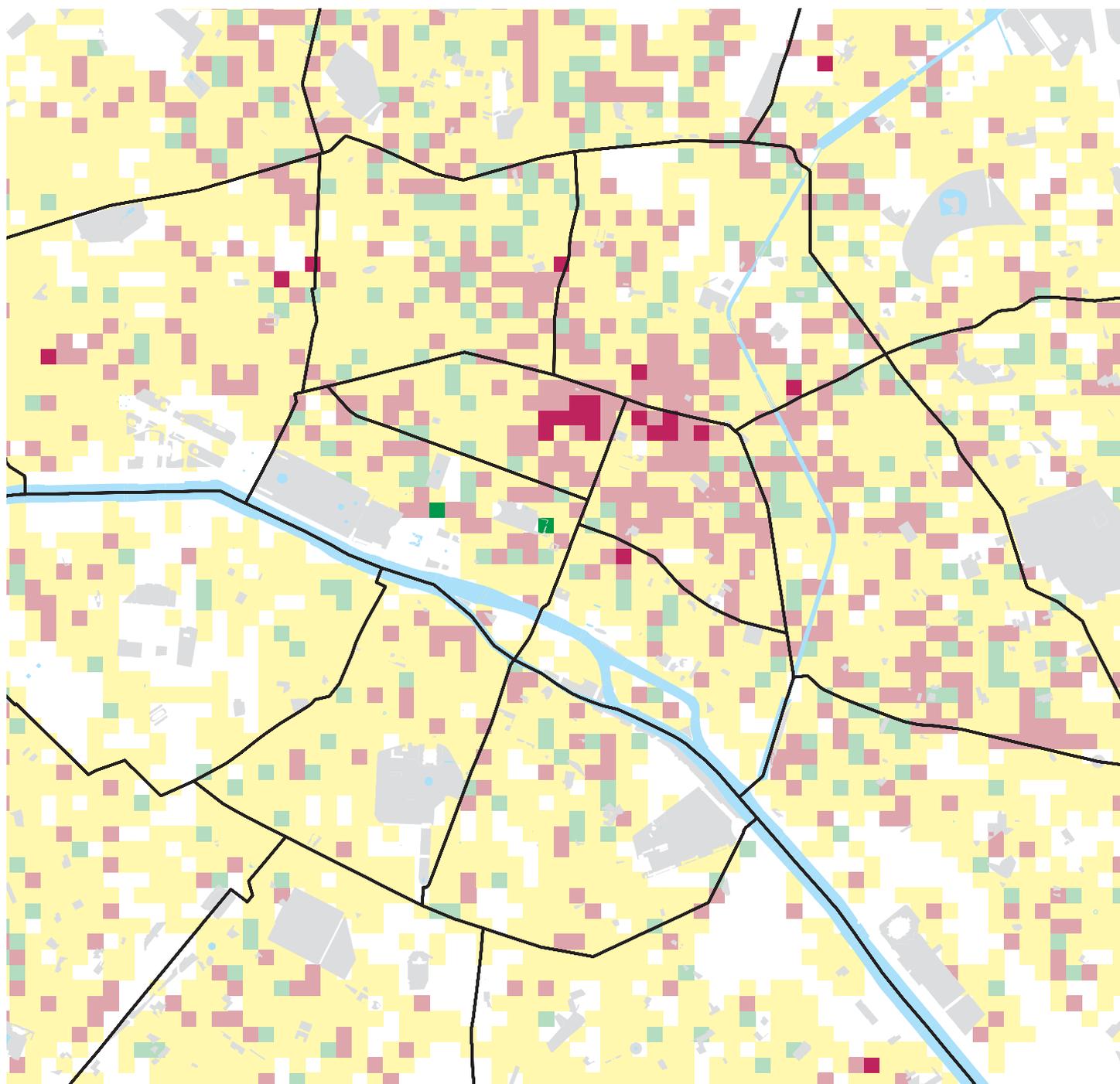


L'évolution des commerces à Paris

Inventaire des commerces 2014 et évolutions 2011-2014



MAIRIE DE PARIS 

Direction du développement
économique, de l'emploi et
de l'enseignement supérieur

MARS 2015

Directrice de la publication : Dominique Alba
Étude réalisée par : Bruno Bouvier et François Mohrt
Avec la participation de : Julien de Leiris
Sous la direction de : Audry Jean-Marie
Cartographie et traitements statistiques : Anne Servais, Gustavo Vela
Maquette : Apur
www.apur.org

