de cartes regroupées par activité ou groupe d'activités. Ces cartes montrent la localisation des commerces et services commerciaux sur le territoire parisien, ce qui permet d'observer les pôles ou les regroupements le long de certaines voies et ainsi de voir le maillage plus

ou moins régulier du territoire. Un code couleur est utilisé qui permet de savoir si un établissement a disparu (rond bleu), s'est créé (rond rouge) ou s'il s'est maintenu avec une activité identique (rond jaune); il montre les évolutions recensées entre 2014 et 2017.

- **Supérettes classiques et discount,**
- **Magasins d'alimentation générale (moins de 120 m²)**
- **Boucheries et boucheries-charcuteries,**
- **Poissonneries,**
- **Boulangeries et boulangeries-pâtisserie,**
- **Produits alimentaires bio et nature,**
- **Bars et cafés,**
- **Restauration rapide assise,**
- **Prêt-à-porter,**
- **Commerces de gros de textile et d'habillement,**
- **Librairies,**
- **Vente de journaux et kiosques,**
- **Opticiens,**
- **Ongleries,**
- **Bijouterie fantaisie,**
- **Articles de sport,**
- **Electroménager, radio, TV,**
- **Vente de cigarettes électroniques,**
- **Bricolage,**
- **Téléphonie,**
- **Cordonneries,**
- **Blanchisseries et pressings,**
- **Agence de voyage et compagnies aériennes,**
- **Vente, réparation et location de vélos,**
- **Call-box,**
- **Agences d'intérim,**
- **Agences immobilières,**
- **Agences bancaires,**
- **Garages automobile.**



SUPÉRETTE CLASSIQUE - SUPÉRETTE DISCOUNT

Évolution 2014-2017 : +6 %

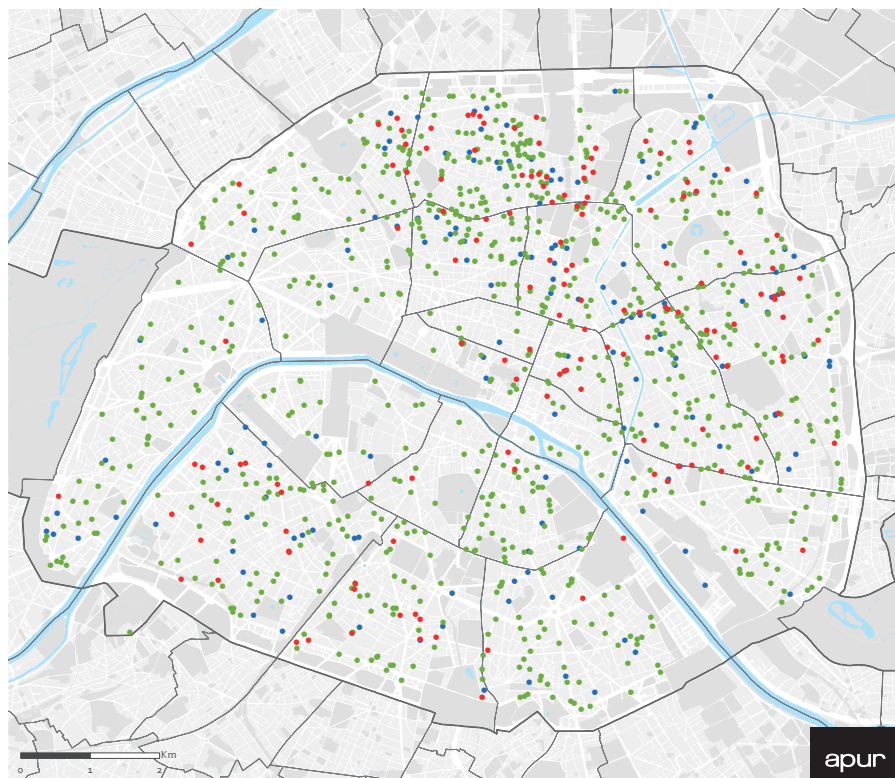
- maintien de l'activité (349)
- création (135)
- disparition (107)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CA302, CA303)



ALIMENTATION GÉNÉRALE < 120 M²

Évolution 2014-2017 : -1 %

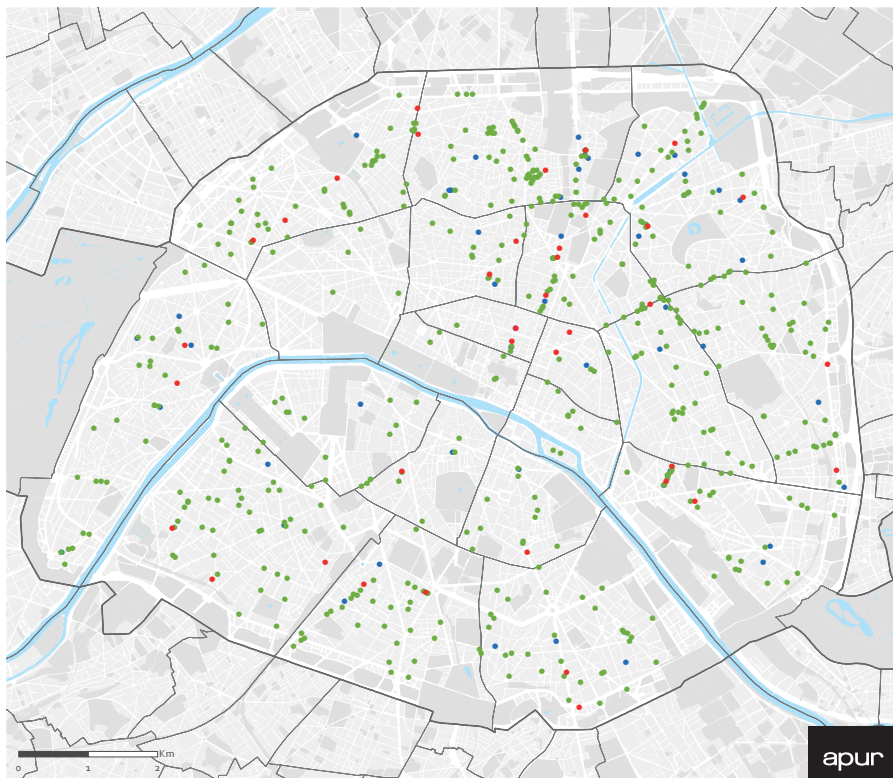
- maintien de l'activité (838)
- création (146)
- disparition (151)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CA301)



BOUCHERIE - BOUCHERIE-CHARCUTERIE

Évolution 2014-2017 : -2 %

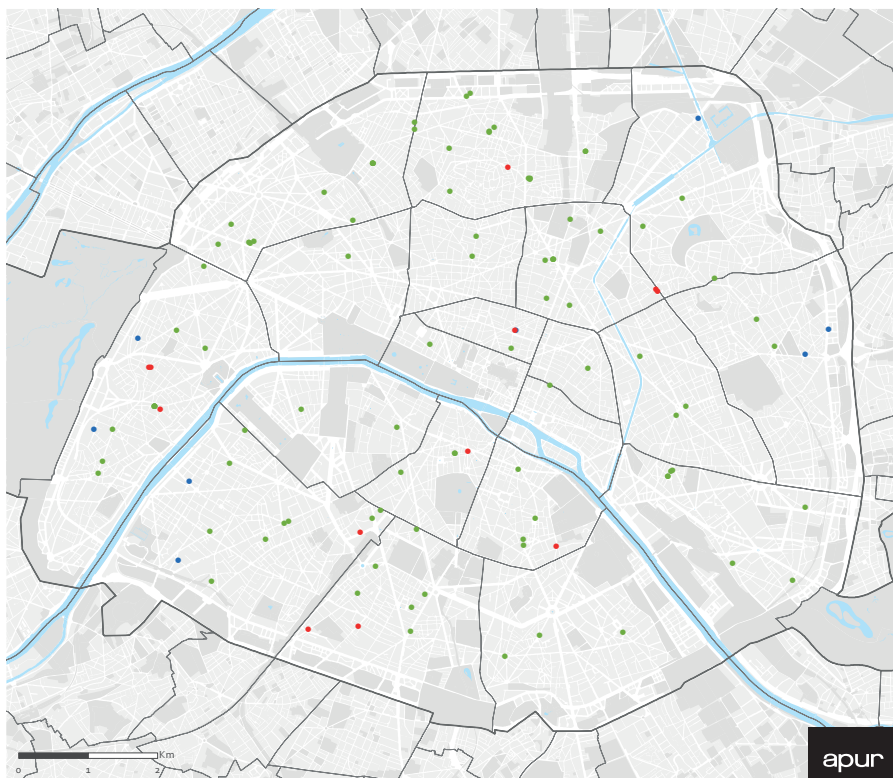
- maintien de l'activité (511)
- création (37)
- disparition (49)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CA109)



POISSONNERIE

Évolution 2014-2017 : +4 %

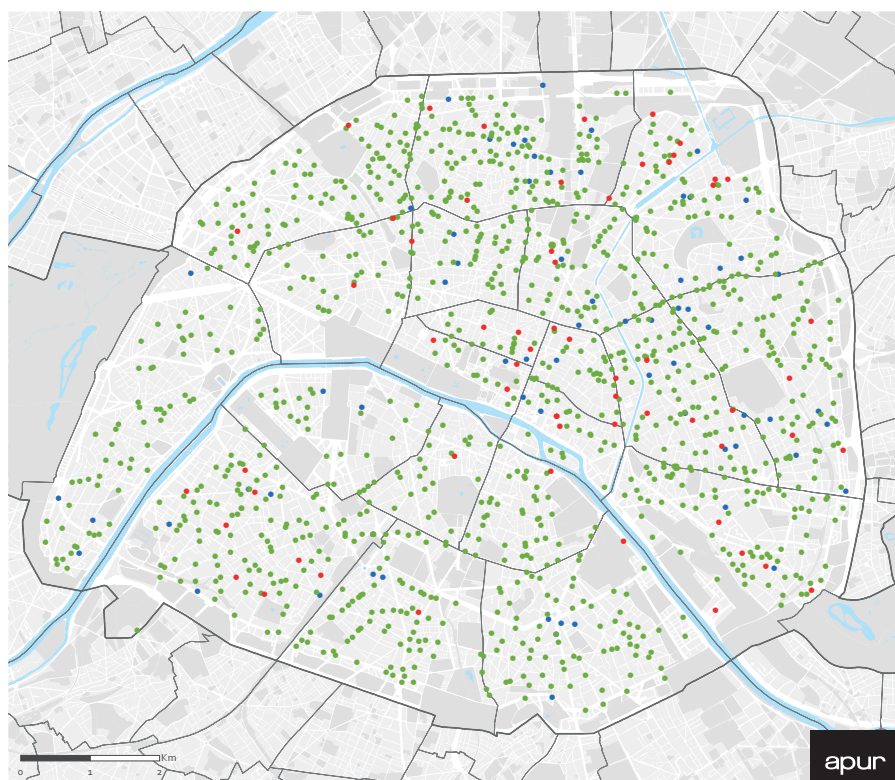
- maintien de l'activité (93)
- création (12)
- disparition (8)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CA110)



BOULANGERIE - BOULANGERIE PÂTISSERIE

Évolution 2014-2017 : -1 %

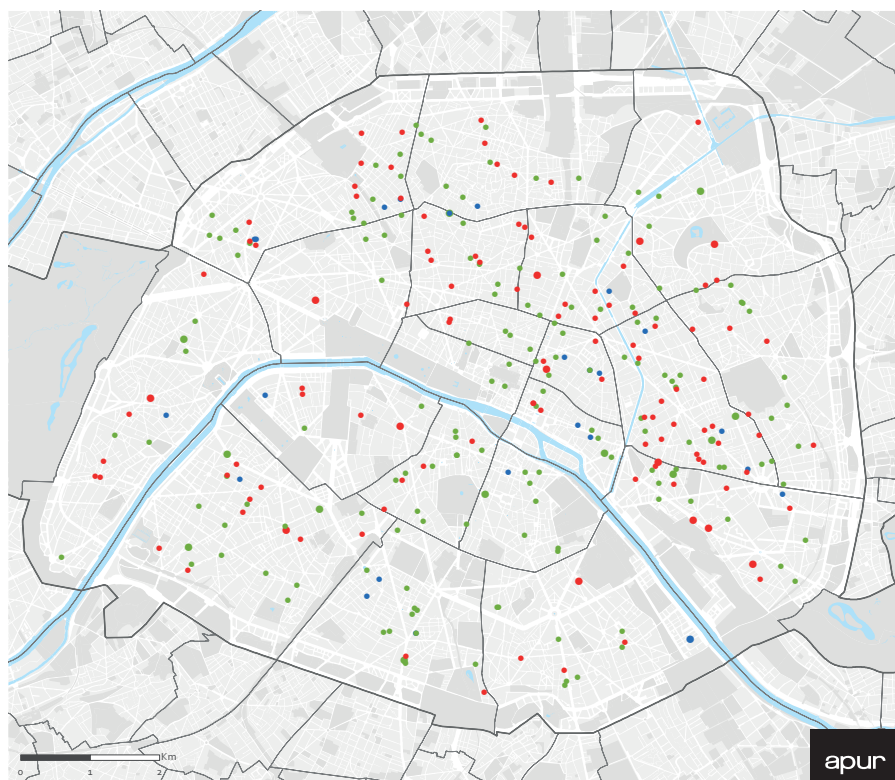
- maintien de l'activité (1 125)
- création (61)
- disparition (67)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CA103)



PRODUITS ALIMENTAIRES BIO ET NATURE

Évolution 2014-2017 : +47 %

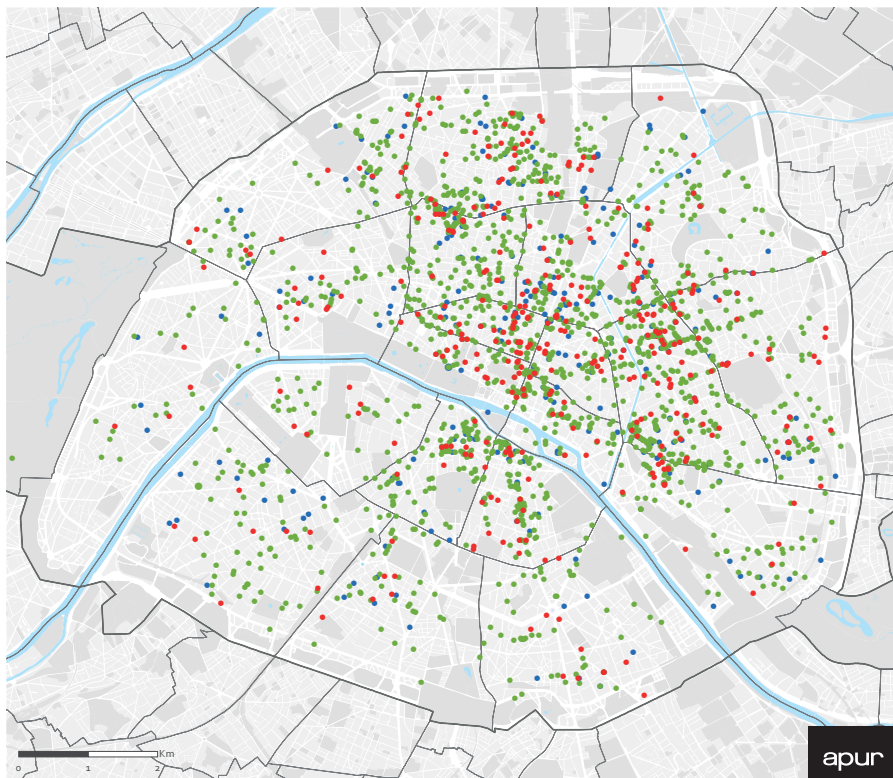
- maintien de l'activité (164)
- création (113)
- disparition (24)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CA115)



BAR - CAFÉ - DÉBIT DE BOISSONS

Évolution 2014-2017 : +5 %

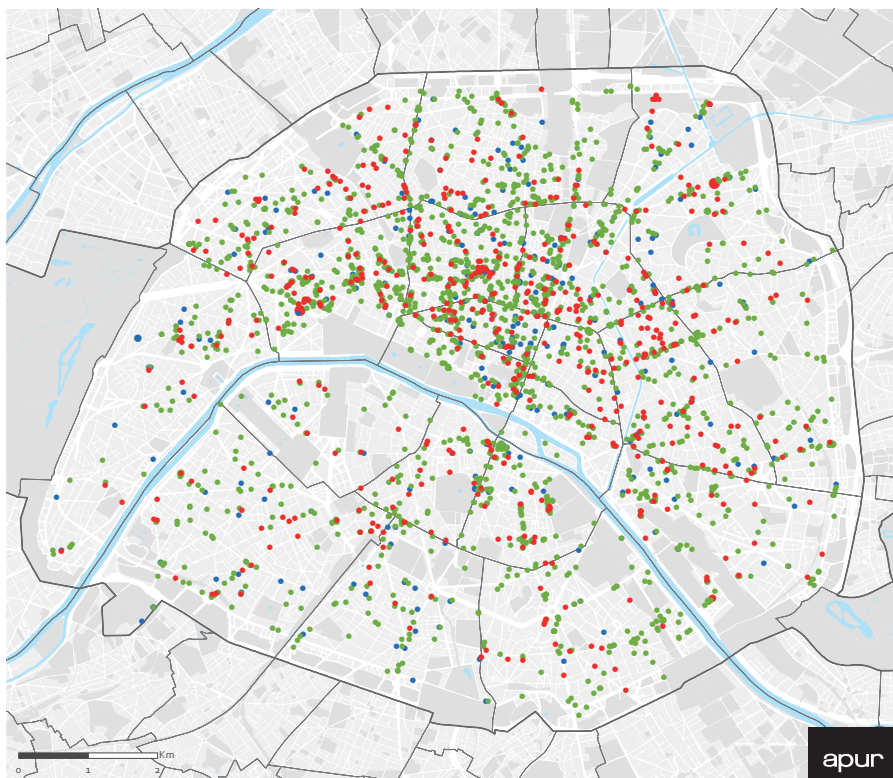
- maintien de l'activité (1 624)
- création (374)
- disparition (276)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CH401, CH402, CH403)



RESTAURATION RAPIDE ASSISE

Évolution 2014-2017 : +13 %

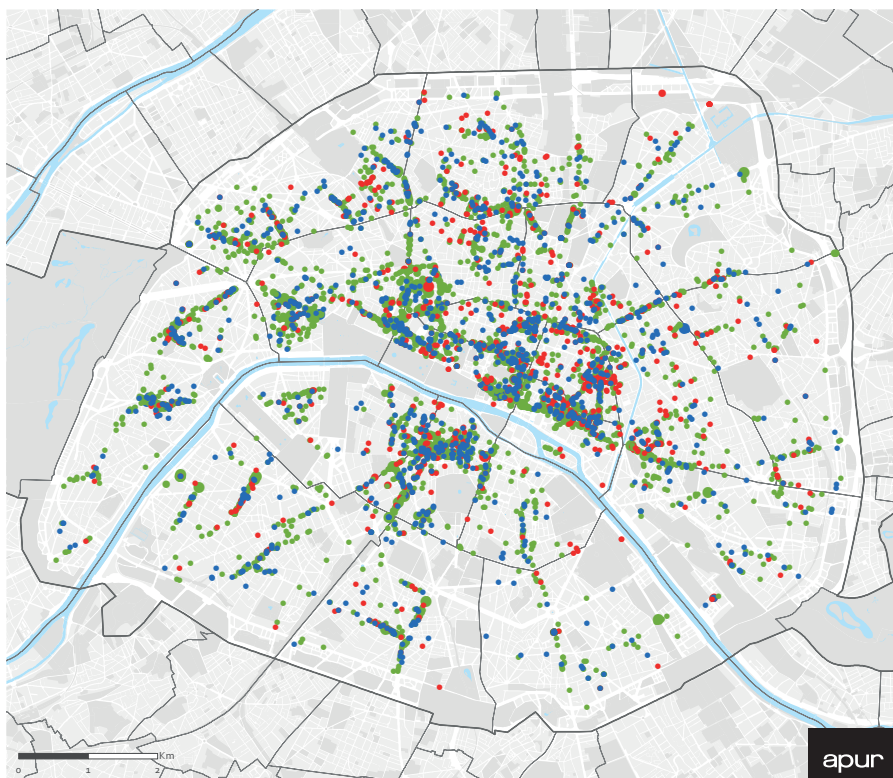
- maintien de l'activité (1 801)
- création (567)
- disparition (297)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CH303)



PRÊT-À-PORTER

Évolution 2014-2017 : -7 %

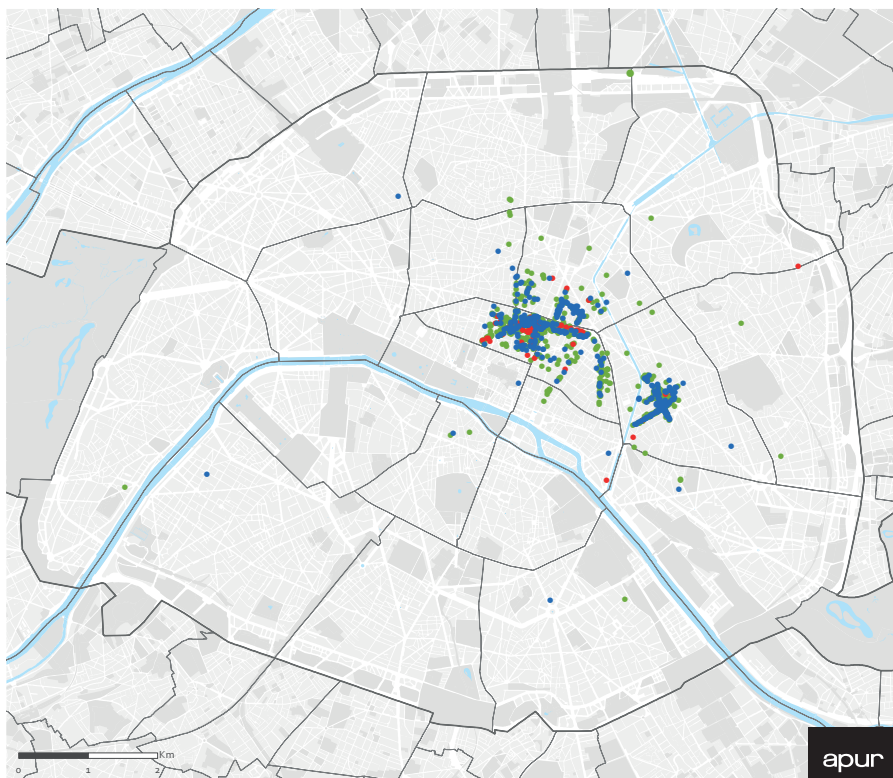
- maintien de l'activité (3 907)
- création (904)
- disparition (1 258)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CB104, CB105, CB106, CB107, CB108, CB110)



COMMERCE DE GROS (TEXTILE ET HABILLEMENT)

Évolution 2014-2017 : -24 %

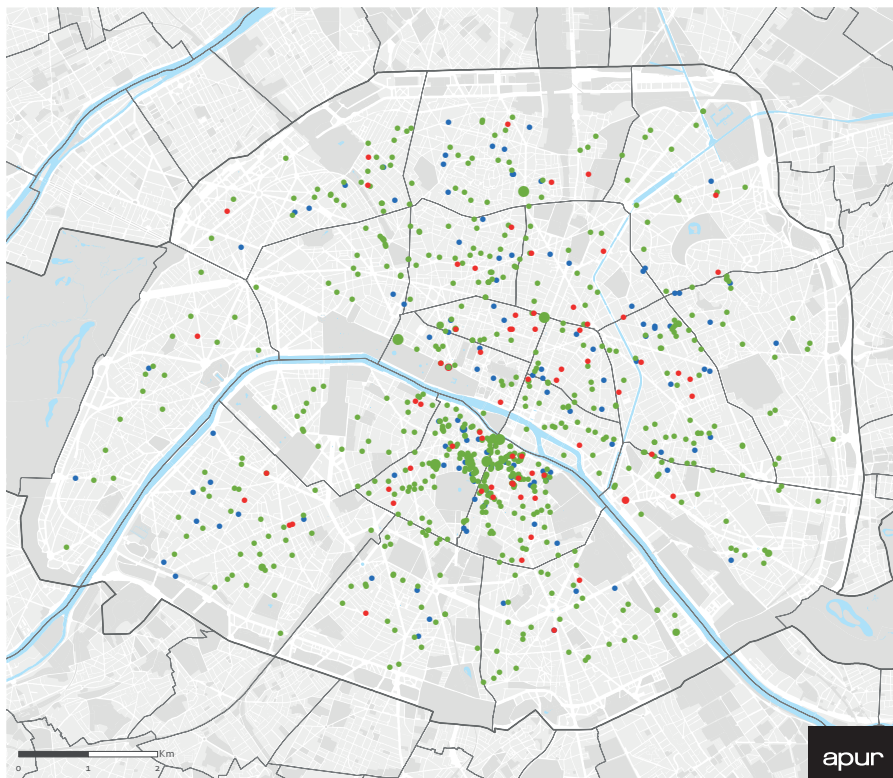
- maintien de l'activité (951)
- création (71)
- disparition (386)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code AB102, AB103)



LIBRAIRIE

Évolution 2014-2017 : -6 %

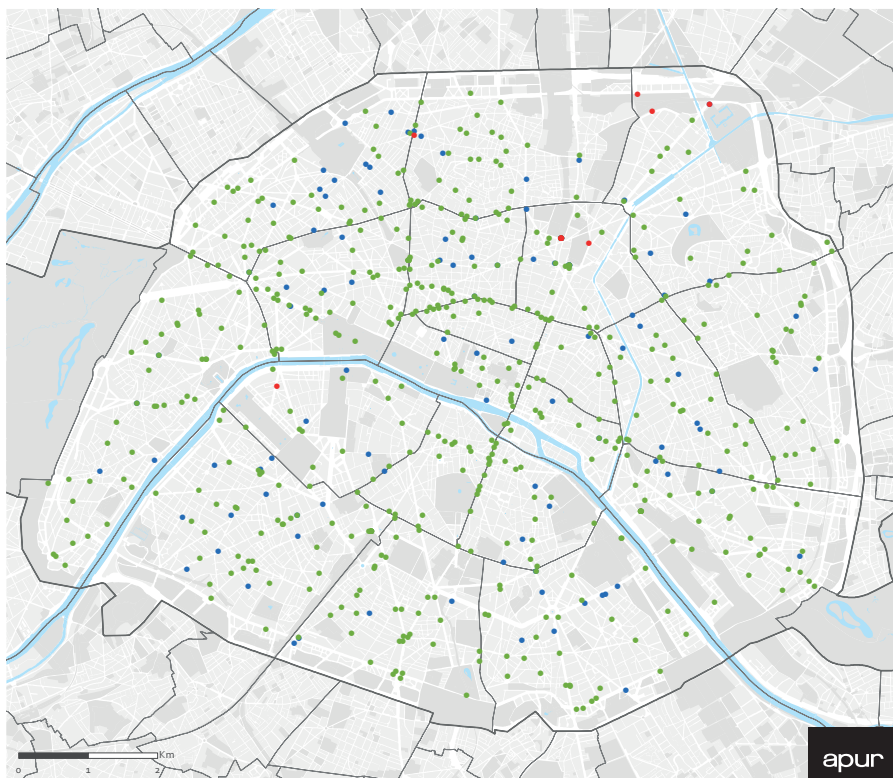
- maintien de l'activité (633)
- création (70)
- disparition (118)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CE101)



VENTE DE JOURNAUX

Évolution 2014-2017 : -15 %

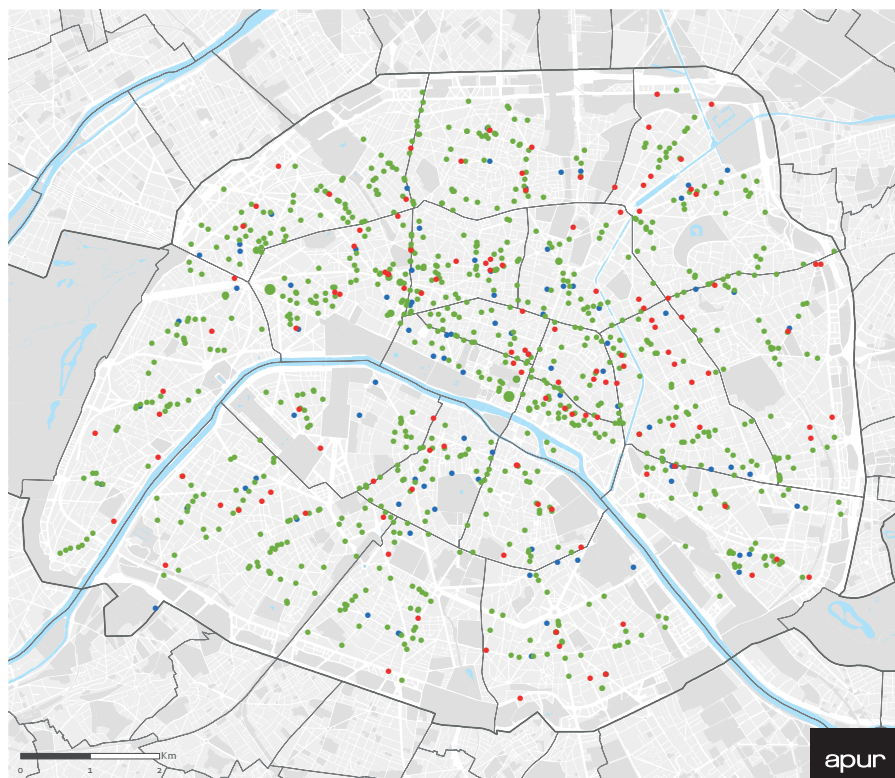
- maintien de l'activité (548)
- création (11)
- disparition (112)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CE103, CE104)



OPTICIEN

Évolution 2014-2017 : +3 %

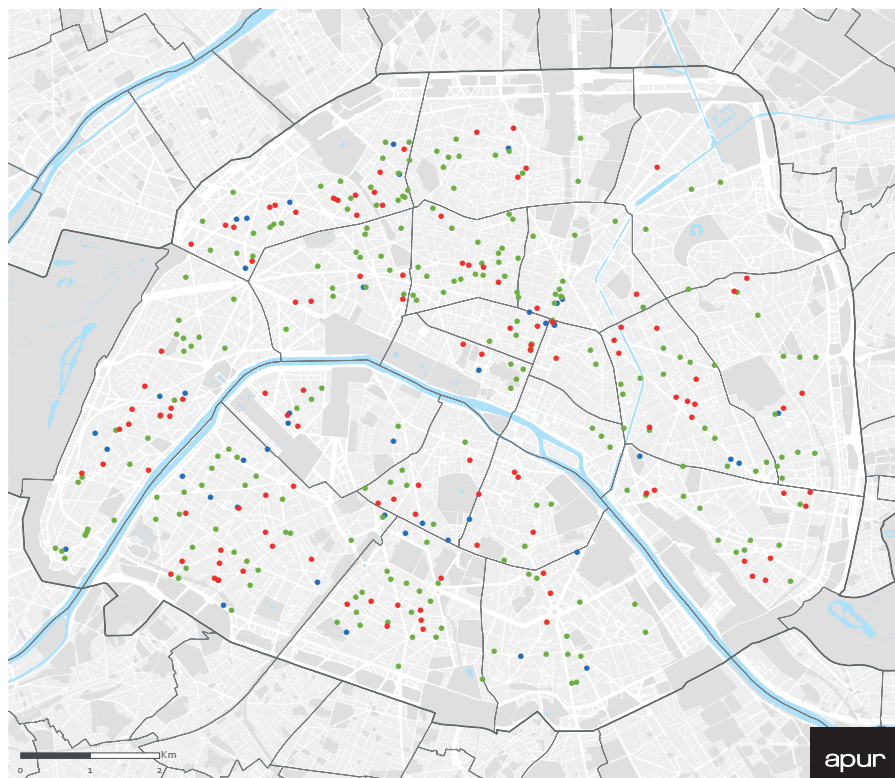
- maintien de l'activité (824)
- création (126)
- disparition (94)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CC301)



ONGLERIE

Évolution 2014-2017 : +25 %

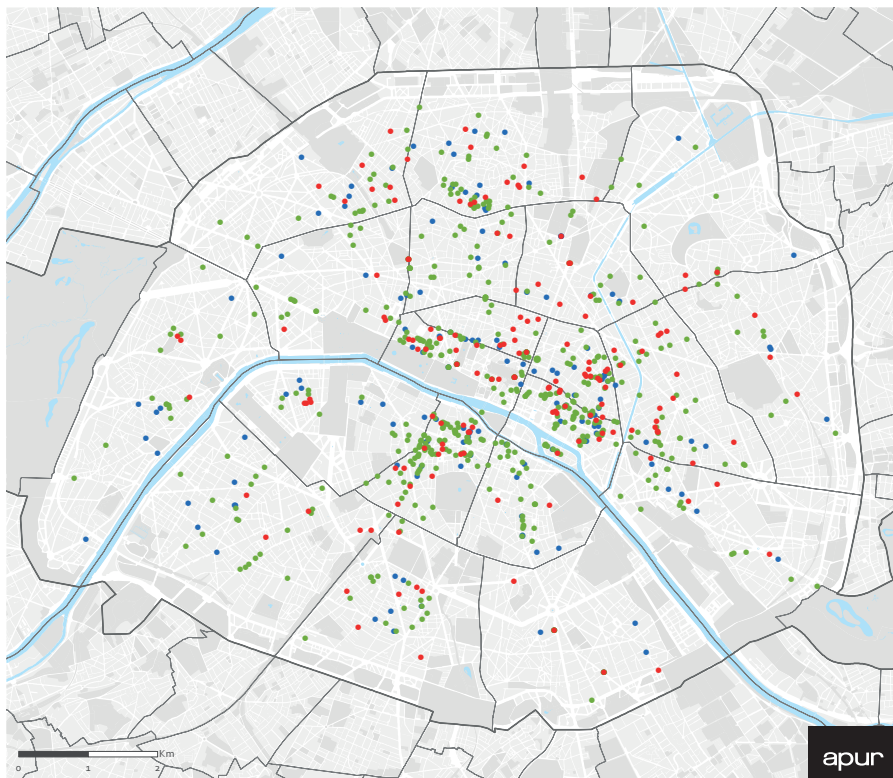
- maintien de l'activité (232)
- création (114)
- disparition (44)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code SA203)



BIJOUTERIE FANTAISIE - ACCESSOIRE DE MODE

Évolution 2014-2017 : +2 %

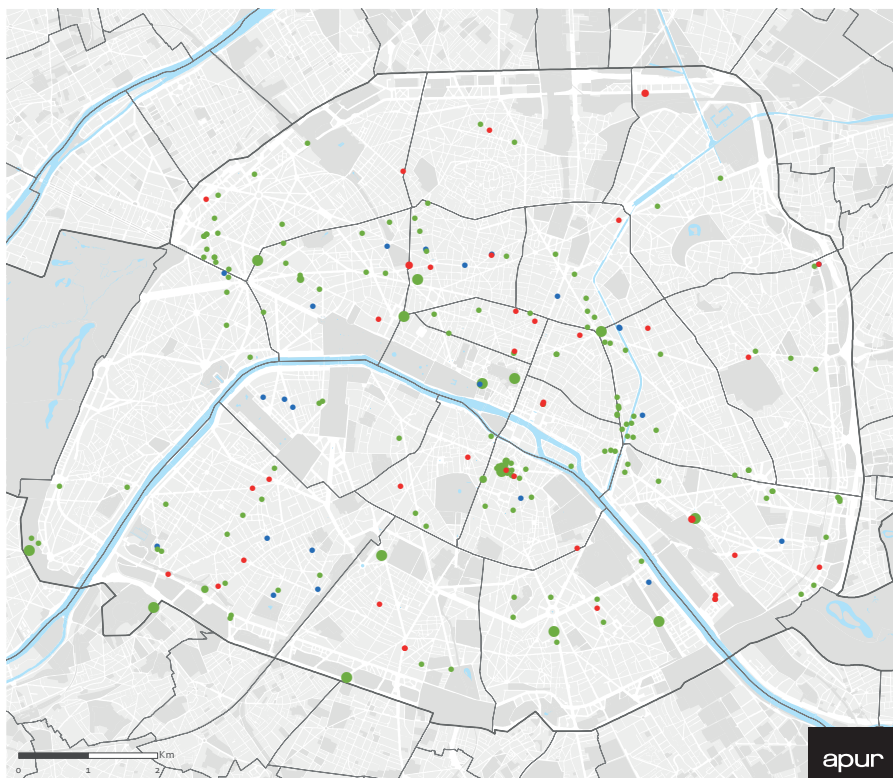
- maintien de l'activité (523)
- création (159)
- disparition (148)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CB304)



ARTICLES DE SPORT

Évolution 2014-2017 : +8 %

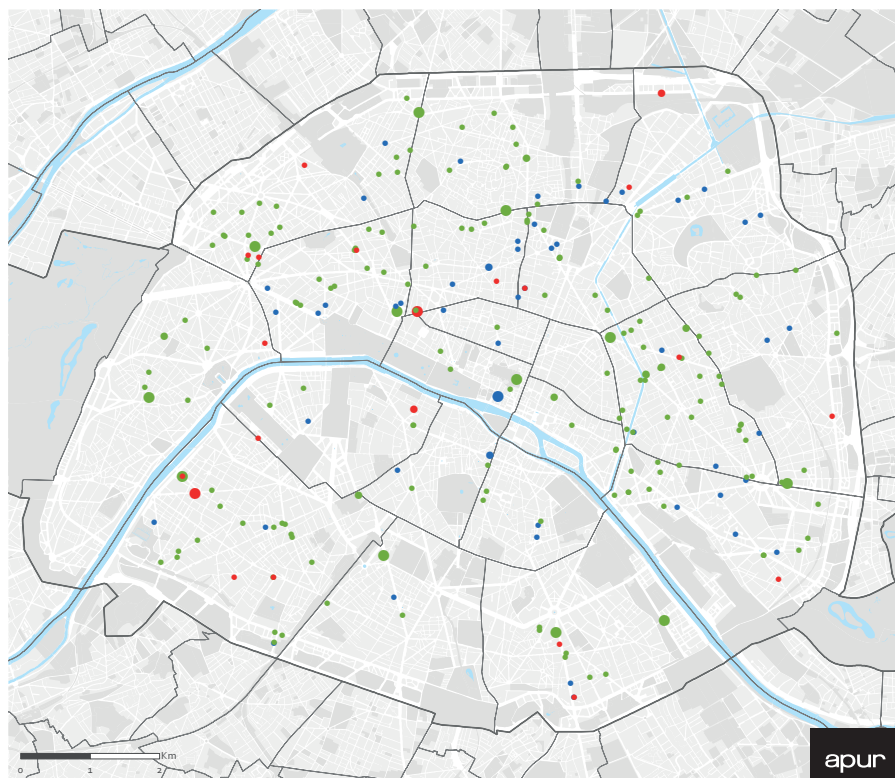
- maintien de l'activité (167)
- création (38)
- disparition (23)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CE201, CE202)



ÉLECTROMÉNAGER - RADIO - TV

Évolution 2014-2017 : +13 %

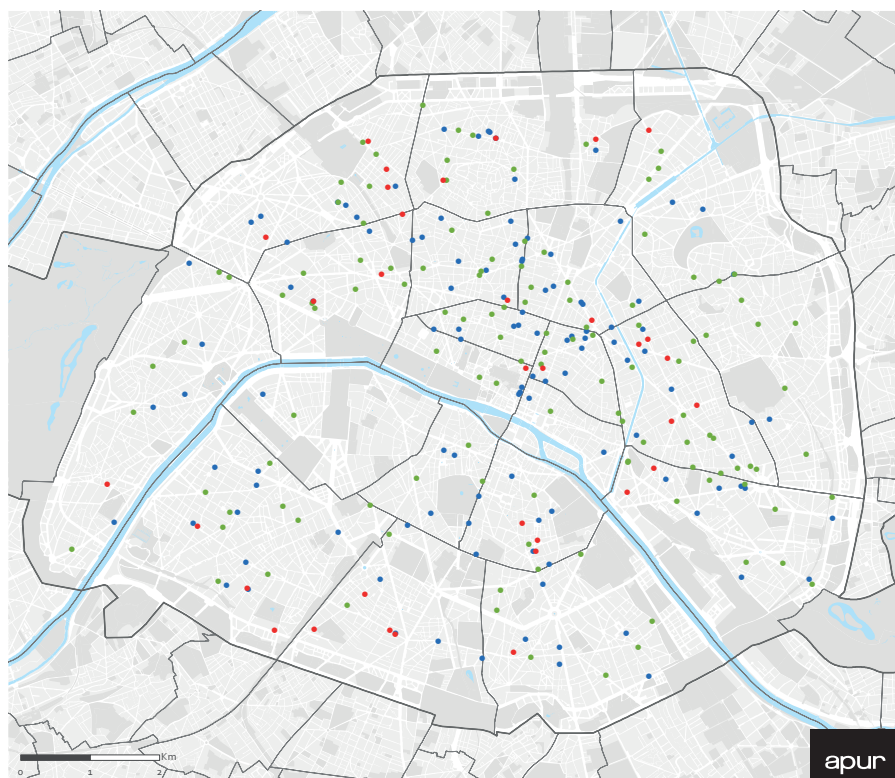
- maintien de l'activité (175)
- création (21)
- disparition (51)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CD301, CD302, CD303)



VENTE DE CIGARETTES ÉLECTRONIQUES

Évolution 2014-2017 : +34 %

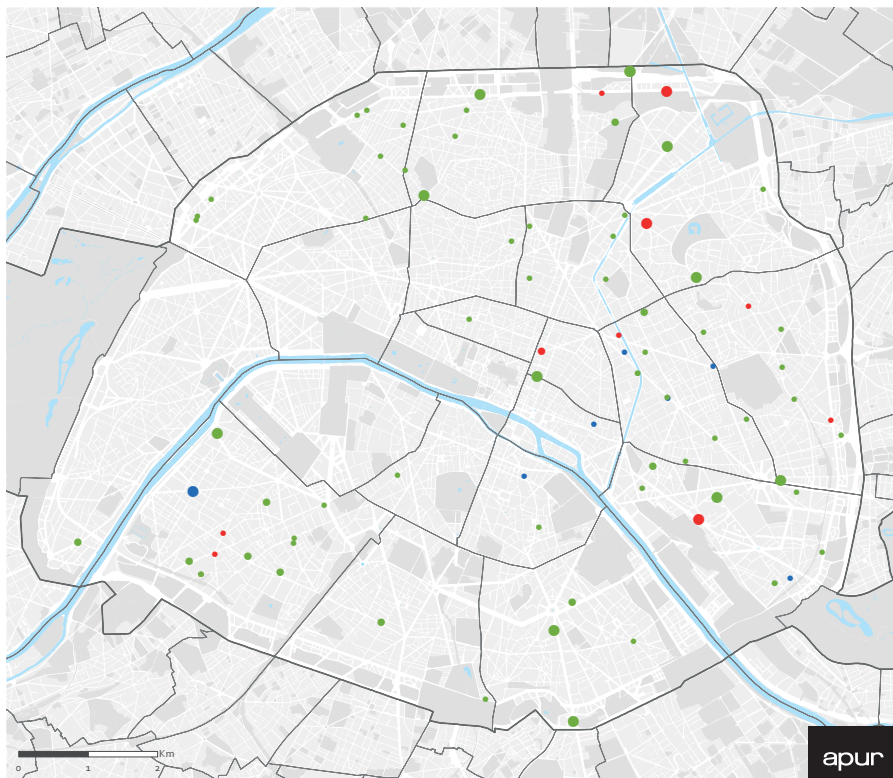
- maintien de l'activité (122)
- création (34)
- disparition (114)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CE508)



BRICOLAGE

Évolution 2014-2017 : +4 %

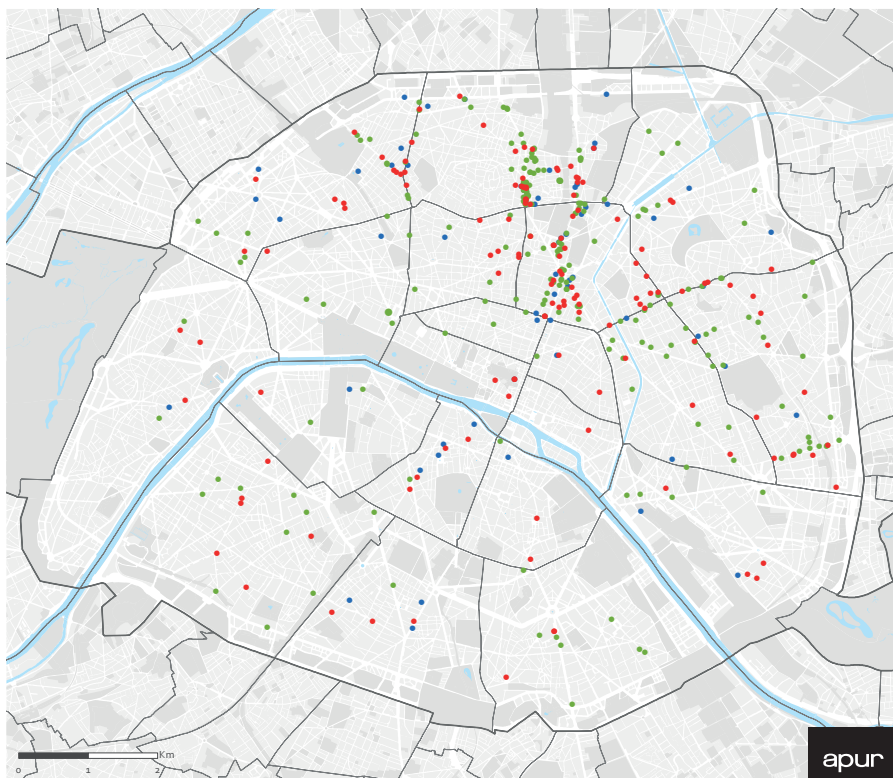
- maintien de l'activité (68)
- création (10)
- disparition (7)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CF102)



TÉLÉPHONIE - VENTE D'ACCESSOIRES ET RÉPARATION

Évolution 2014-2017 : +26 %

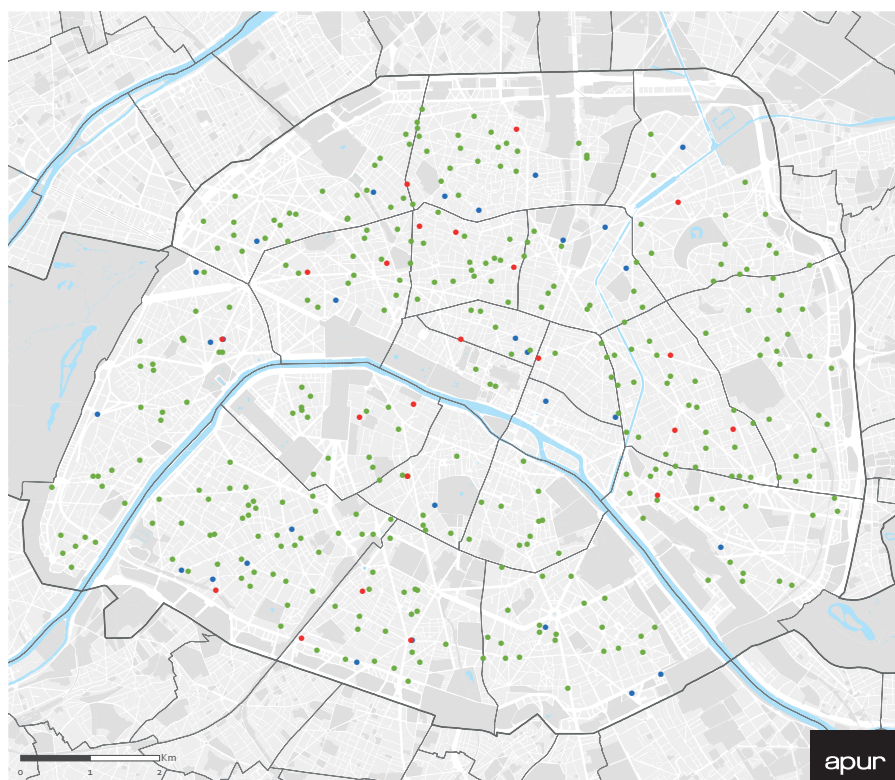
- maintien de l'activité (222)
- création (137)
- disparition (64)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CE403)



CORDONNERIE - RÉPARATION « MINUTE » (CLÉS, TALONS...)

