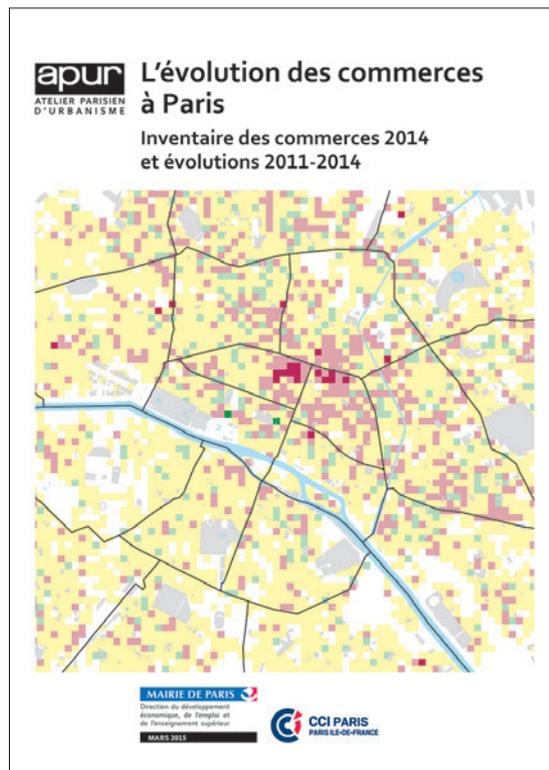


L'évolution des commerces à Paris

Inventaire des commerces 2014 et évolutions 2011-2014



Sommaire de l'étude

Introduction

1- Résultats globaux et données de cadrage

Les évolutions générales

Une exceptionnelle densité de commerces

Des évolutions relativement stables

Une diminution de la vacance

La nouvelle place du « e-commerce »

Glossaire

2- Les principales évolutions

Les hausses les plus importantes

Les baisses les plus importantes

Les activités stables

Recueil cartographique des évolutions commerciales

3- Structure commerciale et évolutions par arrondissements

4- Annexe :

tableau récapitulatif de la collecte 2014

Un recensement des commerces parisiens a été réalisé en mars-avril 2014 à l'initiative de la Ville de Paris, de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et de l'APUR. Il fait suite aux enquêtes de 2000, 2003, 2005, 2007 et 2011 réalisées selon la même méthodologie.

Sur la totalité des rues de Paris, ont été inventoriés tous les locaux en rez-de-chaussée ayant une vitrine sur rue. Une équipe de 20 enquêteurs a été mobilisée. Pour chaque local, les informations observables depuis la rue ont fait l'objet d'un relevé précis sur la nature du local (commerce, service, bureau, entrepôt...); l'enseigne, c'est-à-dire le nom affiché en devanture; l'activité exercée, selon une nomenclature en 221 postes; la tranche de superficie, en distinguant les boutiques dont la sur-

face de vente est inférieure à moins de 300 m², entre 300 à 1 000 m² et les plus de 1 000 m².

En 2014, Paris compte 62 114 commerces ou services commerciaux en activité. Sur la période 2011-2014, on constate une légère hausse de ces commerces et services (+ 0,8 %) qui trouve en partie son origine dans la diminution importante des commerces de gros, des locaux anciennement vacants ou encore des bureaux en boutique. Cette augmentation marque une inversion par rapport à la période 2007-2011 au cours de laquelle le nombre de commerces avait légèrement diminué (- 1,3 %). La vacance des locaux implantés en rez-de-chaussée est en diminution puisqu'elle passe de 9,6 % en 2011 à 9,1 % en 2014.

Une offre commerciale exceptionnelle

Le rôle prééminent qu'occupe Paris, sur le plan national et international dans les domaines politiques, économique, artistique..., la venue de plus de 29 millions de touristes chaque année qui fait de Paris l'une des toutes premières destinations mondiales et la forte concentration de population sur un petit territoire expliquent l'exceptionnelle densité de commerces et de services commerciaux de toutes catégories et de toutes natures que l'on recense dans Paris intra-muros. Cette forte densité de magasins se retrouve à la fois dans le rapport du nombre de commerces au nombre d'habitants (28 pour 1000 habitants) ou à la longueur des rues (3,5 commerces pour 100 mètres de voies). Cette densité est forte aussi par comparaison avec son environnement proche puisque Paris intra-muros abrite près de 60 % des commerces et de services commerciaux de la Métropole du Grand Paris (Paris et petite couronne) sur un territoire qui ne représente que 14 % de la superficie de cet ensemble