Sommaire

Introduction	5
1- Résultats globaux et données de cadrage.....	7
Les évolutions générales	7
Une exceptionnelle densité de commerces.....	8
Des évolutions relativement stables	12
Une diminution de la vacance.....	14
La nouvelle place du « e-commerce »	16
Glossaire	17
2- Les principales évolutions	19
Les hausses les plus importantes	19
Les baisses les plus importantes	21
Les activités stables.....	23
Recueil cartographique des évolutions commerciales.....	25
3- Structure commerciale	
et évolutions par arrondissements.....	41
1 ^{er} arrondissement	42
2 ^e arrondissement	44
3 ^e arrondissement	46
4 ^e arrondissement	48
5 ^e arrondissement	50
6 ^e arrondissement	52
7 ^e arrondissement	54
8 ^e arrondissement	56
9 ^e arrondissement	58
10 ^e arrondissement	60
11 ^e arrondissement	62
12 ^e arrondissement	64
13 ^e arrondissement	66
14 ^e arrondissement	68
15 ^e arrondissement	70
16 ^e arrondissement	72
17 ^e arrondissement	74
18 ^e arrondissement	76
19 ^e arrondissement	78
20 ^e arrondissement	80
4- Annexe : tableau récapitulatif de la collecte 2014.....	82

Introduction

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

1- Résultats globaux et données de cadrage

Les évolutions générales

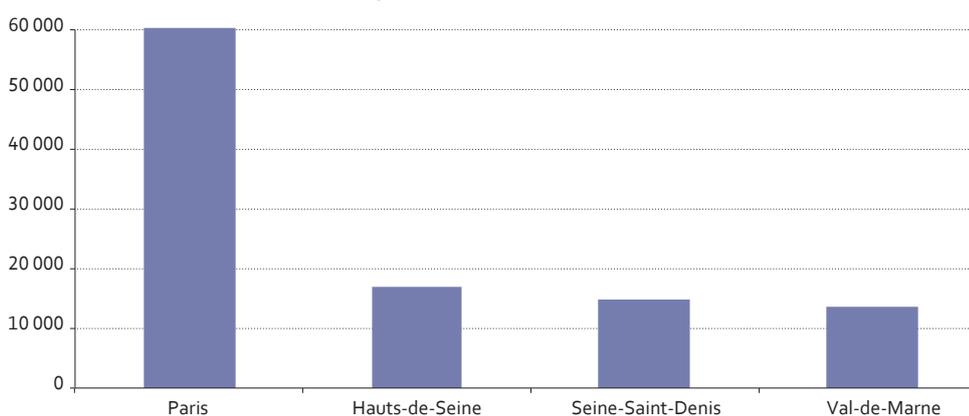
En 2014, Paris compte environ 62 000 commerces ou services commerciaux en activité. Par rapport à 2011, on constate une légère hausse de ces commerces et services (+470) qui trouve en partie son origine dans la diminution importante des commerces de gros, des locaux anciennement vacants ou encore des 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 (- 843). La vacance des locaux implantés en rez-de-chaussée est en diminution entre 2011 et 2014 puisqu'elle passe de 9,6 % à 9,1 %.

	2014	Évolutions annuelles			
	Nombre de locaux	2003-2014		2011 - 2014	
		nombre	%	nombre	%
Commerces et services commerciaux	62 114	-57	-0,1 %	157	0,3 %
Grands magasins	8	0	-1,0 %	0	4,8 %
Alimentaire	7 214	18	0,3 %	68	1,0 %
Équipement de la personne	8 766	40	0,5 %	21	0,2 %
Santé-Beauté	2 706	38	1,6 %	74	3,0 %
Équipement de la maison	3 161	-112	-2,6 %	-115	-3,3 %
Culture et loisirs	5 800	-51	-0,8 %	6	0,1 %
Bricolage-Jardinage	938	-23	-2,0 %	-12	-1,3 %
Services aux particuliers	12 343	-55	-0,4 %	16	0,1 %
Agences	4 553	18	0,4 %	-26	-0,6 %
Auto-Moto	933	-21	-1,8 %	-28	-2,8 %
Cafés et restaurants	13 822	106	0,8 %	158	1,2 %
Hôtels et auberges de jeunesse	1 870	-12	-0,6 %	-7	-0,4 %
Autres locaux en rez-de-chaussée	21 728	-193	-0,8 %	-368	-1,6 %
Locaux vacants	7 659	-190	-2,0 %	-157	-1,9 %
Commerces de gros	2 002	-131	-3,8 %	-204	-7,8 %
Services aux entreprises	537	-10	-1,6 %	1	0,2 %
Locaux médicaux en rez-de-chaussée	1 763	50	4,0 %	88	5,9 %
Spectacles	221	3	1,6 %	3	1,4 %
Bureaux, ateliers, équipements en boutique	9 546	86	1,0 %	-99	-1,0 %
TOTAL LOCAUX EN REZ-DE-CHAUSSÉE	83 842	-250	-0,3 %	-211	-0,3 %

Une exceptionnelle densité de commerces

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 que le nombre de commerces soit rapporté 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 l'indiquent le graphique et tableau ci-après.