Évolution 2014-2017 : -2 %

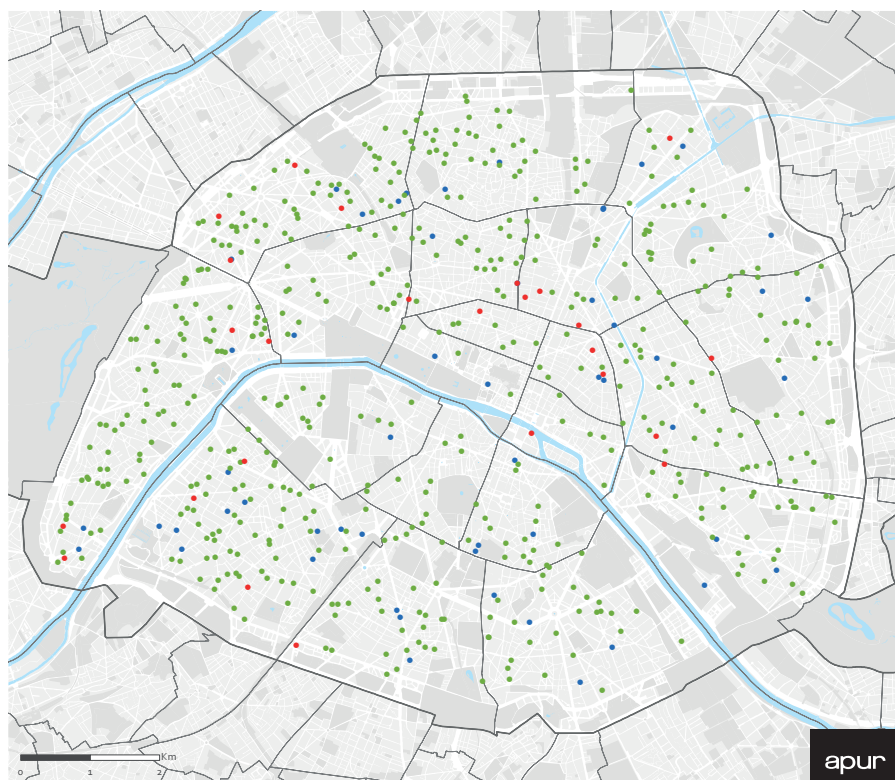
- maintien de l'activité (325)
- création (22)
- disparition (29)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code SA101)



BLANCHISSERIE - PRESSING

Évolution 2014-2017 : -5 %

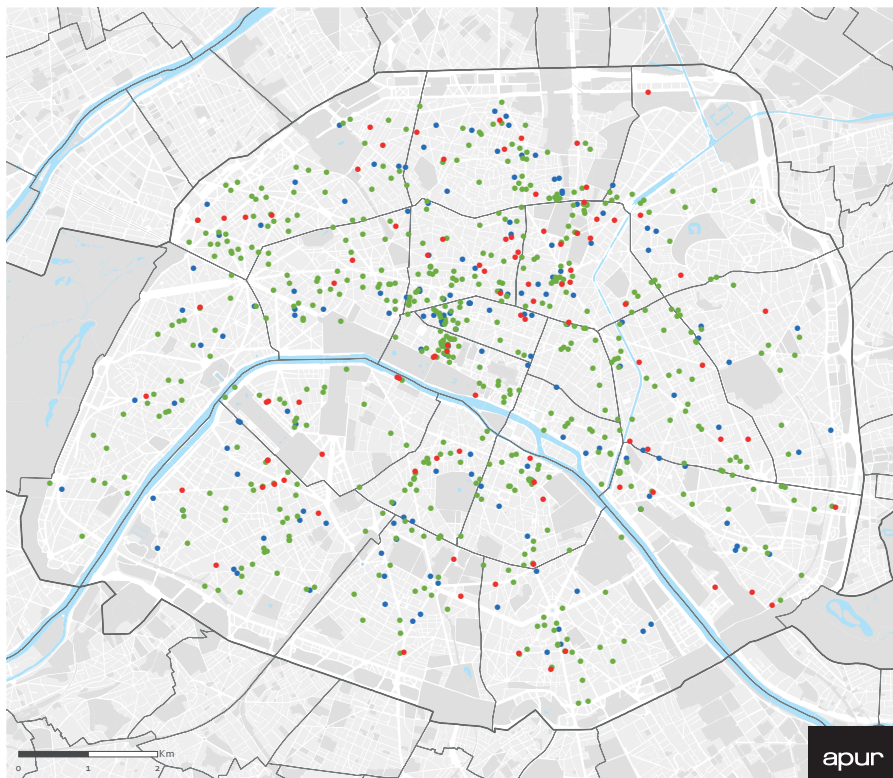
- maintien de l'activité (519)
- création (25)
- disparition (54)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code SA104)



AGENCE VOYAGE-TOURISME - COMPAGNIES AÉRIENNES

Évolution 2014-2017 : -9 %

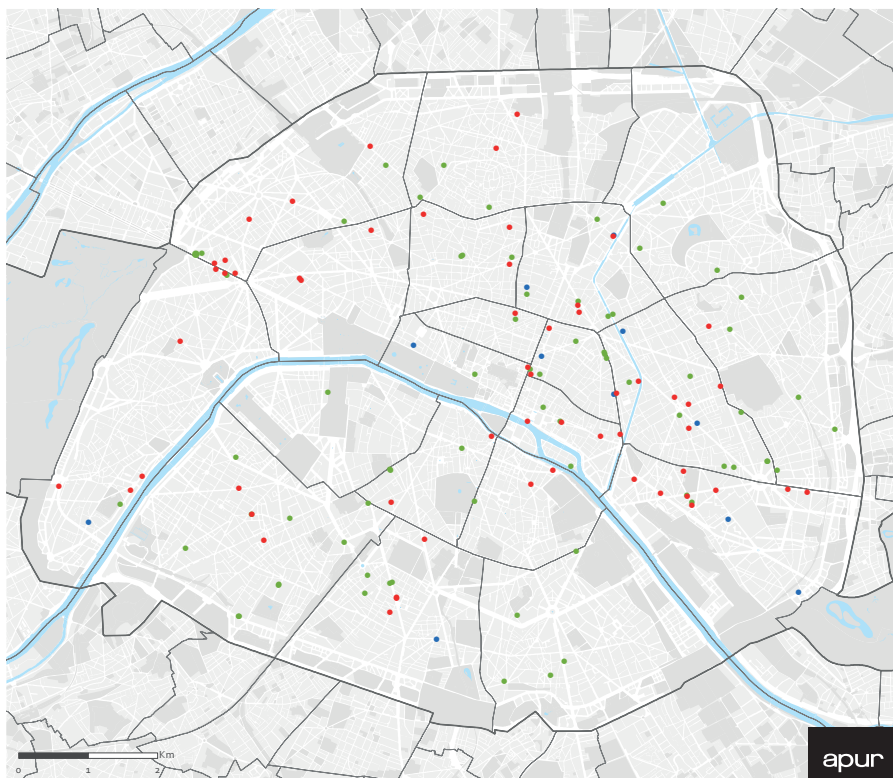
- maintien de l'activité (536)
- création (94)
- disparition (155)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code SA505)



VENTE, RÉPARATION, LOCATION DE VÉLOS / VÉLOS ÉLECTRIQUES

Évolution 2014-2017 : +57 %

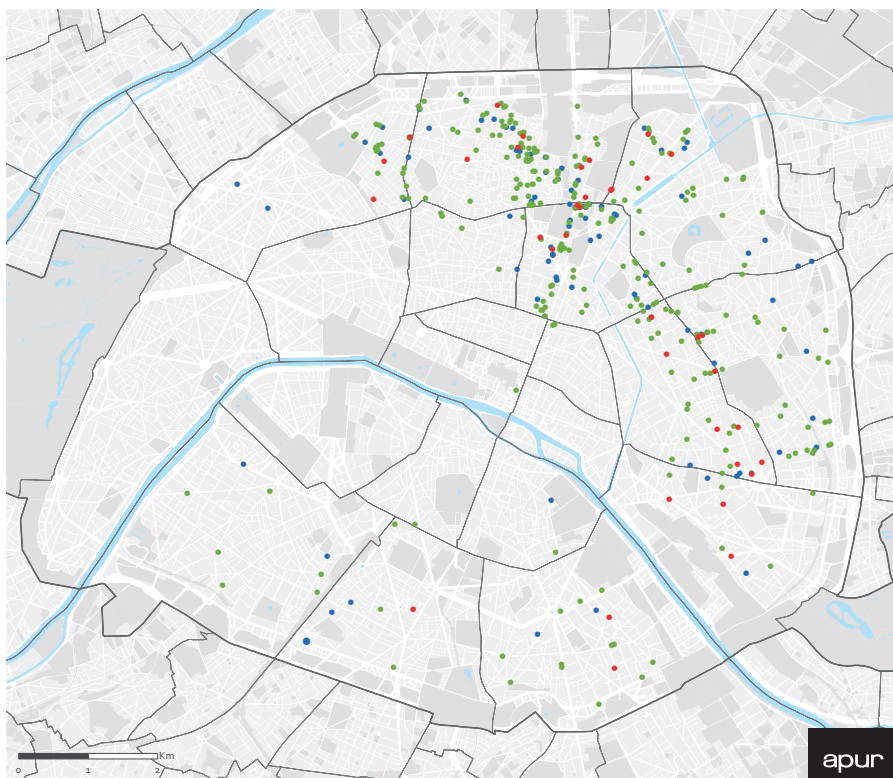
- maintien de l'activité (70)
- création (57)
- disparition (11)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CE203)



TÉLÉCOMMUNICATION EN BOUTIQUE

Évolution 2014-2017 : -14 %

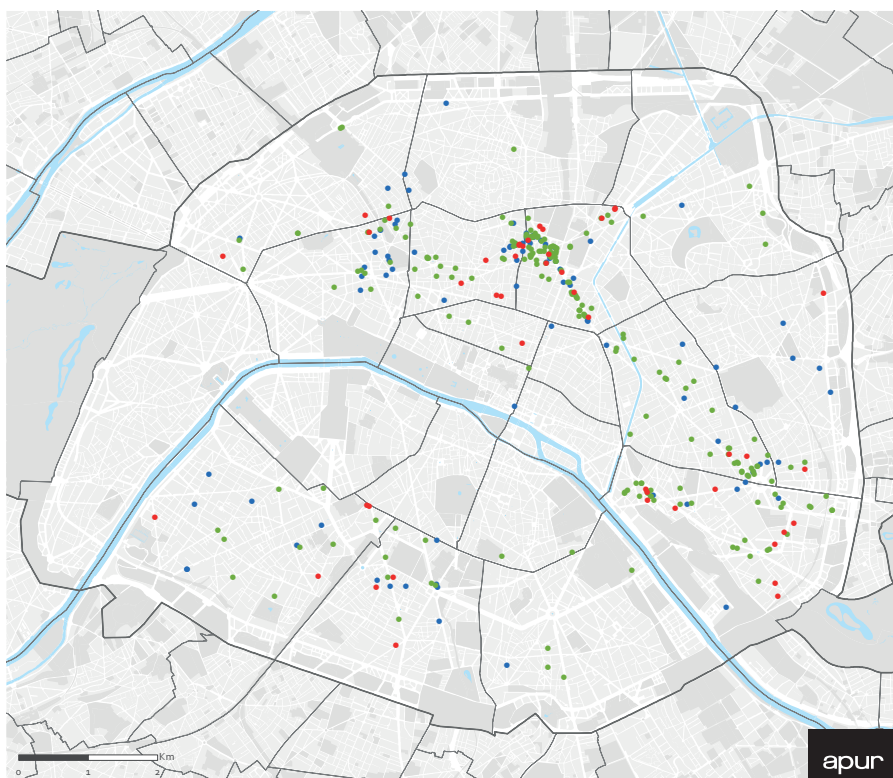
- maintien de l'activité (268)
- création (36)
- disparition (87)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017 (code SB303)



AGENCE D'INTÉRIM

Évolution 2014-2017 : -14 %

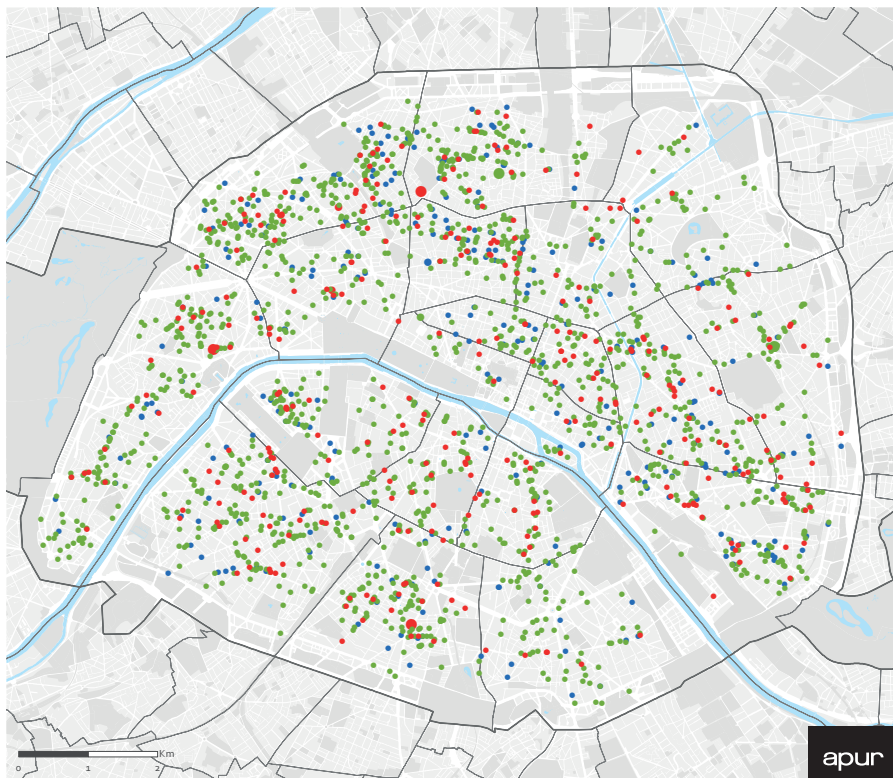
- maintien de l'activité (217)
- création (45)
- disparition (86)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017 (code SA507)



AGENCE IMMOBILIÈRE

Évolution 2014-2017 : +1 %

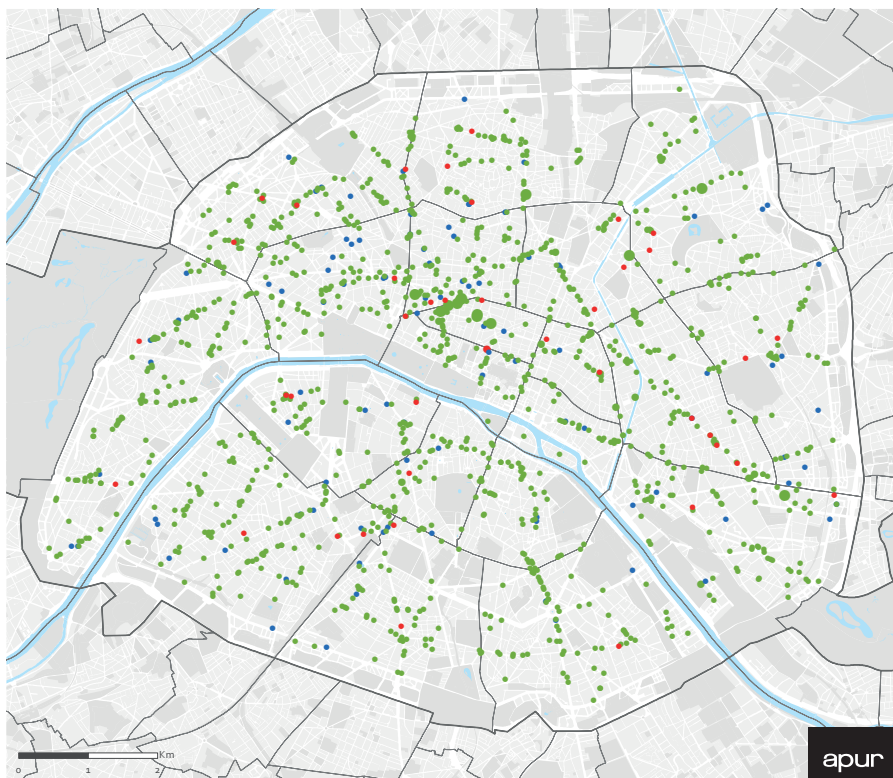
- maintien de l'activité (1 532)
- création (326)
- disparition (310)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code SB101)



BANQUE - CAISSE D'ÉPARGNE

Évolution 2014-2017 : -5 %

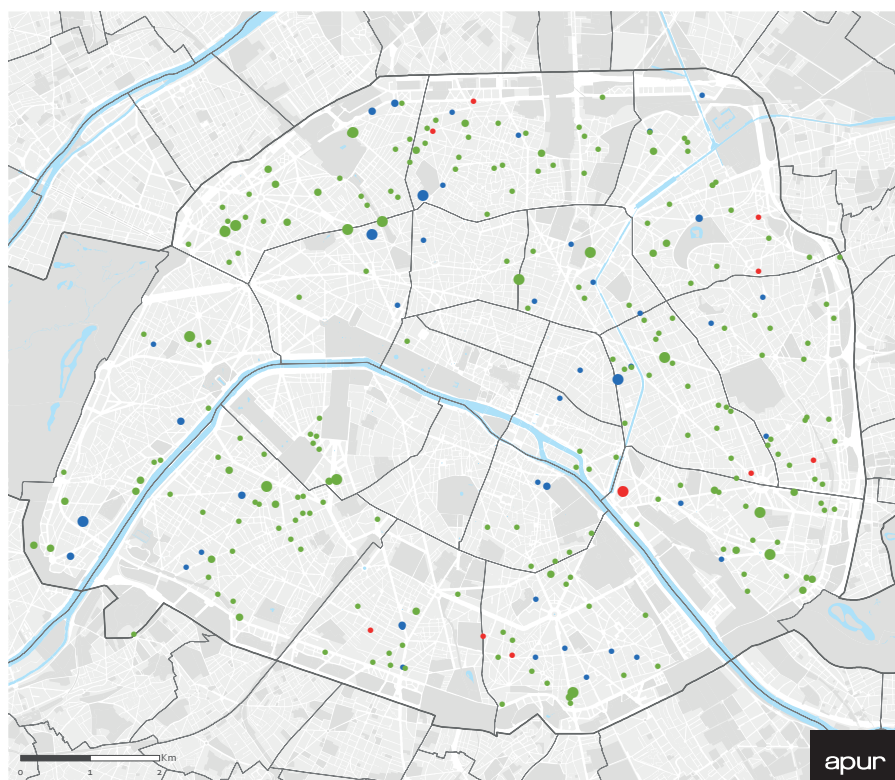
- maintien de l'activité (1 168)
- création (40)
- disparition (99)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code SB201)



GARAGE AUTOMOBILE

Évolution 2014-2017 : -12 %

- maintien de l'activité (223)
- création (10)
- disparition (43)

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

■ Principaux équipements

Source : BDCOM 2017
(code CG103, CG104, CG201, CG202)

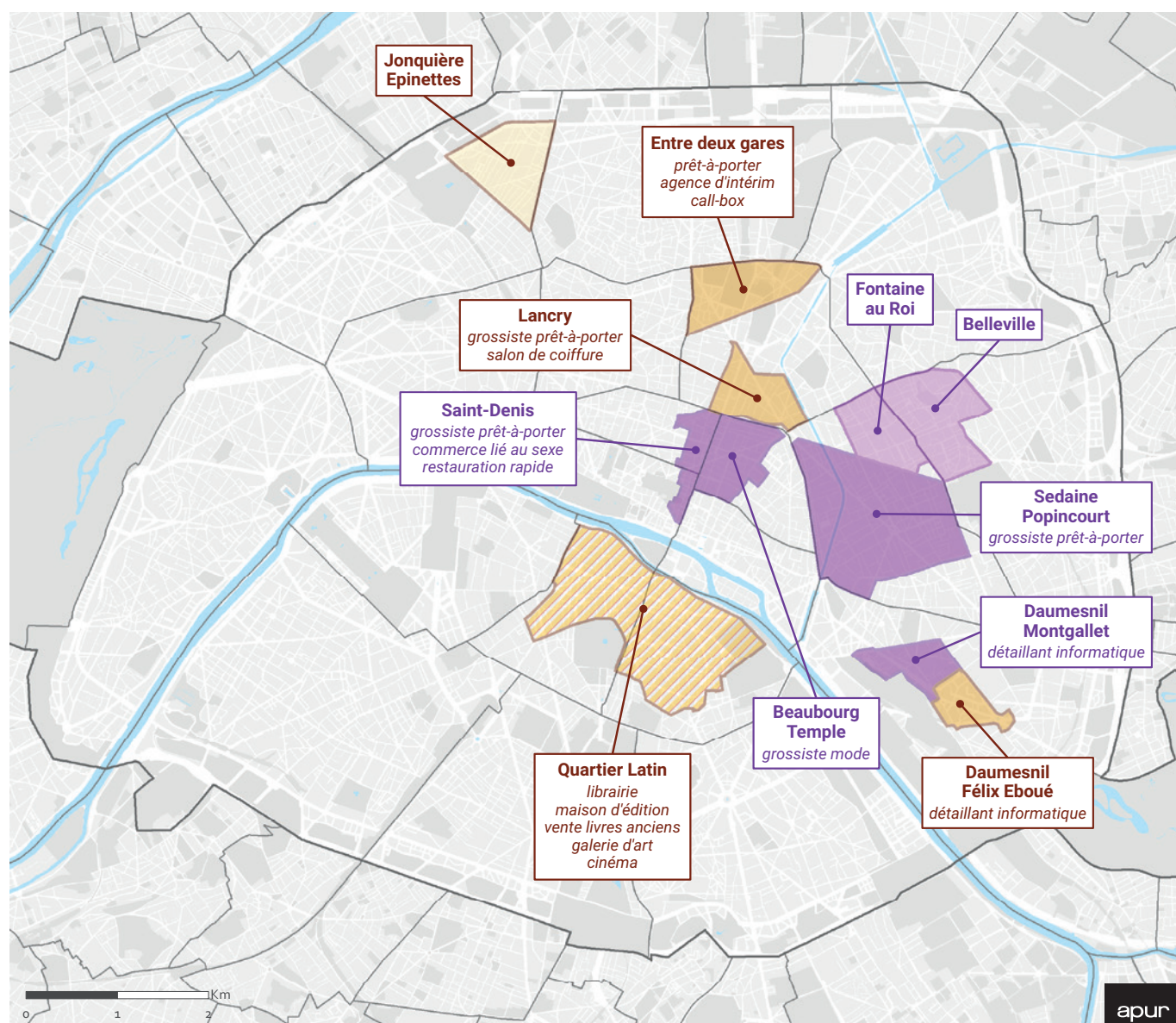




3. LES ÉVOLUTIONS OBSERVÉES DANS DES SECTEURS PARTICULIERS

3.

Les évolutions observées dans des secteurs particuliers



Les résultats contrastés des 11 secteurs de l'opération Vital'Quartier 1 et 2

Les opérations Vital'Quartier 1 (2004-2015) et 2 (2008-2021) ont été menées par la SEMAEST pour lutter, sur un ensemble de 11 périmètres, contre différents maux qui touchent les locaux en rez-de-chaussée dont entre autres la mono-activité et la vacance, ou encore, pour venir en aide aux activités culturelles en difficulté.

La BDCom 2017 permet d'évaluer ces actions menées par la SEMAEST depuis une quinzaine d'années (2003). Elle permet aussi d'analyser les différents secteurs et les activités exercées dans les locaux, qu'elles soient ou non commerciales.

11 SECTEURS DE L'OPÉRATION VITAL'QUARTIER 1 ET 2



Vital Quartier 1

- mono-activité
- lutte contre la vacance

Vital Quartier 2

- mono-activité
- lutte contre la vacance
- secteur culturel

- Principaux équipements

Source : SEMAEST 2012

Le secteur Saint-Denis

Le secteur Saint-Denis (Vital'Quartier 1) qui est à cheval sur les 1^{er} et 2^e arrondissements devait favoriser la diminution de trois activités assez différentes : celle des commerces de gros de textile et d'habillement d'une part, ceux liés au sexe d'autre part et enfin les commerces de restauration rapide.

Les commerces de gros textile et d'habillement enregistrent une baisse continue de leurs effectifs entre 2003 et 2017, on en dénombre 589 en 2003 contre 317 en 2017 (-272 établissements, soit -46 %) ; près de la moitié a disparu avec une part en baisse de près de 20 points, elle était de 44 % en 2003 pour atteindre le taux de 23 % en 2017.

Les commerces liés au sexe, et principalement ceux localisés sur la rue Saint-Denis

(1^{er}-2^e arr.), sont en forte diminution sur la période 2003-2017. Plus de la moitié des commerces concernés ont laissé la place à d'autres activités, ils passent de 38 établissements en 2003 à seulement 16 en 2017 (-22 commerces, soit -58 %). Leur part passe d'un peu moins de 3 % en 2003 pour atteindre 1 % en 2017.

L'activité des commerces liés à la restauration rapide est relativement stable entre 2003 et 2017, passant de 51 commerces en 2003 pour atteindre 55 en 2017, après avoir diminué entre ces deux dates pour atteindre 45 commerces en 2011. Ils représentent un peu moins de 4 % des locaux du secteur en 2017, soit une part relativement stable depuis 2003.

Dans le secteur Saint-Denis, la SEMAEST a acheté et revendu 9 locaux et signé 9 protocoles avec des commerçants.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – SECTEUR SAINT-DENIS

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces de gros de textile	589	568	516	484	357	317
Part de commerces de gros de textile	43,7%	42,1%	38,1%	35,6%	25,9%	22,7%
Nombre de commerces liés au sexe	38	34	27	20	18	16
Part de commerces liés au sexe	2,8%	2,5%	2,0%	1,5%	1,3%	1,1%
Nombre de commerces de restauration rapide	51	48	46	45	52	55
Part de commerces de restauration rapide	3,8%	3,6%	3,4%	3,3%	3,8%	3,9%
Nombre total de locaux dans le périmètre	1 348	1 349	1 354	1 361	1 376	1 394

Le secteur Beaubourg Temple

Le secteur Beaubourg Temple (Vital'Quartier 1) qui se trouve dans le 3^e arrondissement devait atténuer l'influence du commerce de gros sur le périmètre, tant pour les activités liées à l'habillement que pour celle liées à la chaussure, la maroquinerie ou la bijouterie.

Les commerces de gros de textile et d'habillement sont en très forte baisse entre 2003 et 2017 puisque l'on enregistre une diminution des deux-tiers de leurs effectifs au cours de la période. Ils passent ainsi de 311 établissements en 2003 à 106 en 2017, soit -205 magasins (-66 %). Cette diminution est légèrement moins forte entre 2014 et 2017 qu'elle ne l'était sur les périodes précédentes. La part des commerces de gros de textile et d'habillement ne cesse de décroître, passant de 18 % en 2003 à 6 % aujourd'hui.

L'activité des commerces de gros de la maroquinerie et de la chaussure est en constante diminution entre 2003 et 2017, leur nombre passe de 216 établissements à 123, ce qui correspond à une baisse approchant la moitié des effectifs (-43 %). La part qu'ils représentent diminue sans discontinuer, passant de 12,5 % des locaux en 2003 pour ne représenter aujourd'hui plus que 7 % du nombre total de locaux implantés en rez-de-chaussée sur le secteur. Les ma-

gasins de gros de bijouterie du secteur suivent la même tendance à la baisse, même si cette dernière est moins rapide. Ils passent de 183 établissements en 2003 et ne sont plus que 140 en 2017. Leur part qui était de 11 % en 2003 ne représente plus que 8 % de l'ensemble des locaux du secteur en 2017.

Les cartes ci-contre montrent les voies principalement impactées par cette disparition du commerce de gros ; on voit bien le changement sur les rues Meslay, Saint-Martin et Notre-Dame de Nazareth notamment au nord du secteur où les commerces non-alimentaires et les services commerciaux remplacent les commerces de gros disparus. Ces derniers disparaissent rapidement et en nombre important, laissant parfois la place à des locaux vacants qui mettent un peu de temps à trouver nouveau repreneur.

L'ensemble des commerces de gros implantés sur le secteur diminue fortement depuis 2003, passant de 710 établissements à 369, soit une baisse de près de moitié (-48 %) entre 2003 et 2017. Les magasins de gros de textile sont les plus concernés puisqu'ils étaient 311 en 2003 pour n'être plus que 106 en 2017.

Dans le secteur Beaubourg Temple, la SEMAEST a acheté et revendu 31 locaux et signé 28 protocoles avec des commerçants.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – SECTEUR BEAUBOURG TEMPLE

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces de gros de textile et d'habillement	311	294	269	204	135	106
Part de commerces de gros de textile et d'habillement	18,0%	17,0%	15,6%	11,7%	7,7%	6,0%
Nombre de commerces de gros maroquinerie et chaussures	216	212	186	180	150	123
Part de commerces de gros maroquinerie et chaussures	12,5%	12,3%	10,8%	10,4%	8,5%	7,0%
Nombre de commerces de gros de bijouterie	183	186	186	171	157	140
Part de commerces de gros de bijouterie	10,6%	10,8%	10,8%	9,8%	8,9%	7,9%
Nombre total de locaux dans le périmètre	1 726	1 726	1 728	1 739	1 762	1 762

BEAUBOURG-TEMPLE

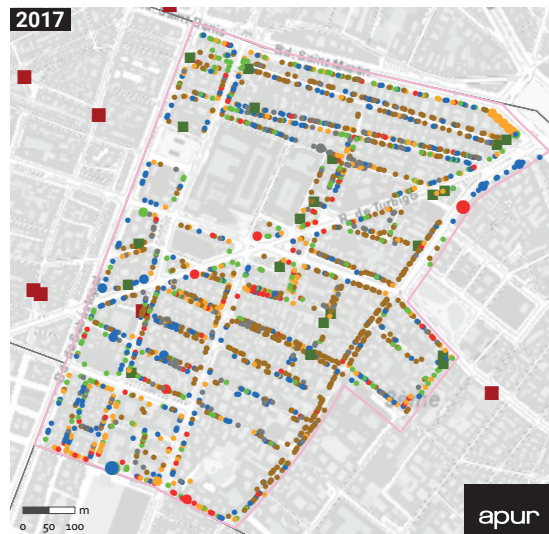
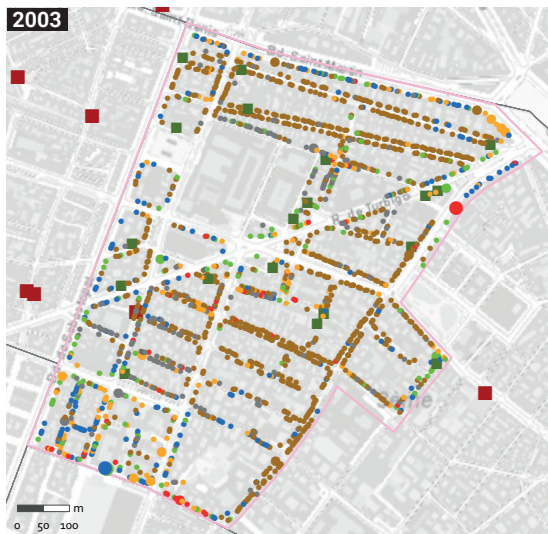
Structure commerciale

- alimentaire
- non alimentaire
- restauration
- service commercial
- local vacant
- autre local
- grand magasin
- hôtel ou auberge
- concentration commerciale

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

Source : BDCOM 2017



Le secteur Sedaine-Popincourt

Le secteur Sedaine-Popincourt (Vital'Quartier 1) situé dans le 11^e arrondissement devait permettre la réintroduction de commerces de détail dans ce secteur où les commerces de gros sont très implantés.

Les commerces de gros de textile et d'habillement enregistrent une impor-

tante baisse de leurs effectifs entre 2003 et 2017 : ils étaient au nombre de 446 en 2003 et sont 328 en 2017, soit une diminution de 26 %. Ces commerces de gros de textile et d'habillement ont connu une hausse de leurs effectifs entre 2003 et 2007 (+75 établissements, +16 %) suivie d'une baisse depuis cette date (-193 établissements, soit -42 %) pour atteindre le nombre de 328 en 2017.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – SECTEUR SEDAINE-POPINCOURT

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces de gros de textile	446	478	521	502	435	328
Part de commerces de gros de textile	11,0%	11,7%	12,6%	12,1%	10,4%	7,8%
Nombre total de locaux dans le périmètre	4 065	4 098	4 132	4 150	4 187	4 195

SEDAINE - POPINCOURT

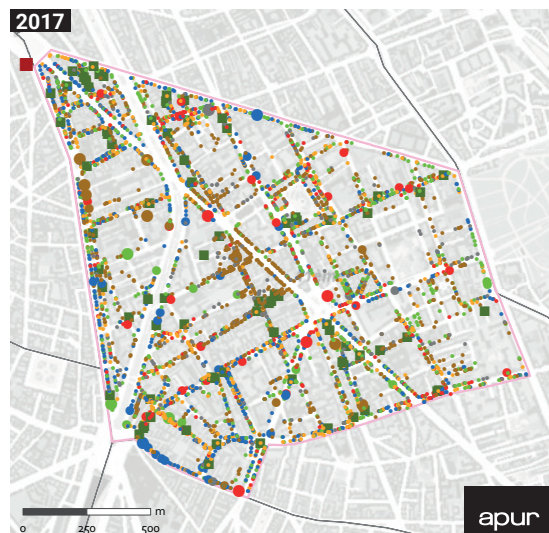
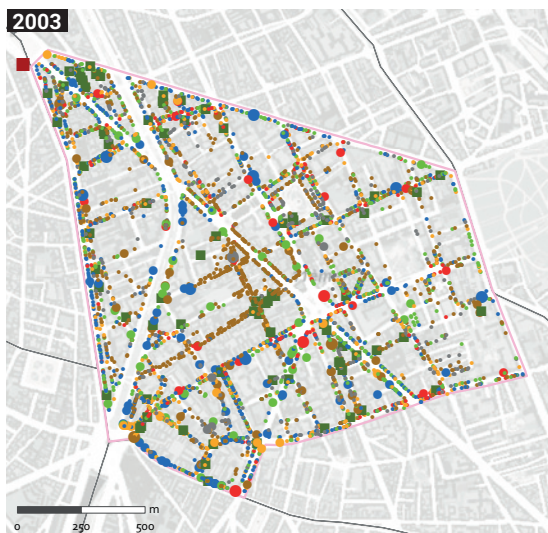
Structure commerciale

- alimentaire
- non alimentaire
- restauration
- service commercial
- local vacant
- autre local
- grand magasin
- hôtel ou auberge
- concentration commerciale

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

Source : BDCOM 2017



La diminution globale du commerce de gros dans le secteur Sedaine-Popincourt est diffuse sur les différentes voies, comme sur la portion sud de la rue Sedaine comprise entre le boulevard Richard Lenoir et la rue Froment. Au contraire, les concentrations que l'on voyait en 2003 sur les rues Popincourt, du Chemin Vert et le boulevard Voltaire

semblent ne pas avoir été touchées par l'action menée par la Ville pour réintroduire une diversité commerciale.

Dans le secteur Sedaine-Popincourt, la SEMAEST a acheté et revendu 44 locaux et signé 76 protocoles avec des commerçants.

Le secteur Fontaine au Roi

Le secteur Fontaine au Roi (Vital'Quartier 1) situé lui aussi dans le 11^e arrondissement avait comme objectif la lutte contre la vacance des locaux en pied d'immeuble.

L'action menée contre le phénomène de la vacance des locaux en rez-de-chaussée semble porter ses fruits dans ce secteur puisque le taux de vacance est

passé de 15 % en 2003 pour descendre à 12 % en 2017. Cette vacance a fluctué entre ces deux années, diminuant de 3 points entre 2003 et 2007 (15 % à 12 %) pour augmenter ensuite légèrement jusqu'en 2014 (13,4 %), et enfin redescendre au taux de 11,7 % en 2017.

Dans le secteur Fontaine au Roi, la SEMAEST a acheté et revendu 8 locaux et signé 7 protocoles avec des commerçants.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – SECTEUR FONTAINE AU ROI

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de locaux vacants	143	124	113	116	128	112
Part des locaux vacants dans l'ensemble des locaux du périmètre	15,2%	13,1%	11,9%	12,1%	13,4%	11,7%
Nombre total de locaux dans le périmètre	941	944	947	955	957	960

Le secteur Belleville

Le secteur Belleville (Vital'Quartier 1) situé dans le 20^e arrondissement de Paris avait lui aussi comme objectif la lutte contre la vacance des locaux en pied d'immeuble.

Le secteur est très fortement marqué par la vacance des locaux par comparaison avec celle calculée en moyenne à Paris. Cette vacance diminue fortement depuis 2003 : alors qu'elle était de 27 % en 2003, elle représente aujourd'hui 15 % de l'ensemble des locaux du secteur. Une baisse

de 114 locaux vacants est ainsi observée entre 2003 et 2017, soit une diminution de 44 % ; ces locaux vacants passent de 262 unités en 2003 à 148 en 2017.

Dans le secteur Belleville, la SEMAEST a acheté et revendu 18 locaux et signé 19 protocoles avec des commerçants.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – SECTEUR BELLEVILLE

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de locaux vacants	262	213	211	186	186	148
Part des locaux vacants dans l'ensemble des locaux du périmètre	27,2%	22,1%	21,9%	19,2%	19,1%	15,0%
Nombre total de locaux dans le périmètre	962	962	964	970	976	986

Le secteur Daumesnil Montgallet

Le secteur Daumesnil Montgallet (Vital'Quartier 1) situé au cœur du 12^e arrondissement devait freiner la progression de la vente de matériel informatique devenu très présent dans le quartier, au détriment des commerces de bouche par exemple.

Les magasins de matériel informatique sont quasiment à effectif constant si l'on regarde les années 2003 et 2017, seuls trois établissements de moins sont recensés entre ces deux dates (68 boutiques en 2003 contre 65 en 2017). Ce propos doit être nuancé par le fait que les magasins informatiques ont fortement augmenté en nombre au cours de la période 2003-2007 (+20 boutiques, soit +29 %) pour ensuite connaître une chute de leurs effectifs entre 2007 et 2017 (-23 magasins, soit -26 %), à la suite des actions engagées par la SE-

MAEST à partir de 2004.

La part de magasins vendant du matériel informatique est aujourd'hui inférieure à ce qu'elle était en 2003 (11 % contre 12 %).

La carte ci-dessous montre une persistance de la présence du commerce de matériel informatique dans le secteur, une implantation qui semble s'accroître le long de la rue Montgallet, ce que confirment les chiffres calculés (+2 établissements entre 2014 et 2017).

Dans le secteur Daumesnil Montgallet, la SEMAEST a acheté et revendu 12 locaux et signé 13 protocoles avec des commerçants.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – SECTEUR DAUMESNIL MONTGALLET

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de détaillants informatiques	68	81	88	78	72	65
Part des détaillants informatiques	11,9%	14,2%	15,3%	13,5%	12,3%	11,1%
Nombre total de locaux dans le périmètre	570	571	577	578	584	584

DAUMESNIL - MONTGALLET

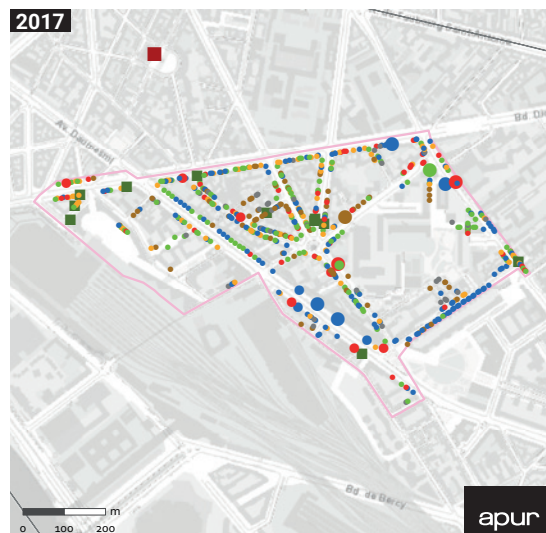
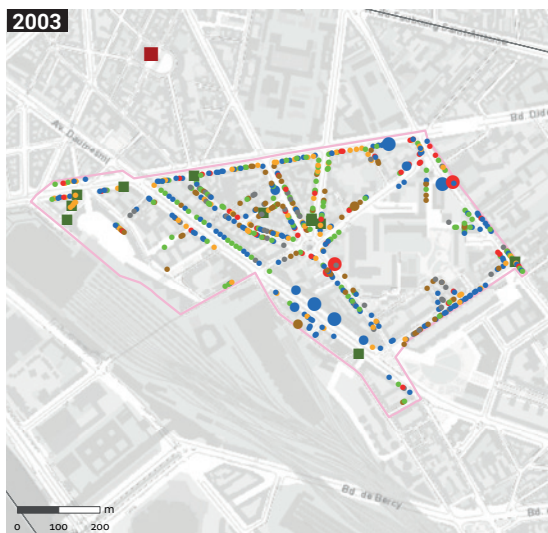
Structure commerciale

- alimentaire
- non alimentaire
- restauration
- service commercial
- local vacant
- autre local
- grand magasin
- hôtel ou auberge
- concentration commerciale

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

Source : BDCOM 2017



Le secteur Daumesnil Félix Eboué

Le secteur Daumesnil Félix Eboué (Vital'Quartier 2) toujours situé dans le 12^e arrondissement prolonge et complète l'action engagée sur le secteur Daumesnil Montgallet. Il fait partie de la deuxième phase de l'action Vital'Quartier menée par la SEMAEST. Il a le même objectif.

Le nombre de magasins de vente de

matériel informatique est le même entre 2003 et 2017 sur le secteur, il concerne peu d'établissements, cinq au total. Leur part est faible sur le secteur puisqu'elle est de 1,4 % de l'ensemble des locaux implantés.

Dans le secteur Daumesnil Félix Eboué, la SEMAEST a acheté et revendu 3 locaux et signé 3 protocoles avec des commerçants.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – SECTEUR DAUMESNIL FÉLIX EBOUÉ

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de détaillants informatiques	5	8	6	5	3	5
Part des détaillants informatiques	1,4%	2,3%	1,7%	1,4%	0,9%	1,4%
Nombre total de locaux dans le périmètre	349	350	350	352	352	352

Le secteur Entre-deux gares

Le secteur Entre-deux gares (Vital'Quartier 2) c'est-à-dire entre les gares du Nord et de l'Est dans le 10^e arrondissement a pour objectif d'éviter la multiplication de trois types de mono-activités, celle liée à la vente de tenues de cérémonie, celle des agences d'intérim et enfin celle des boutiques de télécommunication vers l'étranger.

Les commerces vendant des tenues de cérémonies ont triplé entre 2003 et 2017, ils passent de 7 à 23 établissements sur cette période ; leur part triple également passant de 0,7 % à 2,1 %. L'action de Vital'Quartier 2 à partir de 2008 semble avoir eu un effet à retar-

dement puisque l'on observe une légère diminution de leur nombre sur la période la plus récente, passant de 25 établissements à 23 entre 2014 et 2017.

De leur côté, les agences d'intérim enregistrent une baisse de leur nombre depuis la mise en place de l'opération Vital'Quartier. Elles étaient 55 en 2007 et ne sont plus que 43 en 2017, soit la perte d'une douzaine d'établissements ; leur part diminue également sur cette période 2007-2017, passant de 5 % à 4 %.

Les magasins de télécommunication vers l'étranger sont moins nombreux en 2017 qu'en 2007 (32 contre 27) mais restent en plus grand nombre qu'en 2003, date

à laquelle 18 étaient recensés. Leur part a légèrement baissé entre 2007 et 2017 passant de 3 % à 2,5 %.

Depuis la mise en place de Vital'Quartier en 2008, la mono-activité diminue sur le secteur. Les trois types de commerces visés par l'action de la SEMAEST étaient au nombre de 105 en 2007 et ne sont plus que 93 en 2017 ; leur part dans l'ensemble des locaux passe ainsi de 10 % à 8,5 %.

Dans le secteur Entre Deux Gares, la SEMAEST a acheté et revendu 12 locaux et signé 2 protocoles avec des commerçants

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – SECTEUR ENTRE-DEUX GARES

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces de prêt-à-porter spécialisés en tenues de cérémonie	7	10	18	19	25	23
Part de commerces de prêt-à-porter spécialisés en tenues de cérémonie	0,7%	1,0%	1,7%	1,8%	2,3%	2,1%
Nombre d'agences d'intérim	54	51	55	51	48	43
Part des agences d'intérim	5,4%	4,9%	5,2%	4,8%	4,4%	4,0%
Nombre de call-box	18	31	32	39	35	27
Part des call-box	1,8%	3,0%	3,0%	3,7%	3,2%	2,5%
Nombre total de locaux dans le périmètre	1 007	1 043	1 051	1 067	1 084	1 088

Le secteur Lancry

Le secteur Lancry (Vital'Quartier 2) lui aussi dans le 10^e arrondissement doit empêcher la multiplication de deux types de mono-activité: celle des grossistes textiles et celle des salons de coiffure.

Les commerces de gros de textile et d'habillement ont quasiment disparu du secteur, ils étaient au nombre de 211 en 2007, soit 14 % des locaux, ils ne représentent plus que 2 % des locaux avec un effectif de 30 établissements en 2017, ce qui représente une baisse de 86 % en dix ans. L'opération Vital'Quartier 2 a ainsi totalement atteint son objectif depuis sa mise en place en 2008 sur le secteur. De leur côté, les salons de coiffure sont plus nombreux en 2017 qu'ils ne l'étaient en 2007, ils passent respectivement de 113 établissements à 123, soit une hausse de 9 % et progressent même depuis 2003 (+30 magasins, soit + 32 %).

La quasi-disparition entre 2007 et 2017 des commerces de gros de textile et d'habillement s'observe très nettement sur les cartes ci-dessus et de façon spectaculaire sur les rues du Faubourg Saint-Martin et du Château d'Eau; seule une petite zone autour des rues de Lancry et Yves Toudic semble conserver une poche de commerce de gros.

La mono-activité (textile et habillement de gros et coiffure) est en très nette diminution sur le secteur entre 2007 et 2017 (-171 établissements, soit -53 %) essentiellement du fait de la quasi-disparition des commerces de gros textiles, dont l'effectif diminue de 86 % alors qu'à l'inverse les coiffeurs progressent de 9 %.