Comme dans les précédentes études de la Banque de Données Commerce, la densité commerciale est plus forte dans les arrondissements centraux (1^{er} à 11^e arrondissements) où elle dépasse souvent 5 commerces pour 100 mètres de voies en moyenne et souvent plus de 40 commerces pour 1 000 habitants que dans les arrondissements périphériques où elle se situe plutôt autour de 2 ou 3 commerces pour 100 mètres de rue et autour de 20

commerces pour 1 000 habitants. Les records de densité se situent dans le 9^e arrondissement (7,7 commerces pour 100 mètres de voie) et le 1^{er} arrondissement pour la densité de commerces par habitants (137 commerces pour 1 000 habitants). A contrario, le 19^e arrondissement est le moins dense (1,7 commerce pour 100 mètres de voie et 12 commerces pour 1 000 habitants).

Des exercices de comparaison de la densité du tissu commercial à Paris par rapport aux communes-centre de 7 grandes villes de province ont été effectués. Ils montrent que Paris bénéficie d'un parc de commerces plus dense que les autres grandes villes, sans doute lié à la concentration de logements et d'emplois ainsi qu'à l'attraction exercée auprès des visiteurs extérieurs. C'est surtout pour les commerces dédiés aux achats dits exceptionnels - magasins de vêtements, parfumeries, bijouteries - librairies papeteries et journaux et pour le nombre de restaurants que Paris se distingue des centres-villes de province avec une proportion de magasins beaucoup plus élevée par rapport à la population résidente. Un autre exercice a été réalisé visant à comparer l'équipement commercial de Paris avec celui de Londres. Il apparaît que la densité de commerces, qu'elle soit calculée en nombre de magasins pour 10 000 habitants ou en surface commerciale par km², est moins élevée dans le centre de Londres (7 boroughs centraux) qu'à Paris.

	2014	Évolution annuelle	
	Nombre de locaux	2011 - 2014	
		nombre	%
Commerces et services commerciaux	62 114	157	0,3 %
Grands magasins	8	0	4,8 %
Alimentaire	7 214	68	1,0 %
Équipement de la personne	8 766	21	0,2 %
Santé-Beauté	2 706	74	3,0 %
Équipement de la maison	3 161	-115	-3,3 %
Culture et loisirs	5 800	6	0,1 %
Bricolage-Jardinage	938	-12	-1,3 %
Services aux particuliers	12 343	16	0,1 %
Agences	4 553	-26	-0,6 %
Auto-Moto	933	-28	-2,8 %
Cafés et restaurants	13 822	158	1,2 %
Hôtels et auberges de jeunesse	1 870	-7	-0,4 %
Autres locaux en rez-de-chaussée	21 728	-368	-1,6 %
Locaux vacants	7 659	-157	-1,9 %
Commerces de gros	2 002	-204	-7,8 %
Services aux entreprises	537	1	0,2 %
Locaux médicaux en rez-de-chaussée	1 763	88	5,9 %
Spectacles	221	3	1,4 %
Bureaux, ateliers, équipements en boutique	9 546	-99	-1,0 %
TOTAL LOCAUX EN REZ-DE-CHAUSSÉE	83 842	-211	-0,3 %

Les évolutions du commerce parisien

Nous pouvons observer, au sein de cette stabilité du nombre de commerce, des évolutions contrastées et souvent structurelles des différentes activités. La restauration et le secteur du bien-être continuent de voir le nombre de leurs établissements augmenter ; la concurrence du e-commerce se fait sentir sur de nombreux secteurs de la culture et des loisirs.

Les hausses les plus importantes

Elles se retrouvent plus précisément dans les activités suivantes :