Nombre de commerce à Paris et en petite couronne



Source : CCI Paris, 2014

Nombre de commerces à Paris et en petite couronne et proportion par rapport à la Métropole du Grand Paris

	Alimentaire		Non alimentaire		Restauration (hors hôtellerie)		Services commerciaux		Total	
	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%
Paris	7 214	53,0 %	22 304	60,4%	13 822	57,9%	16 896	54,6%	60 236	57,2%
Hauts-de-Seine	2 240	16,4 %	5 492	14,9 %	3 742	15,7 %	5 353	17,3 %	16 827	16,0%
Seine-Saint-Denis	2 312	17,0 %	4 789	13,0 %	3 496	14,7 %	4 261	13,8 %	14 858	14,1%
Val-de-Marne	1 857	13,6 %	4 361	11,8 %	2 802	11,7 %	4 458	14,4 %	13 478	12,8%
Petite couronne	6 409	47,0 %	14 642	39,6%	10 040	42,1%	14 072	45,4%	45 163	42,8%
Paris et petite couronne	13 623	100 %	36 946	100 %	23 862	100 %	30 968	100 %	105 399	100%

Source : CCI Paris, 2014

Une densité inégalement répartie

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 commerces pour 100 mètres de voie et 12 commerces pour 1 000 habitants), compensé, cependant, par une proportion plus importante de commerces alimentaires et de services commerciaux, donc de commerces de proximité qu'en moyenne à Paris.

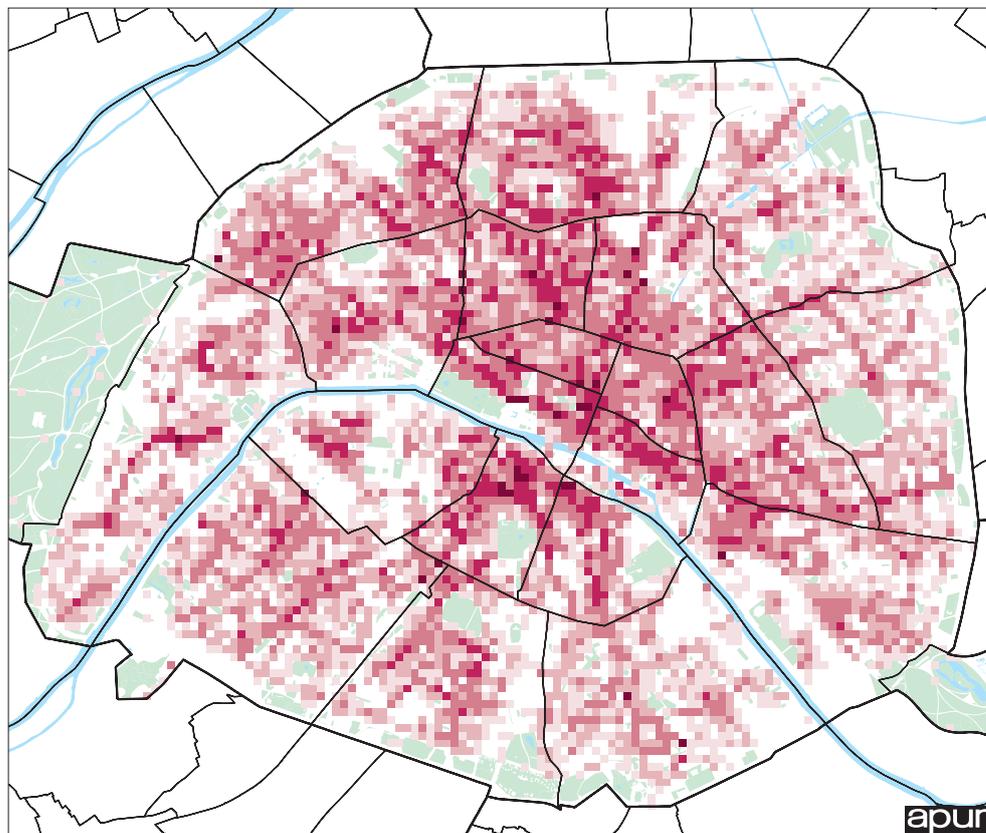
La carte ci-après précise l'organisation spatiale de la densité commerciale parisienne ; on aperçoit nettement les principaux axes en radiales où se situent la majorité des magasins. Certains arrondissements ou quartiers apparaissent très denses : ceux du centre, bien sûr, mais aussi quelques-uns plus périphériques : autour de l'avenue du Général Leclerc dans le 14^e, la rue de Passy dans le 16^e, le quartier des Ternes ou celui des Batignolles dans le 17^e, le quartier de la Goutte d'Or dans le 18^e... Certains territoires présentent, au contraire, une densité plus faible : l'est du 15^e, le quartier de la Chapelle (18^e arrt), le sud des Buttes-Chaumont (19^e arrt), le quartier de la rue Saint-Fargeau dans le 20^e...