Dans le secteur Lancry, la SEMAEST a acheté et revendu 32 locaux et signé 13 protocoles avec des commerçants.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – SECTEUR LANCRY

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces de gros de textile	236	226	211	153	89	30
Part de commerces de gros de textile	16,0%	15,3%	14,2%	10,2%	5,9%	2,0%
Nombre de salons de coiffure	93	103	113	126	124	123
Part des salons de coiffure	6,3%	7,0%	7,6%	8,4%	8,2%	8,1%
Nombre total de locaux dans le périmètre	1 473	1 476	1 482	1 493	1 507	1 517

LANCRY

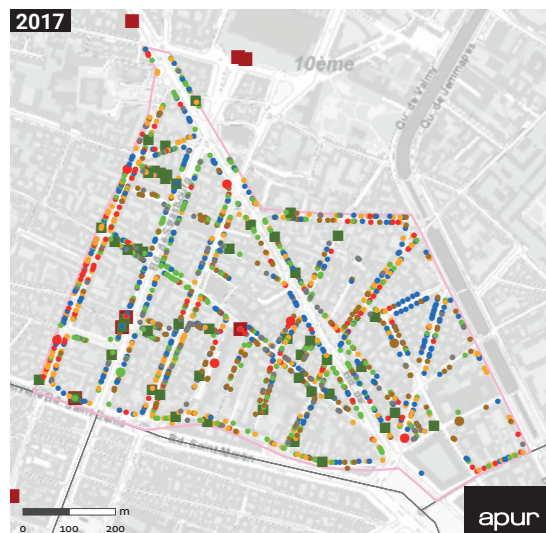
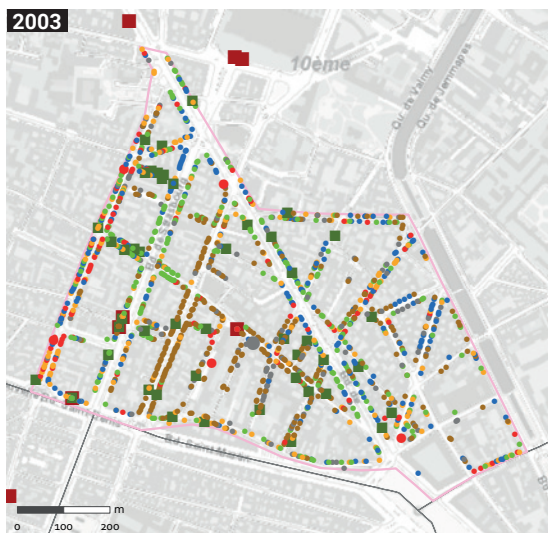
Structure commerciale

- alimentaire
- non alimentaire
- restauration
- service commercial
- local vacant
- autre local
- grand magasin
- hôtel ou auberge
- concentration commerciale

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

Source : BDCOM 2017



Le secteur Jonquière-Epinettes

Le secteur Jonquière-Epinettes (Vital'Quartier 2) dans le 17^e arrondissement doit favoriser la diminution de la vacance des locaux en pied d'immeuble.

Alors que l'effectif des locaux vacants est resté stable dans ce secteur entre 2003 et 2007 autour de 195 unités (soit 16 % des locaux), il a tendance à

décroître après le lancement de l'opération Vital'Quartier 2 en 2008 pour atteindre le chiffre de 179 unités en 2017, soit 14 % des locaux.

Dans le secteur Jonquière-Epinettes, la SEMAEST a acheté et revendu 15 locaux et signé 7 protocoles avec des commerçants.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – SECTEUR JONQUIÈRE-EPINETTES

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de locaux vacants	194	195	195	174	174	179
Part des locaux vacants dans l'ensemble des locaux du périmètre	16,1%	16,2%	16,0%	14,2%	14,0%	14,4%
Nombre total de locaux dans le périmètre	1 207	1 207	1 217	1 228	1 239	1 243

Le secteur Quartier Latin

Le vaste secteur Quartier Latin (Vital'Quartier 2) qui couvre presque la totalité des 5^e et 6^e arrondissements vise à maintenir sur place les galeries et les librairies.

Les librairies sont en perte de vitesse entre 2007 et 2017 (-44 magasins, soit -18 %), dates auxquelles sont recensées respectivement 244 et 200 boutiques. Sur cette période, leur part diminue d'un point, passant de 5,2 % à 4,2 % du total des locaux du secteur. Les boutiques de livres anciens suivent la même évolution à la baisse avec des effectifs qui passent de 53 à 43 entre 2007

et 2017, soit une baisse équivalente de -19 % et une part représentant environ 1 % des locaux.

Les galeries d'art augmentent, elles passent de 235 magasins en 2007 à 276 en 2017, soit une progression de +17 % (+41 établissements); leur part s'accroît d'un point passant de 5 % à 6 %. Les salles de cinémas maintiennent leur présence sur le secteur avec 23 établissements en 2007 contre 22 en 2017.

Sur l'ensemble du secteur, les commerces culturels, galeries d'art et librairies, se maintiennent assez bien. On recensait 555 établissements en 2007 contre 541 aujourd'hui, soit la perte de 14 magasins (-2,5 %); ils représentent

finalement 11,4 % des locaux implantés sur les voies du secteur. Il faut toutefois souligner que les librairies et boutiques de livres anciens tendent à diminuer alors que les galeries d'art voient leurs effectifs progresser et passer de 235 boutiques en 2007 à 276 en 2017 (+41 magasins, +17 %).

Dans le secteur Quartier Latin, la SEMAEST a acheté et revendu 25 locaux et n'a signé aucun protocole avec des commerçants.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – SECTEUR QUARTIER LATIN

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de librairies	254	256	244	224	210	200
Part des librairies	5,5%	5,5%	5,2%	4,8%	4,5%	4,2%
Nombre de commerces de livres anciens	54	54	53	48	47	43
Part de commerces de livres anciens	1,2%	1,2%	1,1%	1,0%	1,0%	0,9%
Nombre de galeries d'art	253	244	235	259	269	276
Part des galeries d'art	5,5%	5,3%	5,0%	5,5%	5,7%	5,8%
Nombre de cinémas	23	22	23	22	22	22
Part des cinémas	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
Nombre total de locaux dans le périmètre	4 630	4 639	4 660	4 677	4 712	4 732

La lutte contre la mono-activité de type commerce de gros est pratiquement partout couronnée de succès, tout comme la lutte contre la vacance commerciale. Les actions visant à lutter contre la mono-activité, qu'il s'agisse de l'informatique à Daumesnil-Montgallet ou des centres d'appels vers l'étranger dans le secteur entre les gares du Nord

et de l'Est, sont moins spectaculaires mais restent très positives.

Au total, pour l'opération Vital'Quartier 1, la SEMAEST a acheté et revendu 122 locaux et a signé 152 protocoles avec des commerçants ; pour l'opération Vital'Quartier 2, en cours, sont recensés 87 achats/ventes et 25 protocoles.

La mise en place de 12 périmètres Paris Commerces en 2017

Malgré une densité importante de commerces et services commerciaux, le territoire parisien présente des secteurs peu pourvus en commerces, d'autres où la vacance est forte et enfin d'autres secteurs où des activités sont surreprésentées. La Ville a ainsi décidé de mettre en place en 2017, un plan d'action visant à redynamiser le commerce au travers d'un Contrat de Revitalisation Artisanal et Commercial sur un principe s'apparentant à celui utilisé pour les opérations Vital'Quartier 1 et 2. Les 12 périmètres Paris'Commerces to-

talisent un effectif d'un peu moins de 6 500 commerces et services commerciaux, soit 10,4 % de l'ensemble des commerces parisiens sur une surface de 948 hectares, soit 9 % du territoire de Paris. Au total, pour l'opération Paris'Commerces, la SEMAEST a jusqu'à présent acheté et revendu 5 locaux et a signé 12 protocoles avec des commerçants. Quelques mois après la mise en place de ce dispositif, un premier regard est porté sur les secteurs concernés par cette opération à partir des données les plus récentes sur le commerce issues de la BDCOM 2017 pour souligner les tendances à l'œuvre dans ces quartiers et être en capacité de mesurer les effets du programme Paris Commerces dans quelques années.

Le GIE Paris Commerces est une structure de coopération inter-bailleurs créée en 2017. Il réunit les principaux bailleurs (Paris habitat OPH, Elogie-Siemp et la RIVP) sous une direction unique permettant ainsi la mutualisation de l'activité de commercialisation du parc des locaux de pied d'immeuble des différents bailleurs sociaux. Les actions du GIE Paris Commerces permettent de réduire la vacance et d'améliorer l'offre commerciale grâce à l'installation de nouvelles activités.

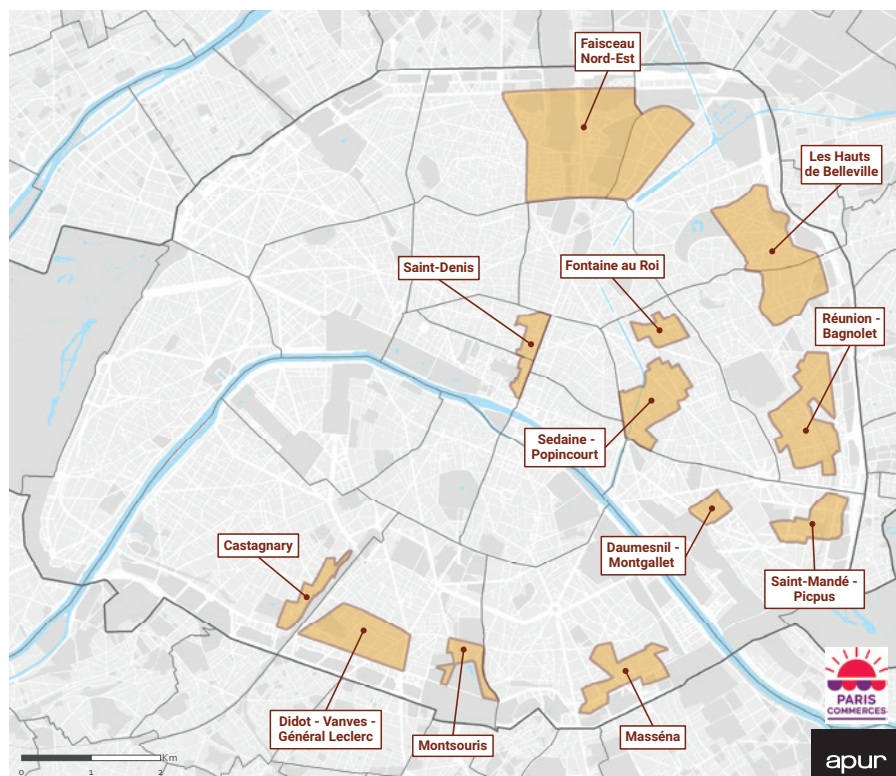
Les principaux bailleurs sociaux de la Ville gèrent près de 6 500 locaux d'activité en pied d'immeuble situés sur l'ensemble du territoire parisien, soit une superficie totale de plus de 878 000 m². Les effectifs de ce parc représentent environ 10 % des quelque 62 500 commerces parisiens.

LES 12 PÉRIMÈTRES DU CONTRAT PARIS COMMERCES

Contrat de revitalisation artisanale et commerciale

- périmètre
- Principaux équipements

Source : Ville de Paris, Apur (2015)



Le périmètre Saint-Denis

Le périmètre Saint-Denis (1^{er}-2^e), d'une surface de 29,1 hectares est à cheval sur deux arrondissements et totalise environ 11 250 habitants. Il comptabilise 1 394 locaux en rez-de-chaussée parmi lesquels 772 sont des commerces ou services commerciaux. Les objectifs sont les mêmes que ceux qui avaient prévalu lors de l'opération Vital'Quartier 1, à savoir la diminution de trois activités : les commerces de gros de textile et d'habillement, ceux liés au sexe et enfin la restauration rapide.

Le secteur accueille une partie du quartier du Sentier, ce qui explique la présence importante du commerce de gros de textile et d'habillement, dont la part atteint 22,7 % en 2017 alors que celle-ci n'est que de 1,2 % en moyenne à Paris. Ce type de commerce est en diminution constante depuis les années 2000 avec une accélération de cette baisse depuis 2011.

Une autre caractéristique du périmètre est la progression de la vacance des locaux. Ces derniers, qui avaient augmen-

té entre 2003 et 2007 (passant de 96 à 120 unités) puis diminué entre 2007 et 2011 (120 à 106 unités), sont repartis à la hausse depuis cette date pour être au nombre de 162 unités en 2017. Leur part qui était de 7,1 % en 2003 est aujourd'hui montée à 11,6 % de l'ensemble des locaux du secteur, soit un chiffre de deux points plus élevé que le taux observé en moyenne à Paris (9,3 %).

La présence des sex-shops est en baisse puisqu'on en dénombre 16 en 2017 alors qu'ils étaient 38 en 2003 (-22 établissements, soit -58 %) ; leur part est ainsi passée de 2,8 % des locaux du secteur en 2003 à 1,1 % en 2017, ce qui reste plus élevé que le taux de 0,1 % calculé à Paris.

À l'inverse, la restauration rapide est en hausse sur le secteur, passant de 3,4 % des locaux en 2007 à 3,9 % en 2017, soit l'apparition de 9 nouveaux établissements sur cette période.

Dans le périmètre Saint-Denis, la SE-MAEST a signé 2 protocoles avec des commerçants.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – PÉRIMÈTRE SAINT-DENIS

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces de gros de textile et d'habillement	589	568	516	484	357	317
Part de commerces de gros de textile et d'habillement	43,7%	42,1%	38,1%	35,6%	25,9%	22,7%
Nombre de commerces liés au sexe	38	34	27	20	18	16
Part de commerces liés au sexe	2,8%	2,5%	2,0%	1,5%	1,3%	1,1%
Nombre de commerces de restauration rapide	51	48	46	45	52	55
Part de commerces de restauration rapide	3,8%	3,6%	3,4%	3,3%	3,8%	3,9%
Nombre de locaux vacants	96	108	120	106	131	162
Part de locaux vacants	7,1%	8,0%	8,9%	7,8%	9,5%	11,6%
Nombre total de locaux dans le périmètre	1 348	1 349	1 354	1 361	1 376	1 394

Le périmètre Fontaine au Roi

Le périmètre Fontaine au Roi (11^e), totalisant 23,4 hectares, est situé dans la partie nord du 11^e arrondissement, il accueille environ 14 300 habitants. Il est composé de 478 locaux implantés au pied des immeubles du secteur dont 329 sont des commerces ou services commerciaux. Il est plus resserré que le précédent périmètre d'intervention Vital'Quartier 1 mais les objectifs poursuivis restent les mêmes.

Le secteur est depuis longtemps confronté à une forte proportion de locaux vacants. Après en avoir compté un maximum de 19 % en 2003 (89 unités), cette part est descendue à 13 % en 2007 (59 unités) pour repartir à la hausse jusqu'en 2014 (18 %, soit 88 unités); aujourd'hui la part des locaux vacants est de 14 %, ce qui représente 67 locaux, elle est néanmoins 1,5 fois plus élevée que la moyenne de celle calculée à Paris.

La concertation publique menée à l'hiver 2015-2016 a fait ressortir des problématiques spécifiques à ce secteur

comme la multiplication des débits de boissons sous la forme de bars, de lieux de restauration rapide ou d'épiceries vendant de l'alcool. On observe en effet la hausse continue des bars ou cafés entre 2003 et 2017, leur part passant de moins de 6 % des locaux à plus de 10 % aujourd'hui. De même, les lieux de restauration rapide sont en progression, surtout depuis 2011 : ils étaient 18 en 2011 contre 29 en 2017 (soit 6,1 % des locaux du secteur). De leur côté, les épiceries de quartier vendant de l'alcool restent stables en nombre autour de 6 établissements.

Les habitants sont dans l'attente de nouveaux commerces alimentaires de proximité.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – PÉRIMÈTRE FONTAINE AU ROI

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de Bars ou Cafés	27	30	34	37	46	49
Part de Bars ou Cafés	5,8%	6,4%	7,2%	7,8%	9,6%	10,3%
Nombre d'alimentation générale <120m ²	8	5	6	7	7	6
Part d'alimentation générale <120m ²	1,7%	1,1%	1,3%	1,5%	1,5%	1,3%
Nombre de commerces de restauration rapide	13	19	19	18	23	29
Part de commerces de restauration rapide	2,8%	4,1%	4,0%	3,8%	4,8%	6,1%
Nombre de locaux vacants	89	70	59	71	88	67
Part de locaux vacants	19,0%	15,0%	12,5%	14,9%	18,4%	14,0%
Nombre total de locaux dans le périmètre	468	467	471	475	477	478

Le périmètre Sedaine-Popincourt

Le périmètre Sedaine-Popincourt (11^e) s'étend sur 71,7 hectares dans la partie sud-ouest de l'arrondissement, il est constitué d'une population d'environ 30 000 habitants. Le secteur totalise 1 723 locaux en rez-de-chaussée dont 927 sont des commerces et services commerciaux. Le périmètre est lui aussi plus réduit qu'avant. L'action qui y est menée vise toujours à réimplanter des commerces de détail en lieu et place du commerce de gros.

Le secteur se caractérise par une forte proportion de commerces de gros de textile et d'habillement, qui tend néanmoins à diminuer depuis une dizaine d'années. On dénombrait 506 établissements en 2007 (soit 30 % des locaux du périmètre), ils ne sont plus que 322 en 2017 (19 % des locaux) ; ce qui représente une diminution de 184 établissements sur cette période (soit -36 %).

Lors de la concertation, les habitants s'inquiétaient d'une progression des

supérettes et supermarchés qui se réaliserait aux dépens des artisans traditionnels de bouche, comme les boulangers et bouchers. Dans les faits, le nombre de supérettes et supermarchés n'a que très peu varié depuis une dizaine d'années, on en dénombrait respectivement 5 pour chaque type d'établissement en 2007 contre 6 recensés en 2017. Sur la même période, l'effectif des boulangers et des bouchers a légèrement baissé, passant respectivement de 15 à 14 pour les boulangers et de 4 à 3 pour les bouchers, à l'image de ce qui s'observe dans l'ensemble de la capitale. La définition d'un périmètre d'action Paris Commerces sur le secteur Sedaine-Popincourt devrait permettre le maintien et peut-être même l'arrivée de commerces traditionnels de bouche sur le secteur.

Dans le périmètre Sedaine-Popincourt, la SEMAEST a acheté et revendu 5 locaux et signé 6 protocoles avec des commerçants.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – PÉRIMÈTRE SEDAINE-POPINCOURT

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces de gros de textile et d'habillement	427	463	506	489	426	322
Part de commerces de gros de textile et d'habillement	25,7%	27,5%	29,8%	28,7%	24,8%	18,7%
Nombre de supérettes	3	4	5	6	6	6
Part de supérettes	0,2%	0,2%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%
Nombre de supermarchés	4	4	5	6	6	6
Part de supermarchés	0,2%	0,2%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%
Nombre de boulangers	17	17	15	15	14	14
Part de boulangers	1,0%	1,0%	0,9%	0,9%	0,8%	0,8%
Nombre de bouchers	8	8	4	4	3	3
Part de bouchers	0,5%	0,5%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
Nombre total de locaux dans le périmètre	1 660	1 682	1 696	1 704	1 721	1 723

Le périmètre Daumesnil-Montgallet

Le périmètre Daumesnil-Montgallet (12^e), situé en plein cœur du 12^e arrondissement s'étend sur 16,4 hectares, il accueille une population d'environ 7 500 habitants. Il totalise un ensemble de 196 locaux en rez-de-chaussée dont 157 sont des commerces ou services commerciaux. Il correspond en partie à l'ancien secteur ayant fait l'objet de l'opération Vital'Quartier 1. Il vise toujours à freiner la vente de matériel informatique.

Le secteur est caractérisé par une forte implantation des détaillants de matériels informatiques qui représentent 29 % de l'ensemble des locaux en rez-de-chaussée aux dépens des commerces alimentaires selon la population. Ces détaillants ont toutefois tendance à

diminuer depuis une dizaine d'années ; ils étaient en effet au nombre de 67 en 2007 (soit 35 % des locaux) contre 57 aujourd'hui (29 %).

L'impression de la population d'une disparition des commerces alimentaires n'est pas confirmée par les chiffres disponibles même si le secteur se caractérise bien par une densité de commerces alimentaires moindre que dans le reste de la capitale. En effet, les commerces alimentaires enregistrent bien une baisse de leur part entre 2003 et 2007 (8 % contre 6 %) mais connaissent une augmentation de cette même part entre 2007 et 2017 de 6 % à 9 %, soit un gain de 6 nouveaux établissements. Ils représentent aujourd'hui 2,4 commerces alimentaires pour 1 000 habitants contre 3,0 dans le 12^e arrondissement et 3,4 pour 1 000 habitants à Paris.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – PÉRIMÈTRE DAUMESNIL-MONTGALLET

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de détaillants informatiques	49	58	67	65	61	57
Part des détaillants informatiques	25,8%	30,5%	34,7%	33,5%	31,1%	29,1%
Nombre de commerces alimentaires	16	14	12	13	14	18
Part de commerces alimentaires	8,4%	7,4%	6,2%	6,7%	7,1%	9,2%
Nombre total de locaux dans le périmètre	190	190	193	194	196	196

Le périmètre Saint-Mandé – Picpus

Le périmètre Saint-Mandé – Picpus (12^e) est implanté au nord-est de l'arrondissement, il accueille une population d'environ 15 600 habitants sur 43,2 hectares. Le secteur compte 226 locaux en rez-de-chaussée dont 145 correspondent à des commerces ou services

commerciaux. Il s'agit d'un périmètre qui ne faisait pas l'objet d'une action spécifique jusqu'à présent. L'action consiste à favoriser l'installation de commerces et services commerciaux et lutter contre la vacance des locaux.

Le secteur Saint-Mandé – Picpus présente une part de commerces et services de

proximité de 2 pour 1 000 habitants, bien inférieure à celle de 4,6 pour 1 000 habitants dans le 12^e arrondissement et de 4,9 pour 1 000 habitants à Paris. La vacance y est également légèrement plus élevée que celle calculée en moyenne à Paris (respectivement 9,7 % contre 9,3 %) mais plus basse que celle observée en moyenne sur les périmètres Paris Commerces (12,4 %).

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – PÉRIMÈTRE SAINT-MANDÉ - PICPUS

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces et services de proximité	35	33	31	32	31	31
Part de commerces et services de proximité	15,8%	14,9%	14,0%	14,3%	13,8%	13,7%
Nombre de locaux vacants	31	17	12	23	21	22
Part de locaux vacants	14,0%	7,7%	5,4%	10,3%	9,3%	9,7%
Nombre total de locaux dans le périmètre	221	221	222	223	225	226

Le périmètre Masséna

Le périmètre Masséna (13^e) est localisé au sud du 13^e arrondissement, il s'étend sur 55,3 hectares et comprend une population de 27 800 habitants. Le secteur est composé de 374 locaux situés en pieds d'immeubles dont 268 sont des commerces et services commerciaux. Il s'agit aussi d'un nouveau périmètre d'intervention pour lequel l'implantation de commerces et services de proximité est recherchée ainsi que la lutte contre la vacance des locaux.

La proportion de commerces et services commerciaux de proximité, bien qu'en

progression depuis 2011, est faible sur le secteur Masséna. On y recense 1,9 commerces et services de proximité pour 1 000 habitants pendant que cette part atteint 3,0 pour 1 000 habitants dans le 13^e arrondissement et 4,9 pour 1 000 habitants à Paris ; une insuffisance est ainsi observée sur ce territoire à laquelle va tenter de répondre le dispositif Paris Commerces.

Le taux de vacance commerciale sur le secteur est en diminution depuis 2011 mais reste de 11,2 % en 2017, soit 2 points de plus que ceux calculés sur l'arrondissement (9,4 %) et à Paris (9,3 %).

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – PÉRIMÈTRE MASSÉNA

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces et services de proximité	53	50	48	45	49	52
Part de commerces et services de proximité	14,8%	14,0%	13,4%	12,4%	13,3%	13,9%
Nombre de locaux vacants	37	30	32	50	43	42
Part de locaux vacants	10,4%	8,4%	8,9%	13,8%	11,7%	11,2%
Nombre total de locaux dans le périmètre	357	356	358	362	369	374

Le périmètre Montsouris

Le périmètre Montsouris (14^e) se situe au sud-est du 14^e arrondissement sur une superficie de 23,5 hectares, on y recense une population d'environ 7 300 habitants. Le nombre de locaux recensés en pied d'immeuble est de 95 unités parmi lesquelles se trouvent 63 commerces et services commerciaux. Il s'agit aussi d'un nouveau périmètre d'intervention motivée par le constat d'une sous-densité commerciale et d'une vacance élevée.

Le secteur Montsouris présente un déficit de commerces et services de proximité. On recense en effet 1,9 commerces et services de proximité pour 1 000 habitants, un taux deux fois moins élevé que celui observé dans le 14^e arr. (4,1 pour 1 000 habitants) et nettement plus bas que celui calculé à Paris (4,9 pour 1 000 habitants). La vacance des locaux est supérieure à celle observée dans l'arrondissement puisqu'elle touche 9,5 % des locaux contre 8,8 % dans le 14^e ; elle est quasi identique à la moyenne parisienne qui est de 9,3 %.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – PÉRIMÈTRE MONTSOURIS

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces et services de proximité	16	16	15	15	13	14
Part de commerces et services de proximité	17,6%	17,6%	16,5%	16,0%	13,7%	14,7%
Nombre de locaux vacants	10	10	15	6	9	9
Part de locaux vacants	11,0%	11,0%	16,5%	6,4%	9,5%	9,5%
Nombre total de locaux dans le périmètre	91	91	91	94	95	95

Le périmètre Didot-Vanves-Général Leclerc

Le périmètre Didot-Vanves-Général Leclerc (14^e) est localisé dans un grand quart sud-ouest du 14^e arrondissement, il s'étend sur 89,2 hectares et accueille une population d'environ 26 000 habitants. Le nombre de locaux en rez-de-chaussée est de 691 unités en 2017 parmi lesquels on trouve 557 commerces et services commerciaux. Il s'agit d'un nouveau secteur où la lutte contre la vacance des locaux est un objectif majeur de même que l'implantation des commerces et services commerciaux de proximité.

L'impression de la population d'une disparition des commerces et services commerciaux n'est pas confirmée par les résultats des enquêtes. Le périmètre présente globalement une densité commerciale importante, y compris pour les commerces et services de proximité qui sont au nombre de 4,6 pour 1 000 habitants, un chiffre supérieur à celui de l'arrondissement (4,1 pour 1 000 habitants) et proche de la moyenne parisienne (4,9 pour 1 000 habitants). La vacance des locaux est en diminution entre 2014 et 2017, passant de 9,6 % à 7,8 % des locaux du secteur, un taux inférieur à la moyenne calculée à Paris (9,3 %).

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – PÉRIMÈTRE DIDOT-VANVES-GÉNÉRAL LECLERC

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces et services de proximité	130	125	122	119	123	132
Part de commerces et services de proximité	19,3%	18,5%	18,0%	17,4%	17,9%	19,1%
Nombre de locaux vacants	47	32	31	42	66	54
Part de locaux vacants	7,0%	4,7%	4,6%	6,1%	9,6%	7,8%
Nombre total de locaux dans le périmètre	674	677	678	685	689	691

Le périmètre Castagnary

Le périmètre Castagnary (15^e) est situé à l'est du 15^e arrondissement, orienté nord-sud, le long du faisceau ferroviaire de la gare Montparnasse. Il totalise une surface de 26,4 hectares, est composé d'une population d'environ 9 300 habitants et compte 268 locaux dont 150 sont des commerces et services commerciaux. Ce petit périmètre est nouveau. L'action vise à y lutter contre la vacance commerciale.

Les commerces et services de proximi-

té sont bien implantés sur le secteur. Le taux calculé est de 4,7 pour 1 000 habitants contre 4,1 dans l'arrondissement et 4,9 pour 1 000 habitants à Paris. Le secteur est plutôt confronté à un problème de vacance des locaux. Ces derniers sont en augmentation depuis 2014, leur part représente aujourd'hui 14,6 % des locaux en pied d'immeuble contre 8,2 % dans le 15^e et 9,3 % à Paris. Bien que l'offre alimentaire de proximité soit quasi identique à celle de Paris (1,4 commerce pour 1 000 habitants

contre 1,6 pour 1 000 habitants), l'offre alimentaire globale est moins importante (2,6 pour 1 000 habitants contre 3,4 pour 1 000 habitants à Paris).

Dans le périmètre Castagnary, la SE-MAEST a signé 1 protocole avec des commerçants.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – PÉRIMÈTRE CASTAGNARY

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces et services de proximité	43	44	42	36	38	44
Part de commerces et services de proximité	16,4%	16,8%	16,0%	13,6%	14,2%	16,4%
Nombre de locaux vacants	44	28	31	51	34	39
Part de locaux vacants	16,8%	10,7%	11,8%	19,3%	12,7%	14,6%
Nombre total de locaux dans le périmètre	262	262	262	264	268	268

Le périmètre Faisceau Nord-Est

Le périmètre Faisceau Nord-Est (18^e-19^e) est le plus vaste des secteurs de l'opération Paris Commerces, il concerne simultanément les 18^e et 19^e arrondissements avec des situations commerciales différenciées selon les quartiers observés. Il s'étend sur 315,6 hectares et totalise une population d'environ 115 000 habitants. On y recense 2745 locaux en rez-de-chaussée dont 1968 sont des commerces et services commerciaux. Il vise à lutter contre la vacance des locaux d'une part mais également favoriser une plus grande diversité des commerces et services de proximité.

Le secteur apparaît globalement déficitaire quant à la présence des commerces et services de proximité. On en dénombre 3,4 pour 1 000 habitants alors qu'ils sont au nombre de 4,9 pour 1 000 habitants tant au niveau de l'arrondissement qu'à celui observé en moyenne à Paris.

La vacance est également marquée sur le secteur puisqu'elle est parmi les plus fortes des 12 périmètres Paris Commerces. Elle s'élève à 14,2 % des locaux en rez-de-chaussée, plus importante que dans l'arrondissement (13,4 %) ou qu'en moyenne à Paris (9,3 %).

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – PÉRIMÈTRE FAISCEAU NORD-EST

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces et services de proximité	401	410	393	389	390	386
Part de commerces et services de proximité	15,7%	16,0%	15,2%	14,7%	14,4%	14,1%
Nombre de locaux vacants	378	323	337	379	391	391
Part de locaux vacants	14,8%	12,6%	13,1%	14,3%	14,5%	14,2%
Nombre total de locaux dans le périmètre	2 550	2 563	2 580	2 648	2 703	2 745

Le périmètre Les Hauts de Belleville

Le périmètre Les Hauts de Belleville (19^e-20^e) est également un secteur à cheval sur deux arrondissements, il s'étend sur 152,6 hectares et une population d'environ 70 000 habitants y est résidente. Le secteur totalise 826 locaux en pied d'immeuble dont 540 correspondent à des commerces et services commerciaux. Ce périmètre est nouveau, il vise à favoriser l'installation

de commerces et services commerciaux peu présents et lutter contre la vacance commerciale.

Le périmètre connaît un problème très marqué lié au manque de commerces et services de proximité. En effet, la part de ces derniers est de 2,0 pour 1 000 habitants alors qu'elle est de 2,9 pour 1 000 habitants dans le 19^e arrondissement et de 4,9 à Paris. Cette proportion de commerces de proximité sur le secteur est la

troisième plus faible des 12 périmètres Paris Commerces.

La vacance des locaux sur le périmètre est également parmi les plus importantes et progresse depuis 2014, elle touche 13,1 % des locaux, soit 1 point de plus que celle observée dans le 19^e (12,2 %) et près de 4 points supérieure à celle calculée à Paris (9,3 %).

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – PÉRIMÈTRE LES HAUTS DE BELLEVILLE

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces et services de proximité	161	161	150	145	146	141
Part de commerces et services de proximité	20,7%	20,6%	19,1%	18,1%	17,9%	17,1%
Nombre de locaux vacants	119	121	100	109	98	108
Part de locaux vacants	15,3%	15,5%	12,7%	13,6%	12,0%	13,1%
Nombre total de locaux dans le périmètre	777	781	785	800	816	826

Le périmètre Réunion-Bagnolet

Le périmètre Réunion-Bagnolet (20^e) se localise dans la partie sud du 20^e arrondissement, il concerne une surface de 101,5 hectares, soit le troisième périmètre le plus vaste en superficie. La population qui habite le territoire est au nombre de 52 000 habitants. On recense un ensemble de 962 locaux en rez-de-chaussée dont 617 sont des commerces et services commerciaux. Ce périmètre est nouveau, il vise à lutter contre une forte vacance des locaux et une implantation plus importante de commerces et services commerciaux.

La part de commerces et services de proximité est faible sur le secteur, elle est de 2,3 pour 1 000 habitants alors qu'elle atteint 3,4 commerces pour 1 000 habitants dans le 20^e arrondissement et 4,9 pour 1 000 habitants à Paris. La vacance des locaux est en diminution entre 2014 et 2017, elle passe de 17 % à 14,4 %. Mais cette dernière reste très élevée comparée à celle de l'arrondissement (11,9 %) et plus encore par rapport à la moyenne parisienne (9,3 %).

Dans le périmètre Réunion-Bagnolet, la SEMAEST a signé 3 protocoles avec des commerçants.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – PÉRIMÈTRE RÉUNION-BAGNOLET

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces et services de proximité	136	132	129	120	123	122
Part de commerces et services de proximité	14,6%	14,1%	13,8%	12,7%	12,8%	12,7%
Nombre de locaux vacants	172	175	155	157	163	139
Part de locaux vacants	18,5%	18,7%	16,5%	16,6%	17,0%	14,4%
Nombre total de locaux dans le périmètre	930	936	938	945	961	962

Au total, pour l'opération Paris Commerces, la SEMAEST a jusqu'alors acheté et revendu 5 locaux et a signé 12 protocoles avec des commerçants.

Le développement du commerce dans les gares

Alors que le nombre de commerces et services commerciaux a tendance à rester stable sur le territoire parisien entre 2014 et 2017, il n'en demeure pas moins que des fluctuations du nombre de commerces s'observent selon les quartiers ou des lieux particuliers.

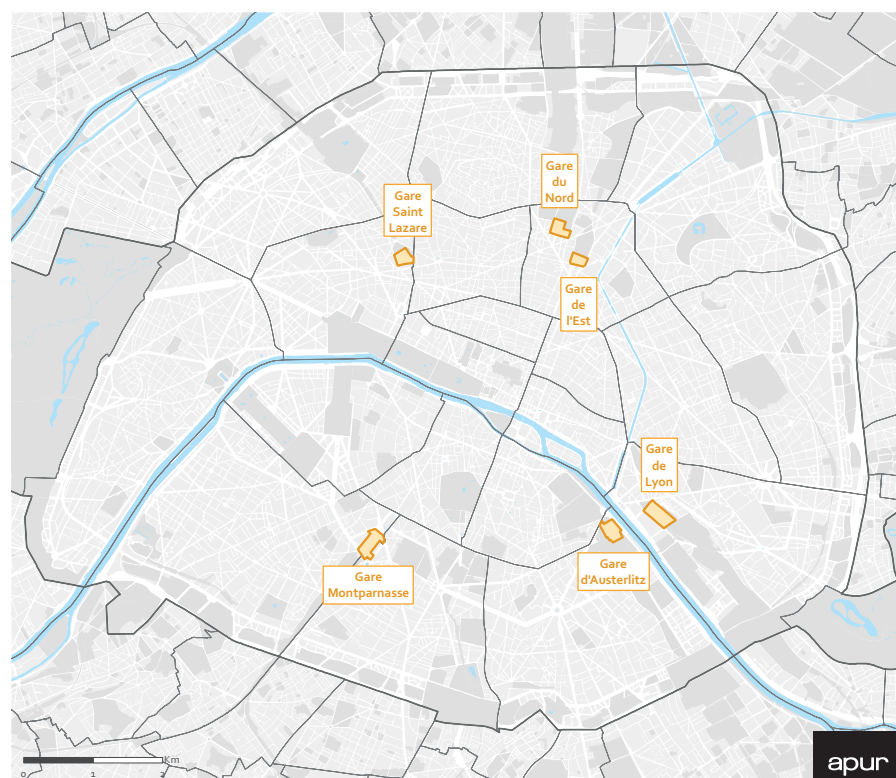
Un des lieux où le commerce a plutôt tendance à se développer ces dernières années est celui des gares SNCF. En effet, ce phénomène est visible surtout depuis le début des années 2010, les investisseurs l'ont bien compris et ne cessent de rénover ces lieux devenus stratégiques en termes d'échanges commerciaux.

Les gares de l'Est et Saint-Lazare ont connu des transformations au cours des années récentes, en 2007 pour la première avec la mise en service du TGV Est, au début 2014 pour les derniers travaux de la seconde. De nouveaux travaux de grande ampleur sont prévus dans les autres gares : la gare Montparnasse prévoit une extension des sur-

faces commerciales de 19 000 m² pour accueillir une centaine de boutiques en 2020 avec les premières ouvertures fin 2018, la gare d'Austerlitz doit aboutir en 2020 à la création de 20 000 m² de surfaces commerciales supplémentaires et enfin le projet de la gare du Nord prévu à l'horizon 2023 ajoutera 25 000 m² supplémentaires aux surfaces déjà existantes.

Les sociétés immobilières spécialisées dans le commerce de transit ont beaucoup travaillé sur ces projets qui doivent offrir une surface commerciale supplémentaire non seulement aux voyageurs journaliers ou de passage mais également à la population résidente environnante. Les programmes commerciaux sont ainsi définis pour répondre aux deux types de clientèles.

De leur côté, les enseignes ont bien compris l'intérêt qu'elles pouvaient tirer de ces rénovations et souhaitent investir dans ces lieux qui sont parmi les plus rentables au m².



LES 6 GRANDES GARES PARISIENNES

- ▭ périmètre
- ▭ Principaux équipements

Source :
Apur (2017)

La Gare Saint-Lazare

La Gare Saint-Lazare est située au nord-est du 8^e arrondissement. Elle a fait l'objet de plusieurs réaménagements récents depuis le début des années 2000 notamment (transformation de la salle des pas perdus, rénovation du quai transversal...). La gare totalise en 2017 un ensemble de 97 locaux dont 21 sont des commerces et services de proximité.

Les commerces et services présents dans la gare sont principalement tour-

nés vers l'équipement de la personne, ce qui n'est pas le cas dans toutes les gares parisiennes. En effet, ces derniers représentent plus de 38 % des locaux, ils se sont implantés fortement à la suite des travaux opérés entre 2009 et 2012 au niveau de la salle des pas perdus. À l'inverse, les commerces liés à la culture et aux loisirs, de même que ceux liés à la restauration sont moins présents (13 % chacun). Les commerces et services de proximité destinés à la population représentent un peu plus d'un commerce sur cinq (22 %).

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – GARE SAINT-LAZARE

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces et services de proximité	16	17	5	3	21	21
Part de commerces et services de proximité	32,7%	33,3%	9,6%	5,8%	22,1%	21,6%
Nombre de locaux vacants	1	5	43	46	2	0
Part de locaux vacants	2,0%	9,8%	82,7%	88,5%	2,1%	0,0%
Nombre total de locaux dans le périmètre	49	51	52	52	95	97

La Gare de l'Est

La Gare de l'Est, implantée en plein cœur du 10^e arrondissement a connu une phase de travaux en 2007, au moment de la mise en service du TGV Est. Ce réaménagement s'est accompagné d'une grande transformation de l'équipement commercial.

Alors que le nombre de locaux commerciaux était d'une petite quinzaine entre 2003 et 2005, ces derniers ont plus que triplé après les travaux de 2007 pour atteindre 55 locaux en 2017. À l'instar de

la gare Saint-Lazare, les commerces de mode sont les plus nombreux avec près d'un tiers des locaux (31 %). Ils sont accompagnés des magasins liés à la santé-beauté (parfumeries...), dont la part est la plus élevée parmi les 6 gares parisiennes (13 %). Les commerces alimentaires représentent 9 % du total des locaux, soit la troisième part la plus importante au sein des gares avec notamment une supérette Marks & Spencer Food. Les autres commerces sont plus classiquement liés à la restauration et à la vente de journaux et articles de bimbelerie.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – GARE DE L'EST

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces et services de proximité	6	6	12	12	15	8
Part de commerces et services de proximité	42,9%	42,9%	21,8%	21,8%	27,3%	14,5%
Nombre de locaux vacants	0	0	8	1	4	0
Part de locaux vacants	0,0%	0,0%	14,5%	1,8%	7,3%	0,0%
Nombre total de locaux dans le périmètre	14	14	55	55	55	55

La Gare de Lyon

La Gare de Lyon, localisée au nord-ouest du 12^e arrondissement accueille un nombre de locaux quasi identique depuis une dizaine d'années ; on en dénombre 57 en 2017.

La part des commerces de proximité est la deuxième plus faible des 6 gares (16 %). La gare se caractérise par la plus forte proportion de commerces et services liés à la restauration (40 %) parmi les 6 grandes gares parisiennes ; on recense 18 établissements de restauration rapide notamment sur les 23 liés

à la restauration. L'autre secteur sur représenté à la gare de Lyon est celui des biens culturels et de loisirs, dont la part est également la plus forte observée dans l'ensemble des gares (18 %), avec une majorité de vente de journaux mais surtout un magasin FNAC qui attire la population environnante. La part occupée par les commerces de mode est, inversement, peu élevée, soit 11 % des locaux. La vacance est également parmi les plus fortes des gares parisiennes, 9 % des locaux, ce qui est le niveau moyen de vacance commerciale observé à Paris.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – GARE DE LYON

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces et services de proximité	10	11	12	10	10	9
Part de commerces et services de proximité	19,2%	21,2%	21,4%	17,9%	17,5%	15,8%
Nombre de locaux vacants	5	2	1	5	4	5
Part de locaux vacants	9,6%	3,8%	1,8%	8,9%	7,0%	8,8%
Nombre total de locaux dans le périmètre	52	52	56	56	57	57

La Gare Montparnasse

La Gare Montparnasse est implantée à la frontière entre les 14^e et 15^e arrondissements. Le nombre de locaux qu'elle accueille ne cesse de croître depuis une dizaine d'années, passant de 58 en 2007 à 78 aujourd'hui.

La restauration est le secteur d'activité le plus présent dans la gare avec près d'un local sur quatre dédié à cette activité (24 %). L'alimentaire est également bien représenté avec la deuxième part la plus forte calculée dans les 6

gares (10 %). La vacance des locaux est la plus forte enregistrée dans les gares, elle atteint 12 % mais risque de ne pas se maintenir à un tel niveau du fait des travaux en cours.

En effet, depuis le printemps 2017 et pour 3 ans, le réaménagement de la gare est en cours afin de mettre en service la ligne à grande vitesse (LGV) Sud Europe Atlantique (Paris-Bordeaux) et Bretagne Pays de Loire. Altarea Cogedim va réaménager et exploiter les surfaces commerciales en les doublant pour arriver à 19000 m² de surface

de vente pour environ 100 boutiques. Cette rénovation de la gare s'accompagnera de celle de la tour Montparnasse toute proche ainsi que celle du centre commercial Gaité.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – GARE MONTPARNASSE

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces et services de proximité	16	16	16	17	20	18
Part de commerces et services de proximité	27,6%	27,6%	27,6%	26,6%	27,8%	23,1%
Nombre de locaux vacants	5	2	5	3	3	9
Part de locaux vacants	8,6%	3,4%	8,6%	4,7%	4,2%	11,5%
Nombre total de locaux dans le périmètre	58	58	58	64	72	78

La Gare d'Austerlitz

La Gare d'Austerlitz est située à l'extrême nord-est du 13^e arrondissement, elle est celle, parmi les 6 gares, qui accueille le moins de locaux destinés aux commerces : 18 unités en 2017.

Bien que le nombre de locaux au sein de la gare soit très faible, le secteur de la restauration apparaît comme le plus représenté avec près de deux locaux sur cinq consacrés à cette activité (39 %, soit 7 établissements). La culture est le second secteur le plus présent avec 3 établissements, soit la deuxième part la

plus élevée des gares parisiennes (17 %). La gare d'Austerlitz fait l'objet depuis 2016 d'une rénovation de ses espaces publics. Les travaux, diligentés par Altarea Cogedim, doivent aboutir en 2020 à la création d'une surface commerciale supplémentaire de 20 000 m² sous la verrière de 280 mètres de long pour un budget d'environ 250 millions d'euros.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – GARE D'AUSTERLITZ

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces et services de proximité	4	4	5	4	4	4
Part de commerces et services de proximité	30,8%	30,8%	38,5%	30,8%	28,6%	22,2%
Nombre de locaux vacants	2	3	0	1	1	1
Part de locaux vacants	15,4%	23,1%	0,0%	7,7%	7,1%	5,6%
Nombre total de locaux dans le périmètre	13	13	13	13	14	18

La Gare du Nord

La Gare du Nord, implantée au nord-ouest du 10^e arrondissement est la plus importante d'Europe en nombre de passagers journaliers (700 000 voyageurs/jour et 2 100 trains/jour). Elle accueille aujourd'hui 65 locaux, dont 13 sont des commerces et services de proximité (20 %).

Un peu plus d'un tiers des locaux de la gare sont utilisés par des commerces et services liés à la mode et au bien-être (respectivement 23 % et 11 %). À

ces deux secteurs viennent s'ajouter les commerces culturels et de loisirs à hauteur de 17 %, soit la deuxième part la plus importante au sein des 6 gares.

La gare du Nord est en pleine opération de redistribution de ses flux afin d'aboutir à l'horizon 2023, juste avant les Jeux Olympiques de Paris 2024, à la mise en service de 4 bâtiments distincts destinés aux départs, aux arrivées, au trafic Transmanche et au trafic Banlieue.

Les récents travaux se déroulent en deux phases, une première débutée en 2015 et qui doit se terminer en 2018

pour environ 80 millions d'euros suivie d'une seconde qui se poursuivra jusqu'en 2023 pour un montant d'environ 300 millions d'euros. Au final, la Gare du Nord proposera 25 000 m² de surfaces commerciales supplémentaires aux 8 000 m² déjà existantes.

EFFECTIFS ET PART DES LOCAUX – GARE DU NORD

	2003	2005	2007	2011	2014	2017
Nombre de commerces et services de proximité	7	9	9	8	8	13
Part de commerces et services de proximité	23,3%	15,3%	15,3%	12,3%	12,3%	20,0%
Nombre de locaux vacants	1	2	3	12	7	1
Part de locaux vacants	3,3%	3,4%	5,1%	18,5%	10,8%	1,5%
Nombre total de locaux dans le périmètre	30	59	59	65	65	65

Les rénovations/réaménagements effectués au sein des 6 principales gares parisiennes sont, la plupart du temps, accompagnés de l'arrivée de nouvelles enseignes avec une préférence pour celles qui sont en réseaux et qui ont anticipé les nouveaux modes de consommation de la clientèle de transit.

En une quinzaine d'années, entre 2003 et 2017, les 6 gares parisiennes ont vu la part des réseaux commerciaux progresser de 56 % à 71 %, soit un gain de 15 points. Alors qu'on y dénombrait 122 établissements en réseaux en 2003, leur nombre est passé à 263 en 2017, corres-

pondant à un gain de 116 % pendant que le nombre de locaux au sein des gares progressait, lui, de 71 %.

La gare Saint-Lazare est celle où la part de réseaux commerciaux est la plus élevée. En effet, 82 % des locaux sont utilisés par un commerce ou service commercial appartenant à un réseau de distribution. Vient ensuite la gare de l'Est avec 75 % des locaux concernés ; le taux le plus bas observé au sein des gares est celui de la gare d'Austerlitz avec 61 % des locaux, très proche de la gare Montparnasse avec 62 %.



33 000 m²

de surfaces
commerciales
à Gare du Nord en 2023

Les marchés couverts et découverts à Paris en 2017

Véritables lieux de convivialité dans les arrondissements où ils sont implantés, les marchés couverts et découverts parisiens sont un complément aux commerces sédentaires et parfois la seule possibilité de s'approvisionner en denrées alimentaires fraîches dans certains quartiers peu pourvus en commerces de ce type. Dans les quartiers plus denses en commerces alimentaires, ils viennent compléter l'offre proposée par les petites et moyennes surfaces alimentaires de plus en plus présentes au cœur de la capitale et ont un effet attractif qui profite aux autres commerces.

Les marchés alimentaires découverts sont au nombre de 71 en 2017 ; parmi eux, 3 sont des marchés de produits biologiques (Raspail, Brancusi et Batignolles). Ils participent de la démarche des consommateurs, de plus en plus importante, de se nourrir avec des produits frais dont la production est locale ou tout au moins la plus proche du lieu de vie. On comptabilise plus de 2 200 stands de commerçants, mais pour connaître le nombre réel de

forains, il convient de diviser par 4 ou 6 les effectifs annoncés ici car un très grand nombre de commerçants sont présents sur 2 ou 3 marchés différents par semaine en sachant que chaque marché se tient au moins deux fois par semaine. Quoi qu'il en soit la Direction de l'Attractivité et de l'Emploi de la Ville de Paris comptabilise 928 stands de primeurs et maraîchers, 288 de bouchers, charcutiers et rôtisseurs, 262 de poissonniers, 168 de fromagers et crémiers, 89 de boulangers et pâtisseries et 266 de traiteurs ou vendant des produits alimentaires régionaux ou étrangers. On peut ajouter à ces commerçants, 109 emplacements de vente de fleurs qui contribuent à animer ces marchés découverts. Une soixantaine de stands de produits non alimentaires sont aussi présents : 23 de prêt à porter, 18 d'articles de brocante, 8 d'articles ménagers...