- **Opticiens** : + 18 % (+ 138 magasins). L'augmentation du nombre d'opticiens se poursuit et amplifie la tendance constatée lors des enquêtes précédentes.
- **Supérettes** : + 9 % (+ 37 établissements). Depuis le début des années 2000, les supérettes alimentaires voient leurs effectifs augmenter. Néanmoins le rythme des ouvertures est moins élevé que dans la période 2007-2011. Les grands groupes de distribution alimentaire continuent toutefois le maillage du territoire parisien avec ce format de magasin (de 120 à 400 m²) qui correspond bien à une clientèle de centre-ville dense qui fait ses courses à pied.
- **Soins du corps** : + 6 % (+ 107 établissements). Après une hausse forte et continue des soins de beauté et des autres soins corporels depuis 2003 et surtout entre 2007 et 2011, ce secteur voit augmenter légèrement moins vite le nombre de ses établissements.
- **Cafés et restaurants** : + 4 % (+ 474 établissements). À l'intérieur de ce secteur, la restauration continue de se développer assez fortement surtout dans le domaine de la restauration rapide, qu'elle soit debout ou assise (+ 10 %, soit 264 établissements) et pour les cuisines venues d'ailleurs (asiatiques, africaines et autres restaurants du monde, + 11 %, soit 192 établissements). La cuisine française est également en croissance (+ 4 %, soit 72 établissements).
- **Alimentaire traditionnel spécialisé** : + 3 % (+ 156 commerces). Au sein de ce secteur, les commerces alimentaires « de niche » continuent de se développer à un rythme soutenu, notamment les cavistes (+ 15 %), torrificateurs (+ 13 %), chocolatiers (+ 10 %), produits surgelés (+ 8 %), produits bio (+ 9 %) ou encore régionaux (+ 8 %). Ils répondent à une attente de qualité de la part de la clientèle parisienne.

Les baisses les plus importantes

- **Le commerce de gros** : - 23 % (- 612 établissements). La baisse du commerce de gros se poursuit et s'amplifie à Paris depuis la dernière enquête de 2011. Une partie de ces commerces s'est transformée en magasins de prêt-à-porter (121 magasins).
- **Librairie et presse** : la baisse du nombre de librairies s'amplifie par rapport à la période précédente 2007-2011 avec la disparition de 83 librairies (- 10 %). Le

secteur de la presse continue aussi de décroître (- 19 %), mais à un rythme moins soutenu qu'auparavant. La concurrence d'internet et de la presse quotidienne gratuite expliquent notamment cette désaffection pour ce type de commerces culturels.

- **Meubles et équipement du foyer** : - 10 % (- 205 établissements). Alors que la vente de meubles est en augmentation, l'évolution entre la dernière enquête et la nouvelle fait apparaître une diminution importante des boutiques d'équipement du foyer (vaisselle, luminaires, tissus...).
- **La photographie** : - 13 % (- 32 boutiques). Ce secteur est en baisse continue depuis 2003. Le développement et la vente de pellicules photo, la vente d'appareils photo, ainsi que les studios de reportages photo subissent à la fois la concurrence d'Internet et de la photo numérique qui changent les habitudes de consommation.
- **Équipements de communication** : 7 % (- 77 établissements). Il s'agit des boutiques de téléphonie, vente de matériel informatique et vente de radio-TV-HIFI. Ce secteur, qui était en croissance jusqu'en 2005, pâtit désormais de l'équipement croissant des ménages en nouvelles technologies et de la vente en ligne.
- **D'autres secteurs sont concernés** par des diminutions qui renvoient à l'équipement croissant des ménages en informatique : agences de voyages : - 14 % (- 107 agences), cyber cafés : - 33 % (- 34 établissements), photocopies : - 8 % (- 18 magasins), vidéo club : - 63 % (- 59 boutiques).
- **Vente et réparation auto** : 12 % (- 75 établissements). Le recul du taux de motorisation des ménages à Paris explique notamment la baisse continue des garages, concessionnaires et stations-service.
- **Travaux de rénovation** : - 7 % (- 120 établissements). Ce secteur d'activité correspond aux métiers du bâtiment (électricien, plombier, peintre...) ainsi qu'au dépannage et la réparation (serrurier...). Ils continuent de diminuer à Paris. La baisse de ces activités est continue à Paris depuis longtemps.