Densité commerciale en 2014

Nombre de locaux et services commerciaux



Source : BDCCom 2014



Des exercices ont été réalisés pour donner la mesure de la densité du tissu commercial à Paris et de son évolution globale. Ainsi des comparaisons ont été faites avec des communes centre de 7 grandes villes de province et une grande métropole européenne, Londres.

Comparaison par rapport à des centres-villes de province

La comparaison des densités commerciales entre Paris et les grandes villes de province est difficile à réaliser compte tenu de l'absence d'un inventaire commercial de type BDCCom en dehors de Paris.

Il existe cependant une source exploitable pour ce type de comparaison : la « Base permanente des équipements » de l'Insee, dont la dernière version date de 2013. Cette base constitue avant tout un répertoire des équipements publics et privés identifiés par des sources administratives diverses mais intègre aussi une partie des commerces, ceux-ci étant identifiés à partir du répertoire des entreprises Sirene. Une trentaine d'activités commerciales sont prises en compte.

Au total pour Paris cette base répertorie 56 796 commerces soit un peu plus de 90 % de l'effectif BDCCom (62 114). Il en découle un taux d'équipement commercial pour 10 000 habitants légèrement sous-estimé qui ressort à 254 commerces pour 10 000 habitants au lieu de 277 selon la BDCCom.

Données de cadrage	Paris	Lyon	Marseille	Nancy	Lille	Nice	Bordeaux	Nantes
Population en 2012	2 240 621	4 963 343	5 533 379	1 050 677	2 286 522	3 433 629	2 412 877	2 916 604
Superficie en km ²	105,40	47,87	82,64	15,01	34,83	71,92	49,36	65,19
Densité de population	21 258	10 369	6 696	7 000	6 565	4 778	4 888	4 473

Nombre de commerces pour 10 000 habitants en 2013

Commerces alimentaires, dont :	26,2	18,9	25,4	18,5	18,8	26,9	20,3	13,8
Hypermarché	0,1	0,1	0,1	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
Supermarché et supérette	3,7	2,6	2,6	2,0	2,8	2,9	2,6	1,5
Épicerie	9,0	5,3	8,3	4,2	6,2	8,8	6,6	2,8
Boulangerie	8,2	7,0	8,5	8,8	6,2	8,9	6,8	6,0
Boucherie charcuterie	4,0	3,3	4,8	2,9	3,1	4,7	3,4	2,4
Produits surgelés	0,5	0,3	0,3	0,3	0,1	0,6	0,1	0,3
Poissonnerie	0,6	0,2	0,8	0,1	0,1	0,9	0,5	0,5
Commerces non alimentaires, dont :	89,5	57,3	57,3	57,7	55,6	63,9	67,3	41,3
Librairie papeterie journaux	10,1	5,2	4,4	4,2	3,2	4,7	5,6	3,8
Magasin de vêtements	34,7	20,5	21,5	23,4	22,0	20,1	24,6	14,2
Magasin d'équipements du foyer	4,7	3,6	2,4	3,3	3,6	3,7	4,8	2,3
Magasin de chaussures	5,5	3,8	3,2	4,3	4,1	3,7	4,3	3,1
Magasin d'électroménager et audio-vidéo	2,8	1,8	2,3	1,6	1,5	2,2	1,9	1,1
Magasin de meubles	3,9	3,1	2,2	2,6	2,8	3,6	3,9	2,0
Grande surface de bricolage	0,3	0,3	0,3	0,5	0,3	0,7	0,2	0,3
Magasin d'articles de sport et de loisirs	1,7	2,1	3,0	1,5	1,9	3,0	2,8	1,5
Magasin de revêtements murs et sols	0,8	0,2	0,3	0,1	0,3	0,3	0,2	0,3
Droguerie quincaillerie bricolage	1,6	1,1	2,0	0,6	1,2	2,6	1,5	0,8
Parfumerie	4,8	3,0	2,7	3,0	3,1	3,3	3,4	1,5
Horlogerie bijouterie	4,9	2,7	2,6	3,1	2,5	4,0	2,7	1,7
Fleuriste	3,9	2,8	2,9	2,3	2,3	4,1	3,4	2,1
Magasin d'optique	4,7	2,9	2,6	3,0	2,8	2,6	2,6	2,7
Pharmacie	5,0	4,2	5,1	4,2	4,0	5,6	5,6	3,8
Services commerciaux, dont :	58,1	35,6	31,7	27,6	26,7	61,0	43,7	29,7
École de conduite	1,3	2,5	2,0	3,9	2,0	2,4	2,7	2,0
Agence immobilière	33,6	16,6	15,9	12,6	13,3	33,4	25,5	18,1
Blanchisserie-teinturerie	5,7	3,2	2,4	2,4	2,1	4,0	3,5	2,2
Soins de beauté	10,2	9,1	8,6	6,9	5,2	17,2	8,8	5,1
Agence de voyages	7,4	4,2	2,7	1,9	4,0	4,0	3,1	2,4
Restauration	79,7	52,0	45,3	48,9	54,8	58,6	61,3	37,8
Total de ces activités	253,5	163,8	159,6	152,7	156,0	210,4	192,6	122,5