L'importante offre alimentaire proposée sur les marchés découverts est complétée par celle fournie sur les 11 marchés couverts parisiens. Le nombre

d'emplacements au sein de ces marchés se situe autour de 220 dont plus 80 % concernent des produits alimentaires (176 unités dont 32 primeurs, 26 bouchers, charcutiers ou marchands de volaille, 21 poissonniers, 16 crémiers et surtout 46 traiteurs ou commerces proposant des produits régionaux). On dénombre aussi 12 fleuristes et 12 services commerciaux à la personne (3 cordonniers, 2 retouches de vêtements et 2 pressings). On recense enfin une vingtaine de bars et restaurants, surtout de la restauration rapide.



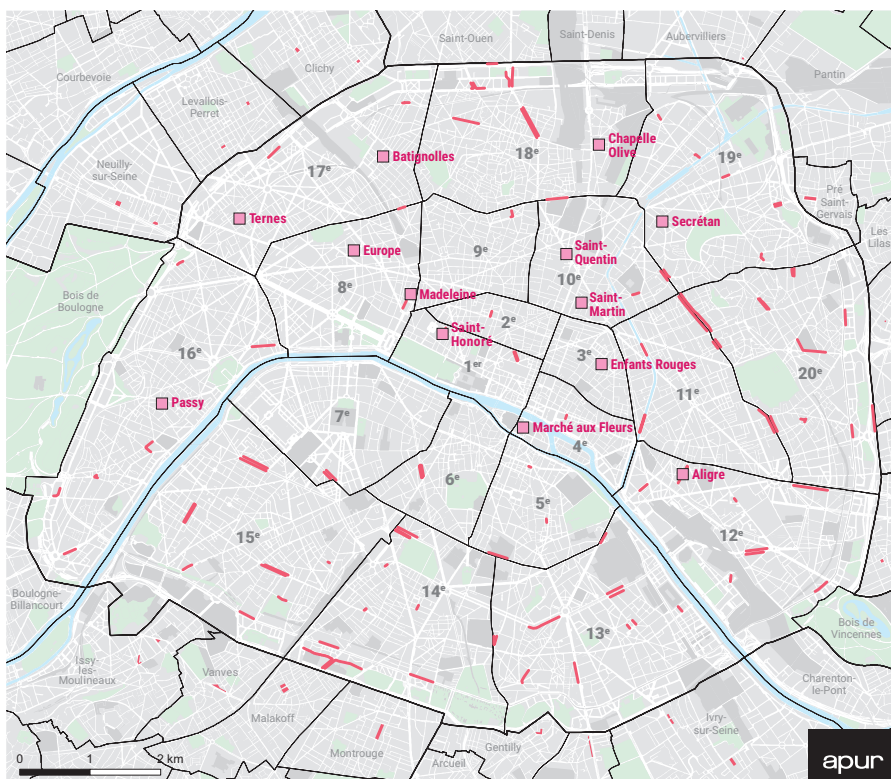
©A pur – François Mohr

LES MARCHÉS



- couvert
- découvert

Source : Bdcom - 2017,
Mairie de Paris - 2014



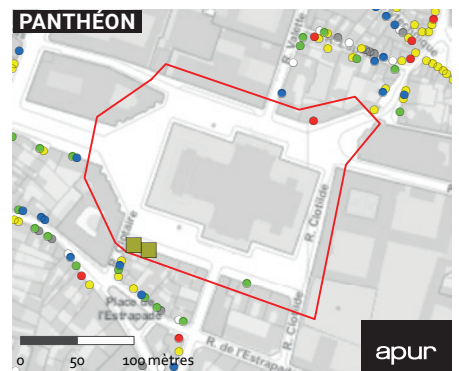
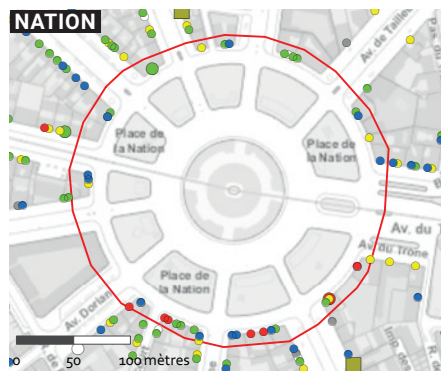
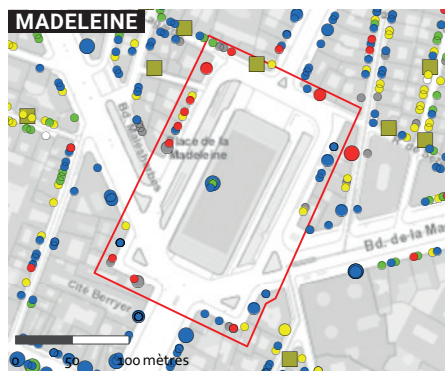
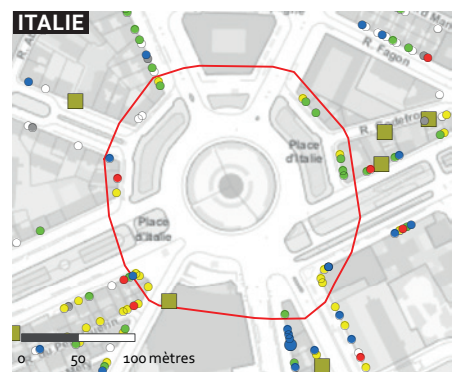
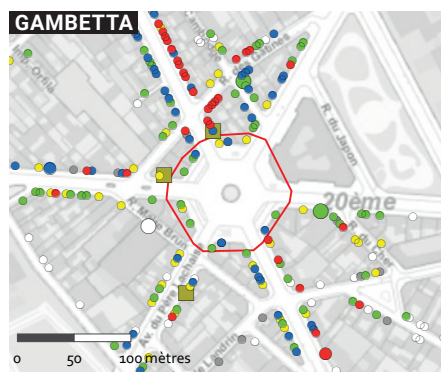
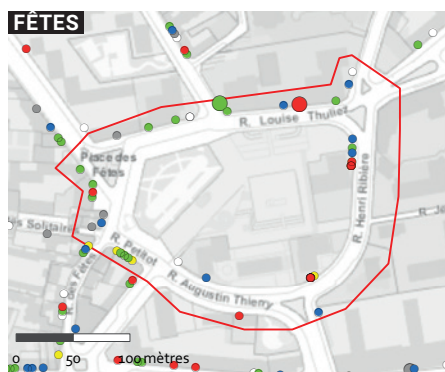
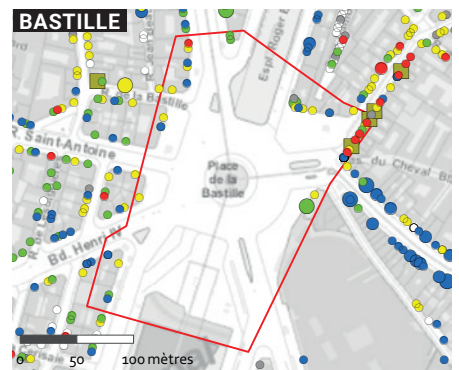
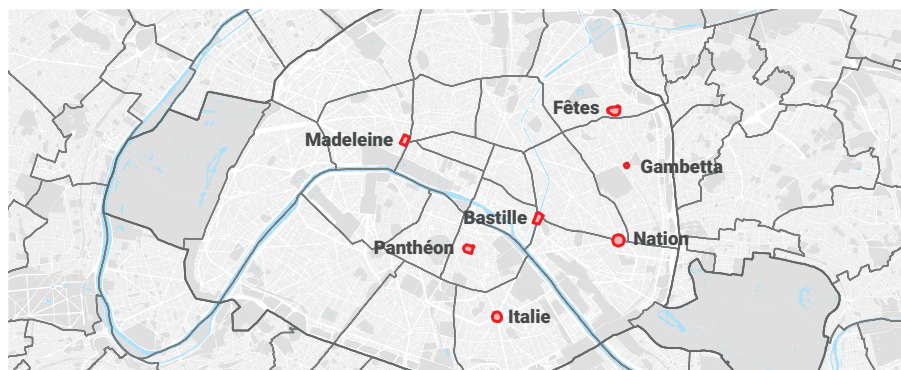
Le tissu commercial des 7 places parisiennes en cours de réaménagement

La Ville de Paris a lancé en juin 2015 une grande concertation concernant le projet de réaménagement de 7 grandes places parisiennes (Madeleine, Panthéon, Bastille, Italie, Nation, Fêtes et Gambetta) avec un budget de 30 millions d'euros dévolus pour les 7 places.

Les places accueillent un nombre plus ou moins important de commerces et services commerciaux. Alors que

quatre d'entre elles (Bastille, Fêtes, Madeleine et Nation) accueillent environ 80 % du total des locaux des 7 places, les autres en comptent beaucoup moins, 12 % pour la place d'Italie, 7 % pour Gambetta et seulement 2 % pour la place du Panthéon.

En 2017, pour l'ensemble des 7 places étudiées, un total d'un peu plus de 200 locaux a été recensé dont 90 % sont des commerces et services commer-



ciaux. Parmi eux, près d'un local sur quatre est consacré soit à la restauration soit aux services et agences commerciales (24 % chacun). L'évolution du nombre de locaux depuis 2003 est quasi stable : on comptait 193 cellules en rez-de-chaussée en 2003 contre 204 aujourd'hui. Le nombre de commerces et services commerciaux est, quant à lui, resté le même avec un total de 183 établissements.

Le calendrier des travaux sur ces 7 places prévoit le début des réaménagements à partir de 2017 et va jusqu'à 2019. L'enquête des locaux en rez-de-chaussée réalisée au début de l'année 2017 doit donc servir de photographie de départ de l'appareil commercial présent sur ces places. Elle permettra, à la fin de la période des travaux, de faire un bilan exact de l'appareil commercial.

L'APPAREIL COMMERCIAL DES 7 PLACES



Structure commerciale

- grand magasin
- alimentaire
- non alimentaire
- restauration
- service commercial
- local vacant
- autre local
- hôtel

Surface du local

- moins de 300 m²
- de 300 à 1 000 m²
- 1 000 m² ou plus

Source : BDCOM 2017

140 COMMERCES ET SERVICES COMMERCIAUX IMPLANTÉS EN SOUTERRAIN, AU SEIN DES STATIONS DE MÉTRO ET RER PARISIENNES

En plus du commerce de transit situé dans les 6 gares parisiennes, un focus a été pour la première fois porté sur les commerces implantés en souterrain et uniquement au sein des stations de correspondances du métro et du RER, qui représentent 38 stations sur les 302 recensées à Paris. Il ressort de ce travail que 140 locaux ont été recensés, répartis de façon quasi équivalente entre 72 dans le métro et 68 dans le RER. Les commerces présents dans ces stations concernent près d'une fois sur quatre des magasins de mode (24 %) et, plus particulièrement, les accessoires et la bijouterie fantaisie (environ la moitié) suivis un peu plus loin des commerces culturels (21 %) quasi exclusivement au travers de la presse. Vient ensuite le secteur de la restauration qui totalise 19 % des locaux enquêtés sous le format de petits stands de restauration rapide debout. Les commerces alimentaires sont implantés à hauteur de 11 % et se répartissent entre la vente de fruits et légumes et la petite alimentation générale. Ces commerces souterrains situés dans le métro et le RER viennent compléter l'offre proposée au sein même des gares aux voyageurs journaliers qui y trouvent un moyen de combiner leur trajet domicile-travail avec des achats au cours du même déplacement.





4. PORTRAIT COMMERCIAL PAR ARRONDISSEMENT : 20 FICHES

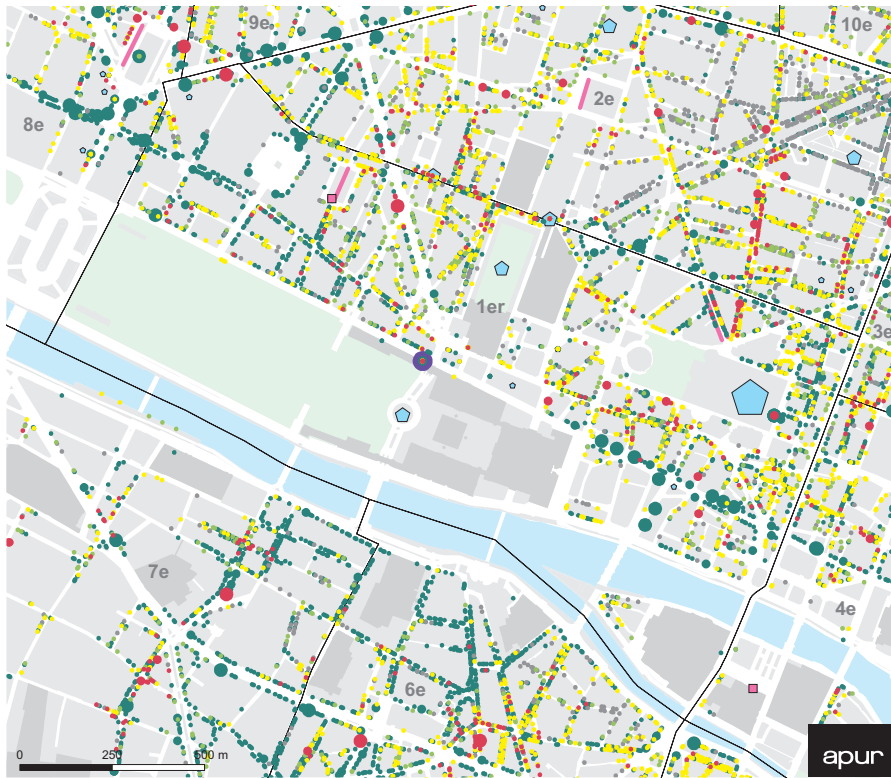


1^{er} arrondissement

Très dense en commerces, le 1^{er} arrondissement se caractérise par une partie ouest où les commerces de luxe dominant (bijoutiers de la place Vendôme, rue Saint Honoré...) et une partie, plus

populaire, avec le Forum des Halles réaménagé en 2017, et les grandes enseignes de la rue de Rivoli (équipement de la personne et commerces de loisirs). L'arrondissement présente un assez

bon niveau de desserte en commerces alimentaires par rapport au nombre de résidents. La part des commerces non alimentaires est beaucoup plus forte (41 %) qu'en moyenne à Paris (26 %).



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce (pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²

Centre commercial

Source : Bdcom - 2017

CHIFFRES CLÉS



2914 locaux en rez-de-chaussée

2330 commerces et services commerciaux



7,2 commerces et services pour 100 m de voie

4,3 en moyenne à Paris



139 commerces et services pour 1 000 habitants

28 en moyenne à Paris

Plus grands commerces

- FNAC, 1 rue Pierre Lescot, 7700 m²
- C & A, 122 rue de Rivoli, 6236 m²
- Conforama, 2 bis rue du Pont Neuf, 5018 m²
- C & A, 17 bd de la Madeleine, 4217 m²
- H & M, 1 rue Pierre Lescot, 3600 m²
- Décathlon, 17 bd de la Madeleine, 3300 m²

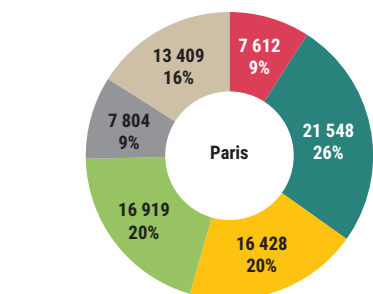
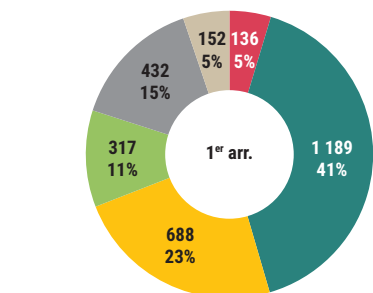
Principales galeries et centres commerciaux

- Forum des Halles, 1 rue Pierre Lescot, 154 boutiques, 87000 m²
- Carrousel du Louvre, 99 rue de Rivoli, 57 boutiques, 11000 m²
- Les 3 Quartiers, 17 bd de la Madeleine, 3 boutiques, 11200 m²

Marchés découverts

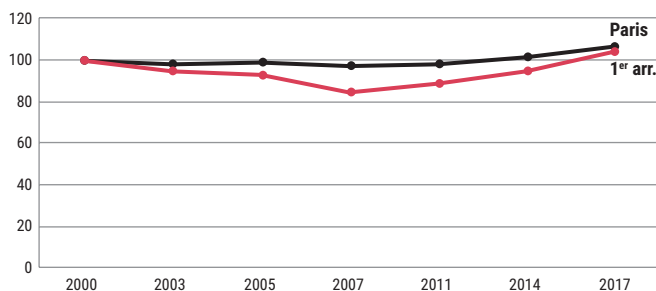
- Saint Eustache, rue Montmartre, 21 emplacements
- Saint Honoré, place du Marché Saint Honoré, 17 emplacements

STRUCTURE COMMERCIALE



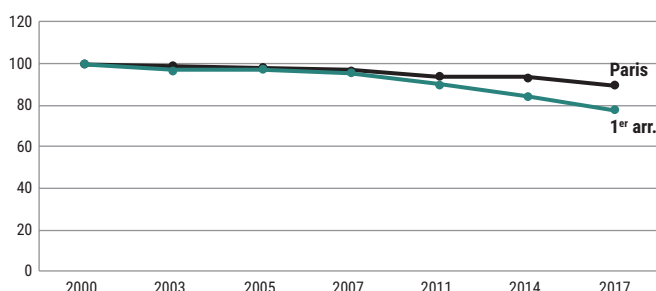
- alimentaire
- non alimentaire
- restauration, hôtellerie
- services commerciaux
- locaux vacants
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



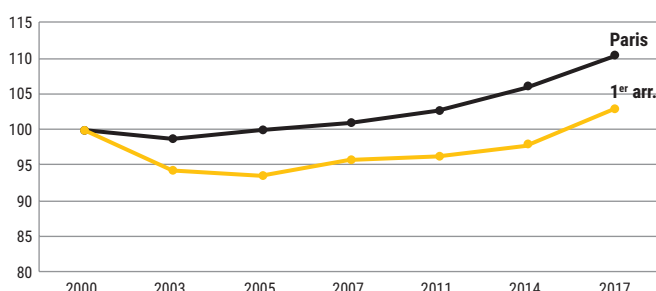
Année	1 ^{er} arr.	Paris
2000	131	7 160
2003	124	7 024
2005	122	7 082
2007	111	6 968
2011	116	7 031
2014	124	7 252
2017	136	7 612

NON ALIMENTAIRE



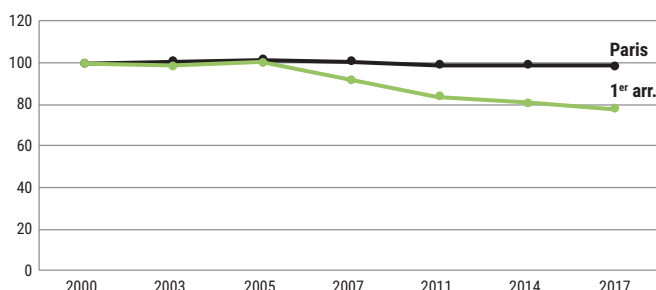
Année	1 ^{er} arr.	Paris
2000	1 527	23 992
2003	1 482	23 722
2005	1 483	23 530
2007	1 461	23 279
2011	1 374	22 557
2014	1 285	22 446
2017	1 189	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



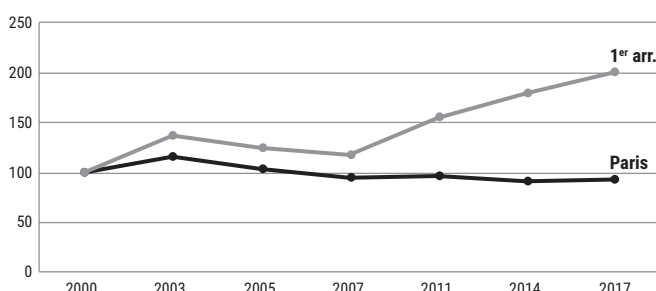
Année	1 ^{er} arr.	Paris
2000	669	14 891
2003	630	14 687
2005	625	14 875
2007	640	15 043
2011	643	15 274
2014	654	15 763
2017	688	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



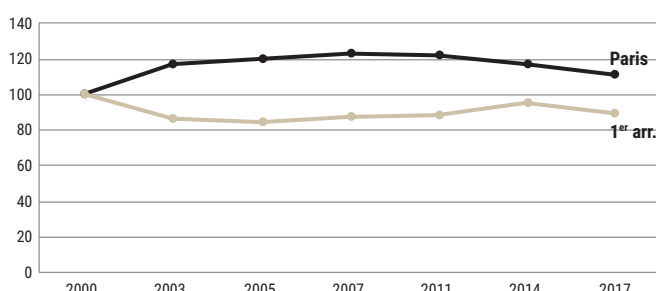
Année	1 ^{er} arr.	Paris
2000	408	17 206
2003	402	17 315
2005	409	17 485
2007	377	17 292
2011	342	17 003
2014	330	17 021
2017	317	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	1 ^{er} arr.	Paris
2000	215	8 396
2003	294	9 710
2005	268	8 665
2007	253	8 015
2011	333	8 089
2014	387	7 657
2017	432	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



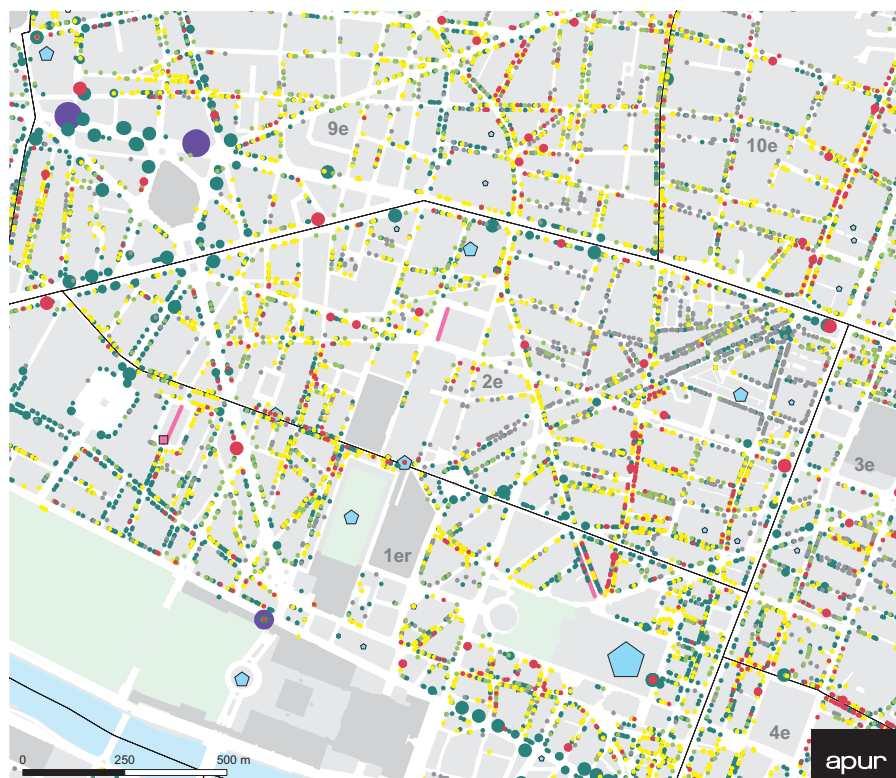
Année	1 ^{er} arr.	Paris
2000	170	12 048
2003	147	14 091
2005	144	14 439
2007	149	14 875
2011	150	14 719
2014	162	14 106
2017	152	13 409

2^e arrondissement

Bien qu'en nette diminution ces dernières années, le tissu commercial de l'est du 2^e arrondissement conserve l'empreinte laissée par l'activité de gros d'habillement et de textile. À l'ouest, le

commerce est beaucoup plus varié avec un effectif important de cafés et de restaurants liés, en partie, aux nombreux emplois de bureaux. Quelques rues apparaissent comme très spécialisées,

comme la rue Vivienne pour le commerce des monnaies, médailles et de l'or. La rue de la Paix, en continuation de la place Vendôme accueille les bijoutiers mondiaux les plus renommés.



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce (pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²

Centre commercial

Source : Bdcom - 2017

CHIFFRES CLÉS



- 3062** locaux en rez-de-chaussée
- 1902** commerces et services commerciaux



- 6,9** commerces et services pour 100 m de voie
- 4,3** en moyenne à Paris



- 89** commerces et services pour 1 000 habitants
- 28** en moyenne à Paris

Plus grands commerces

- Maison du Monde, 5 bd Montmartre, 2000 m²
- Joué Club, 5 bd des Italiens, 1815 m²
- Desigual, 9 bd des Capucines, 1800 m²
- Monoprix, 51 rue Réaumur, 1670 m²
- Ikks, 3 rue d'Argout, 1200 m²

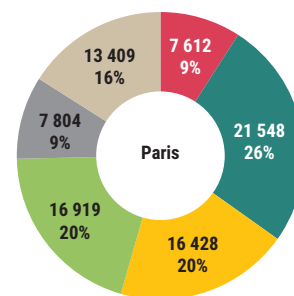
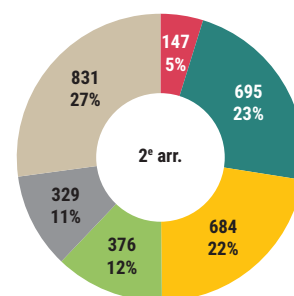
Principales galeries et centres commerciaux

- Passage des Panoramas, 11 bd Montmartre, 66 boutiques
- Passage Choiseul, 40 rue des Petits Champs, 57 boutiques
- Galerie Vivienne, 4 rue des Petits Champs, 38 boutiques

Marchés découverts

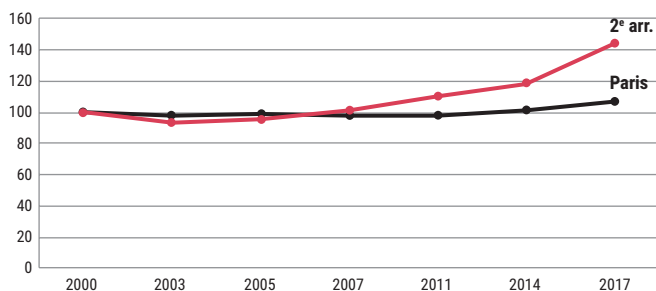
- Bourse, place de la Bourse, 9 emplacements

STRUCTURE COMMERCIALE



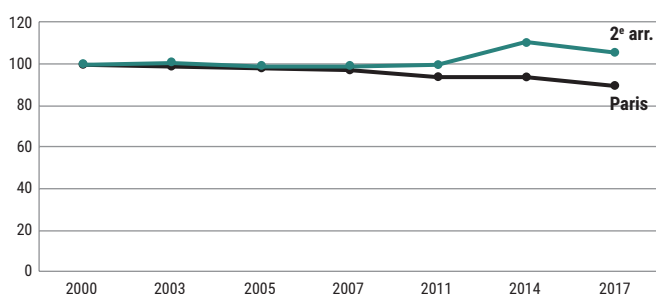
- alimentaire
- services commerciaux
- non alimentaire
- locaux vacants
- restauration, hôtellerie
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



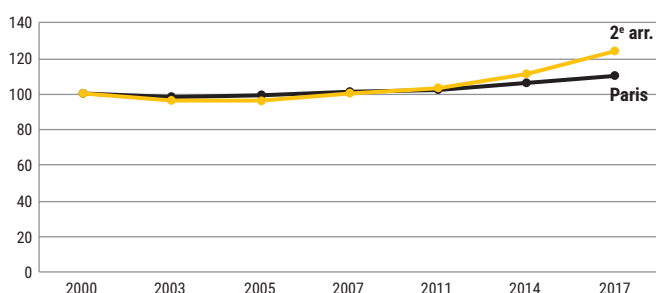
Année	2 ^e arr.	Paris
2000	102	7 160
2003	95	7 024
2005	98	7 082
2007	103	6 968
2011	112	7 031
2014	121	7 252
2017	147	7 612

NON ALIMENTAIRE



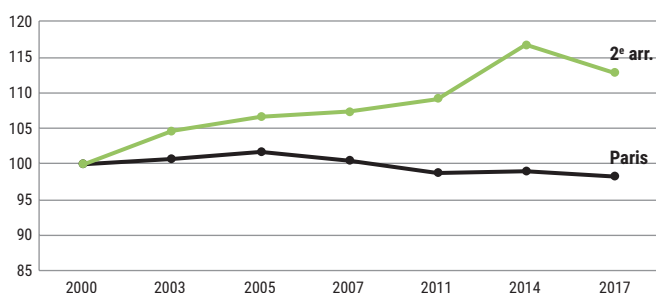
Année	2 ^e arr.	Paris
2000	660	23 992
2003	664	23 722
2005	653	23 530
2007	652	23 279
2011	657	22 557
2014	729	22 446
2017	695	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



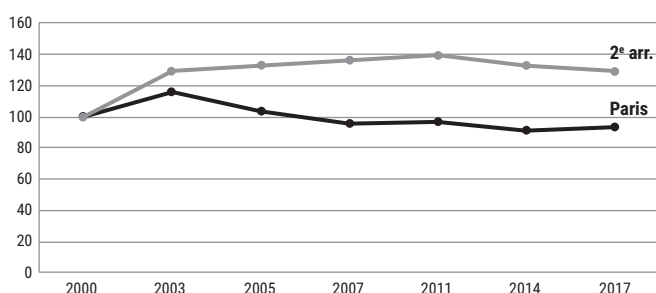
Année	2 ^e arr.	Paris
2000	551	14 891
2003	530	14 687
2005	533	14 875
2007	554	15 043
2011	570	15 274
2014	614	15 763
2017	684	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



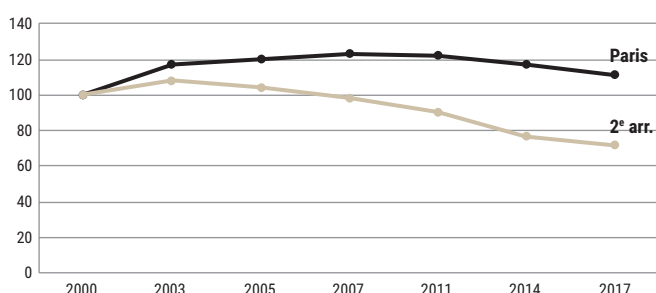
Année	2 ^e arr.	Paris
2000	333	17 206
2003	349	17 315
2005	355	17 485
2007	358	17 292
2011	363	17 003
2014	389	17 021
2017	376	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	2 ^e arr.	Paris
2000	255	8 396
2003	330	9 710
2005	339	8 665
2007	346	8 015
2011	356	8 089
2014	338	7 657
2017	329	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



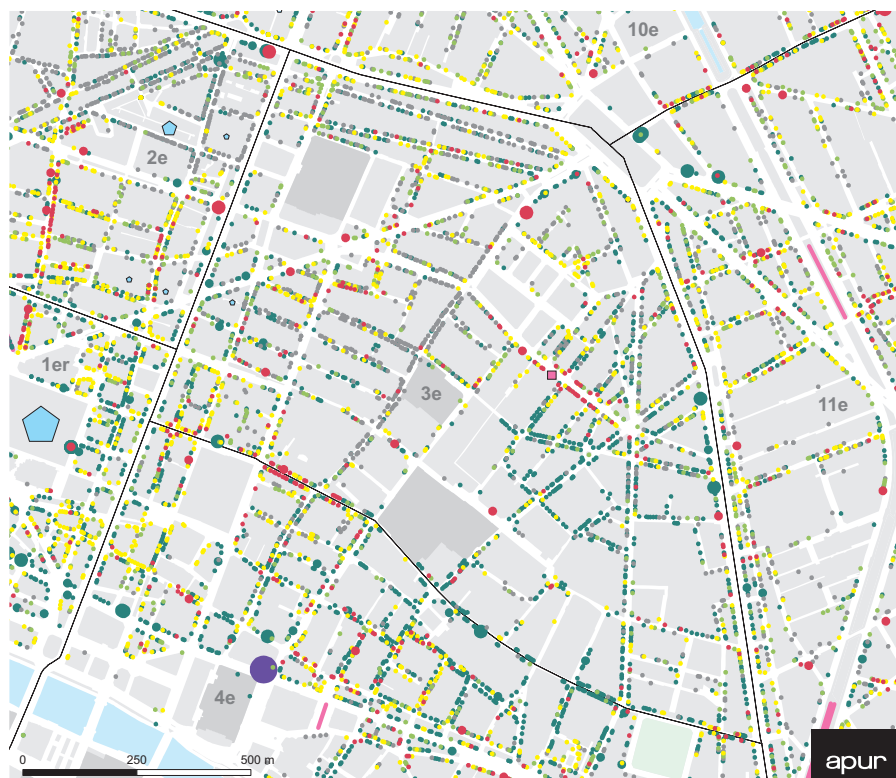
Année	2 ^e arr.	Paris
2000	1 151	12 048
2003	1 245	14 091
2005	1 202	14 439
2007	1 136	14 875
2011	1 047	14 719
2014	886	14 106
2017	831	13 409

3^e arrondissement

Caractérisé de longue date par le commerce de gros d'habillement (rue de Turenne...), de chaussures (rue Meslay...), de bijouteries (rue du Temple, rue Réaumur...) et d'accessoires de mode (quartier

Beaubourg-Temple), le 3^e arrondissement voit peu à peu changer sa structure commerciale. Les commerces de gros disparaissent et se transforment en commerces de détail. On constate, dans le même

temps, la création de galeries d'art, dans l'est de l'arrondissement. Deux centres de quartiers près des rues Rambuteau et de Bretagne permettent aux résidents de s'approvisionner facilement.



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce (pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²



Source : Bdcom - 2017

CHIFFRES CLÉS



- 3166** locaux en rez-de-chaussée
- 2000** commerces et services commerciaux



- 7,6** commerces et services pour 100 m de voie
- 4,3** en moyenne à Paris



- 57** commerces et services pour 1 000 habitants
- 28** en moyenne à Paris

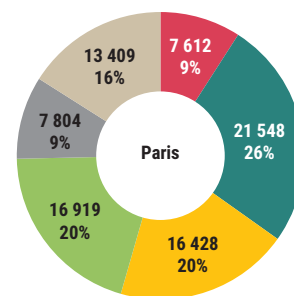
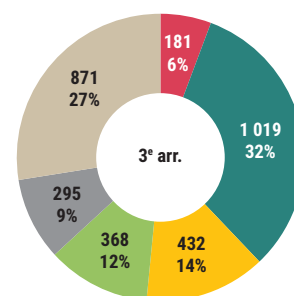
Plus grands commerces

- Leroy Merlin, 52 rue Rambuteau, 5800 m²
- Monoprix, 164 rue du Temple, 2786 m²
- Merci, 111 bd Beaumarchais, 1500 m²
- Rougier & Plé, 13 bd des Filles du Calvaire, 1000 m²
- Bonton, 5 bd des Filles du Calvaire, 800 m²

Marchés couverts

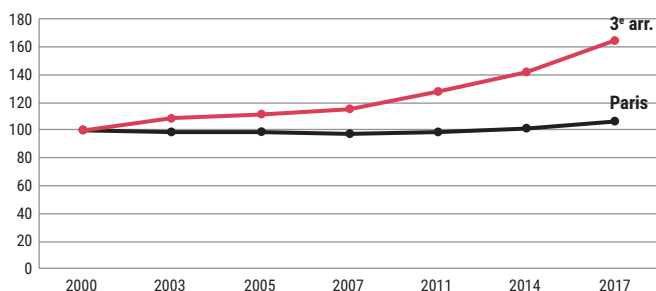
- Enfants Rouges, 39 rue de Bretagne, 19 boutiques

STRUCTURE COMMERCIALE



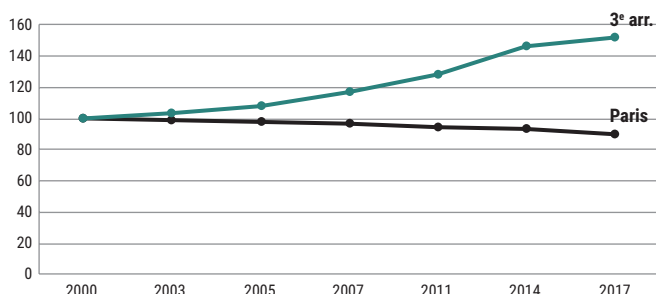
- alimentaire
- non alimentaire
- restauration, hôtellerie
- services commerciaux
- locaux vacants
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



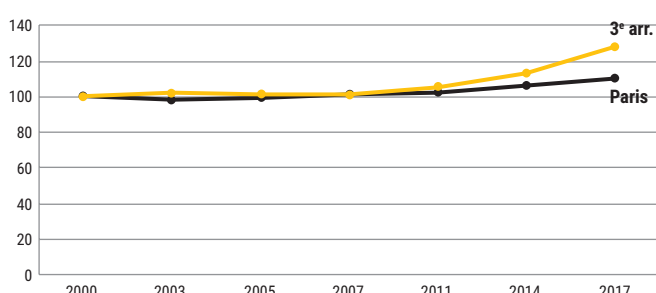
Année	3 ^e arr.	Paris
2000	110	7 160
2003	120	7 024
2005	123	7 082
2007	127	6 968
2011	140	7 031
2014	156	7 252
2017	181	7 612

NON ALIMENTAIRE



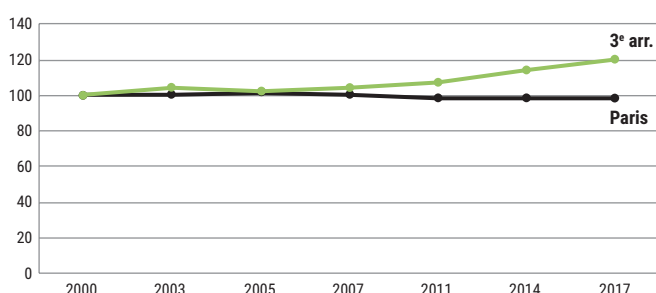
Année	3 ^e arr.	Paris
2000	670	23 992
2003	691	23 722
2005	725	23 530
2007	786	23 279
2011	856	22 557
2014	981	22 446
2017	1 019	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



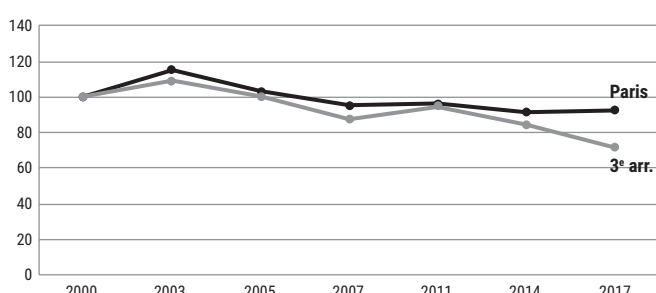
Année	3 ^e arr.	Paris
2000	338	14 891
2003	345	14 687
2005	344	14 875
2007	342	15 043
2011	355	15 274
2014	382	15 763
2017	432	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



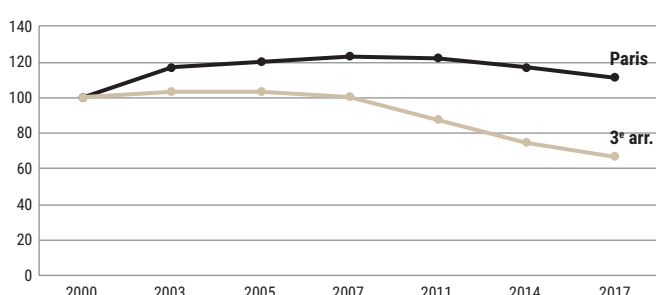
Année	3 ^e arr.	Paris
2000	306	17 206
2003	320	17 315
2005	313	17 485
2007	318	17 292
2011	328	17 003
2014	348	17 021
2017	368	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	3 ^e arr.	Paris
2000	412	8 396
2003	450	9 710
2005	415	8 665
2007	359	8 015
2011	391	8 089
2014	350	7 657
2017	295	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



Année	3 ^e arr.	Paris
2000	1 301	12 048
2003	1 342	14 091
2005	1 340	14 439
2007	1 309	14 875
2011	1 142	14 719
2014	973	14 106
2017	871	13 409

4^e arrondissement

Le 4^e arrondissement possède une structure commerciale organisée autour de la principale artère, formée d'est en ouest, par les rues Saint-Antoine et de Rivoli. On y recense de nombreux com-

merces tournés vers l'équipement de la personne, avec notamment la présence du grand magasin BAH/Le Marais. Grâce à la possibilité d'ouvrir le dimanche, la rue des Francs-Bourgeois attire une

clientèle très nombreuse, ce qui a entraîné l'installation de multiples enseignes de mode. Avec la rue Saint-Antoine, la rue Rambuteau propose une offre plus tournée vers les résidents.



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce (pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²

Centre commercial

Source : Bdc.com - 2017

CHIFFRES CLÉS



2350 locaux en rez-de-chaussée

1994 commerces et services commerciaux



6,4 commerces et services pour 100 m de voie

4,3 en moyenne à Paris



74 commerces et services pour 1 000 habitants

28 en moyenne à Paris

Plus grands commerces

- BHV, 52 rue de Rivoli, 35632 m²
- BHV Homme, 36 rue de la Verrerie, 4000 m²
- Monoprix, 71 rue Saint Antoine, 2322 m²
- Zara, 88 rue de Rivoli, 1900 m²
- H & M, 88 rue de Rivoli, 1700 m²
- Uniqlo, 39 rue des Francs-Bourgeois, 1300 m²

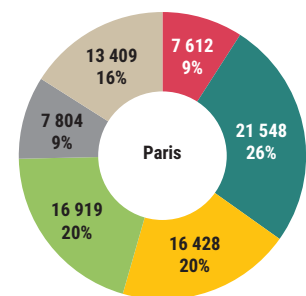
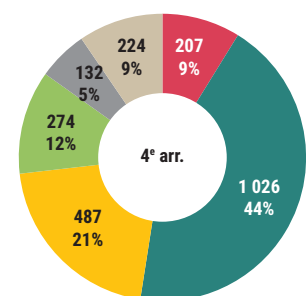
Marchés couverts

- Marché aux Fleurs, 1 place Louis Lépine, 17 boutiques
- Marché aux Oiseaux, 1 place Louis Lépine

Marchés découverts

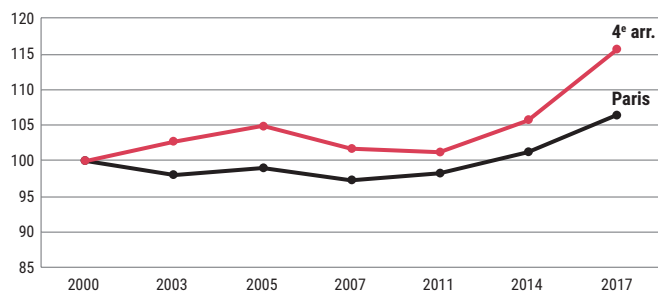
- Baudoyer, place Baudoyer, 18 emplacements

STRUCTURE COMMERCIALE



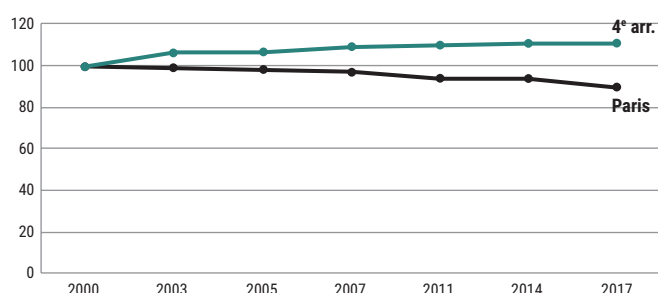
- alimentaire
- services commerciaux
- non alimentaire
- locaux vacants
- restauration, hôtellerie
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



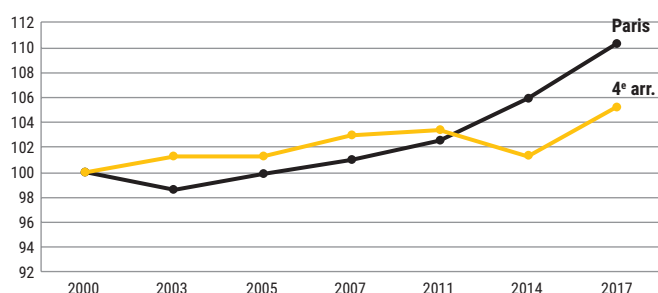
Année	4 ^e arr.	Paris
2000	179	7 160
2003	184	7 024
2005	188	7 082
2007	182	6 968
2011	181	7 031
2014	189	7 252
2017	207	7 612

NON ALIMENTAIRE



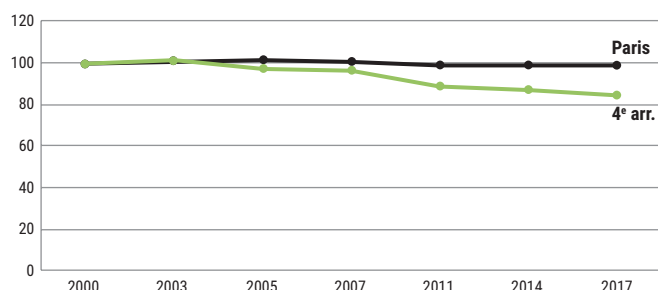
Année	4 ^e arr.	Paris
2000	925	23 992
2003	982	23 722
2005	986	23 530
2007	1 010	23 279
2011	1 014	22 557
2014	1 019	22 446
2017	1 026	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



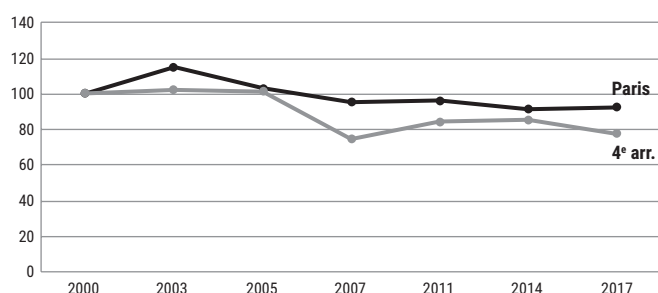
Année	4 ^e arr.	Paris
2000	463	14 891
2003	469	14 687
2005	469	14 875
2007	477	15 043
2011	479	15 274
2014	469	15 763
2017	487	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



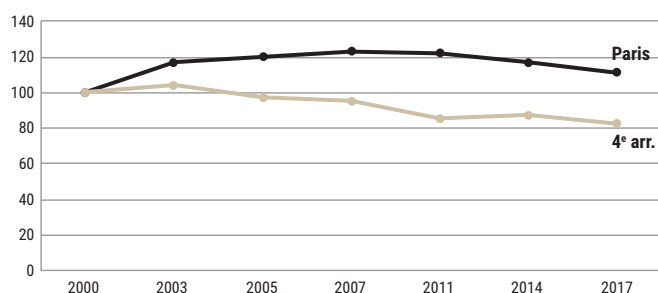
Année	4 ^e arr.	Paris
2000	326	17 206
2003	330	17 315
2005	317	17 485
2007	315	17 292
2011	289	17 003
2014	284	17 021
2017	274	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	4 ^e arr.	Paris
2000	169	8 396
2003	173	9 710
2005	172	8 665
2007	126	8 015
2011	143	8 089
2014	145	7 657
2017	132	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



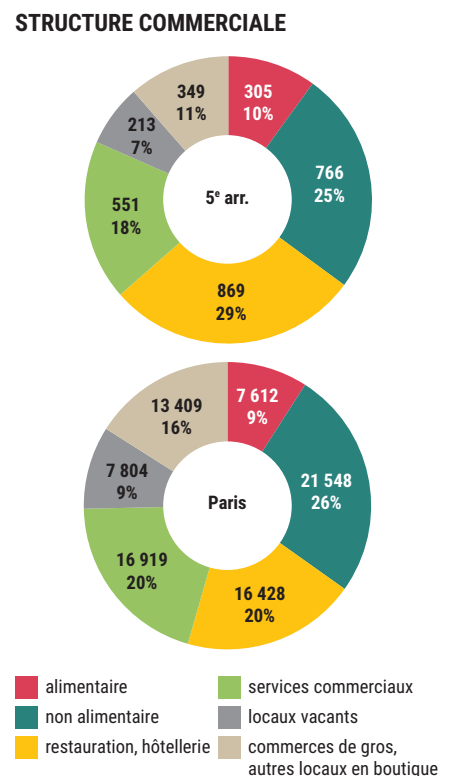
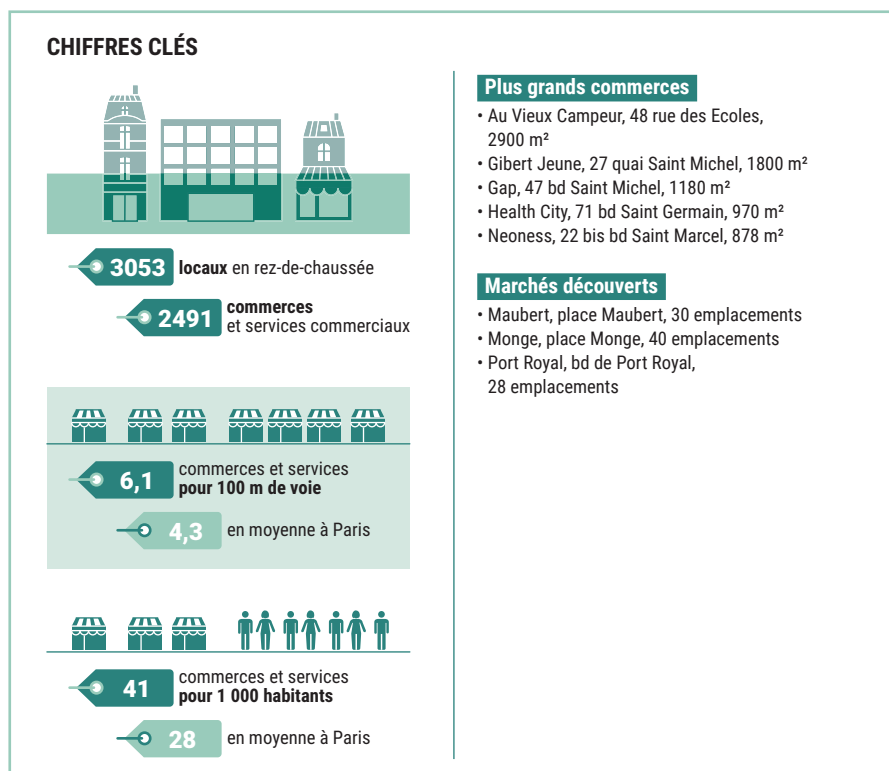
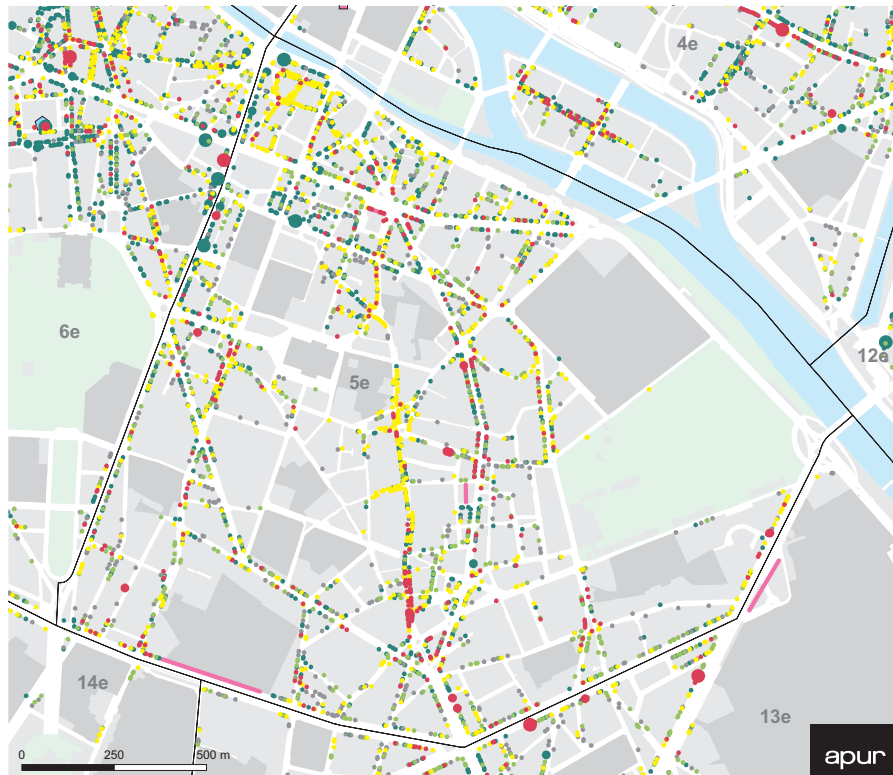
Année	4 ^e arr.	Paris
2000	272	12 048
2003	283	14 091
2005	266	14 439
2007	259	14 875
2011	233	14 719
2014	237	14 106
2017	224	13 409

5^e arrondissement

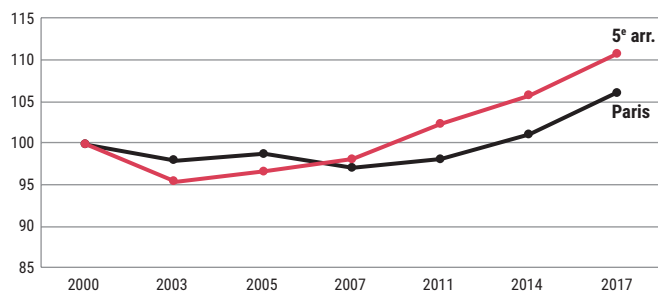
Le 5^e arrondissement possède une structure commerciale proche de celle observée à Paris avec toutefois une sur-représentation de cafés et de restaurants, 29 % contre 20 % (rues de la z,

Mouffetard, sur la Montagne Sainte-Genève...) et une forte implantation de librairies (boulevards Saint-Germain et Saint-Michel, rue des Ecoles...). Face à la disparition progressive des librairies

et petites maisons d'édition, la Ville de Paris a confié à la SEMAEST la mission de protéger ces commerces au travers de l'opération Vital'Quartier.