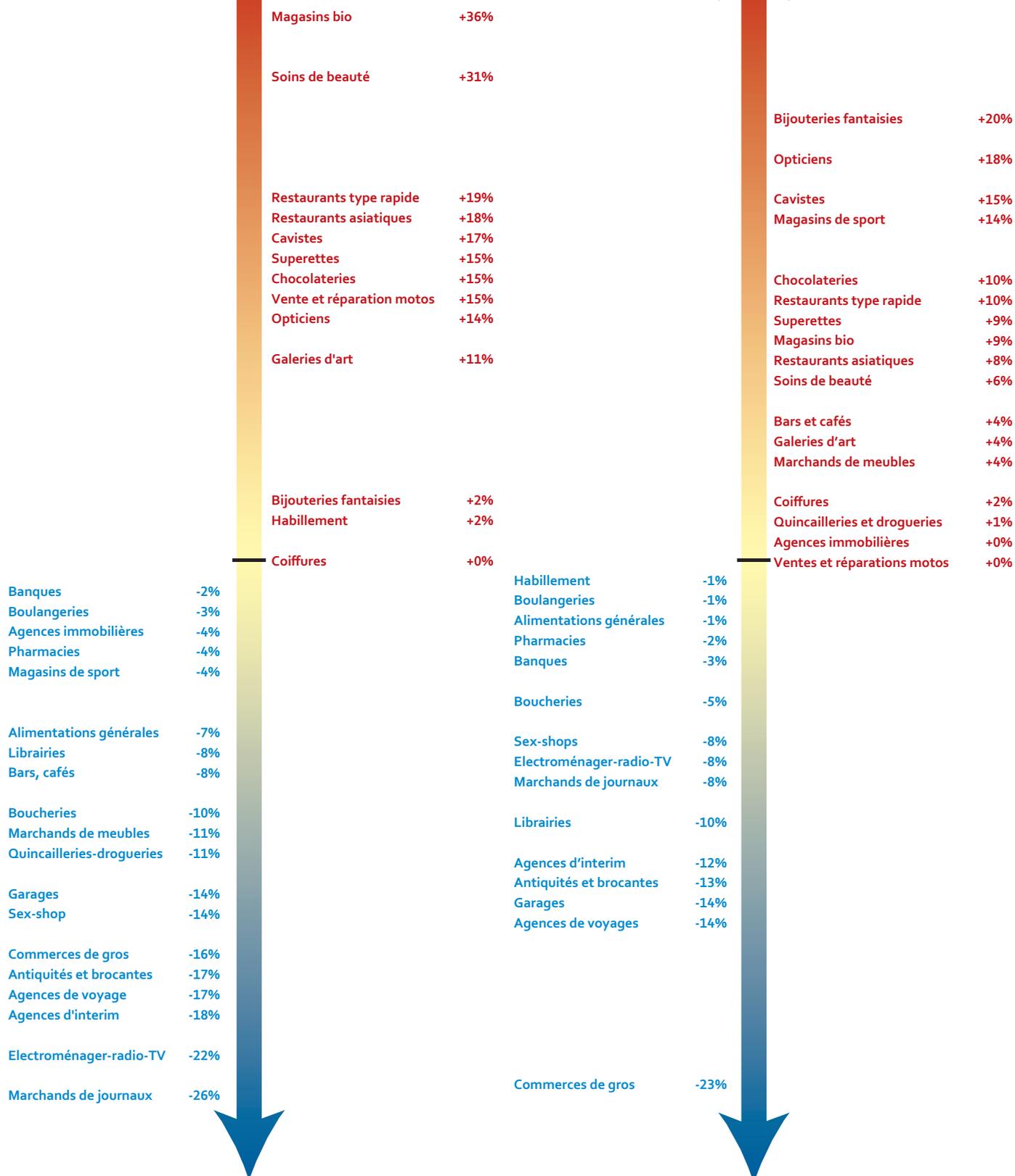
Les activités stables

- **Alimentaire « traditionnel »** : Alors qu'il avait tendance à diminuer lors des enquêtes précédentes, le commerce alimentaire traditionnel se maintient entre 2011 et 2014. Les bouchers et boulangers diminuent légèrement (respectivement - 5 % et - 1 %) alors que les poissonniers et primeurs restent stables et que les crémiers/fromagers enregistrent une augmentation de leur nombre (+ 6 %).
- **Vente et réparation moto** : pas d'établissements en plus ou en moins. Ce secteur qui était en forte hausse précédemment semble à présent se stabiliser.
- **Le prêt-à-porter** connaît une forte rotation des boutiques (32 % entre 2011 et 2014), mais l'effectif des magasins reste globalement stable (- 1 %).

ÉVOLUTION DU COMMERCE PARISIEN

2007 - 2011

2011 - 2014



L'Apur, l'Atelier parisien d'urbanisme, est une association 1901 qui réunit la Ville de Paris, le Département de Paris, l'État, la Région Ile-de-France, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, la Caisse d'Allocations Familiales de Paris, la Régie Autonome des Transports Parisiens, l'Établissement public d'aménagement Orly-Rungis-Seine-Amont et Paris Métropole.