Cette base présente l'intérêt d'être homogène dans sa constitution à l'échelle du territoire français. Toutes les communes métropolitaines y sont répertoriées, ce qui autorise les comparaisons. L'exercice réalisé permet de comparer Paris à des centres très urbanisés ayant comme la capitale une densité de population supérieure à 4 000 habitants par km². Il s'agit de Lyon, Marseille, Nancy, Lille, Nice, Bordeaux et Nantes. Dans le cas de Marseille, seuls les 11 arrondissements les plus densément peuplés ont été pris en compte. Pour les huit villes, un nombre de commerces pour 10 000 habitants a été calculé pour chacune des activités commerciales disponibles.

Il ressort de cette comparaison que Paris bénéficie d'un parc de commerces plus dense que les autres grandes villes françaises, sans doute lié à la densité des immeubles d'habitation mais aussi aux masses d'emplois et de touristes accueillis. Cela se vérifie tout particulièrement dans le cas des commerces non alimentaires (Paris : 90 commerces pour 10 000 habitants contre 67 à Bordeaux, 64 à Nice ou 58 à Nancy) et des restaurants (80 restaurants pour 10 000 habitants à Paris contre 61 à Bordeaux, 59 à Nice ou 52 à Lyon) qui intéressent les visiteurs de la capitale. En ce qui concerne

les commerces alimentaires et services commerciaux, Paris arrive en deuxième position très près de la ville la plus dense (commerces alimentaires, Nice : 27 commerces alimentaires pour 10 000 habitants suivi de Paris, 26 et Marseille, 25 ; services commerciaux, Nice : 61 services pour 10 000 habitants suivi de Paris, 58 et Bordeaux, 44).

Comparaison par rapport à Londres

Pour effectuer à présent une comparaison entre l'offre commerciale de Paris et de Londres, il faut préciser les échelles et les niveaux d'organisation les plus équivalents dans ces deux métropoles à partir des découpages administratifs déjà existants. Les territoires pris en compte sont donc ceux dont les ordres de grandeur de superficie et d'emploi sont semblables. Pour la ville centre (de l'ordre de la centaine de km²), il a été choisi de considérer Paris « intra muros » (105 km²) pour Paris et un territoire administratif inférieur à celui de l'Inner London, habituellement retenu pour Londres et composé des 7 boroughs centraux (City of London, Westminster, Camden, Islington, Hackney, Tower Hamlets, Kensington et Chelsea) qui représentent à eux seuls 112 km² et qui présentent de très fortes densités de population et d'emplois. Si l'on s'intéresse à une échelle plus petite, de l'ordre du millier de km², celle de l'agglomération centrale, on peut retenir Paris accompagné de sa petite couronne (762 km²) et la Greater London Authority (1 578 km²), qui pour sa part se rapproche davantage de l'agglomération morphologique. L'échelle métropolitaine (de l'ordre de la dizaine de milliers de km²) n'a pas été retenue.

Le champ des activités observées est un peu moins large que celui utilisé pour la comparaison avec les villes de province puisqu'ici les commerces alimentaires, non alimentaires et les cafés-restaurants ont été seuls retenus (43 340 établissements), ce qui aboutit à un ratio de 193 commerces pour 10 000 habitants à Paris.