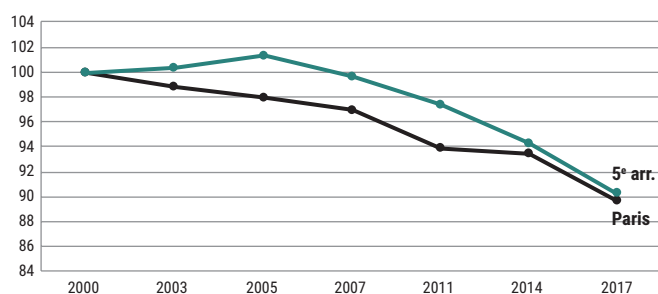


ALIMENTAIRE



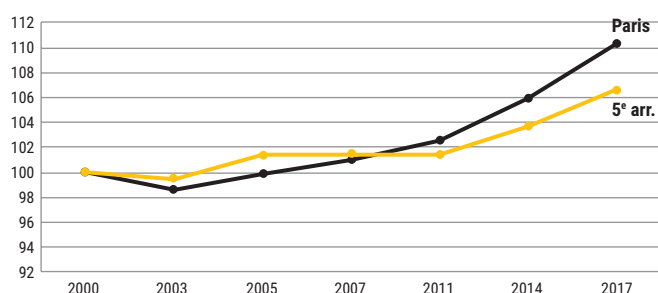
Année	5 ^e arr.	Paris
2000	275	7 160
2003	263	7 024
2005	266	7 082
2007	270	6 968
2011	282	7 031
2014	291	7 252
2017	305	7 612

NON ALIMENTAIRE



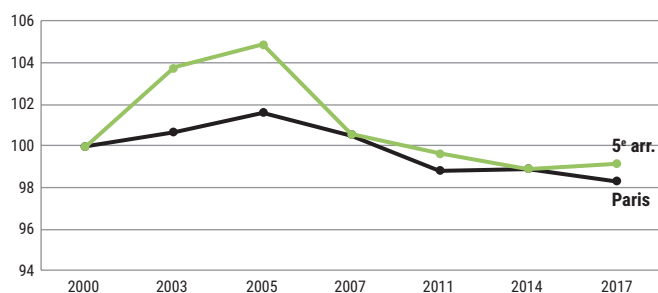
Année	5 ^e arr.	Paris
2000	848	23 992
2003	852	23 722
2005	860	23 530
2007	846	23 279
2011	827	22 557
2014	801	22 446
2017	766	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



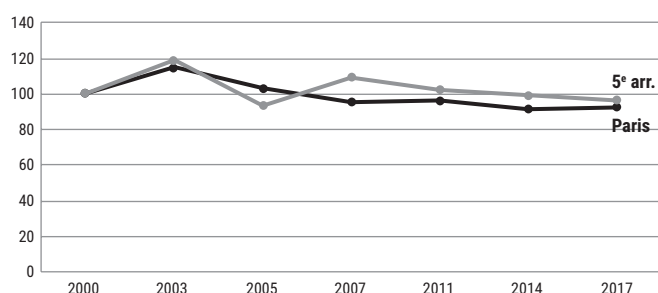
Année	5 ^e arr.	Paris
2000	815	14 891
2003	811	14 687
2005	826	14 875
2007	827	15 043
2011	826	15 274
2014	845	15 763
2017	869	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



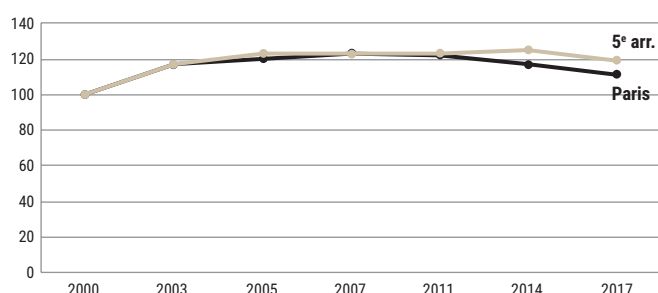
Année	5 ^e arr.	Paris
2000	556	17 206
2003	577	17 315
2005	583	17 485
2007	559	17 292
2011	554	17 003
2014	550	17 021
2017	551	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	5 ^e arr.	Paris
2000	220	8 396
2003	262	9 710
2005	205	8 665
2007	241	8 015
2011	225	8 089
2014	218	7 657
2017	213	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



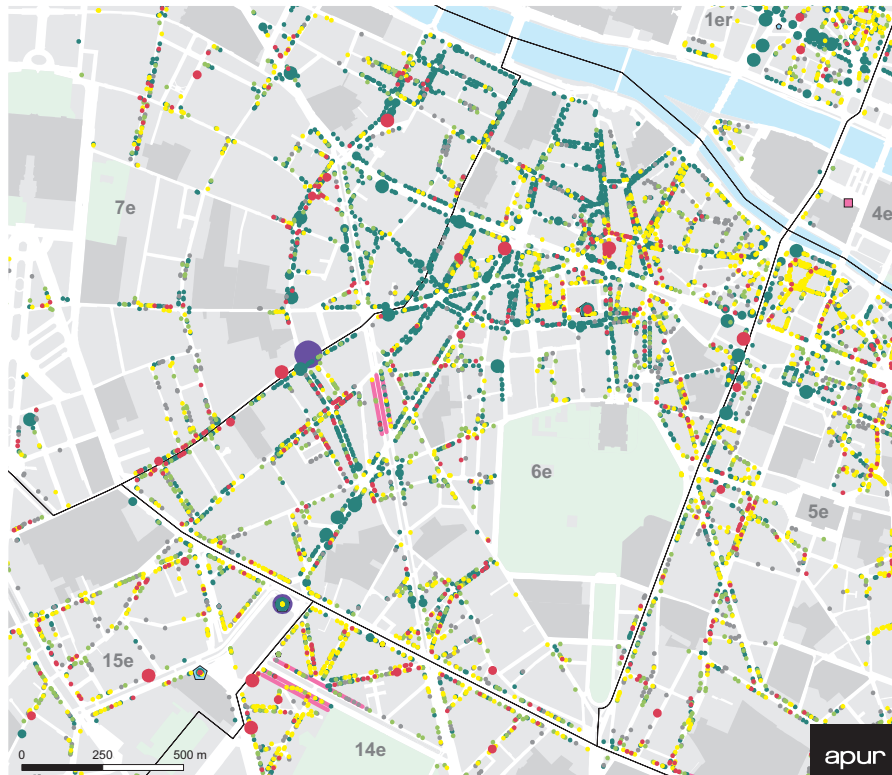
Année	5 ^e arr.	Paris
2000	292	12 048
2003	343	14 091
2005	358	14 439
2007	359	14 875
2011	360	14 719
2014	365	14 106
2017	349	13 409

6^e arrondissement

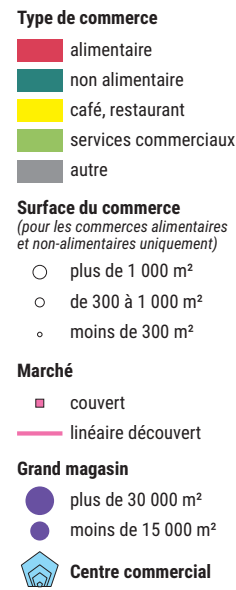
Le 6^e arrondissement propose une offre commerciale exceptionnelle tant par le nombre que par la qualité et la diversité des boutiques : luxueuses à Saint Germain des Prés, plus populaires dans le

haut de la rue de Rennes, « tendance » rue des Canettes. C'est aussi l'arrondissement « culturel » de Paris avec ses nombreuses librairies, antiquaires et galeries d'art. Le 6^e arrondissement pos-

sède la structure commerciale la plus éloignée de celle de Paris avec deux fois plus de commerces non-alimentaires surtout d'équipement de la personne et liés à la culture et aux loisirs.



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017



Source : Bdc.com - 2017

CHIFFRES CLÉS



3 498 locaux en rez-de-chaussée
3 103 commerces et services commerciaux



8,1 commerces et services pour 100 m de voie
4,3 en moyenne à Paris



72 commerces et services pour 1 000 habitants
28 en moyenne à Paris

Plus grands commerces

- FNAC, 136 rue de Rennes, 6930 m²
- H & M, 81 bd Saint Germain, 2700 m²
- Monoprix, 24 bd Saint Michel, 2220 m²
- Monoprix, 50 rue de Rennes, 2091 m²
- Zara, 140 bis rue de Rennes, 2067 m²
- Gibert Joseph, 26 bd Saint Michel, 2000 m²

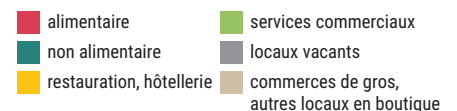
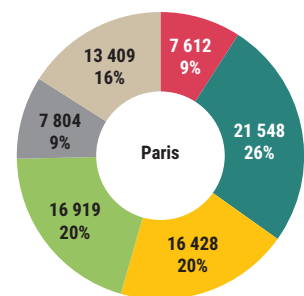
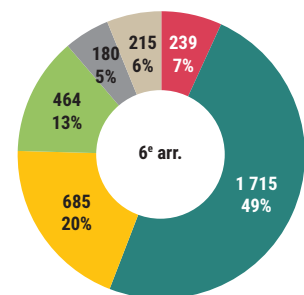
Marchés couverts

- Saint Germain, 8 rue Lobineau, 41 boutiques, 4600 m²

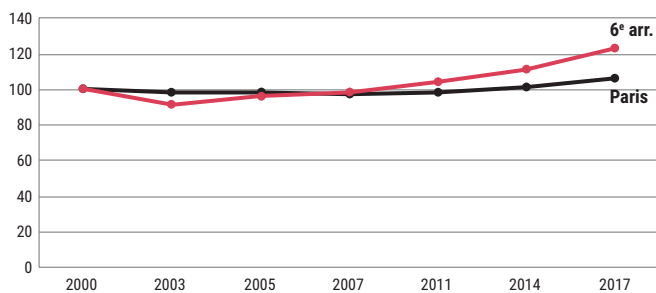
Marchés découverts

- Marché Biologique Raspail, bd Raspail, 45 emplacements
- Raspail, bd Raspail, 36 emplacements

STRUCTURE COMMERCIALE

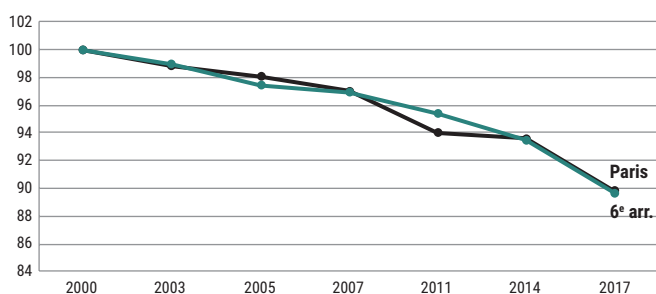


ALIMENTAIRE



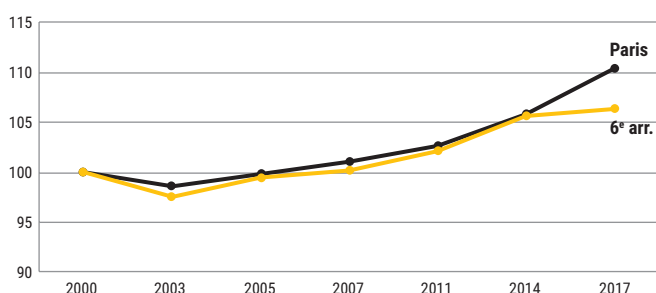
Année	6 ^e arr.	Paris
2000	194	7 160
2003	178	7 024
2005	188	7 082
2007	191	6 968
2011	202	7 031
2014	216	7 252
2017	239	7 612

NON ALIMENTAIRE



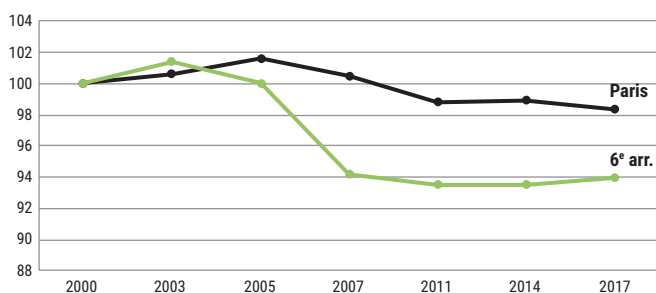
Année	6 ^e arr.	Paris
2000	1 913	23 992
2003	1 893	23 722
2005	1 864	23 530
2007	1 854	23 279
2011	1 824	22 557
2014	1 789	22 446
2017	1 715	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



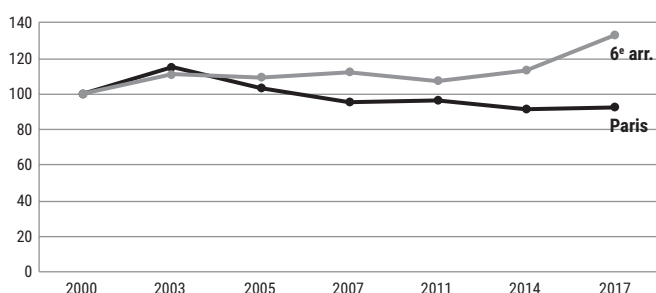
Année	6 ^e arr.	Paris
2000	644	14 891
2003	628	14 687
2005	641	14 875
2007	645	15 043
2011	658	15 274
2014	680	15 763
2017	685	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



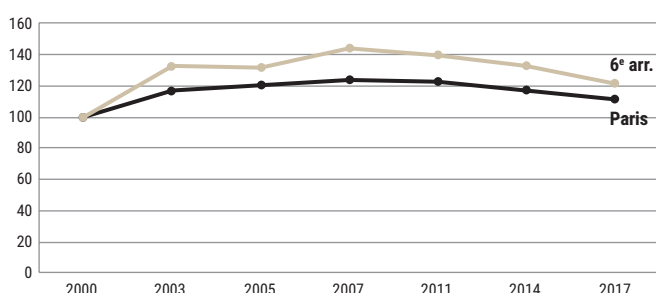
Année	6 ^e arr.	Paris
2000	494	17 206
2003	501	17 315
2005	494	17 485
2007	465	17 292
2011	462	17 003
2014	462	17 021
2017	464	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	6 ^e arr.	Paris
2000	135	8 396
2003	150	9 710
2005	148	8 665
2007	152	8 015
2011	145	8 089
2014	153	7 657
2017	180	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



Année	6 ^e arr.	Paris
2000	177	12 048
2003	235	14 091
2005	233	14 439
2007	254	14 875
2011	247	14 719
2014	235	14 106
2017	215	13 409

7^e arrondissement

L'appareil commercial du 7^e arrondissement est organisé autour de 2 principaux pôles : l'un à l'ouest, sur et aux alentours de la rue Cler avec la présence de nombreux commerces alimentaires

et aux abords de la rue Saint-Dominique avec des commerces de toute nature et d'équipement de la personne ; l'autre pôle à l'est, dans la continuation du 6^e arrondissement, autour de la rue du

Bac et du « Carré Rive Gauche », où se trouvent de très nombreux antiquaires et commerces d'équipement de la maison, et près du grand magasin de la rive gauche : Le Bon Marché.



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce (pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²

Centre commercial

Source : Bdcom - 2017

CHIFFRES CLÉS



2551 locaux en rez-de-chaussée

2122 commerces et services commerciaux



3,5 commerces et services pour 100 m de voie

4,3 en moyenne à Paris



38 commerces et services pour 1 000 habitants

28 en moyenne à Paris

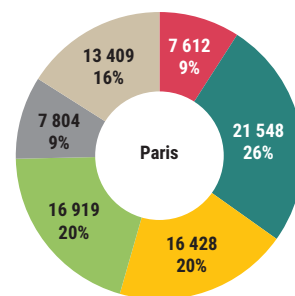
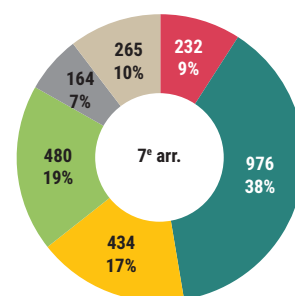
Plus grands commerces

- Le Bon Marché, 24 rue de Sèvres, 33917 m²
- La Grande Epicerie de Paris, 38 rue de Sèvres, 3665 m²
- The Conran Shop, 115 rue Bac, 1600 m²
- Monoprix, 37 rue du Bac, 1200 m²
- Renault, 2 rue du Général Bertrand, 1020 m²

Marchés découverts

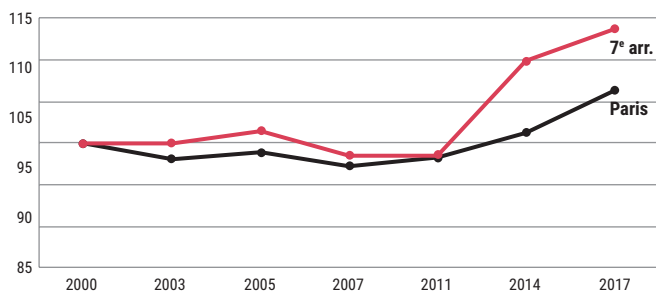
- Saxe-Breteuil, avenue de Saxe, 88 emplacements

STRUCTURE COMMERCIALE



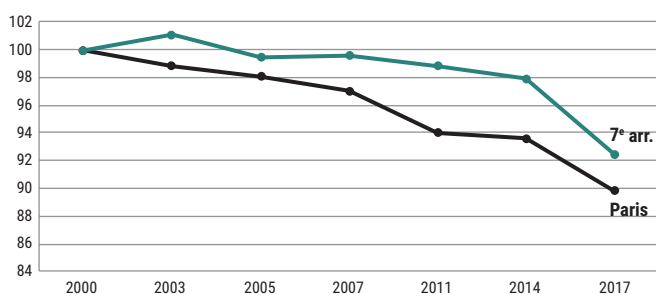
- alimentaire
- services commerciaux
- non alimentaire
- locaux vacants
- restauration, hôtellerie
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



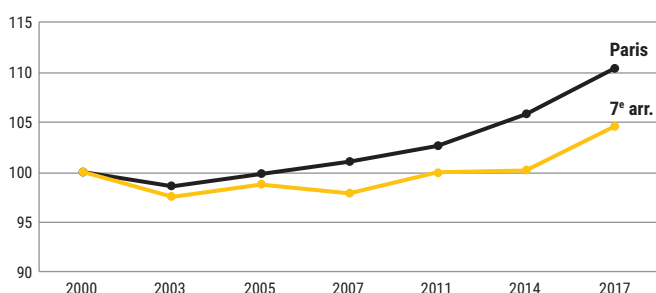
Année	7 ^e arr.	Paris
2000	204	7 160
2003	204	7 024
2005	207	7 082
2007	201	6 968
2011	201	7 031
2014	224	7 252
2017	232	7 612

NON ALIMENTAIRE



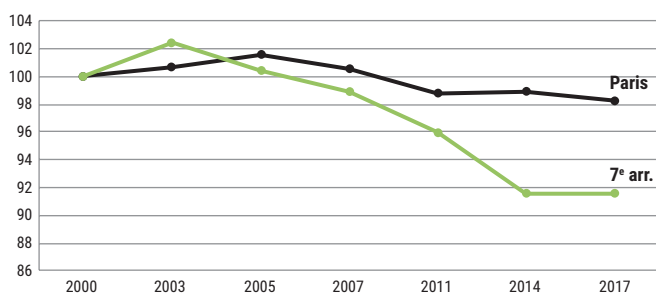
Année	7 ^e arr.	Paris
2000	1 056	23 992
2003	1 067	23 722
2005	1 050	23 530
2007	1 051	23 279
2011	1 044	22 557
2014	1 034	22 446
2017	976	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



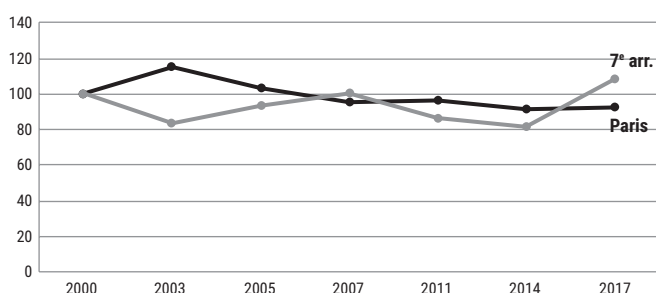
Année	7 ^e arr.	Paris
2000	415	14 891
2003	405	14 687
2005	410	14 875
2007	406	15 043
2011	415	15 274
2014	416	15 763
2017	434	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



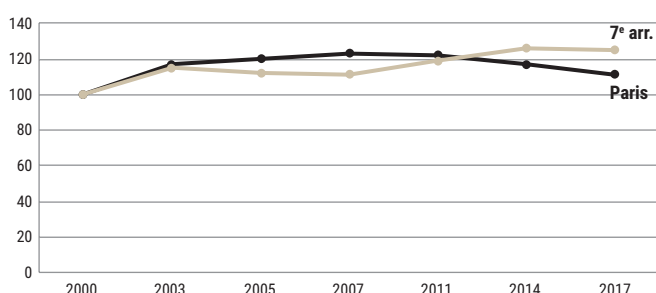
Année	7 ^e arr.	Paris
2000	524	17 206
2003	537	17 315
2005	526	17 485
2007	518	17 292
2011	503	17 003
2014	480	17 021
2017	480	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	7 ^e arr.	Paris
2000	151	8 396
2003	126	9 710
2005	141	8 665
2007	152	8 015
2011	131	8 089
2014	123	7 657
2017	164	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



Année	7 ^e arr.	Paris
2000	212	12 048
2003	244	14 091
2005	238	14 439
2007	236	14 875
2011	252	14 719
2014	267	14 106
2017	265	13 409

8^e arrondissement

L'appareil commercial du 8^e arrondissement est organisé autour de l'avenue des Champs-Élysées qui conserve son rang d'avenue commerciale la plus renommée de la capitale avec ses galeries

marchandes, ses grandes chaînes de magasins de vêtements et de parfumeries. La rue du Faubourg-Saint-Honoré et l'avenue Montaigne accompagnent et complètent cette offre commerciale

exceptionnelle dans le domaine du luxe. À l'inverse, l'offre commerciale est beaucoup moins forte dans la partie nord-ouest de l'arrondissement, dont le caractère est beaucoup plus résidentiel.



CHIFFRES CLÉS



3982 locaux en rez-de-chaussée
3442 commerces et services commerciaux



5,1 commerces et services pour 100 m de voie
4,3 en moyenne à Paris



90 commerces et services pour 1 000 habitants
28 en moyenne à Paris

Plus grands commerces

- Décathlon, 26 avenue de Wagram, 3300 m²
- Fauchon, 7 rue Vignon, 2500 m²
- FNAC, 74 avenue des Champs-Élysées, 2500 m²
- Health City, 76 avenue des Champs-Élysées, 2500 m²
- Adidas, 22 avenue des Champs-Élysées, 2385 m²
- Hermès, 24 rue du Faubourg Saint Honoré, 2196 m²

Principales galeries et centres commerciaux

- Le 66, 66 avenue des Champs-Élysées, 40 boutiques, 8000 m²
- Les Arcades du Lido, 76 avenue des Champs-Élysées, 40 boutiques
- Galerie des Champs, 84 avenue des Champs-Élysées, 23 boutiques, 7000 m²
- Gare Saint Lazare, 13 rue d'Amsterdam, 95 boutiques, 10000 m²

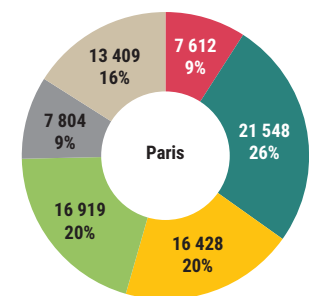
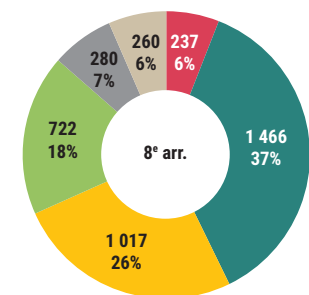
Marchés couverts

- Marché aux fleurs, place de la Madeleine

Marchés découverts

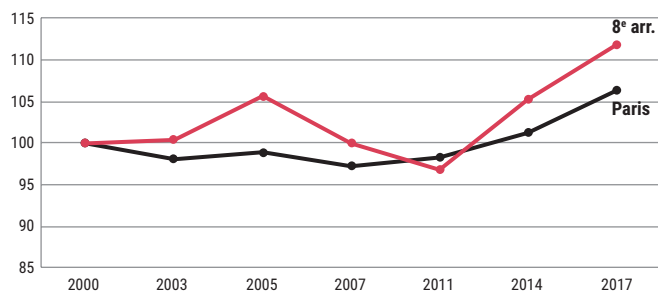
- Marché aux timbres, avenues de Marigny et Gabriel
- Aguesseau, place de la Madeleine, 5 emplacements

STRUCTURE COMMERCIALE



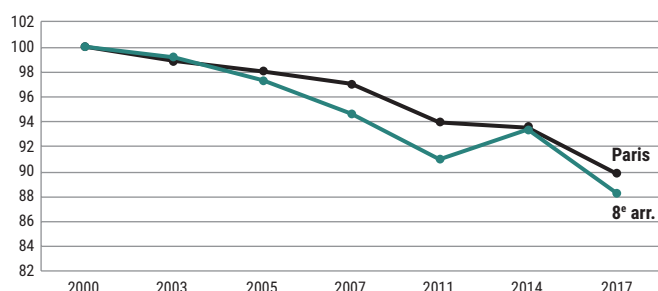
alimentaire
non alimentaire
restauration, hôtellerie
services commerciaux
locaux vacants
commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



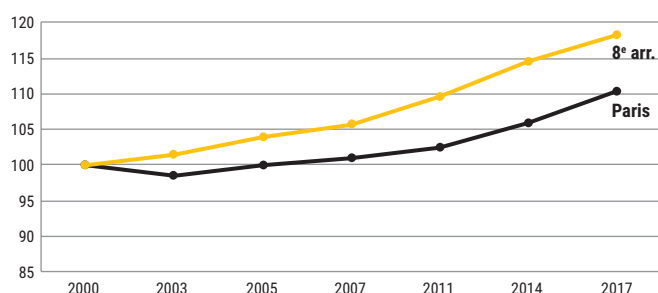
Année	8 ^e arr.	Paris
2000	212	7 160
2003	213	7 024
2005	224	7 082
2007	212	6 968
2011	205	7 031
2014	223	7 252
2017	237	7 612

NON ALIMENTAIRE



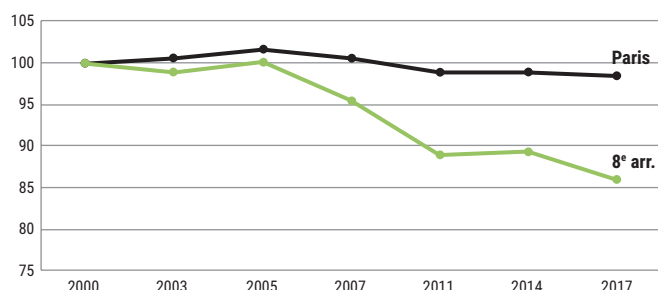
Année	8 ^e arr.	Paris
2000	1 660	23 992
2003	1 647	23 722
2005	1 615	23 530
2007	1 572	23 279
2011	1 510	22 557
2014	1 550	22 446
2017	1 466	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



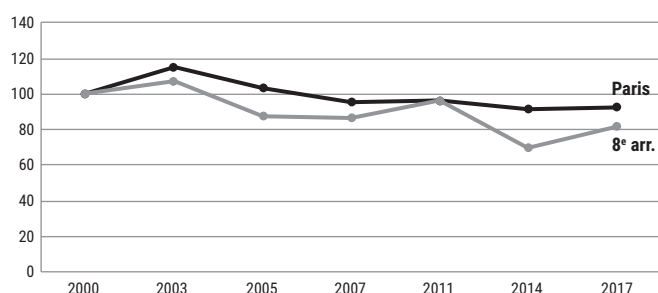
Année	8 ^e arr.	Paris
2000	860	14 891
2003	873	14 687
2005	893	14 875
2007	908	15 043
2011	942	15 274
2014	985	15 763
2017	1 017	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



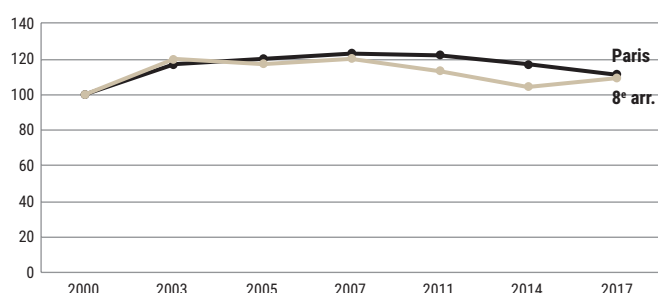
Année	8 ^e arr.	Paris
2000	840	17 206
2003	831	17 315
2005	841	17 485
2007	802	17 292
2011	746	17 003
2014	751	17 021
2017	722	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	8 ^e arr.	Paris
2000	342	8 396
2003	368	9 710
2005	299	8 665
2007	296	8 015
2011	329	8 089
2014	238	7 657
2017	280	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



Année	8 ^e arr.	Paris
2000	238	12 048
2003	285	14 091
2005	280	14 439
2007	287	14 875
2011	270	14 719
2014	249	14 106
2017	260	13 409

9^e arrondissement

Le 9^e arrondissement possède un appareil commercial riche et varié dans sa structure, équivalent à celui de Paris. Il accueille sur le boulevard Haussmann, axe commercial majeur de la capitale,

les deux grands magasins parisiens du « Printemps » et des « Galeries Lafayette ». Le nord-est de l'arrondissement, très résidentiel, dispose de rues « marché » bien achalandées (rue des

Martyrs). On recense aussi des pôles très spécialisés dans une activité particulière : vente d'instruments de musique, rue de Douai ; antiquaires et marchands de timbres autour de l'Hôtel Drouot...



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce (pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²



Source : Bdc.com - 2017

CHIFFRES CLÉS



- 4717** locaux en rez-de-chaussée
- 3705** commerces et services commerciaux



- 7,9** commerces et services pour 100 m de voie
- 4,3** en moyenne à Paris



- 62** commerces et services pour 1 000 habitants
- 28** en moyenne à Paris

Plus grands commerces

- Galeries Lafayette, 40 bd Haussmann, 66900 m²
- Printemps, 64 bd Haussmann, 47459 m²
- Galeries Lafayette Maison, 33 bd Haussmann, 10411 m²
- Printemps de l'Homme, 62 bd Haussmann, 7600 m²
- Citadium, 108 rue de Provence, 7477 m²
- C & A, 45 bd Haussmann, 5885 m²

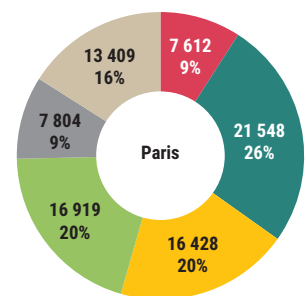
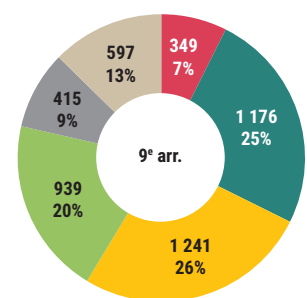
Principales galeries et centres commerciaux

- Passage du Havre, 109 rue Saint Lazare, 40 boutiques, 20900 m²
- Passage Jouffroy, 10 bd Montmartre, 27 boutiques
- Passage Verdeau, 31 bis rue du Faubourg Montmartre, 25 boutiques

Marchés découverts

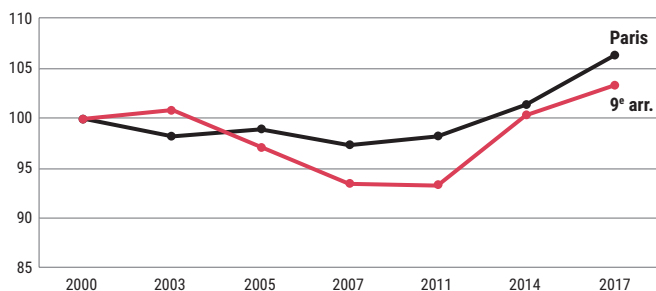
- Anvers, place d'Anvers, 23 emplacements

STRUCTURE COMMERCIALE



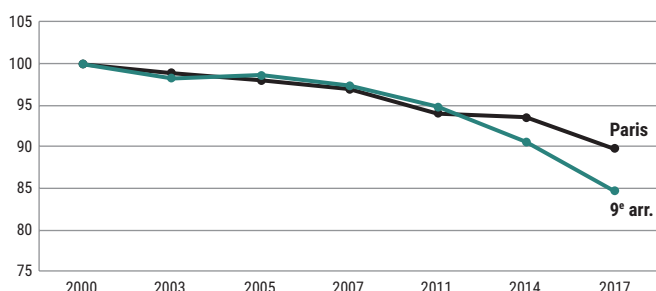
- alimentaire
- non alimentaire
- restauration, hôtellerie
- services commerciaux
- locaux vacants
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



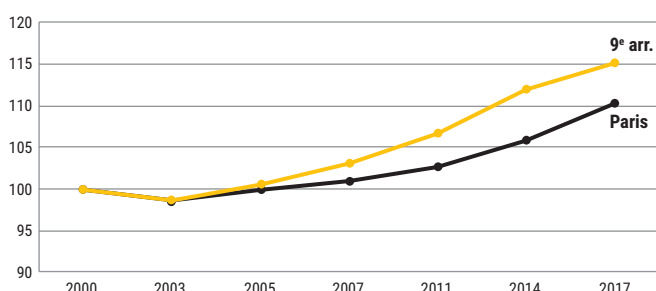
Année	9 ^e arr.	Paris
2000	338	7 160
2003	341	7 024
2005	328	7 082
2007	316	6 968
2011	315	7 031
2014	339	7 252
2017	349	7 612

NON ALIMENTAIRE



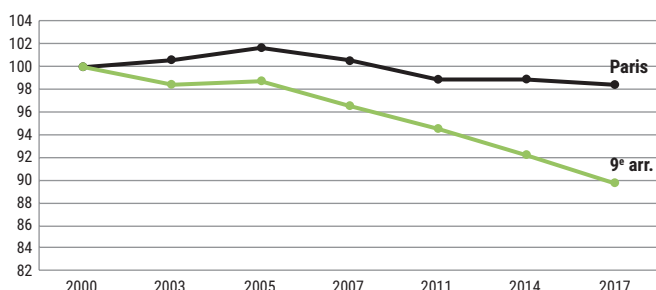
Année	9 ^e arr.	Paris
2000	1 390	23 992
2003	1 366	23 722
2005	1 370	23 530
2007	1 354	23 279
2011	1 317	22 557
2014	1 260	22 446
2017	1 176	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



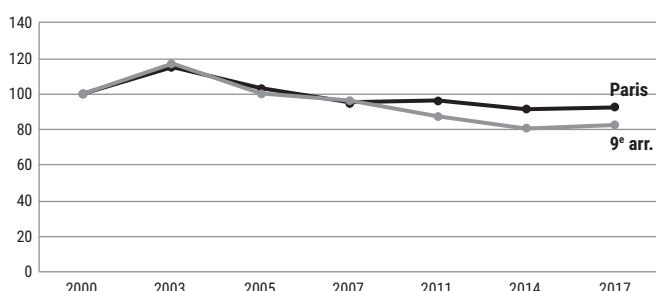
Année	9 ^e arr.	Paris
2000	1 078	14 891
2003	1 064	14 687
2005	1 084	14 875
2007	1 111	15 043
2011	1 150	15 274
2014	1 207	15 763
2017	1 241	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



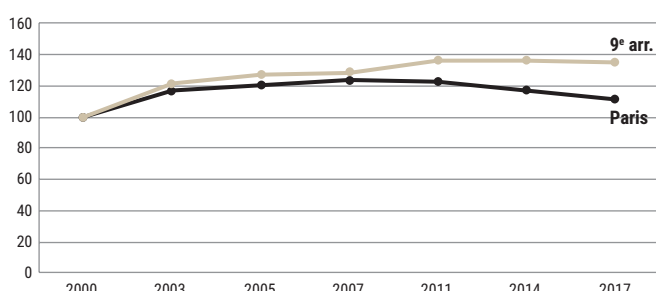
Année	9 ^e arr.	Paris
2000	1 046	17 206
2003	1 030	17 315
2005	1 033	17 485
2007	1 009	17 292
2011	988	17 003
2014	965	17 021
2017	939	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	9 ^e arr.	Paris
2000	502	8 396
2003	589	9 710
2005	503	8 665
2007	485	8 015
2011	442	8 089
2014	406	7 657
2017	415	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



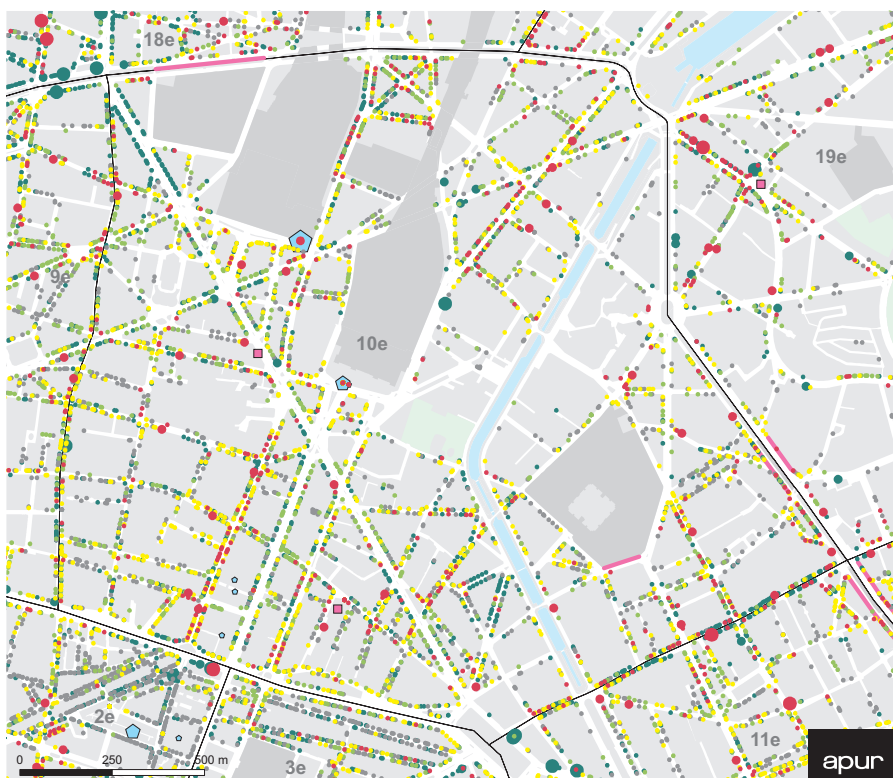
Année	9 ^e arr.	Paris
2000	443	12 048
2003	540	14 091
2005	562	14 439
2007	570	14 875
2011	604	14 719
2014	605	14 106
2017	597	13 409

10^e arrondissement

Le 10^e arrondissement propose un commerce à la fois important et diversifié, notamment pour l'alimentaire, mais également marqué par des spécialisations locales souvent exclusives. Le commerce

de gros d'habillement et de textile, présente au sud, diminue progressivement ; plus au centre de l'arrondissement, le boulevard de Strasbourg accueille les coiffeurs et les boutiques de soins du

corps ; les services commerciaux s'installent le long du boulevard Magenta tandis que le nord de l'arrondissement s'est spécialisé dans la vente de produits en provenance du continent indien.



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce *(pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)*

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²

Centre commercial

Source : Bdcom - 2017

CHIFFRES CLÉS



- 5018** locaux en rez-de-chaussée
- 3585** commerces et services commerciaux



- 6,9** commerces et services pour 100 m de voie
- 4,3** en moyenne à Paris



- 39** commerces et services pour 1 000 habitants
- 28** en moyenne à Paris

Plus grands commerces

- Peugeot, 184 rue du Faubourg Saint Martin, 1928 m²
- Paris Store, 3 bd de la Villette, 850 m²
- Lidl, 53 bd de la Villette, 846 m²
- Monoprix, 91 rue du Faubourg Saint Denis, 801 m²
- Franprix, 16 rue Bouchardon, 700 m²

Principales galeries et centres commerciaux

- Gare du Nord, 10 rue de Dunkerque, 110 boutiques, 8000 m²
- Gare de l'Est, 4 rue du Huit Mai 1945, 47 boutiques, 5400 m²

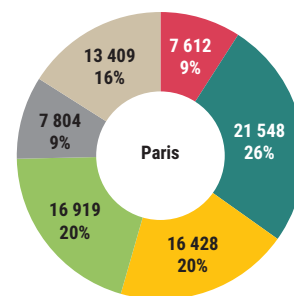
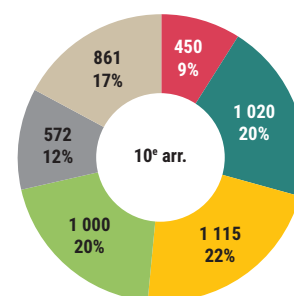
Marchés couverts

- Saint Quentin, 85 bis bd de Magenta, 42 boutiques
- Saint Martin, 31 rue du Château d'eau, 19 boutiques

Marchés découverts

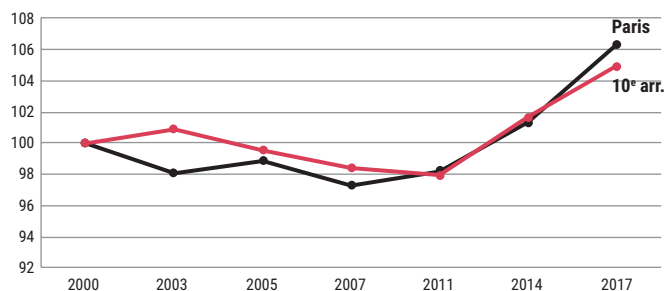
- Alibert, rue Alibert, 12 emplacements

STRUCTURE COMMERCIALE



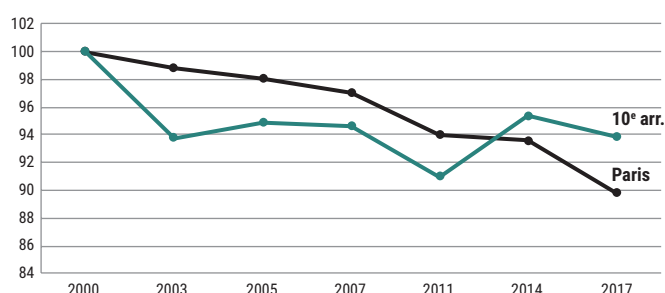
- alimentaire
- services commerciaux
- non alimentaire
- locaux vacants
- restauration, hôtellerie
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



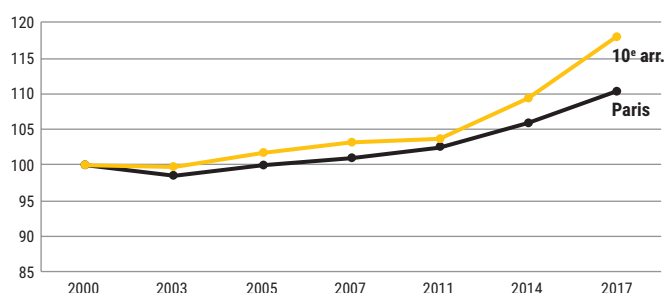
Année	10 ^e arr.	Paris
2000	429	7 160
2003	433	7 024
2005	427	7 082
2007	422	6 968
2011	420	7 031
2014	436	7 252
2017	450	7 612

NON ALIMENTAIRE



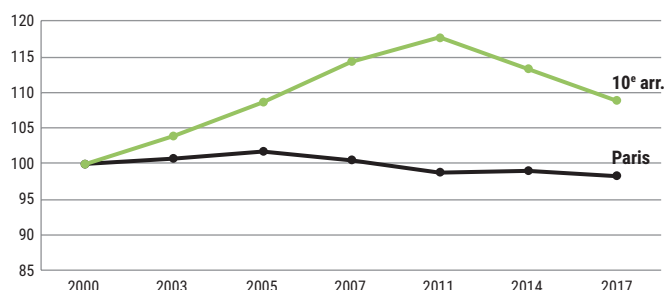
Année	10 ^e arr.	Paris
2000	1 087	23 992
2003	1 019	23 722
2005	1 032	23 530
2007	1 029	23 279
2011	989	22 557
2014	1 037	22 446
2017	1 020	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



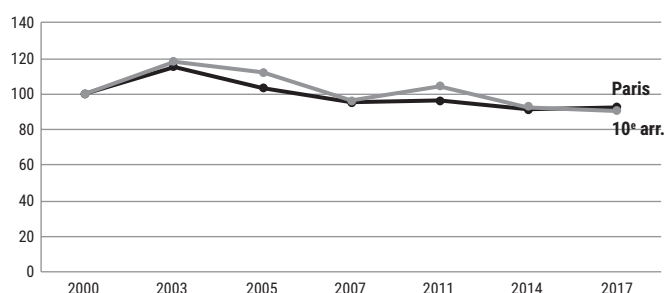
Année	10 ^e arr.	Paris
2000	945	14 891
2003	943	14 687
2005	962	14 875
2007	975	15 043
2011	979	15 274
2014	1 034	15 763
2017	1 115	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



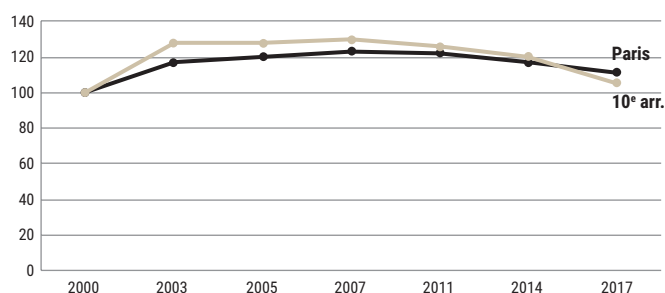
Année	10 ^e arr.	Paris
2000	919	17 206
2003	956	17 315
2005	998	17 485
2007	1 051	17 292
2011	1 082	17 003
2014	1 041	17 021
2017	1 000	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	10 ^e arr.	Paris
2000	629	8 396
2003	745	9 710
2005	709	8 665
2007	606	8 015
2011	657	8 089
2014	584	7 657
2017	572	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



Année	10 ^e arr.	Paris
2000	814	12 048
2003	1 046	14 091
2005	1 040	14 439
2007	1 057	14 875
2011	1 026	14 719
2014	978	14 106
2017	861	13 409

11^e arrondissement

Très commerçant, le 11^e arrondissement l'est surtout aux abords des places et des grandes voies : boulevard Voltaire, rues de la Roquette... Le principal pôle, situé place de la Bastille et rue du Faubourg

Saint-Antoine est devenu très tendance avec de nombreux cafés et restaurants (rue de Lappe, rue de la Roquette) et de grandes enseignes de prêt-à-porter. Début 1990, le commerce de gros de

textile apparaît dans le centre de l'arrondissement, motivant une action de la Ville, via la SEMAEST, afin de réduire cette activité. Aujourd'hui, le nombre de commerces de gros diminue.



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce (pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- - - linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²



Source : Bdc.com - 2017

CHIFFRES CLÉS



6945 locaux en rez-de-chaussée

4611 commerces et services commerciaux



5,9 commerces et services pour 100 m de voie

4,3 en moyenne à Paris



30 commerces et services pour 1 000 habitants

28 en moyenne à Paris

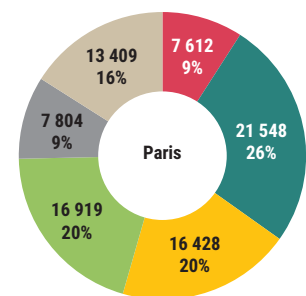
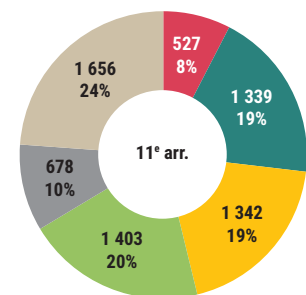
Plus grands commerces

- Monoprix, 99 rue du Faubourg Saint Antoine, 2434 m²
- Go Sport, 2 rue du Faubourg du Temple, 2400 m²
- Saint Maclou, 48 rue de Malte, 2300 m²
- Monoprix, 166 avenue Ledru Rollin, 2078 m²
- Monoprix, 70 rue du Faubourg du Temple, 2027 m²
- Conforama, 71 avenue Philippe Auguste, 2000 m²

Marchés découverts

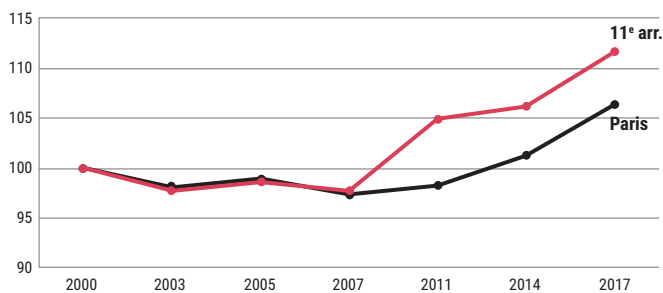
- Bastille, bd Richard Lenoir, 110 emplacements
- Belleville, bd de Belleville, 88 emplacements
- Charonne, bd de Charonne, 69 emplacements
- Père Lachaise, bd de Ménilmontant, 13 emplacements
- Popincourt, bd Richard Lenoir, 63 emplacements
- Marché de la Création, bd Richard Lenoir

STRUCTURE COMMERCIALE



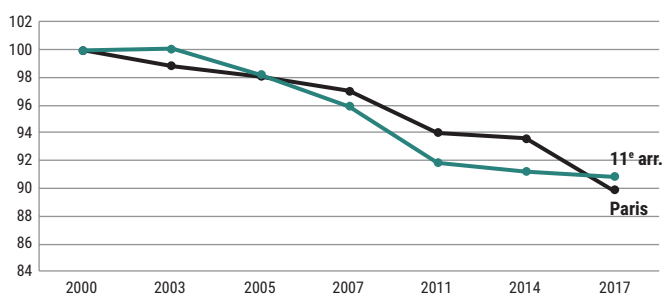
- alimentaire
- services commerciaux
- non alimentaire
- locaux vacants
- restauration, hôtellerie
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



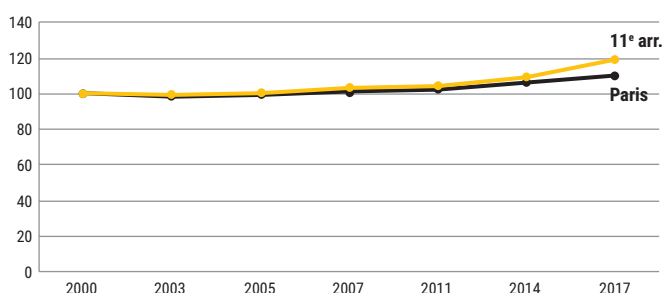
Année	11 ^e arr.	Paris
2000	472	7 160
2003	461	7 024
2005	465	7 082
2007	461	6 968
2011	495	7 031
2014	501	7 252
2017	527	7 612

NON ALIMENTAIRE



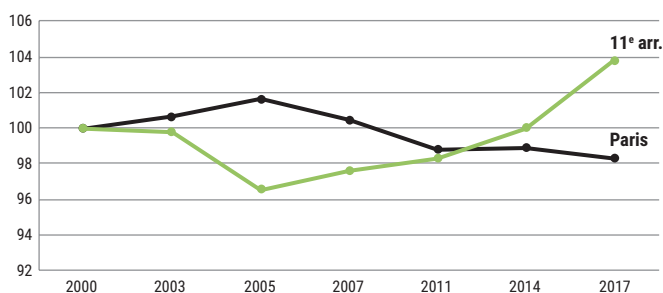
Année	11 ^e arr.	Paris
2000	1 474	23 992
2003	1 475	23 722
2005	1 448	23 530
2007	1 414	23 279
2011	1 353	22 557
2014	1 344	22 446
2017	1 339	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



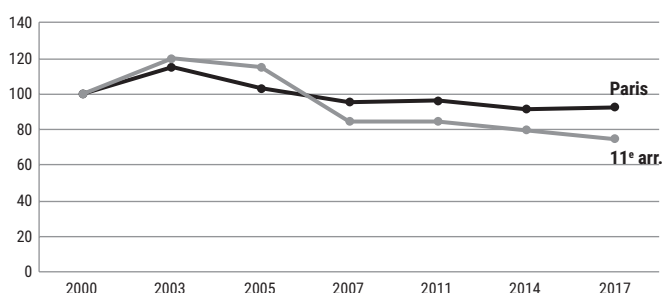
Année	11 ^e arr.	Paris
2000	1 129	14 891
2003	1 123	14 687
2005	1 138	14 875
2007	1 170	15 043
2011	1 182	15 274
2014	1 236	15 763
2017	1 342	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



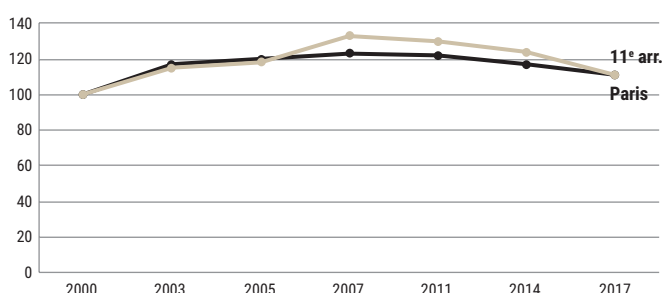
Année	11 ^e arr.	Paris
2000	1 352	17 206
2003	1 349	17 315
2005	1 305	17 485
2007	1 319	17 292
2011	1 329	17 003
2014	1 352	17 021
2017	1 403	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	11 ^e arr.	Paris
2000	906	8 396
2003	1 085	9 710
2005	1 047	8 665
2007	764	8 015
2011	765	8 089
2014	726	7 657
2017	678	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



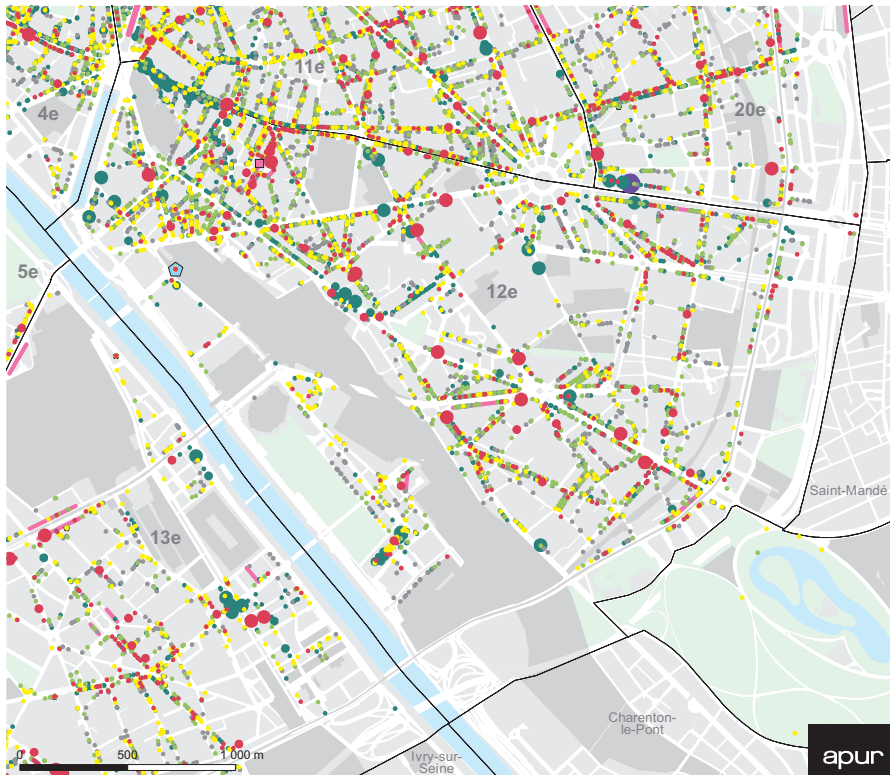
Année	11 ^e arr.	Paris
2000	1 484	12 048
2003	1 709	14 091
2005	1 757	14 439
2007	1 974	14 875
2011	1 931	14 719
2014	1 834	14 106
2017	1 656	13 409

12^e arrondissement

Le 12^e arrondissement, malgré une faible densité de commerces, présente une activité dynamique : le faubourg Saint-Anthoine a perdu sa spécificité liée au meuble au profit des restaurants tendances et

des enseignes de mode, tandis que l'artisanat d'art se développait sous la promenade plantée de l'avenue Daumesnil et que le commerce de matériel informatique investissait la rue Montgallet.

Enfin, une nouvelle polarité est apparue autour de « Bercy-Village ». Outre ces zones très actives, le 12^e dispose d'un réseau commercial dense, comparé avec les arrondissements limitrophes.



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce (pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²



Source : Bdc.com - 2017

CHIFFRES CLÉS



- 4449 locaux en rez-de-chaussée
- 3322 commerces et services commerciaux



- 3,5 commerces et services pour 100 m de voie
- 4,3 en moyenne à Paris



- 23 commerces et services pour 1 000 habitants
- 28 en moyenne à Paris

Plus grands commerces

- Leroy Merlin, 139 avenue Daumesnil, 10000 m²
- Soubrier, 14 rue de Reuilly, 3000 m²
- FNAC, 53 cour Saint Emilion, 2800 m²
- Mr Bricolage, 34 rue de Reuilly, 2517 m²
- Go Sport, 135 avenue Daumesnil, 2500 m²

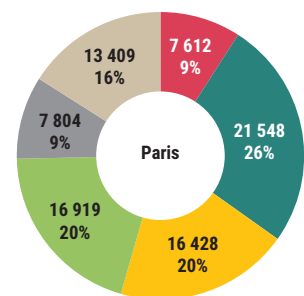
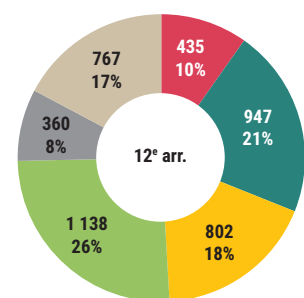
Principales galeries et centres commerciaux

- Gare de Lyon, 2 place Louis Armand, 60 boutiques
- Bercy Village, cour Saint Emilion, 43 boutiques, 26500 m²

Marchés découverts

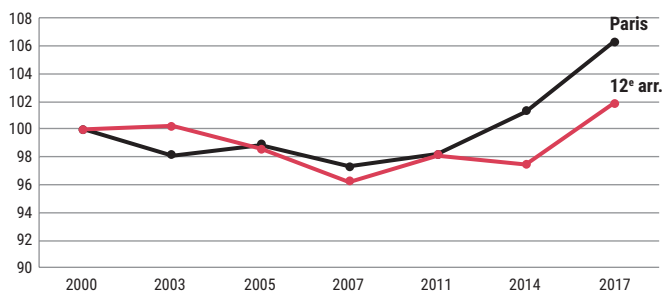
- Bercy, place Lachambeaudie, 15 emplacements
- Cours de Vincennes, cours de Vincennes, 97 emplacements
- Daumesnil, rue de Reuilly, 91 emplacements
- Ledru Rollin, avenue Ledru Rollin, 12 emplacements
- Beauvau, place et rue d'Aligre, 87 emplacements
- Porte Dorée, avenue Daumesnil, 33 emplacements
- Saint Eloi, rue de Reuilly, 12 emplacements

STRUCTURE COMMERCIALE



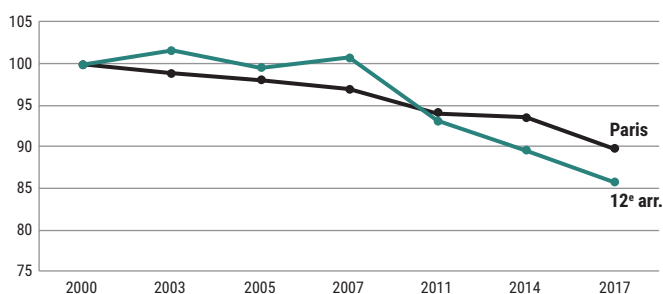
- alimentaire
- non alimentaire
- restauration, hôtellerie
- services commerciaux
- locaux vacants
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



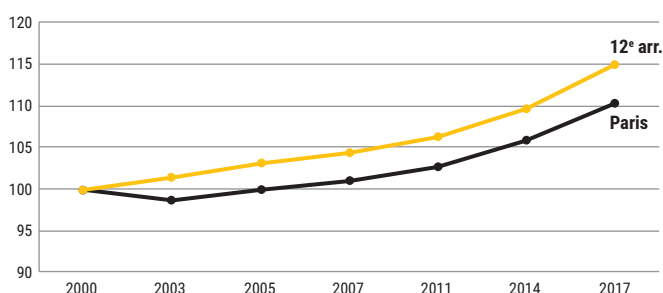
Année	12 ^e arr.	Paris
2000	427	7 160
2003	428	7 024
2005	421	7 082
2007	411	6 968
2011	419	7 031
2014	416	7 252
2017	435	7 612

NON ALIMENTAIRE



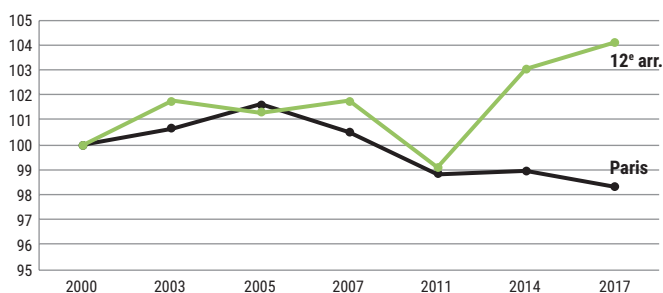
Année	12 ^e arr.	Paris
2000	1 105	23 992
2003	1 123	23 722
2005	1 100	23 530
2007	1 113	23 279
2011	1 029	22 557
2014	990	22 446
2017	947	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



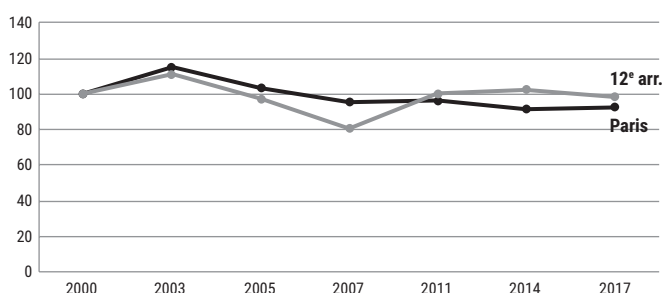
Année	12 ^e arr.	Paris
2000	698	14 891
2003	707	14 687
2005	720	14 875
2007	728	15 043
2011	742	15 274
2014	765	15 763
2017	802	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



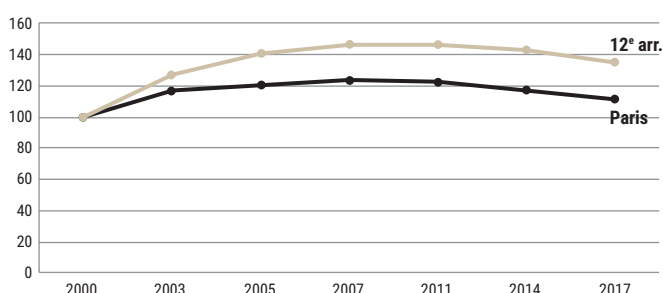
Année	12 ^e arr.	Paris
2000	1 093	17 206
2003	1 112	17 315
2005	1 107	17 485
2007	1 112	17 292
2011	1 083	17 003
2014	1 126	17 021
2017	1 138	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	12 ^e arr.	Paris
2000	366	8 396
2003	407	9 710
2005	355	8 665
2007	294	8 015
2011	367	8 089
2014	376	7 657
2017	360	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



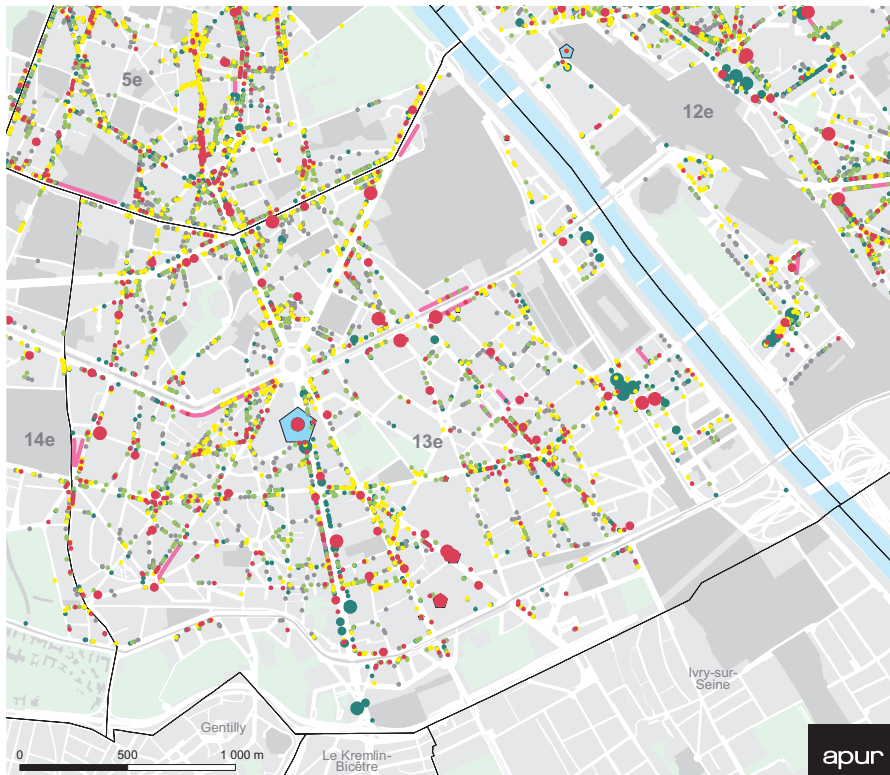
Année	12 ^e arr.	Paris
2000	568	12 048
2003	724	14 091
2005	799	14 439
2007	834	14 875
2011	830	14 719
2014	810	14 106
2017	767	13 409

13^e arrondissement

L'appareil commercial formé de grands établissements qui se sont implantés au moment des grandes opérations d'urbanisme, explique la faible densité commerciale du 13^e arrondissement par

rapport au reste de Paris. C'est le cas de la place d'Italie, avec le centre commercial « Italie Deux », le cas du quartier des portes d'Ivry et de Choisy avec le centre « Massena 13 » et beaucoup plus récem-

ment dans le quartier Paris-Rive-Gauche, sur l'avenue de France. Les commerces alimentaires et de proximité sont, en revanche très présents, et complétés par plusieurs marchés découverts.



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce (pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²



Source : Bdcom - 2017

CHIFFRES CLÉS



3566 locaux en rez-de-chaussée

2609 commerces et services commerciaux



2,4 commerces et services pour 100 m de voie

4,3 en moyenne à Paris



14 commerces et services pour 1 000 habitants

28 en moyenne à Paris

Plus grands commerces

- Géant Casino, 13 place de Vénétie, 7253 m²
- Printemps, 30 avenue d'Italie, 6000 m²
- Carrefour Market, 30 avenue d'Italie, 3500 m²
- Décathlon, 1 rue de Tolbiac, 3459 m²
- Monoprix, 87 avenue d'Italie, 2991 m²
- Monoprix, 123 bd Vincent Auriol, 2962 m²

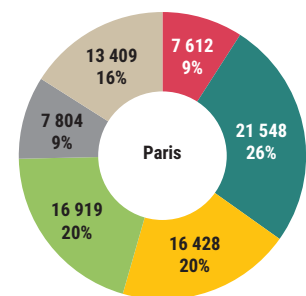
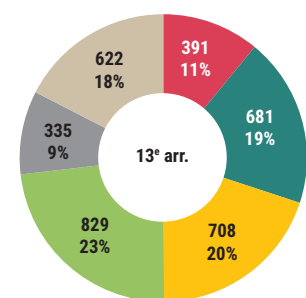
Principales galeries et centres commerciaux

- Italie Deux, 30 avenue d'Italie, 129 boutiques, 56000 m²
- Masséna 13, 13 place de Vénétie, 44 boutiques, 26000 m²
- Gare d'Austerlitz, 55 quai d'Austerlitz, 15 boutiques

Marchés découverts

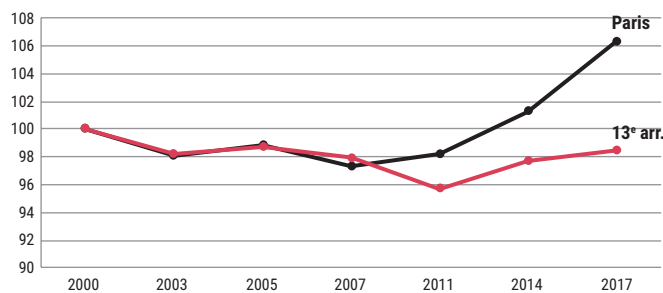
- Alésia, rue de la Glacière, 24 emplacements
- Auguste Blanqui, bd Auguste Blanqui, 75 emplacements
- Bobillot, rue Bobillot, 11 emplacements
- Jeanne d'Arc, place Jeanne d'Arc, 37 emplacements
- Maison Blanche, avenue d'Italie, 44 emplacements
- Paris Rive-Gauche, rue Jean Anouilh, 10 emplacements
- Salpêtrière, bd de l'Hôpital, 6 emplacements
- Vincent Auriol, bd Vincent Auriol, 40 emplacements

STRUCTURE COMMERCIALE



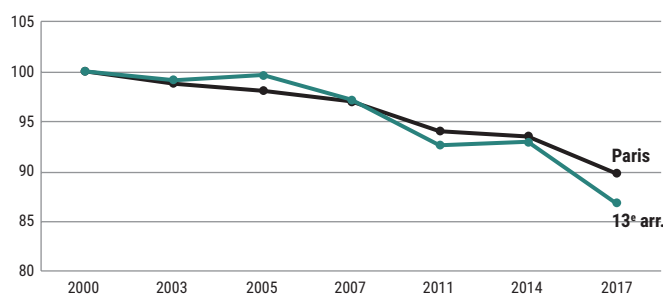
- alimentaire
- services commerciaux
- non alimentaire
- locaux vacants
- restauration, hôtellerie
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



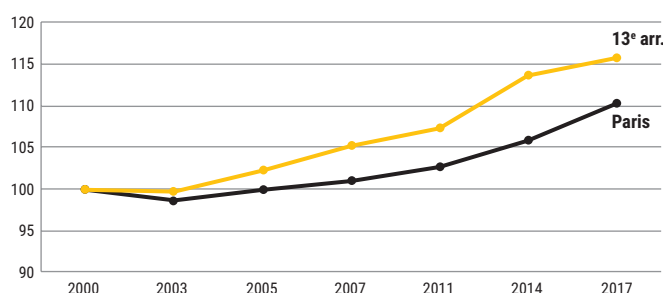
Année	13 ^e arr.	Paris
2000	397	7 160
2003	390	7 024
2005	392	7 082
2007	389	6 968
2011	380	7 031
2014	388	7 252
2017	391	7 612

NON ALIMENTAIRE



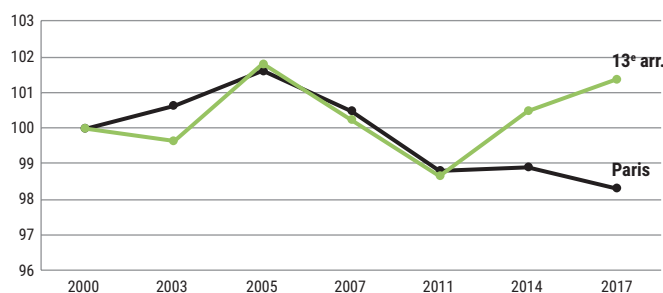
Année	13 ^e arr.	Paris
2000	784	23 992
2003	778	23 722
2005	781	23 530
2007	762	23 279
2011	726	22 557
2014	729	22 446
2017	681	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



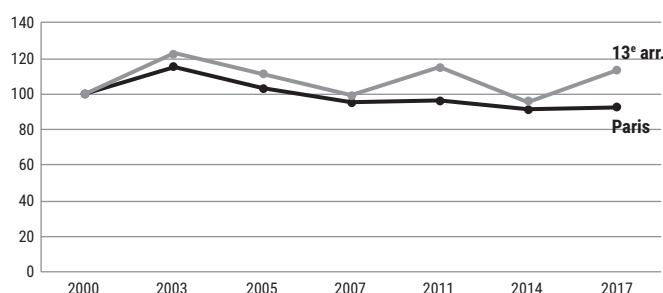
Année	13 ^e arr.	Paris
2000	612	14 891
2003	610	14 687
2005	626	14 875
2007	644	15 043
2011	657	15 274
2014	696	15 763
2017	708	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



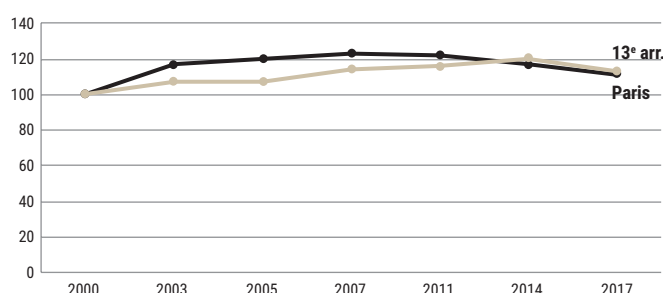
Année	13 ^e arr.	Paris
2000	818	17 206
2003	815	17 315
2005	833	17 485
2007	820	17 292
2011	807	17 003
2014	822	17 021
2017	829	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	13 ^e arr.	Paris
2000	295	8 396
2003	363	9 710
2005	328	8 665
2007	293	8 015
2011	339	8 089
2014	282	7 657
2017	335	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



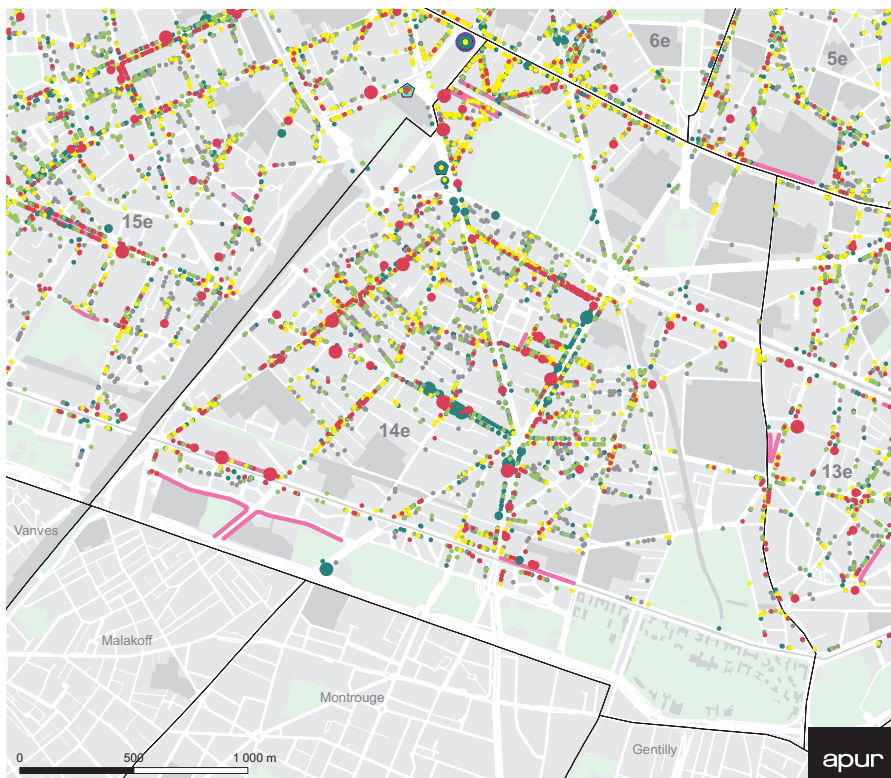
Année	13 ^e arr.	Paris
2000	551	12 048
2003	594	14 091
2005	591	14 439
2007	630	14 875
2011	639	14 719
2014	662	14 106
2017	622	13 409

14^e arrondissement

Le 14^e arrondissement est constitué d'artères et de pôles très commerçants : Montparnasse, tourné vers les loisirs et la restauration ; le carrefour Alésia et l'avenue du Général Leclerc qui re-

groupent grandes enseignes ou petits indépendants liés à la mode ; le nord de la rue Raymond Losserand avec des commerces assez variés ; enfin, la rue Daguerre et son célèbre marché très ani-

mé. Certaines zones à l'est sont toutefois assez mal desservies et accueillent de grandes emprises d'équipements (hôpitaux), aux abords du Parc Montsouris où autour du boulevard Arago.



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce (pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²

Centre commercial

Source : Bdcom - 2017

CHIFFRES CLÉS



3781 locaux en rez-de-chaussée

2776 commerces et services commerciaux



3,2 commerces et services pour 100 m de voie

4,3 en moyenne à Paris



20 commerces et services pour 1 000 habitants

28 en moyenne à Paris

Plus grands commerces

- Monoprix, 31 rue du Départ, 4995 m²
- Go Sport, 33 avenue de la Porte de Châtillon, 3000 m²
- Simply Market, 73 bd Brune, 2309 m²
- Carrefour Market, 102 avenue du Général Leclerc, 1817 m²
- Monoprix, 54 avenue du Général Leclerc, 1595 m²
- Franprix, 53 rue Raymond Losserand, 1563 m²

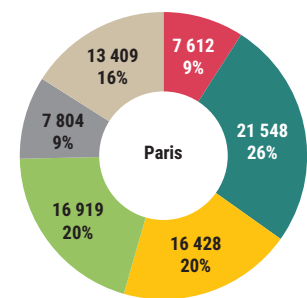
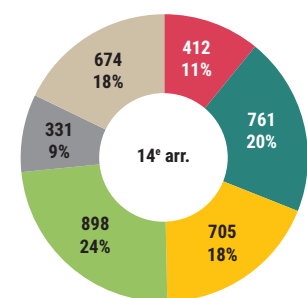
Principales galeries et centres commerciaux

- Gaité Montparnasse, 80 avenue du Maine, 24 boutiques, 13000 m²

Marchés découverts

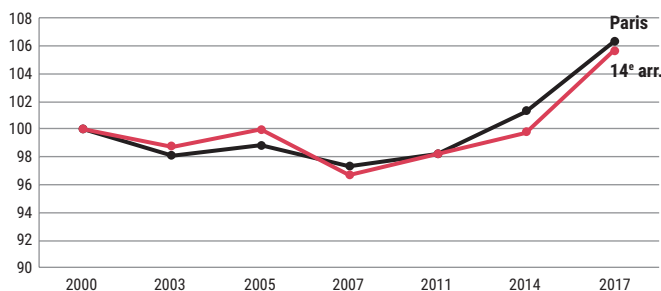
- Brune, bd Brune, 35 emplacements
- Edgar Quinet, bd Edgar Quinet, 57 emplacements
- Jourdan, bd Jourdan, 13 emplacements
- Marché Biologique Brancusi, place Constantin Brancusi, 6 emplacements
- Mouton-Duvernet, place Jacques Demy, 29 emplacements
- Villemain, avenue Villemain, 26 emplacements
- Marché de la Création, bd Edgar Quinet
- Puces de Vanves, avenue Georges Lafenestre

STRUCTURE COMMERCIALE



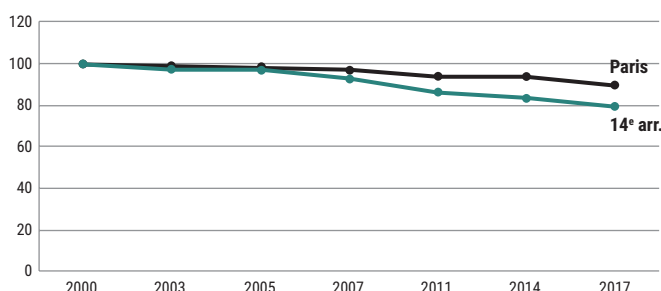
- alimentaire
- non alimentaire
- restauration, hôtellerie
- services commerciaux
- locaux vacants
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



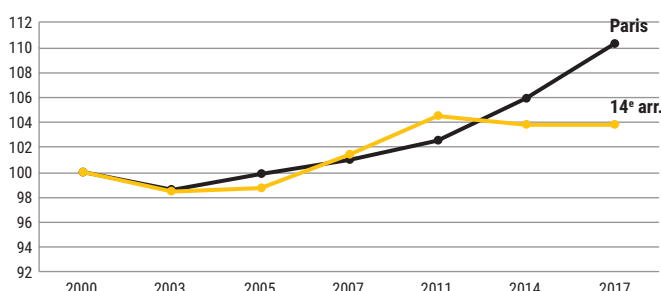
Année	14 ^e arr.	Paris
2000	390	7 160
2003	385	7 024
2005	390	7 082
2007	377	6 968
2011	383	7 031
2014	389	7 252
2017	412	7 612

NON ALIMENTAIRE



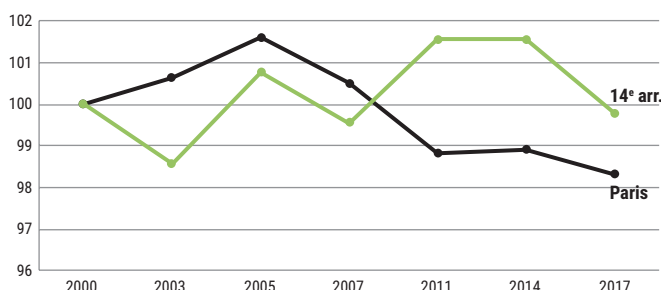
Année	14 ^e arr.	Paris
2000	961	23 992
2003	933	23 722
2005	930	23 530
2007	889	23 279
2011	830	22 557
2014	801	22 446
2017	761	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



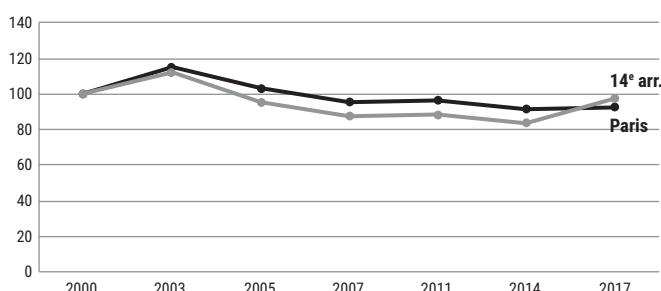
Année	14 ^e arr.	Paris
2000	679	14 891
2003	669	14 687
2005	670	14 875
2007	689	15 043
2011	710	15 274
2014	705	15 763
2017	705	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



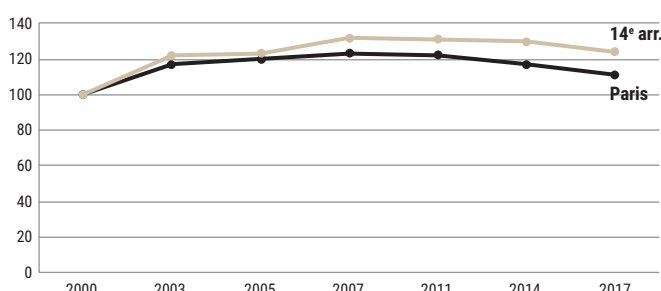
Année	14 ^e arr.	Paris
2000	900	17 206
2003	887	17 315
2005	907	17 485
2007	896	17 292
2011	914	17 003
2014	914	17 021
2017	898	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	14 ^e arr.	Paris
2000	341	8 396
2003	383	9 710
2005	327	8 665
2007	298	8 015
2011	302	8 089
2014	286	7 657
2017	331	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



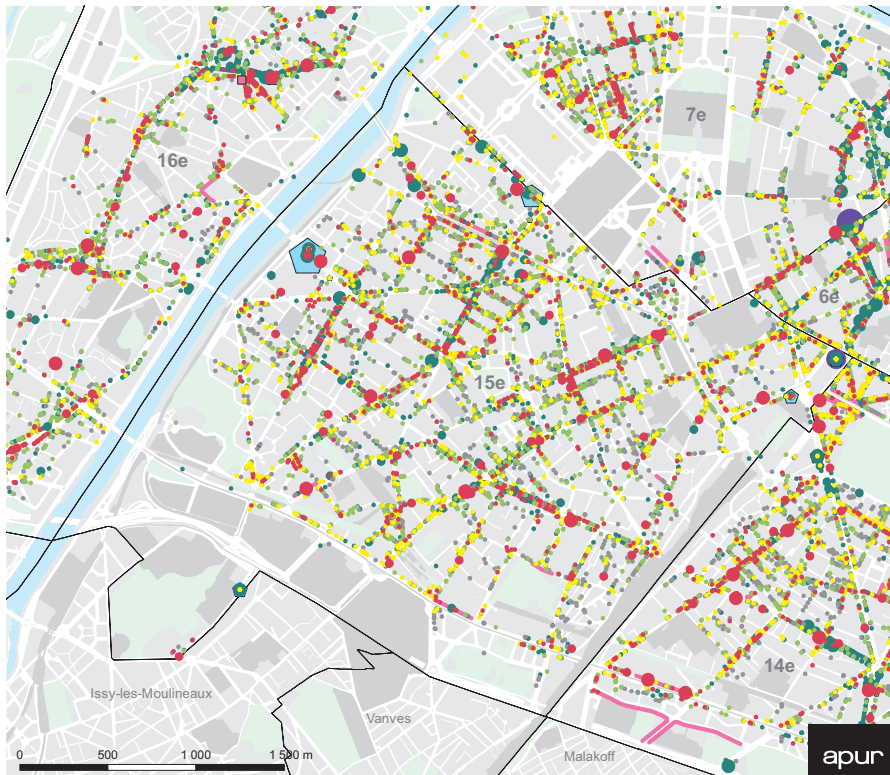
Année	14 ^e arr.	Paris
2000	545	12 048
2003	668	14 091
2005	673	14 439
2007	717	14 875
2011	714	14 719
2014	708	14 106
2017	674	13 409

15^e arrondissement

Arrondissement le plus peuplé de Paris, le 15^e possède un appareil commercial riche de commerces et services commerciaux de proximité qui s'implantent le long des voies les plus commerçantes

(rue Lecourbe, rue Saint-Charles...). Deux principaux pôles de destination sont à l'honneur: le quartier Montparnasse, avec le centre commercial Maine-Montparnasse où est implanté

le grand magasin des Galeries Lafayette et le centre commercial Beaugrenelle, rouvert à la fin de l'année 2013 et bénéficiant de la possibilité d'ouvrir le dimanche car implanté au sein d'une ZTI.