Métropole du Grand Paris	Superficie en km ²	Population en milliers d'habitants (2012)	Densité de population (hab./km ²)	Commerces alimentaires		Commerces non alimentaires		Bars-restaurants		TOTAL	
				Nombre	surface en m ²	Nombre	surface en m ²	Nombre	surface en m ²	Nombre	surface en m ²
Paris	105	2 241	21 343	7 214	719 891	22 304	2 294 056	13 822	1 036 650	43 340	4 050 597
92-Hauts-de-Seine	176	1 586	9 011	2 240	367 718	5 492	566 082	3 742	280 650	11 474	1 214 450
93-Seine-Saint-Denis	236	1 539	6 521	2 312	444 197	4 789	643 688	3 496	262 200	10 597	1 350 085
94-Val-de-Marne	245	1 342	5 478	1 857	371 423	4 361	674 551	2 802	210 150	9 020	1 256 124
Total petite couronne	657	4 467	6 799	6 409	1 183 338	14 642	1 884 321	10 040	753 000	31 091	3 820 659
TOTAL	762	6 708	8 803	13 623	1 903 229	36 946	4 178 377	23 862	1 789 650	74 431	7 871 256

Sources : BDCOM 2014 et CCIP

Grand Londres	Superficie en km ²	Population en milliers d'habitants (2012)	Densité de population (hab./km ²)	Commerces alimentaires		Commerces non alimentaires		Bars-restaurants		TOTAL	
				Nombre	surface en m ²	Nombre	surface en m ²	Nombre	surface en m ²	Nombre	surface en m ²
7 boroughs centraux *	112	1 312	11 714	1 567	357 318	7 159	1 762 542	6 479	1 263 786	15 205	3 383 646
Reste Inner London	207	1 920	9 275	1 344	363 433	3 291	858 829	2 869	502 151	7 504	1 724 413
Total Inner London	319	3 232	10 132	2 911	720 751	10 450	2 621 371	9 348	1 765 937	22 709	5 108 059
Outer London	1 253	4 942	3 944	2 568	894 876	6 972	2 142 363	5 825	1 200 805	15 365	4 238 044
TOTAL	1 572	8 174	5 200	5 479	1 615 627	17 422	4 763 734	15 173	2 966 742	38 074	9 346 103

* 7 boroughs centraux = City of London, Westminster, Camden, Islington, Hackney, Tower Hamlets, Kensington & Chelsea.
Sources : Mayor of London, 2013 London Town Centre Health Check, mars 2014

En ce qui concerne l'équipement commercial, il apparaît que la densité de magasins est bien moindre à Londres qu'à Paris, quelle que soit l'échelle prise en compte. Alors que dans la ville de Paris on dénombre en moyenne plus de 400 commerces par km², on en compte seulement 135 par km² dans les 7 boroughs centraux de Londres et 71 pour l'Inner London. Dans la petite couronne parisienne on recense environ 47 commerces par km², et quatre fois moins (une douzaine environ) dans l'Outer London. À l'échelle de l'agglomération centrale, Paris compte en moyenne presque 100 commerces par km² contre seulement 24 pour Londres.

Si l'on s'intéresse au nombre de commerces pour 10 000 habitants, les écarts sont moindres mais Paris reste mieux pourvu : la ville de Paris abrite alors 193 commerces pour 10 000 habitants, tandis que l'Inner London n'en a que 70 (116 pour les 7 boroughs centraux). Ainsi, même si l'écart est moins important entre la petite couronne parisienne (70 commerces pour 10 000 habitants) et l'Outer London (31 commerces pour 10 000 hab.), l'agglomération parisienne dans son ensemble garde une avance avec 110 commerces pour 10 000 hab. contre seulement 47 pour l'agglomération londonienne.

Cependant, si le nombre absolu de commerces est bien supérieur en région parisienne (74 400 contre 38 000), la surface totale des commerces est plus importante à Londres, avec plus d'un million et demi de m² en plus (9 346 000 m² contre 7 870 000 m²) ⁽¹⁾. Si l'on compare la taille moyenne des commerces, on s'aperçoit qu'ils sont, toutes activités confondues, plus grands en Grande-Bretagne. À Paris, la moyenne est de 93 m² par commerce contre 225 m² dans l'Inner London. En petite couronne ils ont une taille moyenne de 123 m², pour 275 m² dans l'Outer London. Enfin, dans l'agglomération parisienne la taille moyenne des magasins est de 106 m² contre 245 m² dans l'agglomération londonienne.