CHIFFRES CLÉS

- 6264** locaux en rez-de-chaussée
- 4714** commerces et services commerciaux
- 3,8** commerces et services pour 100 m de voie
- 4,3** en moyenne à Paris
- 20** commerces et services pour 1 000 habitants
- 28** en moyenne à Paris

Plus grands commerces

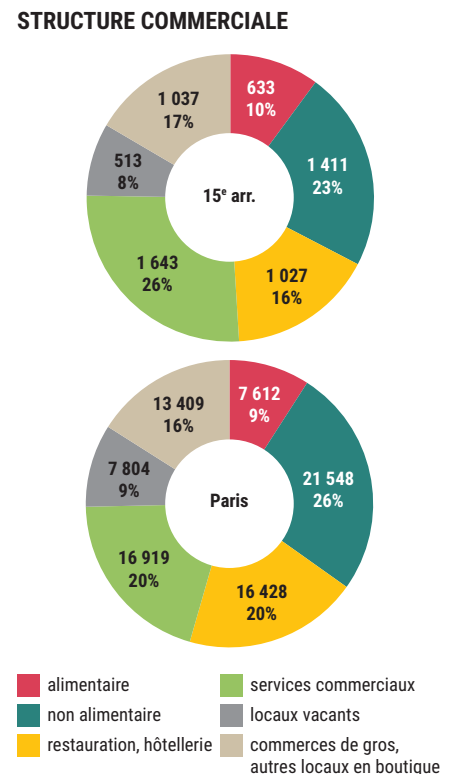
- Galeries Lafayette, 66 bd du Montparnasse, 9484 m²
- Marks & Spencer, 7 rue Linois, 4600 m²
- Monoprix, 340 rue de Vaugirard, 4100 m²
- Boulangier, 70 avenue Emile Zola, 4000 m²
- Castorama, 11 bd de Grenelle, 3960 m²
- Monoprix, 19 rue Linois, 3902 m²

Principales galeries et centres commerciaux

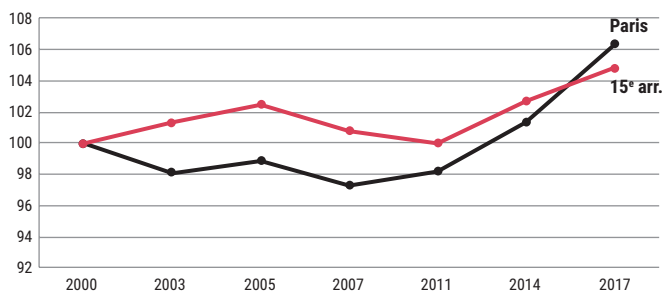
- Gare Montparnasse, 4 place Raoul Dautry, 67 boutiques, 9000 m²
- Maine-Montparnasse, 66 bd du Montparnasse, 54 boutiques, 35400 m²
- Beaugrenelle, 12 rue Linois, 50 boutiques, 50000 m²
- Village Suisse, 54 avenue de La Motte-Picquet, 22 boutiques

Marchés découverts

- Cervantes, rue Barque, 12 emplacements
- Convention, rue de la Convention, 62 emplacements
- Grenelle, bd de Grenelle, 67 emplacements
- Lecourbe, rue Lecourbe, 16 emplacements
- Lefebvre, bd Lefebvre, 13 emplacements
- Saint Charles, rue Saint Charles, 39 emplacements
- Georges Brassens (livres d'occasions), place Jacques Marette

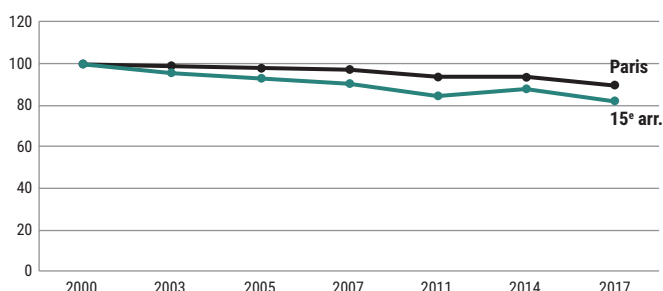


ALIMENTAIRE



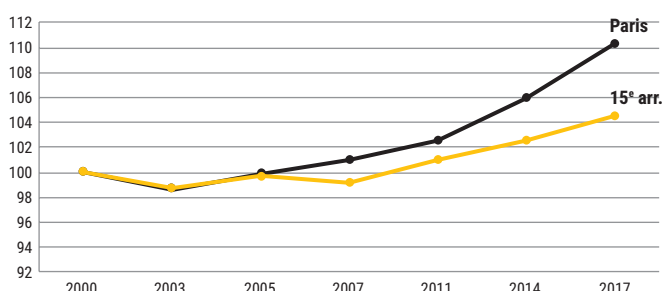
Année	15 ^e arr.	Paris
2000	604	7 160
2003	612	7 024
2005	619	7 082
2007	609	6 968
2011	604	7 031
2014	620	7 252
2017	633	7 612

NON ALIMENTAIRE



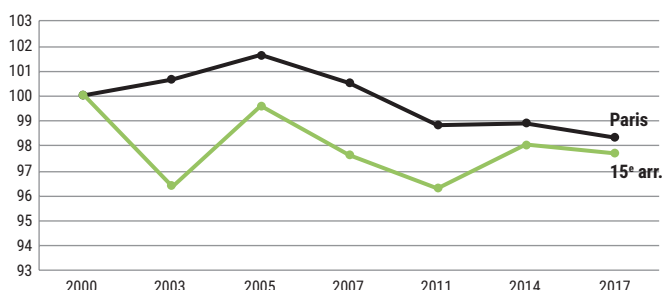
Année	15 ^e arr.	Paris
2000	1 718	23 992
2003	1 639	23 722
2005	1 591	23 530
2007	1 546	23 279
2011	1 443	22 557
2014	1 502	22 446
2017	1 411	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



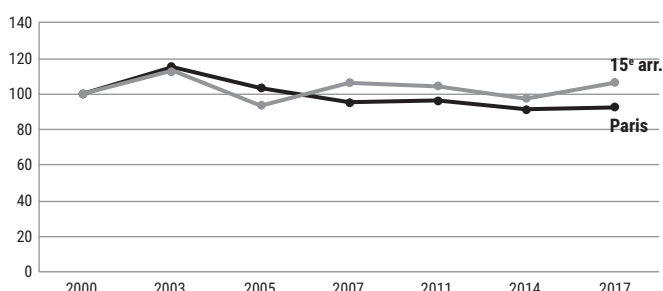
Année	15 ^e arr.	Paris
2000	983	14 891
2003	970	14 687
2005	980	14 875
2007	975	15 043
2011	993	15 274
2014	1 008	15 763
2017	1 027	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



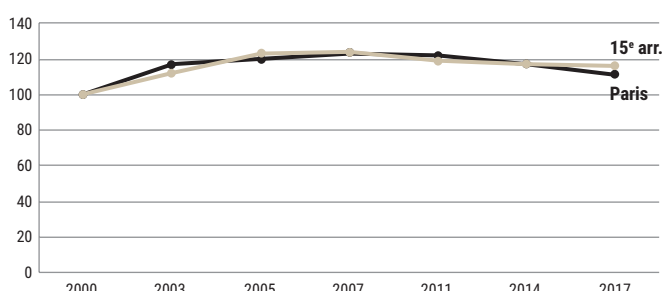
Année	15 ^e arr.	Paris
2000	1 682	17 206
2003	1 621	17 315
2005	1 676	17 485
2007	1 642	17 292
2011	1 620	17 003
2014	1 649	17 021
2017	1 643	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	15 ^e arr.	Paris
2000	481	8 396
2003	543	9 710
2005	452	8 665
2007	510	8 015
2011	503	8 089
2014	469	7 657
2017	513	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



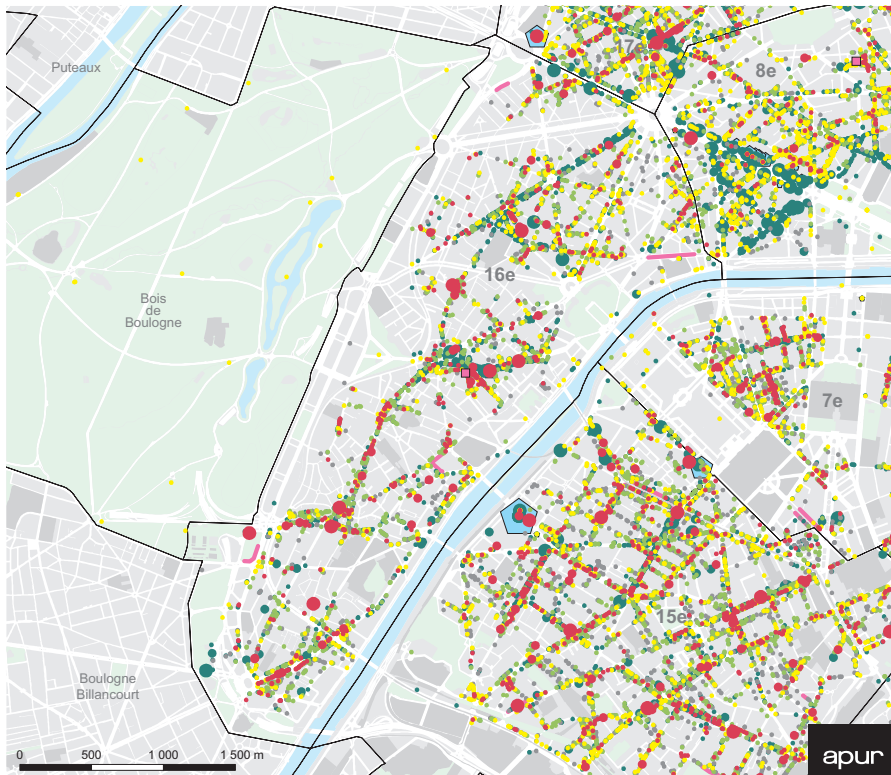
Année	15 ^e arr.	Paris
2000	893	12 048
2003	1 004	14 091
2005	1 103	14 439
2007	1 106	14 875
2011	1 063	14 719
2014	1 043	14 106
2017	1 037	13 409

16^e arrondissement

Le 16^e arrondissement se caractérise par des activités commerciales essentiellement implantées sur quelques axes principaux (avenue Victor Hugo, rue de Passy, avenue Mozart, rue d'Auteuil

et avenue de Versailles), laissant les secteurs les plus périphériques de l'arrondissement moins bien desservis, en commerces alimentaires et de proximité notamment. On dénombre deux centres

commerciaux d'importance moyenne et au rayonnement surtout local : Passy Plaza et Saint-Didier (qui possède un marché couvert) et un hypermarché très fréquenté : Carrefour, Porte d'Auteuil.



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce (pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²

Centre commercial

Source : Bdcom - 2017

CHIFFRES CLÉS



- 3969** locaux en rez-de-chaussée
- 3354** commerces et services commerciaux



- 2,4** commerces et services pour 100 m de voie
- 4,3** en moyenne à Paris



- 20** commerces et services pour 1 000 habitants
- 28** en moyenne à Paris

Plus grands commerces

- Carrefour, 1 avenue du Général Sarrail, 5855 m²
- Casino, 16 rue des Belles Feuilles, 2622 m²
- Monoprix, 53 rue de Passy, 1850 m²
- Darty, 92 avenue Paul Doumer, 1741 m²
- Peugeot, 75 avenue de la Grande Armée, 1530 m²

Principales galeries et centres commerciaux

- Galerie Saint Didier, 16 rue des Belles Feuilles, 29 boutiques, 9000 m²
- Passy Plaza, 53 rue de Passy, 27 boutiques, 6800 m²

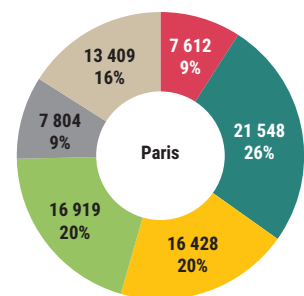
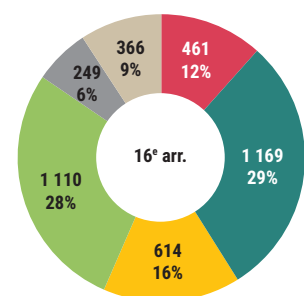
Marchés couverts

- Passy, 1 rue Bois Le Vent, 20 boutiques

Marchés découverts

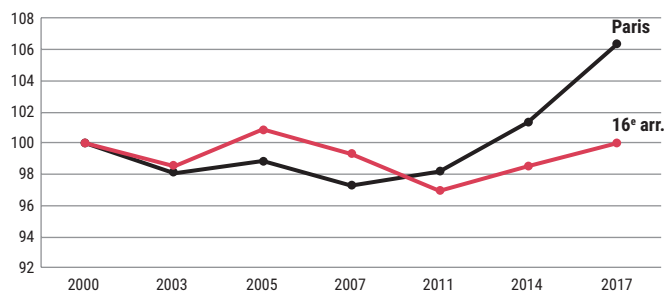
- Amiral Bruix, bd de l'Amiral Bruix, 4 emplacements
- Auteuil, place Jean Lorrain, 24 emplacements
- Gros La Fontaine, rue Gros, 31 emplacements
- Point du Jour, avenue de Versailles, 44 emplacements
- Porte Molitor, place de la Porte de Molitor, 13 emplacements
- Président Wilson, avenue du Président Wilson, 58 emplacements
- Saint Didier, rues Mesnil et Saint Didier, 5 emplacements

STRUCTURE COMMERCIALE



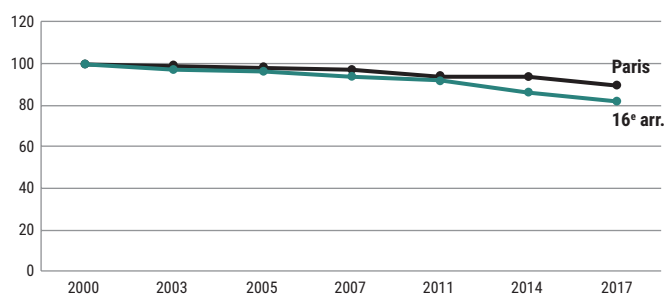
- alimentaire
- services commerciaux
- non alimentaire
- locaux vacants
- restauration, hôtellerie
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



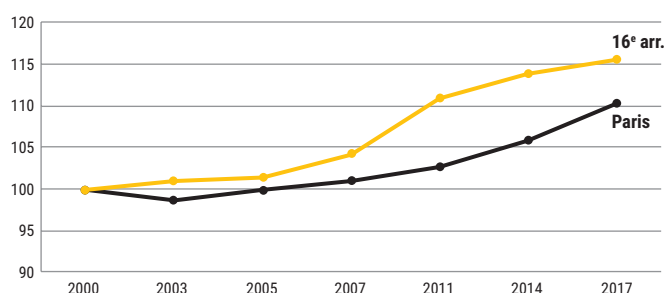
Année	16 ^e arr.	Paris
2000	461	7 160
2003	454	7 024
2005	465	7 082
2007	458	6 968
2011	447	7 031
2014	454	7 252
2017	461	7 612

NON ALIMENTAIRE



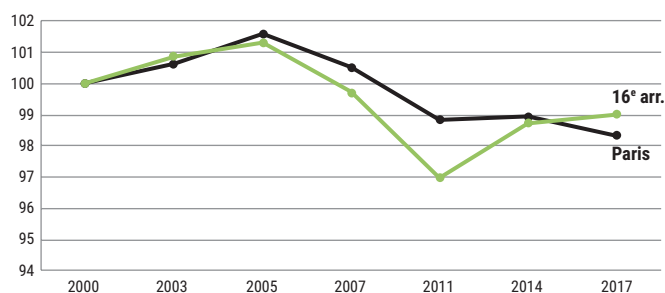
Année	16 ^e arr.	Paris
2000	1 434	23 992
2003	1 389	23 722
2005	1 379	23 530
2007	1 348	23 279
2011	1 316	22 557
2014	1 235	22 446
2017	1 169	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



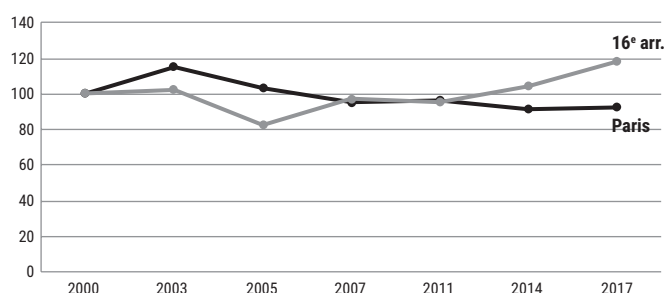
Année	16 ^e arr.	Paris
2000	531	14 891
2003	536	14 687
2005	538	14 875
2007	553	15 043
2011	589	15 274
2014	604	15 763
2017	614	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



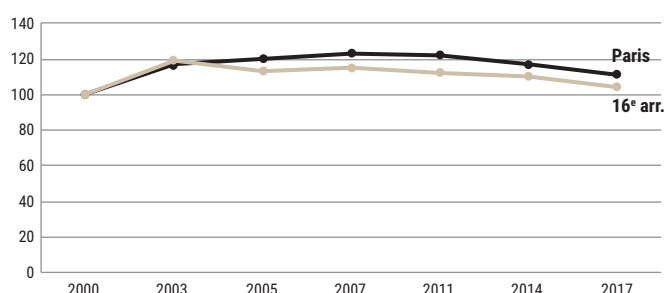
Année	16 ^e arr.	Paris
2000	1 121	17 206
2003	1 131	17 315
2005	1 136	17 485
2007	1 118	17 292
2011	1 087	17 003
2014	1 107	17 021
2017	1 110	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	16 ^e arr.	Paris
2000	210	8 396
2003	216	9 710
2005	173	8 665
2007	204	8 015
2011	200	8 089
2014	220	7 657
2017	249	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



Année	16 ^e arr.	Paris
2000	351	12 048
2003	419	14 091
2005	397	14 439
2007	406	14 875
2011	395	14 719
2014	386	14 106
2017	366	13 409

17^e arrondissement

D'une densité commerciale proche de celle de Paris, le 17^e arrondissement s'organise autour de 5 principaux pôles et artères en radiales. Ce sont, d'ouest en est : l'avenue des Ternes, pôle à vocation

régionale avec des enseignes d'équipement de la personne et de culture-loisirs (FNAC) complété par les rues Poncelet et Bayen (commerces alimentaires); la rue de Courcelles avec des enseignes de

mode; la rue de Lévis, rue alimentaire très achalandée; la rue des Batignolles (commerces diversifiés); enfin, les avenues de Clichy et Saint-Ouen (populaires et alimentaires).



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce (pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²

Centre commercial

Source : Bdcom - 2017

CHIFFRES CLÉS



- 6212** locaux en rez-de-chaussée
- 4602** commerces et services commerciaux



- 4,6** commerces et services pour 100 m de voie
- 4,3** en moyenne à Paris



- 27** commerces et services pour 1 000 habitants
- 28** en moyenne à Paris

Plus grands commerces

- FNAC, 26 avenue des Ternes, 8000 m²
- Conforama, 10 avenue de la Grande Armée, 5000 m²
- Monoprix, 25 avenue des Ternes, 2964 m²
- CMG Sports Club, 11 rue Boursault, 2911 m²
- Darty, 8 avenue des Ternes, 2111 m²
- Habitat, 35 avenue de Wagram, 1800 m²

Principales galeries et centres commerciaux

- Les Boutiques du Palais des Congrès, 2 place de la Porte Maillot, 81 boutiques, 18000 m²

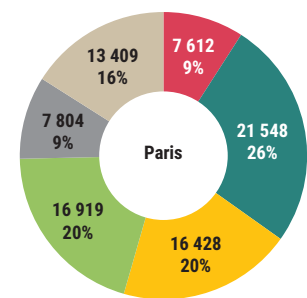
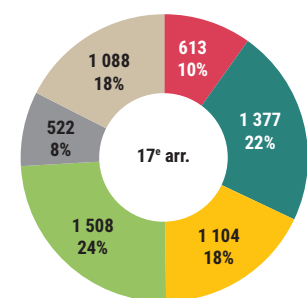
Marchés couverts

- Batignolles, 27 rue des Moines, 30 boutiques
- Ternes, 8 bis rue Lebon, 20 boutiques

Marchés découverts

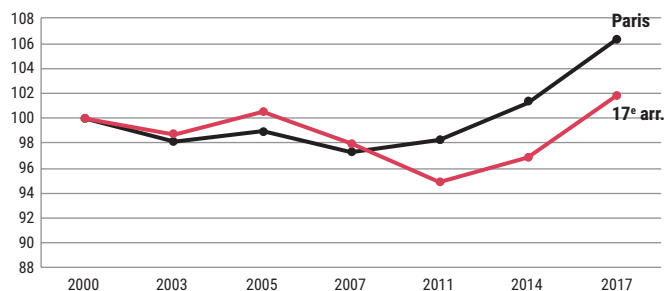
- Berthier, bd de Reims, 37 emplacements
- Marché Biologique des Batignolles, bd des Batignolles, 35 emplacements
- Navier, rue Navier, 3 emplacements

STRUCTURE COMMERCIALE



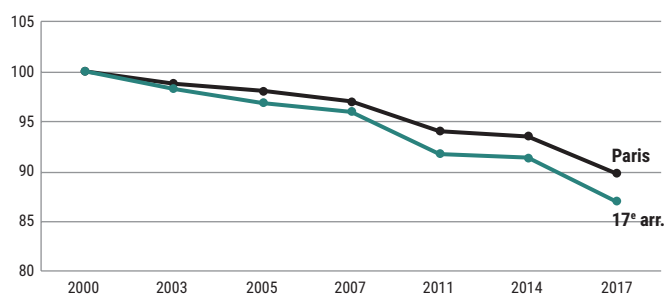
- alimentaire
- services commerciaux
- non alimentaire
- locaux vacants
- restauration, hôtellerie
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



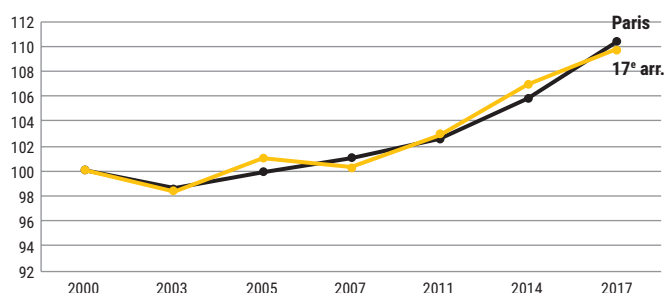
Année	17 ^e arr.	Paris
2000	602	7 160
2003	594	7 024
2005	605	7 082
2007	590	6 968
2011	571	7 031
2014	583	7 252
2017	613	7 612

NON ALIMENTAIRE



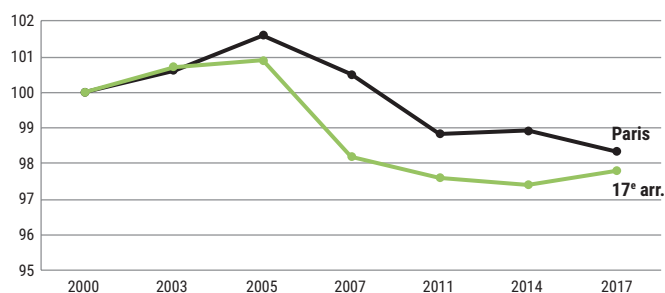
Année	17 ^e arr.	Paris
2000	1 581	23 992
2003	1 554	23 722
2005	1 532	23 530
2007	1 518	23 279
2011	1 451	22 557
2014	1 444	22 446
2017	1 377	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



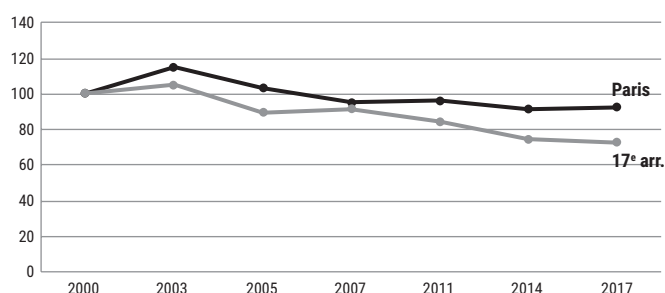
Année	17 ^e arr.	Paris
2000	1 006	14 891
2003	990	14 687
2005	1 017	14 875
2007	1 009	15 043
2011	1 035	15 274
2014	1 076	15 763
2017	1 104	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



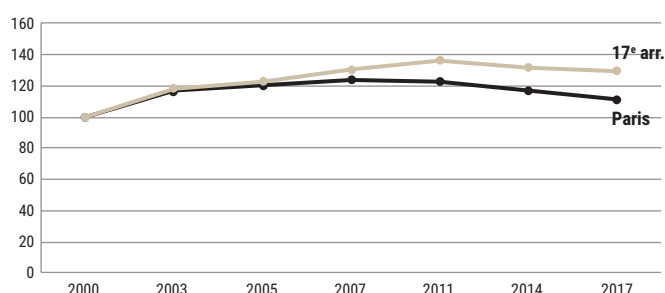
Année	17 ^e arr.	Paris
2000	1 542	17 206
2003	1 553	17 315
2005	1 556	17 485
2007	1 514	17 292
2011	1 505	17 003
2014	1 502	17 021
2017	1 508	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	17 ^e arr.	Paris
2000	715	8 396
2003	752	9 710
2005	643	8 665
2007	657	8 015
2011	606	8 089
2014	536	7 657
2017	522	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



Année	17 ^e arr.	Paris
2000	840	12 048
2003	993	14 091
2005	1 034	14 439
2007	1 094	14 875
2011	1 145	14 719
2014	1 103	14 106
2017	1 088	13 409

18^e arrondissement

L'appareil commercial du 18^e arrondissement s'organise, d'une part, dans sa partie centrale, autour de la Butte Montmartre (rue Lepic, rue des Abesses, rue Caulaincourt...) ainsi que dans le quar-

tier de la Goutte d'Or-Château Rouge (nombreux commerces alimentaires et exotiques); d'autre part sur de grandes voies radiales : avenue de Saint-Ouen, rue du Poteau, rue Marx Dormoy avec

le marché de la Chapelle, rue de l'Olive. Le 18^e conserve une spécificité, en diminution : les magasins de tissus, toujours très présents autour de la rue d'Orsel et de la Halle Saint-Pierre.



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce (pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²

Centre commercial

Source : Bdcom - 2017

CHIFFRES CLÉS



6802 locaux en rez-de-chaussée

4796 commerces et services commerciaux



4,8 commerces et services pour 100 m de voie

4,3 en moyenne à Paris



24 commerces et services pour 1 000 habitants

28 en moyenne à Paris

Plus grands commerces

- Tati, 26 bd de Rochechouart, 3394 m² *
- Castorama, 1 rue Caulaincourt, 3000 m²
- Métro, 108 rue des Poissonniers, 3000 m²
- Carrefour Market, 17 rue de Clignancourt, 2030 m²
- Marché Saint Pierre, 2 rue Charles Nodier, 2000 m²
- Tissus Reine, 3 place Saint Pierre, 2000 m²

Principales galeries et centres commerciaux

- Les Arcades de Montmartre, 1 rue Caulaincourt, 6 boutiques, 7800 m²

Marchés couverts

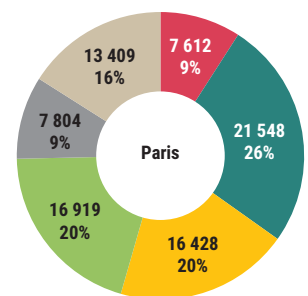
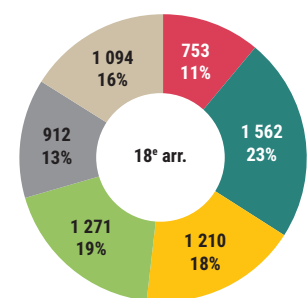
- La Chapelle, 10 rue de l'Olive, 20 boutiques

Marchés découverts

- Barbès, bd de la Chapelle, 61 emplacements
- Ney, avenue de la Porte de Montmartre, 22 emplacements
- Ordener, rues Montcalm et Championnet, 25 emplacements
- Ornano, bd Ornano, 30 emplacements

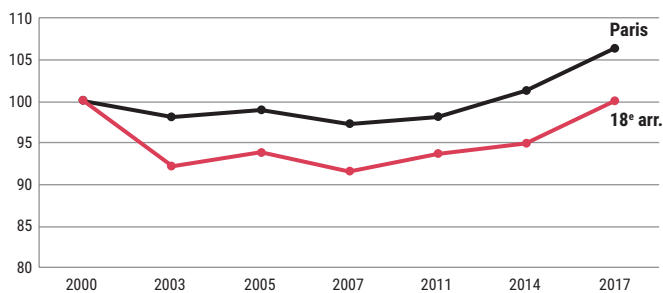
(*) magasin fermé depuis l'été 2017

STRUCTURE COMMERCIALE



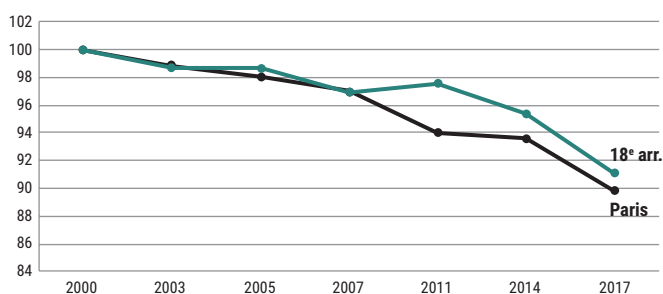
- alimentaire
- services commerciaux
- non alimentaire
- locaux vacants
- restauration, hôtellerie
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



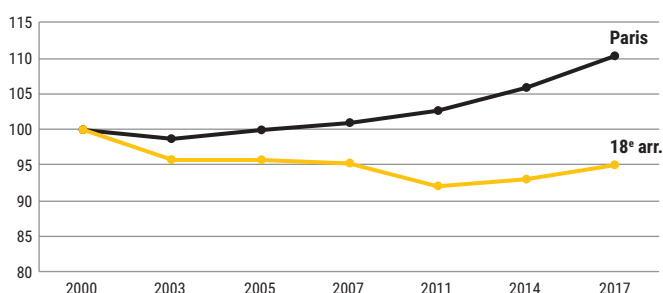
Année	18 ^e arr.	Paris
2000	752	7 160
2003	693	7 024
2005	707	7 082
2007	689	6 968
2011	705	7 031
2014	714	7 252
2017	753	7 612

NON ALIMENTAIRE



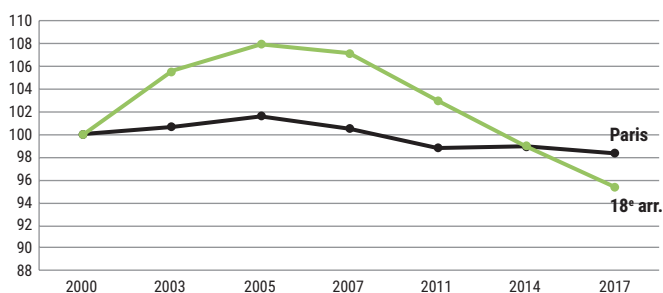
Année	18 ^e arr.	Paris
2000	1 714	23 992
2003	1 691	23 722
2005	1 691	23 530
2007	1 662	23 279
2011	1 672	22 557
2014	1 635	22 446
2017	1 562	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



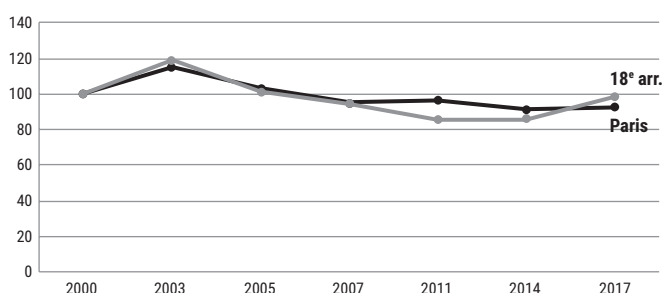
Année	18 ^e arr.	Paris
2000	1 273	14 891
2003	1 220	14 687
2005	1 218	14 875
2007	1 214	15 043
2011	1 172	15 274
2014	1 184	15 763
2017	1 210	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



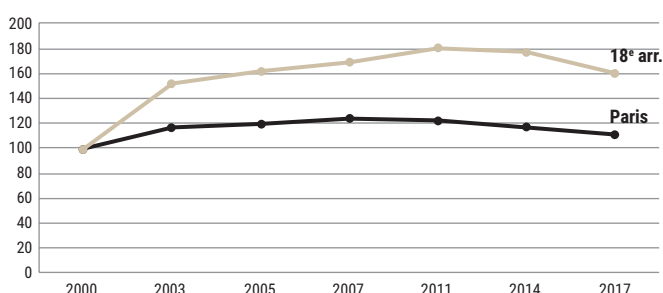
Année	18 ^e arr.	Paris
2000	1 333	17 206
2003	1 408	17 315
2005	1 439	17 485
2007	1 428	17 292
2011	1 374	17 003
2014	1 320	17 021
2017	1 271	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	18 ^e arr.	Paris
2000	931	8 396
2003	1 109	9 710
2005	942	8 665
2007	880	8 015
2011	796	8 089
2014	798	7 657
2017	912	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



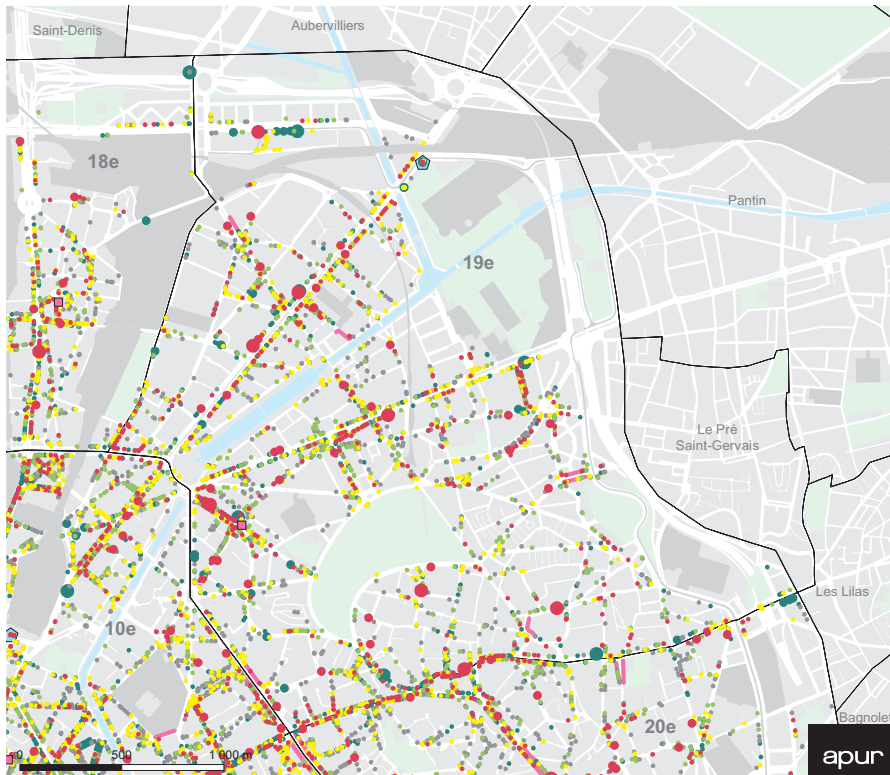
Année	18 ^e arr.	Paris
2000	685	12 048
2003	1 043	14 091
2005	1 112	14 439
2007	1 156	14 875
2011	1 236	14 719
2014	1 213	14 106
2017	1 094	13 409

19^e arrondissement

L'appareil commercial dans le 19^e arrondissement apparaît comme très peu développé, mis à part le long de trois axes en radiales : les avenues de Flandre et Jean Jaurès et la rue de

Belleville qui est partagée avec le 20^e. Il faut souligner, cependant le nombre important de marchés découverts qui complètent l'offre proposée. La structure commerciale de l'arrondissement

montre une surreprésentation des commerces alimentaires dans le 19^e comparé à la moyenne parisienne (respectivement 13 % contre 9 %).



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce (pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²

Centre commercial

Source : Bdcom - 2017

CHIFFRES CLÉS



3302 locaux en rez-de-chaussée

2297 commerces et services commerciaux



2,2 commerces et services pour 100 m de voie

4,3 en moyenne à Paris



12 commerces et services pour 1 000 habitants

28 en moyenne à Paris

Plus grands commerces

- Castorama, 119 avenue de Flandre, 5340 m²
- Monoprix, 119 avenue de Flandre, 2080 m²
- Monoprix, 9 rue Louise Thuliez, 2020 m²
- Casino, 77 avenue de Flandre, 1892 m²
- Monoprix, 118 avenue Jean-Jaurès, 1670 m²
- Monoprix, 13 avenue Secrétan, 1570 m²

Principales galeries et centres commerciaux

- Vill'Up, 30 avenue Corentin Cariou, 49 boutiques, 24000 m²

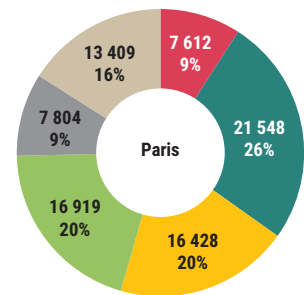
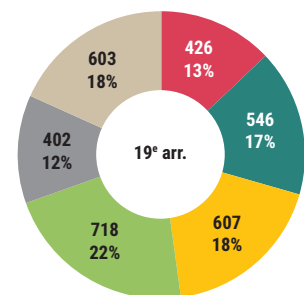
Marchés couverts

- Secrétan, 33 avenue Secrétan, 17 boutiques

Marchés découverts

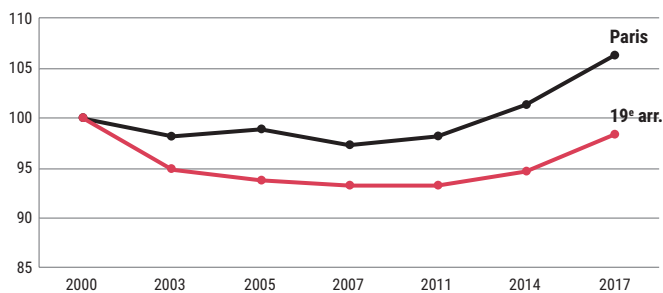
- Crimée-Curial, rue de Crimée, 10 emplacements
- Jean-Jaurès, avenue Jean-Jaurès, 10 emplacements
- Joinville, place de Joinville, 49 emplacements
- Place des Fêtes, place des Fêtes, 51 emplacements
- Porte Brunet, avenue de la Porte Brunet, 8 emplacements
- Villette, bd de la Villette, 30 emplacements

STRUCTURE COMMERCIALE



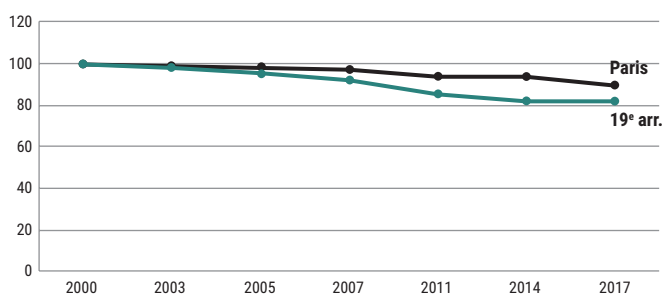
- alimentaire
- services commerciaux
- non alimentaire
- locaux vacants
- restauration, hôtellerie
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



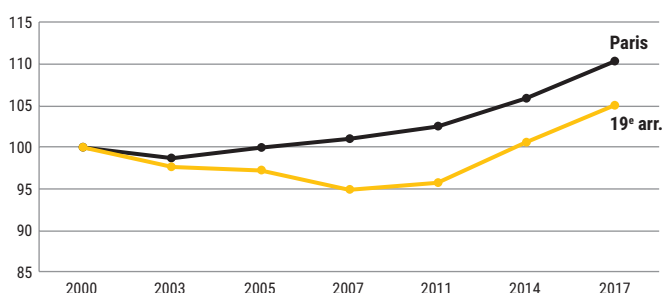
Année	19 ^e arr.	Paris
2000	433	7 160
2003	411	7 024
2005	406	7 082
2007	404	6 968
2011	404	7 031
2014	410	7 252
2017	426	7 612

NON ALIMENTAIRE



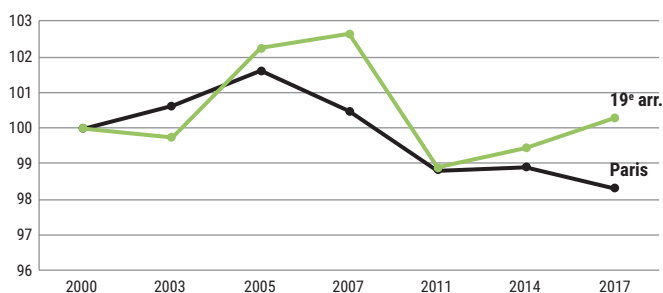
Année	19 ^e arr.	Paris
2000	668	23 992
2003	656	23 722
2005	637	23 530
2007	612	23 279
2011	572	22 557
2014	549	22 446
2017	546	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



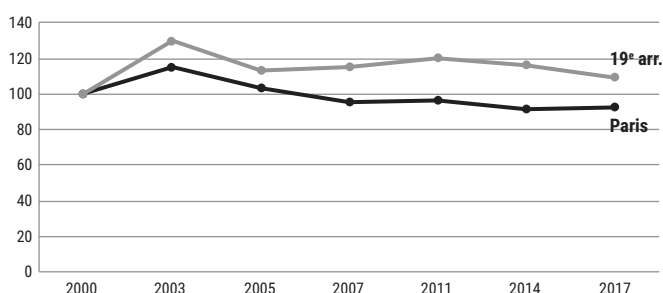
Année	19 ^e arr.	Paris
2000	578	14 891
2003	564	14 687
2005	562	14 875
2007	549	15 043
2011	553	15 274
2014	581	15 763
2017	607	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



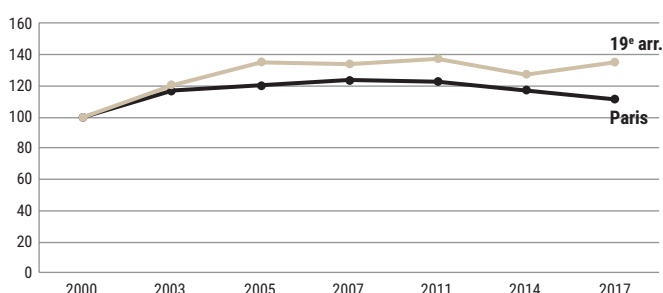
Année	19 ^e arr.	Paris
2000	716	17 206
2003	714	17 315
2005	732	17 485
2007	735	17 292
2011	708	17 003
2014	712	17 021
2017	718	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	19 ^e arr.	Paris
2000	367	8 396
2003	477	9 710
2005	414	8 665
2007	421	8 015
2011	441	8 089
2014	428	7 657
2017	402	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



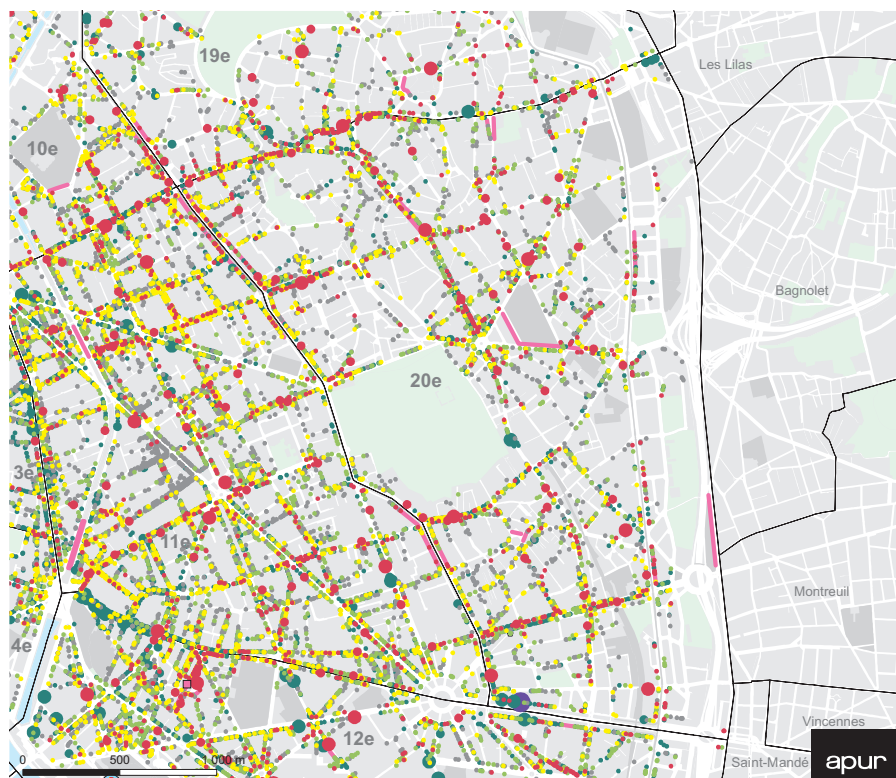
Année	19 ^e arr.	Paris
2000	448	12 048
2003	541	14 091
2005	605	14 439
2007	599	14 875
2011	613	14 719
2014	570	14 106
2017	603	13 409

20^e arrondissement

Le 20^e arrondissement est caractérisé comme étant assez peu pourvu en commerces, mis à part le long de trois axes en radiales : la rue d'Avron, la rue de Ménilmontant et la rue de Belle-

ville qui est partagée avec le 19^e. À ces trois axes, il faut ajouter la rue des Pyrénées, au nord de la place Gambetta, et un pôle « Nation » au départ du cours de Vincennes et du boulevard de

Charonne où se concentrent plusieurs grands établissements. Il faut enfin souligner le nombre important de marchés découverts qui vient en complément de l'offre existante.



ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2017

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- services commerciaux
- autre

Surface du commerce (pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Marché

- couvert
- linéaire découvert

Grand magasin

- plus de 30 000 m²
- moins de 15 000 m²



Source : Bdcom - 2017

CHIFFRES CLÉS



4119 locaux en rez-de-chaussée

2752 commerces et services commerciaux



2,8 commerces et services pour 100 m de voie

4,3 en moyenne à Paris



14 commerces et services pour 1 000 habitants

28 en moyenne à Paris

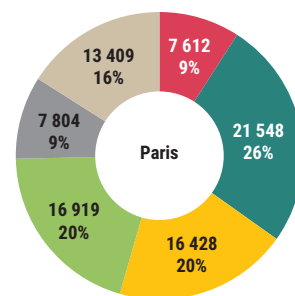
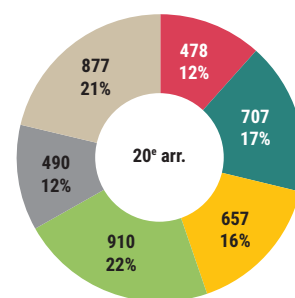
Plus grands commerces

- Printemps, 25 cours de Vincennes, 10933 m²
- Monoprix, 20 bd de Charonne, 5154 m²
- Castorama, 11 cours de Vincennes, 4319 m²
- Neones, 81 rue de Lagny, 3000 m²
- Monoprix, 133 avenue Gambetta, 2910 m²
- Darty, 21 cours de Vincennes, 1990 m²

Marchés découverts

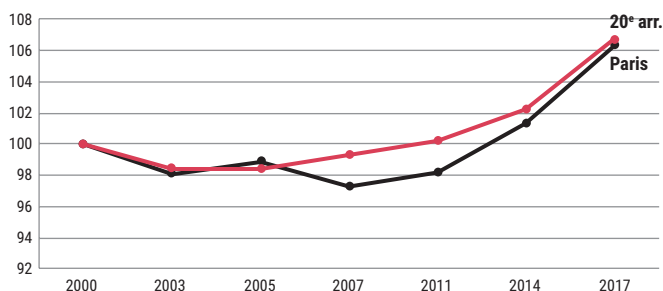
- Belgrand, rue Belgrand, 49 emplacements
- Davout, bd Davout, 13 emplacements
- Mortier, bd Mortier, 11 emplacements
- Pyrénées, rue des Pyrénées, 29 emplacements
- Réunion, place de la Réunion, 37 emplacements
- Télégraphe, rue du Télégraphe, 11 emplacements

STRUCTURE COMMERCIALE



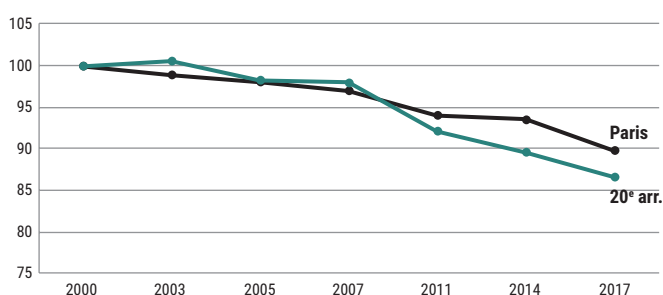
- alimentaire
- services commerciaux
- non alimentaire
- locaux vacants
- restauration, hôtellerie
- commerces de gros, autres locaux en boutique

ALIMENTAIRE



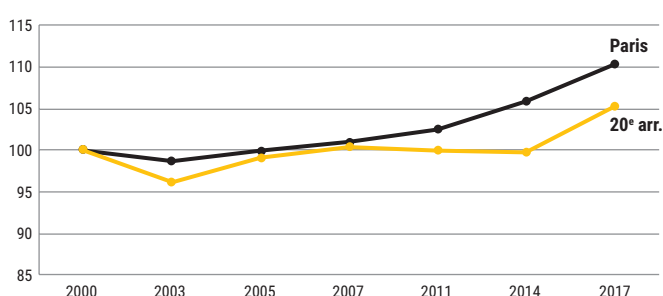
Année	20 ^e arr.	Paris
2000	448	7 160
2003	441	7 024
2005	441	7 082
2007	445	6 968
2011	449	7 031
2014	458	7 252
2017	478	7 612

NON ALIMENTAIRE



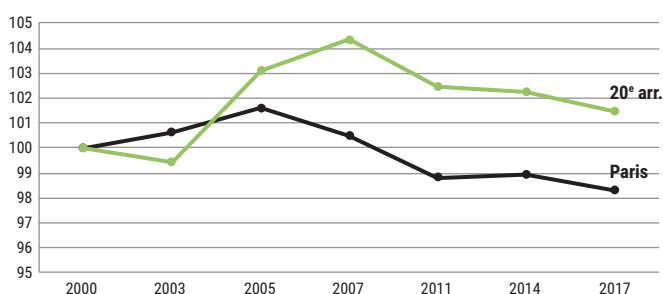
Année	20 ^e arr.	Paris
2000	817	23 992
2003	821	23 722
2005	803	23 530
2007	800	23 279
2011	753	22 557
2014	732	22 446
2017	707	21 548

RESTAURATION, HÔTELLERIE



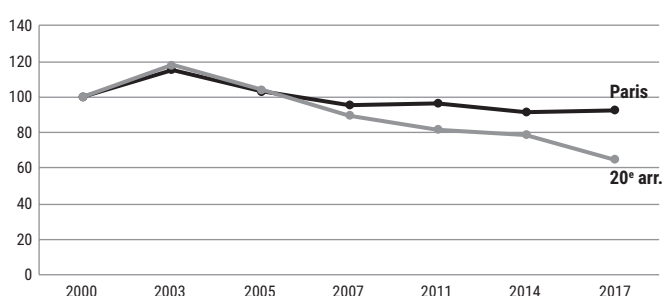
Année	20 ^e arr.	Paris
2000	624	14 891
2003	600	14 687
2005	619	14 875
2007	627	15 043
2011	624	15 274
2014	622	15 763
2017	657	16 428

SERVICES COMMERCIAUX



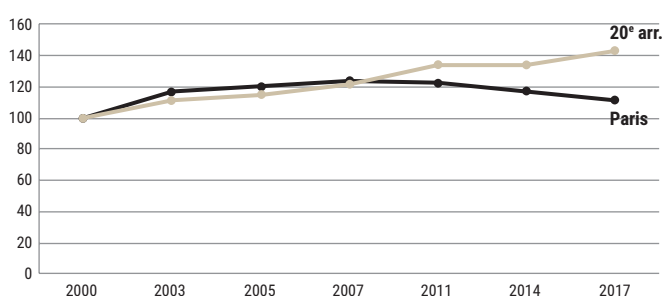
Année	20 ^e arr.	Paris
2000	897	17 206
2003	892	17 315
2005	925	17 485
2007	936	17 292
2011	919	17 003
2014	917	17 021
2017	910	16 919

LOCAUX VACANTS



Année	20 ^e arr.	Paris
2000	754	8 396
2003	888	9 710
2005	785	8 665
2007	678	8 015
2011	618	8 089
2014	594	7 657
2017	490	7 804

COMMERCES DE GROS, AUTRES LOCAUX EN BOUTIQUE



Année	20 ^e arr.	Paris
2000	613	12 048
2003	686	14 091
2005	705	14 439
2007	743	14 875
2011	822	14 719
2014	820	14 106
2017	877	13 409

ANNEXE

LOCAUX ENQUÊTE BDCOM – PARIS		NOMBRE DE LOCAUX PAR ANNÉE					
		2000	2003	2005	2007	2011	2014
COMMERCES ET SERVICES COMMERCIAUX		63 249	62 748	62 972	62 582	61 865	62 482
Grands magasins	GM101	11	9	9	8	7	8
Alimentaire		7 160	7 024	7 082	6 968	7 031	7 252
Alimentaire spécialisé		5 248	5 226	5 239	5 149	5 216	5 390
Charcuterie - Traiteur - Epicerie fine	CA101	423	422	416	415	452	449
Traiteur asiatique	CA102	532	671	698	643	596	586
Boulangerie - Boulangerie Pâtisserie	CA103	1 329	1 297	1 272	1 242	1 207	1 192
Pâtisserie	CA104	170	159	160	134	131	165
Chocolaterie - Confiserie	CA105	267	238	237	251	284	316
Torréfacteur - Commerce détail thé et café	CA106	74	86	89	96	101	116
Vente de produits surgelés	CA107	84	88	96	114	123	132
Vente de fruits et légumes	CA108	372	342	341	341	331	328
Boucherie - Boucherie-Charcuterie	CA109	895	780	736	654	592	560
Poissonnerie	CA110	129	110	111	106	100	101
Commerce détail de boissons	CA111	352	383	406	411	474	545
Crèmerie - Fromagerie	CA112	154	138	134	126	117	124
Glacier : vente à emporter et consommation sur place	CA113	42	42	40	55	58	66
Produits alimentaires spécialisés régionaux et étrangers	CA114	293	347	385	433	480	522
Produits alimentaires bio et nature	CA115	132	123	118	128	170	188
Alimentaire généraliste		1 912	1 798	1 843	1 819	1 815	1 862
Monoprix	CA201	50	53	55	58	60	61
Supermarché classique	CA202	207	212	210	210	231	243
Supermarché discount	CA203	40	37	36	36	32	33
Supermarché spécialisé	CA204	14	14	14	15	15	15
Alimentation générale de luxe > 300 m ²	CA205	5	4	4	4	4	4
Hypermarché	CA206	3	3	3	3	4	4
Alimentation générale <120m ²	CA301	1 360	1 200	1 179	1 084	1 007	989
Supérette classique	CA302	132	164	213	262	321	368
Supérette discount	CA303	78	79	89	95	93	88
Supérette spécialisée	CA304	23	32	40	52	48	57
Equipped de la personne		8 218	8 338	8 370	8 612	8 738	8 826
Habillement		5 602	5 664	5 646	5 811	5 905	5 891
Haute couture - Créateurs	CB101	114	130	130	130	121	121
Tailleur sur mesure	CB102	166	152	150	150	132	128
Vente et fabrication de tenues de mariées	CB103	57	81	91	112	114	128
Prêt-à-porter Femme	CB104	5 125	2 777	2 700	2 731	2 741	2 593
Prêt-à-porter Homme	CB105		806	786	792	819	846
Prêt-à-porter Enfant	CB106		379	391	408	396	316
Puériculture	CB110						78
Prêt-à-porter Mixte	CB107		808	849	952	1 065	1 099
Prêt-à-porter Lingerie	CB108		264	281	268	234	233
Friperie - Solderie - Dépôt-vente de vêtements	CB109		140	139	138	142	179
Sport - Habillement et chaussures	CB111	0	128	130	132	141	170

	NOMBRE DE LOCAUX EN 2017				ÉVOLUTION							
	SURFACE DU LOCAL			TOTAL	2014 - 2017				2003 - 2017			
	MOINS DE 300	DE 300 À 1 000	1 000 OU PLUS		NOMBRE	%	ÉVOLUTION ANNUELLE		NOMBRE	%	ÉVOLUTION ANNUELLE	
							NOMBRE	%			NOMBRE	%
	59 348	1 994	1 165	62 507	25	0%	8	0,0	-241	0%	-17	0,0
	0	0	8	8	0	0%	0	0,0	-1	-11%	0	-0,8
	7 055	447	110	7 612	360	5%	120	1,7	588	8%	43	0,6
	5 637	51	2	5 690	300	6%	100	1,9	464	9%	34	0,6
	473	1	0	474	25	6%	8	1,9	52	12%	4	0,9
	572	1	0	573	-13	-2%	-4	-0,7	-98	-15%	-7	-1,1
	1 185	1	0	1 186	-6	-1%	-2	-0,2	-111	-9%	-8	-0,6
	220	0	0	220	55	33%	18	11,1	61	38%	4	2,8
	335	2	0	337	21	7%	7	2,2	99	42%	7	3,0
	120	3	1	124	8	7%	3	2,3	38	44%	3	3,2
	114	18	0	132	0	0%	0	0,0	44	50%	3	3,6
	350	0	0	350	22	7%	7	2,2	8	2%	1	0,2
	548	0	0	548	-12	-2%	-4	-0,7	-232	-30%	-17	-2,2
	105	0	0	105	4	4%	1	1,3	-5	-5%	0	-0,3
	603	0	1	604	59	11%	20	3,6	221	58%	16	4,2
	142	0	0	142	18	15%	6	4,8	4	3%	0	0,2
	70	0	0	70	4	6%	1	2,0	28	67%	2	4,8
	548	0	0	548	26	5%	9	1,7	201	58%	15	4,2
	252	25	0	277	89	47%	30	15,8	154	125%	11	9,1
	1 418	396	108	1 922	60	3%	20	1,1	124	7%	9	0,5
	2	10	49	61	0	0%	0	0,0	8	15%	1	1,1
	0	226	47	273	30	12%	10	4,1	61	29%	4	2,1
	4	21	3	28	-5	-15%	-2	-5,1	-9	-24%	-1	-1,8
	3	13	3	19	4	27%	1	8,9	5	36%	0	2,6
	0	2	2	4	0	0%	0	0,0	0	0%	0	0,0
	0	0	3	3	-1	-25%	0	-8,3	0	0%	0	0,0
	981	3	0	984	-5	-1%	-2	-0,2	-216	-18%	-16	-1,3
	344	117	0	461	93	25%	31	8,4	297	181%	21	13,1
	18	5	0	23	-65	-74%	-22	-24,6	-56	-71%	-4	-5,1
	66	0	0	66	9	16%	3	5,3	34	106%	2	7,7
	8 108	213	76	8 397	-429	-5%	-143	-1,6	59	1%	4	0,1
	5 308	179	70	5 557	-334	-6%	-111	-1,9	-107	-2%	-8	-0,1
	95	22	8	125	4	3%	1	1,1	-5	-4%	0	-0,3
	129	0	0	129	1	1%	0	0,3	-23	-15%	-2	-1,1
	132	1	0	133	5	4%	2	1,3	52	64%	4	4,6
	2 312	52	9	2 373	-220	-8%	-73	-2,8	-404	-15%	-29	-1,1
	800	21	7	828	-18	-2%	-6	-0,7	22	3%	2	0,2
	276	8	1	285	-31	-10%	-10	-3,3	-19	-5%	-1	-0,4
	72	2	1	75	-3	-4%	-1	-1,3				
	909	61	42	1 012	-87	-8%	-29	-2,6	204	25%	15	1,8
	235	3	0	238	5	2%	2	0,7	-26	-10%	-2	-0,7
	186	1	0	187	8	4%	3	1,5	48	35%	3	2,5
	162	8	2	172	2	1%	1	0,4	44	34%	3	2,5

LOCAUX ENQUÊTE BDCOM – PARIS		NOMBRE DE LOCAUX PAR ANNÉE					
		2000	2003	2005	2007	2011	2014
Chaussures et Maroquinerie		1 353	1 382	1 354	1 381	1 424	1 454
Chaussures Femme	CB201	991	367	356	373	405	417
Chaussures Homme	CB202		88	85	80	101	125
Chaussures Enfant	CB203		70	65	62	64	59
Chaussures Mixte	CB204		495	479	486	469	448
Maroquinerie - Articles de voyages	CB205	362	362	369	380	385	405
Bijouterie et Montres		1 263	1 292	1 370	1 420	1 409	1 481
Joaillerie	CB301	268	302	319	340	332	289
Horlogerie - Bijouterie	CB302	643	548	519	448	414	399
Montres	CB303	62	63	71	90	104	122
Bijouterie fantaisie - Accessoire de mode	CB304	290	379	461	542	559	671
Santé-Beauté		2 338	2 300	2 314	2 423	2 494	2 733
Pharmacie et Articles médicaux		1 260	1 237	1 240	1 235	1 184	1 167
Pharmacie	CC101	1 089	1 069	1 056	1 040	1 004	982
Vente articles médicaux - Prothèses et semelles orthopédiques	CC102	171	168	184	195	180	90
Vente de prothèses auditives	CC103						95
Cosmétiques		539	491	476	501	532	648
Parapharmacie	CC201	46	76	76	68	68	65
Parfumerie - Produits de beauté	CC202	493	415	400	433	464	583
Opticien		539	572	598	687	778	918
Equipement de la maison		4 442	4 362	4 229	4 004	3 500	3 159
Vente de meubles		772	759	728	753	698	723
Vente de meubles et multispécialistes	CD101	772	437	392	356	313	304
Vente de meubles de cuisines et salle de bain	CD102		173	185	191	193	189
Vente de meubles salon et chambre	CD103		149	151	206	192	230
Petit équipement du foyer		1 598	1 565	1 541	1 518	1 320	1 094
Linge de maison	CD202	1 034	665	687	694	643	133
Vente de luminaires	CD204						90
Vente de vaisselle - Ustensiles ménagers - Art de la table	CD205						225
Equipement du foyer généraliste	CD201						331
Tissus - Textile - Mercerie	CD203						315
Electroménager - Radio - TV		443	367	350	305	245	226
Spécialiste électroménager	CD301	158	131	121	103	84	75
Spécialiste Radio - TV - Hi-Fi	CD302	256	211	201	174	132	121
Généraliste électroménager - Radio - TV - Hi-Fi	CD303	29	25	28	28	29	30
Antiquités - Brocante		1 269	1 277	1 231	1 061	895	775
Antiquités	CD401	1 014	1 025	969	836	695	584
Salle des ventes	CD402	11	11	11	9	12	10
Brocante - Dépôt-vente - Biens d'occasion	CD403	244	241	251	216	188	181
Autre équipement de la maison – Bazar		360	394	379	367	342	341
Culture et loisirs		6 459	6 360	6 388	6 120	5 818	5 835
Librairie - Journaux		2 372	2 202	2 153	1 992	1 787	1 634
Librairie	CE101	1 049	967	966	909	837	751
Papeterie - Fournitures de bureau	CE102	331	275	270	245	200	186
Vente de journaux	CE103	557	494	450	386	294	239
Kiosque à journaux	CE104	418	435	431	419	422	421
Matériels d'arts graphiques - Loisirs créatifs	CE105	17	31	36	33	34	37
Articles de sport		305	226	240	242	235	271
Généraliste Sport	CE201	305	57	53	45	41	45
Spécialiste d'un sport	CE202		169	187	197	194	145
Vente, réparation, location de vélos / vélos électriques	CE203		81				

	NOMBRE DE LOCAUX EN 2017				ÉVOLUTION							
	SURFACE DU LOCAL			TOTAL	2014 - 2017				2003 - 2017			
	MOINS DE 300	DE 300 À 1 000	1 000 OU PLUS		NOMBRE	%	ÉVOLUTION ANNUELLE		NOMBRE	%	ÉVOLUTION ANNUELLE	
							NOMBRE	%			NOMBRE	%
	1 354	21	4	1 379	-75	-5%	-25	-1,7	-3	0%	0	0,0
	343	0	0	343	-74	-18%	-25	-5,9	-24	-7%	-2	-0,5
	144	0	1	145	20	16%	7	5,3	57	65%	4	4,7
	58	0	0	58	-1	-2%	0	-0,6	-12	-17%	-1	-1,2
	433	12	0	445	-3	-1%	-1	-0,2	-50	-10%	-4	-0,7
	376	9	3	388	-17	-4%	-6	-1,4	26	7%	2	0,5
	1 446	13	2	1 461	-20	-1%	-7	-0,5	169	13%	12	0,9
	269	6	1	276	-13	-4%	-4	-1,5	-26	-9%	-2	-0,6
	375	2	1	378	-21	-5%	-7	-1,8	-170	-31%	-12	-2,2
	121	4	0	125	3	2%	1	0,8	62	98%	4	7,1
	681	1	0	682	11	2%	4	0,5	303	80%	22	5,8
	2 765	42	5	2 812	79	3%	26	1,0	512	22%	37	1,6
	1 142	4	0	1 146	-21	-2%	-7	-0,6	-91	-7%	-7	-0,5
	954	3	0	957	-25	-3%	-8	-0,8	-112	-10%	-8	-0,8
	79	1	0	80	-10	-11%	-3	-3,7	21	13%	2	0,9
	109	0	0	109	14	15%	5	4,9				
	682	31	3	716	68	10%	23	3,5	225	46%	16	3,3
	78	4	0	82	17	26%	6	8,7	6	8%	0	0,6
	604	27	3	634	51	9%	17	2,9	219	53%	16	3,8
	941	7	2	950	32	3%	11	1,2	378	66%	27	4,8
	2 809	102	45	2 956	-203	-6%	-68	-2,1	-1 406	-32%	-102	-2,3
	652	42	24	718	-5	-1%	-2	-0,2	-41	-5%	-3	-0,4
	227	23	20	270	-34	-11%	-11	-3,7	-167	-38%	-12	-2,8
	192	6	0	198	9	5%	3	1,6	25	14%	2	1,0
	233	13	4	250	20	9%	7	2,9	101	68%	7	4,9
	1 018	45	6	1 069	-25	-2%	-8	-0,8	-496	-32%	-36	-2,3
	110	4	0	114	-19	-14%	-6	-4,8	-215	-32%	-16	-2,3
	98	1	1	100	10	11%	3	3,7				
	234	2	0	236	11	5%	4	1,6				
	282	35	3	320	-11	-3%	-4	-1,1	-89	-22%	-6	-1,6
	294	3	2	299	-16	-5%	-5	-1,7	-192	-39%	-14	-2,8
	173	9	14	196	-30	-13%	-10	-4,4	-171	-47%	-12	-3,4
	61	0	0	61	-14	-19%	-5	-6,2	-70	-53%	-5	-3,9
	100	5	0	105	-16	-13%	-5	-4,4	-106	-50%	-8	-3,6
	12	4	14	30	0	0%	0	0,0	5	20%	0	1,4
	641	5	0	646	-129	-17%	-43	-5,5	-631	-49%	-46	-3,6
	478	1	0	479	-105	-18%	-35	-6,0	-546	-53%	-39	-3,9
	11	1	0	12	2	20%	1	6,7	1	9%	0	0,7
	152	3	0	155	-26	-14%	-9	-4,8	-86	-36%	-6	-2,6
	325	1	1	327	-14	-4%	-5	-1,4	-67	-17%	-5	-1,2
	5 463	62	39	5 564	-271	-5%	-90	-1,5	-796	-13%	-58	-0,9
	1 459	20	7	1 486	-148	-9%	-49	-3,0	-716	-33%	-52	-2,4
	687	10	6	703	-48	-6%	-16	-2,1	-264	-27%	-19	-2,0
	178	5	0	183	-3	-2%	-1	-0,5	-92	-33%	-7	-2,4
	171	0	0	171	-68	-28%	-23	-9,5	-323	-65%	-23	-4,7
	388	0	0	388	-33	-8%	-11	-2,6	-47	-11%	-3	-0,8
	35	5	1	41	4	11%	1	3,6	10	32%	1	2,3
	310	8	14	332	61	23%	20	7,5	106	47%	8	3,4
	31	4	14	49	4	9%	1	3,0	-8	-14%	-1	-1,0
	153	3	0	156	11	8%	4	2,5	114	67%	8	4,9
	126	1	0	127	46	57%	15	18,9				

LOCAUX ENQUÊTE BDCOM - PARIS		NOMBRE DE LOCAUX PAR ANNÉE					
		2000	2003	2005	2007	2011	2014
Galerie d'art et Collections		1 252	1 367	1 385	1 416	1 517	1 543
Vente de monnaies et médailles	CE301	47	46	45	48	50	43
Galerie d'art	CE302	980	1 089	1 118	1 154	1 274	1 324
Philatélie	CE303	85	74	73	64	56	51
Vente de livres anciens - Autographes	CE304	140	158	149	150	137	125
Son - Image - Informatique - Téléphonie		1 518	1 490	1 524	1 435	1 283	1 150
Fabrication et vente d'instruments de musique	CE401	193	193	207	202	198	180
Téléphonie (Grands opérateurs + revendeurs)	CE402	588	544	561	572	524	193
Téléphonie discount (pas d'enseigne particulière)	CE403	0	0	0	0	0	286
Vente de jeux vidéo (+ salle de jeux vidéos)	CE404	48	49	56	51	55	38
Vente de disques, cassettes, CD, DVD	CE405	234	268	266	214	164	130
Vente d'appareils photos	CE406	95	88	80	55	50	42
Vente de matériel informatique	CE407	360	348	354	341	292	281
Autre commerce de loisirs		999	1 061	1 071	1 021	983	1 228
Tabac	CE501	114	133	136	141	146	168
Vente d'articles érotiques et sex-shop	CE502	125	131	115	106	91	84
Vente de jouets et jeux	CE503	353	339	346	309	278	252
Bimbeloterie - Articles souvenirs	CE504	321	374	391	394	397	416
Vente d'articles religieux	CE505	19	27	26	28	38	38
Vente d'animaux de compagnie	CE506	40	33	32	28	22	22
Jeux de hasard et d'argent	CE507	27	24	25	15	11	12
Vente de cigarettes électroniques	CE508	0	0	0	0	0	236
Grand multisécialiste culturel		13	14	15	14	13	9
Bricolage-Jardinage		1 307	1 191	1 113	1 028	979	943
Bricolage		569	507	461	416	388	400
Quincaillerie et droguerie	CF101	274	227	211	186	164	164
Bricolage	CF102	59	65	60	64	70	75
Revêtements sols et murs	CF103	236	215	190	166	154	161
Jardinage		738	684	652	612	591	543
Fleuriste	CF201		655	625	585	569	523
Jardinier - Pépiniériste	CF202	738	29	27	27	22	20
Services aux particuliers		12 970	12 951	12 915	12 581	12 367	12 442
Services liés à l'équipement de la personne		2 476	2 360	2 305	2 187	2 134	2 104
Cordonnerie - Réparation "minute" (clés, talons...)	SA101	481	430	405	387	373	354
Retouches de vêtements	SA102	501	553	574	579	585	595
Location de costumes ou accessoires - Loisirs	SA103	53	42	40	31	26	36
Blanchisserie - Pressing	SA104	859	763	709	629	598	573
Laverie automatique	SA105	582	572	577	561	552	546
Soins du corps		3 630	3 688	3 795	3 980	4 373	4 563
Coiffure	SA201	2 722	2 638	2 601	2 547	2 554	2 598
Institut de beauté - Activités thermales et thalasso	SA202						986
Onglerie	SA203						276
Salon de bronzage - Solaire / UV	SA204	877	1 007	1 142	1 387	1 774	57
Salon de massage	SA205						572
Bars à sourire	SA206						6
Tatouage - Piercing	SA207	31	43	52	46	45	68
Services liés à l'équipement de la maison		2 934	2 823	2 770	2 616	2 400	2 288
Encadrement - Vente de tableaux - Posters	SA301	208	216	209	207	200	196
Artisanat de l'ameublement (tapissier, ébéniste...)	SA302	620	588	558	529	474	454
Travaux généraux du bâtiment (électricité, plomberie, peinture, isolation...)	SA303	1 289	1 315	1 313	1 247	1 156	1 070
Menuiserie - Vitrerie - Miroiterie	SA304	212	191	189	163	146	145
Serrurerie	SA305	363	325	327	330	327	300
Réparation d'articles électriques ou électroniques	SA306	207	152	139	108	68	80
Location de matériel de bricolage et équipement de la maison	SA307	35	36	35	32	29	43

	NOMBRE DE LOCAUX EN 2017				ÉVOLUTION							
	SURFACE DU LOCAL			TOTAL	2014 - 2017				2003 - 2017			
	MOINS DE 300	DE 300 À 1 000	1 000 OU PLUS		NOMBRE	%	ÉVOLUTION ANNUELLE		NOMBRE	%	ÉVOLUTION ANNUELLE	
							NOMBRE	%			NOMBRE	%
	1 504	7	0	1 511	-32	-2%	-11	-0,7	144	11%	10	0,8
	36	0	0	36	-7	-16%	-2	-5,4	-10	-22%	-1	-1,6
	1 311	7	0	1 318	-6	0%	-2	-0,2	229	21%	17	1,5
	48	0	0	48	-3	-6%	-1	-2,0	-26	-35%	-2	-2,5
	109	0	0	109	-16	-13%	-5	-4,3	-49	-31%	-4	-2,2
	1 093	8	4	1 105	-45	-4%	-15	-1,3	-385	-26%	-28	-1,9
	164	2	1	167	-13	-7%	-4	-2,4	-26	-13%	-2	-1,0
	115	2	0	117	-76	-39%	-25	-13,1	-68	-13%	-5	-0,9
	358	1	0	359	73	26%	24	8,5				
	36	0	1	37	-1	-3%	0	-0,9	-12	-24%	-1	-1,8
	105	1	0	106	-24	-18%	-8	-6,2	-162	-60%	-12	-4,4
	39	0	0	39	-3	-7%	-1	-2,4	-49	-56%	-4	-4,0
	276	2	2	280	-1	0%	0	-0,1	-68	-20%	-5	-1,4
	1 095	17	6	1 118	-110	-9%	-37	-3,0	57	5%	4	0,4
	182	0	0	182	14	8%	5	2,8	49	37%	4	2,7
	70	1	2	73	-11	-13%	-4	-4,4	-58	-44%	-4	-3,2
	227	15	4	246	-6	-2%	-2	-0,8	-93	-27%	-7	-2,0
	391	1	0	392	-24	-6%	-8	-1,9	18	5%	1	0,3
	36	0	0	36	-2	-5%	-1	-1,8	9	33%	1	2,4
	14	0	0	14	-8	-36%	-3	-12,1	-19	-58%	-1	-4,2
	19	0	0	19	7	58%	2	19,4	-5	-21%	0	-1,5
	156	0	0	156	-80	-34%	-27	-11,3	156		11	
	2	2	8	12	3	33%	1	11,1	-2	-14%	0	-1,0
	881	22	22	925	-18	-2%	-6	-0,6	-266	-22%	-19	-1,6
	364	19	21	404	4	1%	1	0,3	-103	-20%	-7	-1,5
	152	3	0	155	-9	-5%	-3	-1,8	-72	-32%	-5	-2,3
	52	11	15	78	3	4%	1	1,3	13	20%	1	1,4
	160	5	6	171	10	6%	3	2,1	-44	-20%	-3	-1,5
	517	3	1	521	-22	-4%	-7	-1,4	-163	-24%	-12	-1,7
	501	2	0	503	-20	-4%	-7	-1,3	-152	-23%	-11	-1,7
	16	1	1	18	-2	-10%	-1	-3,3	-11	-38%	-1	-2,7
	12 361	67	70	12 498	56	0%	19	0,2	-453	-3%	-33	-0,3
	2 081	0	0	2 081	-23	-1%	-8	-0,4	-279	-12%	-20	-0,9
	347	0	0	347	-7	-2%	-2	-0,7	-83	-19%	-6	-1,4
	611	0	0	611	16	3%	5	0,9	58	10%	4	0,8
	35	0	0	35	-1	-3%	0	-0,9	-7	-17%	-1	-1,2
	544	0	0	544	-29	-5%	-10	-1,7	-219	-29%	-16	-2,1
	544	0	0	544	-2	0%	-1	-0,1	-28	-5%	-2	-0,4
	4 779	6	3	4 788	225	5%	75	1,6	1 100	30%	80	2,2
	2 630	1	1	2 632	34	1%	11	0,4	-6	0%	0	0,0
	1 042	3	1	1 046	60	6%	20	2,0	1 061	105%	77	7,6
	346	0	0	346	70	25%	23	8,5				
	41	0	0	41	-16	-28%	-5	-9,4				
	630	1	1	632	60	10%	20	3,5				
	3	0	0	3	-3	-50%	-1	-16,7				
	87	1	0	88	20	29%	7	9,8	45	105%	3	7,6
				2 119	-169	-7%	-56	-2,5	-704	-25%	-51	-1,8
				178	-18	-9%	-6	-3,1	-38	-18%	-3	-1,3
				410	-44	-10%	-15	-3,2	-178	-30%	-13	-2,2
				953	-117	-11%	-39	-3,6	-362	-28%	-26	-2,0
				134	-11	-8%	-4	-2,5	-57	-30%	-4	-2,2
				282	-18	-6%	-6	-2,0	-43	-13%	-3	-1,0
				113	33	41%	11	13,8	-39	-26%	-3	-1,9
				49	6	14%	2	4,7	13	36%	1	2,6

LOCAUX ENQUÊTE BDCOM – PARIS		NOMBRE DE LOCAUX PAR ANNÉE					
		2000	2003	2005	2007	2011	2014
Services culturels et de loisirs		1 047	1 125	1 153	1 152	1 153	1 332
Vidéo Club (Location de cassettes, DVD)	SA401	261	269	264	204	94	34
Cours scolaires/parascolaires (Academia...)	SA513	392	432	468	519	619	150
Cours formation professionnelle (langues, informatique...)	SA514						270
Cours activités culturelles et de loisirs (poterie, danse...)	SA515						328
Billetterie - Réservation spectacles	SA403	10	14	13	14	16	15
Discothèque et club privé	SA404	117	145	152	143	147	149
Salle multisports	SA405	70	65	61	65	72	106
Salle de sport spécialisée	SA406	45	58	61	84	96	172
Salle ou club de jeux	SA407	53	44	40	27	21	18
Cinéma	SA408	99	98	94	96	88	90
Autres services aux particuliers		2 883	2 955	2 892	2 646	2 307	2 155
Photocopies	SA501	335	322	305	267	226	207
Gravure	SA502	53	51	52	43	38	37
Reliure et finition	SA503	43	45	45	45	42	41
Déménagement / Garde meuble	SA504	73	83	81	80	74	63
Agence voyage-tourisme - Compagnies aériennes	SA505	1 036	998	995	942	791	691
Agence Pôle emploi	SA506	34	36	34	43	43	21
Agence d'intérim	SA507	393	434	401	410	340	303
Développement rapide - Vente pellicule photo	SA508	377	358	322	187	124	93
Ecole de conduite	SA509	260	235	224	217	211	230
Pompes funèbres	SA510	134	128	130	130	139	136
Toiletage et équipements pour animaux	SA511	90	85	87	82	74	75
Libre service informatique - Cybercafé	SA512	27	147	176	139	100	67
Services à la personne (nettoyage, aide personnes âgées...)	SA516	28	33	40	61	105	191
Agences		4 236	4 364	4 570	4 711	4 636	4 579
Agence immobilière	SB101	1 684	1 691	1 775	1 899	1 841	1 842
Banques et assurances		2 180	2 091	2 078	2 076	2 084	2 143
Banque - Caisse d'épargne	SB201	1 256	1 245	1 278	1 320	1 304	1 267
Distributeur automatique de billets (non lié à une banque)	SB202	16	16	16	16	17	36
Assurances	SB203	708	649	628	597	595	581
Bureau de change	SB204	200	181	156	143	168	154
Achat - Vente d'or	SB205						105
Poste et Télécommunications		372	582	717	736	711	594
Bureau de poste	SB301	193	193	190	188	192	193
Courses et courrier express	SB302	59	54	54	58	42	46
Télécommunication en boutique	SB303	120	335	473	490	477	355
Auto-Moto		1 217	1 162	1 107	1 084	1 021	942
Vente et exposition		467	458	451	450	442	416
Concessionnaire automobiles	CG101	204	199	191	161	148	138
Concessionnaire Auto + Essence	CG102	6	5	5	9	4	2
Concessionnaire Auto + Garage	CG103	101	100	97	93	79	69
Concessionnaire Auto + Essence + Garage	CG104	16	15	15	13	15	10
Concessionnaire motos	CG105	82	85	84	102	115	113
Concession + Réparation de motos	CG106	58	54	59	72	81	84
Réparation et Entretien		610	561	519	482	423	378
Garage	CG201	291	251	233	214	183	166
Garage + Vente essence	CG202	44	42	40	35	27	21
Vente équipements automobiles	CG203	92	91	73	69	64	56
Réparation de motos	CG204	22	22	26	35	44	44
Station service	CG205	130	124	117	107	83	71
Contrôle technique automobile	CG206	31	31	30	22	22	20
Location de véhicules automobiles		140	143	137	152	156	148

NOMBRE DE LOCAUX EN 2017				ÉVOLUTION							
SURFACE DU LOCAL			TOTAL	2014 - 2017				2003 - 2017			
MOINS DE 300	DE 300 À 1 000	1 000 OU PLUS		NOMBRE	%	ÉVOLUTION ANNUELLE		NOMBRE	%	ÉVOLUTION ANNUELLE	
						NOMBRE	%			NOMBRE	%
			1 454	122	9%	41	3,1	329	29%	24	2,1
			14	-20	-59%	-7	-19,6	-255	-95%	-18	-6,9
			152	2	1%	1	0,4	402	93%	29	6,7
			293	23	9%	8	2,8				
			389	61	19%	20	6,2				
			15	0	0%	0	0,0	1	7%	0	0,5
			140	-9	-6%	-3	-2,0	-5	-3%	0	-0,2
			146	40	38%	13	12,6	81	125%	6	9,0
			178	6	3%	2	1,2	120	207%	9	15,0
			39	21	117%	7	38,9	-5	-11%	0	-0,8
			88	-2	-2%	-1	-0,7	-10	-10%	-1	-0,7
			2 056	-99	-5%	-33	-1,5	-899	-30%	-65	-2,2
			196	-11	-5%	-4	-1,8	-126	-39%	-9	-2,8
			29	-8	-22%	-3	-7,2	-22	-43%	-2	-3,1
			37	-4	-10%	-1	-3,3	-8	-18%	-1	-1,3
			71	8	13%	3	4,2	-12	-14%	-1	-1,0
			630	-61	-9%	-20	-2,9	-368	-37%	-27	-2,7
			11	-10	-48%	-3	-15,9	-25	-69%	-2	-5,0
			262	-41	-14%	-14	-4,5	-172	-40%	-12	-2,9
			72	-21	-23%	-7	-7,5	-286	-80%	-21	-5,8
			263	33	14%	11	4,8	28	12%	2	0,9
			133	-3	-2%	-1	-0,7	5	4%	0	0,3
			71	-4	-5%	-1	-1,8	-14	-16%	-1	-1,2
			56	-11	-16%	-4	-5,5	-91	-62%	-7	-4,5
			225	34	18%	11	5,9	192	582%	14	42,1
			4 421	-158	-3%	-53	-1,2	57	1%	4	0,1
			1 858	16	1%	5	0,3	167	10%	12	0,7
			2 026	-117	-5%	-39	-1,8	-65	-3%	-5	-0,2
			1 208	-59	-5%	-20	-1,6	-37	-3%	-3	-0,2
			37	1	3%	0	0,9	21	131%	2	9,5
			554	-27	-5%	-9	-1,5	-95	-15%	-7	-1,1
			162	8	5%	3	1,7	46	25%	3	1,8
			65	-40	-38%	-13	-12,7				
			537	-57	-10%	-19	-3,2	-45	-8%	-3	-0,6
			170	-23	-12%	-8	-4,0	-23	-12%	-2	-0,9
			63	17	37%	6	12,3	9	17%	1	1,2
			304	-51	-14%	-17	-4,8	-31	-9%	-2	-0,7
			886	-56	-6%	-19	-2,0	-276	-24%	-20	-1,7
			383	-33	-8%	-11	-2,6	-75	-16%	-5	-1,2
			123	-15	-11%	-5	-3,6	-76	-38%	-5	-2,8
			2	0	0%	0	0,0	-3	-60%	0	-4,3
			57	-12	-17%	-4	-5,8	-43	-43%	-3	-3,1
			9	-1	-10%	0	-3,3	-6	-40%	0	-2,9
			107	-6	-5%	-2	-1,8	22	26%	2	1,9
			85	1	1%	0	0,4	31	57%	2	4,2
			357	-21	-6%	-7	-1,9	-204	-36%	-15	-2,6
			150	-16	-10%	-5	-3,2	-101	-40%	-7	-2,9
			17	-4	-19%	-1	-6,3	-25	-60%	-2	-4,3
			49	-7	-13%	-2	-4,2	-42	-46%	-3	-3,3
			55	11	25%	4	8,3	33	150%	2	10,8
			68	-3	-4%	-1	-1,4	-56	-45%	-4	-3,3
			18	-2	-10%	-1	-3,3	-13	-42%	-1	-3,0
			146	-2	-1%	-1	-0,5	3	2%	0	0,2

LOCAUX ENQUÊTE BDCOM - PARIS

NOMBRE DE LOCAUX PAR ANNÉE

		2000	2003	2005	2007	2011	2014
Cafés et Restaurants		12 818	12 682	12 882	13 094	13 378	13 878
Restauration traditionnelle		5 194	5 126	5 254	5 360	5 482	5 747
Restaurant traditionnel français	CH101	5 194	2 015	1 965	1 902	1 885	1 963
Restaurant antillais	CH102		48	39	38	31	27
Restaurant asiatique	CH103		1 161	1 242	1 306	1 523	1 638
Restaurant maghrébin	CH104		257	267	249	222	204
Restaurant africain	CH105		131	134	134	126	142
Restaurant européen	CH106		983	1 027	1 109	1 117	1 168
Restaurant central et sud américain	CH107		73	74	80	81	99
Restaurant indien, pakistanais et Moyen Orient	CH108		389	423	460	415	397
Autre restaurant du monde	CH109		69	83	82	82	109
Brasserie et Restauration continue		3 252	3 285	3 264	3 294	3 208	3 112
Brasserie - Restauration continue sans tabac	CH201	3 252	3 061	3 020	3 028	2 949	2 850
Brasserie - Restauration continue avec tabac	CH202		224	244	266	259	262
Restauration rapide		2 100	2 075	2 147	2 275	2 666	2 938
Cafétéria	CH301	13	15	17	14	13	12
Restauration rapide debout	CH302	996	867	823	764	758	828
Restauration rapide assise	CH303	1 091	1 193	1 307	1 497	1 895	2 098
Bar - Café - Débit de boissons		2 104	2 009	2 044	1 994	1 848	1 900
Salon de thé	CH401	196	243	286	296	272	268
Café - Tabac	CH402	413	361	352	316	297	277
Bar ou Café sans tabac	CH403	1 495	1 405	1 406	1 382	1 279	1 355
Autre restauration		168	187	173	171	174	181
Cabaret - Diner-Spectacle	CH501	65	67	62	54	48	47
Livraison à domicile plats alimentaires	CH502	103	120	111	117	126	134
Hôtels et Auberges de jeunesse		2 073	2 005	1 993	1 949	1 896	1 885
Hôtels de Tourisme		1 670	1 625	1 637	1 619	1 617	1 650
Hôtel de tourisme sans étoile	CI101	1 670	155	165	158	164	157
Hôtel de tourisme avec 1 étoile	CI102		144	135	128	110	90
Hôtel de tourisme avec 2 étoiles	CI103		585	577	555	522	346
Hôtel de tourisme avec 3 étoiles	CI104		597	599	600	608	705
Hôtel de tourisme avec 4 étoiles	CI105		132	149	163	191	291
Hôtel de tourisme avec 5 étoiles	CI106		12	12	15	22	34
Hôtel de tourisme - Palace	CI107		0	0	0	0	7
Location d'appartements (Appart Hotel, Citadines...)	CI108		0	0	0	0	20
Hôtels de Préfecture	CI201	395	371	346	320	268	222
Auberges de jeunesse	CI301	8	9	10	10	11	13
AUTRES LOCAUX EN REZ-DE-CHAUSSÉE		20 444	23 801	23 104	22 890	22 808	21 763
Locaux vacants		8 396	9 710	8 665	8 015	8 089	7 657
Locaux Vacants	AA101	8 396	9 710	8 665	8 015	8 089	6 740
Locaux en travaux	AA102			0	0	0	917
Commerces de gros		3 280	3 410	3 305	3 066	2 615	2 006
Commerce de gros alimentaire	AB101	31	38	47	39	44	39
Commerce de gros fabrication textile	AB102	343	358	343	288	236	187
Commerce de gros fabrication habillement	AB103	1 863	1 962	1 913	1 819	1 556	1 150
Commerce de gros maroquinerie et chaussures	AB104	261	266	259	238	214	182
Commerce de gros bijouterie	AB105	163	216	217	224	197	173
Autre commerce de gros	AB106	619	570	526	458	368	275
Services aux entreprises		693	651	626	598	548	553
Imprimerie	AC101	390	319	288	256	217	194
Services annexes aux entreprises	AC102	149	200	220	245	250	271
Studio de reportages photographiques	AC103	154	132	118	97	81	88

	NOMBRE DE LOCAUX EN 2017				ÉVOLUTION							
	SURFACE DU LOCAL			TOTAL	2014 - 2017				2003 - 2017			
	MOINS DE 300	DE 300 À 1 000	1 000 OU PLUS		NOMBRE	%	ÉVOLUTION ANNUELLE		NOMBRE	%	ÉVOLUTION ANNUELLE	
							NOMBRE	%			NOMBRE	%
				14 530	652	5%	217	1,6	1 848	15%	134	1,1
				6 090	343	6%	114	2,0	964	19%	70	1,4
				2 012	49	2%	16	0,8	-3	0%	0	0,0
				25	-2	-7%	-1	-2,5	-23	-48%	-2	-3,5
				1 793	155	9%	52	3,2	632	54%	46	3,9
				183	-21	-10%	-7	-3,4	-74	-29%	-5	-2,1
				150	8	6%	3	1,9	19	15%	1	1,0
				1 250	82	7%	27	2,3	267	27%	19	2,0
				121	22	22%	7	7,4	48	66%	3	4,8
				416	19	5%	6	1,6	27	7%	2	0,5
				140	31	28%	10	9,5	71	103%	5	7,4
				3 009	-103	-3%	-34	-1,1	-276	-8%	-20	-0,6
				2 753	-97	-3%	-32	-1,1	-308	-10%	-22	-0,7
				256	-6	-2%	-2	-0,8	32	14%	2	1,0
				3 266	328	11%	109	3,7	1 191	57%	86	4,2
				16	4	33%	1	11,1	1	7%	0	0,5
				882	54	7%	18	2,2	15	2%	1	0,1
				2 368	270	13%	90	4,3	1 175	98%	85	7,1
				1 998	98	5%	33	1,7	-11	-1%	-1	0,0
				311	43	16%	14	5,3	68	28%	5	2,0
				282	5	2%	2	0,6	-79	-22%	-6	-1,6
				1 405	50	4%	17	1,2	0	0%	0	0,0
				167	-14	-8%	-5	-2,6	-20	-11%	-1	-0,8
				47	0	0%	0	0,0	-20	-30%	-1	-2,2
				120	-14	-10%	-5	-3,5	0	0%	0	0,0
				1 898	13	1%	4	0,2	-107	-5%	-8	-0,4
				1 678	28	2%	9	0,6	53	3%	4	0,2
				147	-10	-6%	-3	-2,1	-8	-5%	-1	-0,4
				84	-6	-7%	-2	-2,2	-60	-42%	-4	-3,0
				287	-59	-17%	-20	-5,7	-298	-51%	-22	-3,7
				712	7	1%	2	0,3	115	19%	8	1,4
				360	69	24%	23	7,9	228	173%	16	12,5
				53	19	56%	6	18,6	41	342%	3	24,7
				10	3	43%	1	14,3	10		1	
				25	5	25%	2	8,3	25		2	
				203	-19	-9%	-6	-2,9	-168	-45%	-12	-3,3
				17	4	31%	1	10,3	8	89%	1	6,4
				21 213	-550	-3%	-183	-0,8	-2 588	-11%	-187	-0,8
				7 804	147	2%	49	0,6	-1 906	-20%	-138	-1,4
				6 912	172	3%	57	0,9	-1 906	-20%	-138	-1,4
				892	-25	-3%	-8	-0,9				
				1 590	-416	-21%	-139	-6,9	-1 820	-53%	-132	-3,9
				30	-9	-23%	-3	-7,7	-8	-21%	-1	-1,5
				167	-20	-11%	-7	-3,6	-191	-53%	-14	-3,9
				855	-295	-26%	-98	-8,6	-1 107	-56%	-80	-4,1
				146	-36	-20%	-12	-6,6	-120	-45%	-9	-3,3
				156	-17	-10%	-6	-3,3	-60	-28%	-4	-2,0
				236	-39	-14%	-13	-4,7	-334	-59%	-24	-4,2
				559	6	1%	2	0,4	-92	-14%	-7	-1,0
				171	-23	-12%	-8	-4,0	-148	-46%	-11	-3,4
				295	24	9%	8	3,0	95	48%	7	3,4
				93	5	6%	2	1,9	-39	-30%	-3	-2,1

LOCAUX ENQUÊTE BDCOM – PARIS		NOMBRE DE LOCAUX PAR ANNÉE					
		2000	2003	2005	2007	2011	2014
Médical		1 140	1 228	1 305	1 406	1 504	1 769
Cabinet médical	AD101	234	266	290	294	348	416
Centre de radiologie	AD102	53	61	63	67	65	69
Cabinet dentaire	AD103	74	89	101	116	132	152
Cabinet de kinésithérapeute	AD104	244	261	268	282	277	304
Cabinet d'infirmière	AD105	87	81	85	91	103	119
Autre activité d'auxiliaire médical - Orthophoniste	AD106	160	176	195	229	230	347
Ambulances	AD107	45	47	60	75	87	91
Laboratoire d'analyses médicales	AD108	149	149	148	149	156	166
Vétérinaire	AD109	94	98	95	103	106	105
Spectacles		176	187	193	200	214	225
Théâtre	AE101	123	128	130	134	148	152
Salle de concert	AE102	17	20	22	24	26	28
Autre lieu de spectacle	AE103	36	39	41	42	40	45
Autres locaux en boutique		6 759	8 615	9 010	9 605	9 838	9 553
Atelier en boutique	AF101	223	415	519	661	789	949
Équipement en boutique	AF103	111	158	187	250	356	428
Stockage en boutique	AF104	139	343	450	653	679	752
Bureau en boutique	AF102	6 286	7 699	7 854	8 041	8 014	7 424
TOTAL LOCAUX EN REZ-DE-CHAUSSEE		83 693	86 549	86 076	85 472	84 673	84 245

	NOMBRE DE LOCAUX EN 2017				ÉVOLUTION							
	SURFACE DU LOCAL			TOTAL	2014 - 2017				2003 - 2017			
	MOINS DE 300	DE 300 À 1 000	1 000 OU PLUS		NOMBRE	%	ÉVOLUTION ANNUELLE		NOMBRE	%	ÉVOLUTION ANNUELLE	
							NOMBRE	%			NOMBRE	%
				1 898	129	7%	43	2,4	670	55%	48	3,9
				458	42	10%	14	3,4	192	72%	14	5,2
				72	3	4%	1	1,4	11	18%	1	1,3
				163	11	7%	4	2,4	74	83%	5	6,0
				314	10	3%	3	1,1	53	20%	4	1,5
				135	16	13%	5	4,5	54	67%	4	4,8
				399	52	15%	17	5,0	223	127%	16	9,2
				87	-4	-4%	-1	-1,5	40	85%	3	6,2
				162	-4	-2%	-1	-0,8	13	9%	1	0,6
				108	3	3%	1	1,0	10	10%	1	0,7
				230	5	2%	2	0,7	43	23%	3	1,7
				155	3	2%	1	0,7	27	21%	2	1,5
				33	5	18%	2	6,0	13	65%	1	4,7
				42	-3	-7%	-1	-2,2	3	8%	0	0,6
				9 132	-421	-4%	-140	-1,5	517	6%	37	0,4
				880	-69	-7%	-23	-2,4	465	112%	34	8,1
				531	103	24%	34	8,0	373	236%	27	17,1
				816	64	9%	21	2,8	473	138%	34	10,0
				6 905	-519	-7%	-173	-2,3	-794	-10%	-57	-0,7
				83 720	-525	-1%	-175	-0,2	-2 829	-3%	-205	-0,2

L'évolution des commerces à Paris

INVENTAIRE DES COMMERCES 2017 ET ÉVOLUTIONS 2014-2017

Le recensement des commerces parisiens a été réalisé pour la septième fois depuis 2000, pendant les mois de mars et avril 2017, à l'initiative de la Ville de Paris, de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et de l'Apur. À cette date, Paris comptabilise 62 507 commerces et services commerciaux, ce chiffre traduisant une très forte densité commerciale comparée à celle observée dans les centres-villes des grandes villes de province mais aussi par rapport aux 11 autres Établissements Publics Territoriaux composant la Métropole du grand Paris.

Les évolutions commerciales accompagnent et soulignent les transformations de la société parisienne et de ses modes de consommation. Les fortes densités de population et la façon de se déplacer dans Paris, majoritairement à pied, favorisent le maintien de magasins de proximité variés et de petite taille. La montée en gamme d'une partie des commerces est rendue possible par la hausse du pouvoir d'achat des habitants.

Les évolutions technologiques marquent de leur empreinte les évolutions commerciales. L'usage d'internet pour acheter en ligne, s'informer ou se divertir détourne une partie des clients des marchands de journaux, agences de voyages, vidéoclubs, magasins de matériel photographique, électronique... Ces commerces deviennent moins nombreux et laissent la place à de nouvelles activités.

Par rapport à l'enquête précédente, de nouvelles tendances émergent : le petit commerce alimentaire traditionnel augmente après une longue période de baisse ; le commerce de gros est toujours en forte diminution ; les services commerciaux liés au bien être continuent de croître ; l'économie de la réparation et du recyclage se développe avec la crise et la volonté d'une société plus durable ; enfin, la vacance des locaux est en légère hausse, après une baisse assez marquée entre 2011 et 2014. Le taux de vacance s'établit à 9,3 % de l'ensemble des locaux en rez-de-chaussée contre 9,1 % lors de la dernière période.

L'Apur, Atelier parisien d'urbanisme, est une association loi 1901 qui réunit autour de ses membres fondateurs, la Ville de Paris et l'État, les acteurs de la Métropole du Grand Paris. Ses partenaires sont :