En résumé, le Grand Londres possède moins de magasins que Paris, mais plus grands. Sans doute en raison de ses densités élevées de population et d'emploi, l'agglomération parisienne a conservé une desserte commerciale diffuse et éclatée en petites unités tandis que la densité plus faible de Londres favorisait la formation de grandes unités commerciales.

Des évolutions relativement stables

Une stabilité globale caractérise les évolutions du nombre de commerces à Paris entre 2011 et 2014 et plus de 70 % des commerces présents en 2014 avaient déjà la même activité et la même enseigne en 2011.

À l'échelle des arrondissements ou des quartiers, l'évolution du nombre de commerces et services commerciaux à Paris connaît des variations. On constate, en particulier, une augmentation significative du nombre de commerces dans le centre est de la capitale (2^e, 3^e, 10^e et 11^e arrondissements). Ces gains sont venus compenser la disparition progressive des commerces de gros très implantés dans ces quartiers jusqu'alors. Cette diminution commencée il y a une quinzaine d'années dans le quartier du sentier s'est étendue peu à peu aux arrondissements qui concentraient un nombre significatif de ces commerces.

Ponctuellement, on observe quelques fortes augmentations très localisées qui correspondent à des ouvertures ou réouvertures de centres commerciaux ou concentrations commerciales (Centre Beaugrenelle, Gare Saint-Lazare) ou à de nouveaux quartiers (avenue de France).

On ne remarque pas de diminutions significatives ou localisées dans une zone particulière. Les quelques diminutions de commerces se répartissent de façon homogène sur tout le territoire et s'équilibrent avec les augmentations diffuses.

En grandes masses, 92 % des commerces de détail de 2014 étaient des commerces de détail en 2011, 4,4 % étaient vacants, 1,8 % étaient d'autres locaux en rez-de-chaussée (bureaux ou cabinets médicaux) et 1 % sont des créations.

Les locaux vacants de 2014 étaient déjà vacants en 2011 à hauteur de 46,5 %. 36,7 % des locaux vacants de 2014 étaient des commerces de détail en 2011 (2 811 boutiques) mais, par un mouvement inverse, 33,3 % des locaux vacants de 2011 sont devenus des commerces de détail (2 707 boutiques). 12,8 % des locaux vacants de 2011 sont devenus d'autres locaux en rez-de-chaussée, enfin, 3,2 % sont devenus des commerces de gros.

1- Les surfaces 2014 pour la Métropole du Grand Paris ont été calculées selon la méthode suivante :

La BDCom n'indique pas de surfaces de vente précises mais un travail a été effectué sur les établissements de plus de 1 000 m² pour Paris et la petite couronne (BD1000). On connaît donc le nombre et la surface de vente précise des commerces de plus de 1 000 m² de surface de vente. Pour les magasins de moins de 1 000 m² et les bars et restaurants, il a été décidé de leur attribuer une surface moyenne de 75 m² pour tenir compte d'une part de tous les commerces compris entre 300 et 1 000 m² (environ un millier à Paris) et des surfaces de réserves.

Évolution des commerces et services entre 2011-2014

Hausse

Plus de 10

De 2 à 9

Stabilité

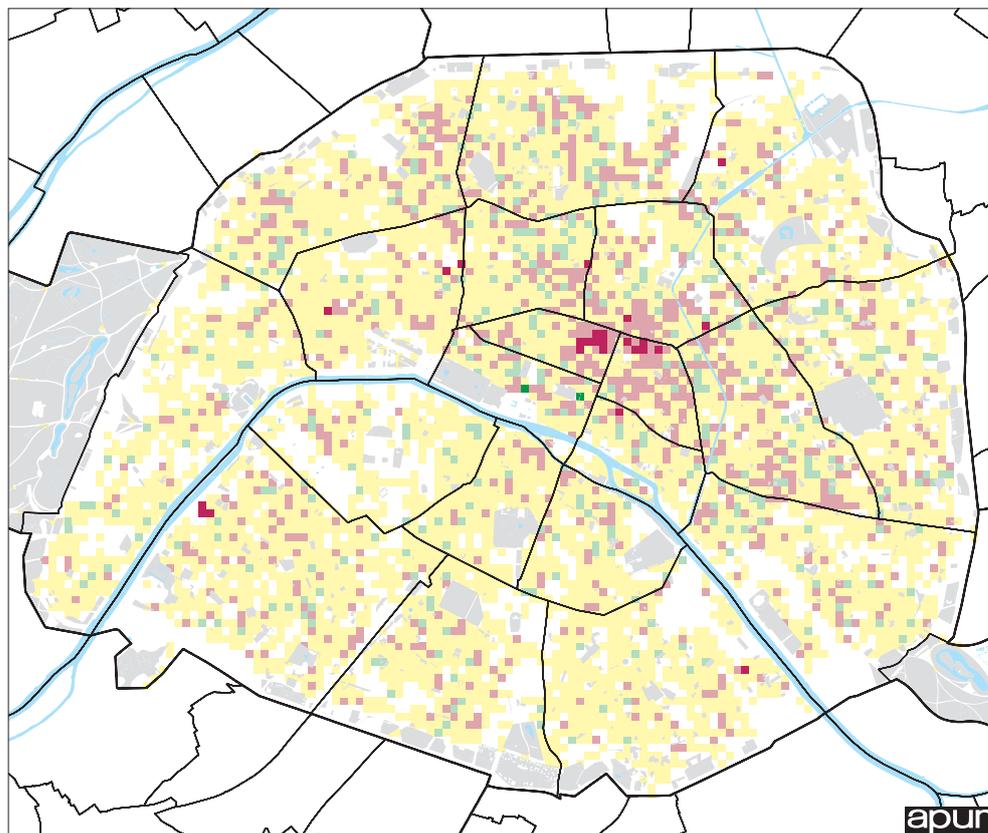
De -1 à +1

Baisse

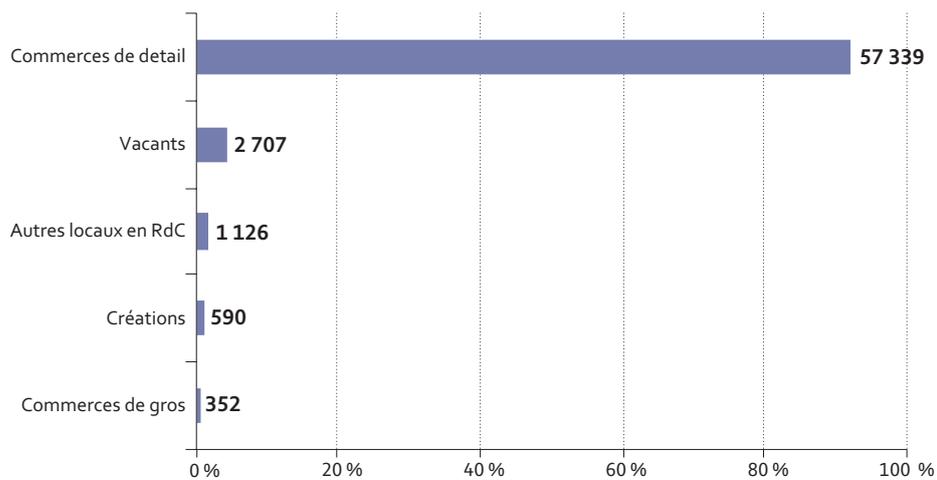
Plus de 10

De 2 à 9

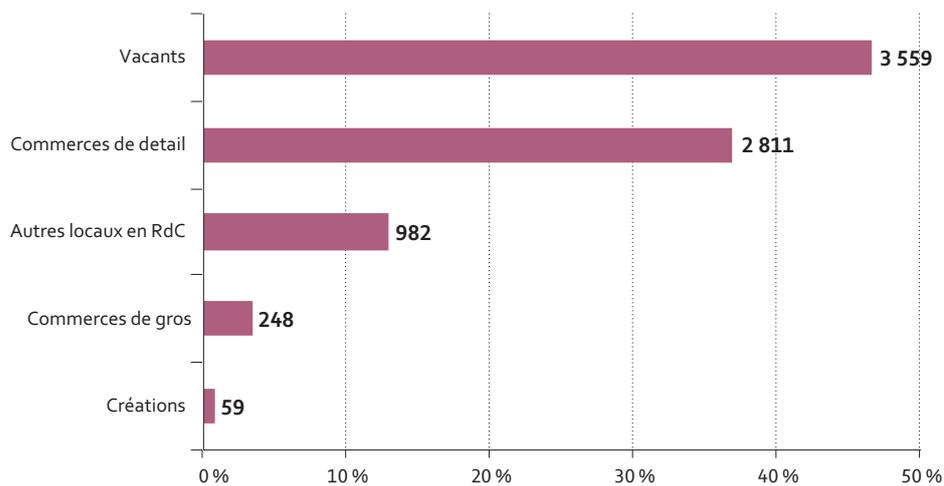
Source : BDCCom 2011 à 2014



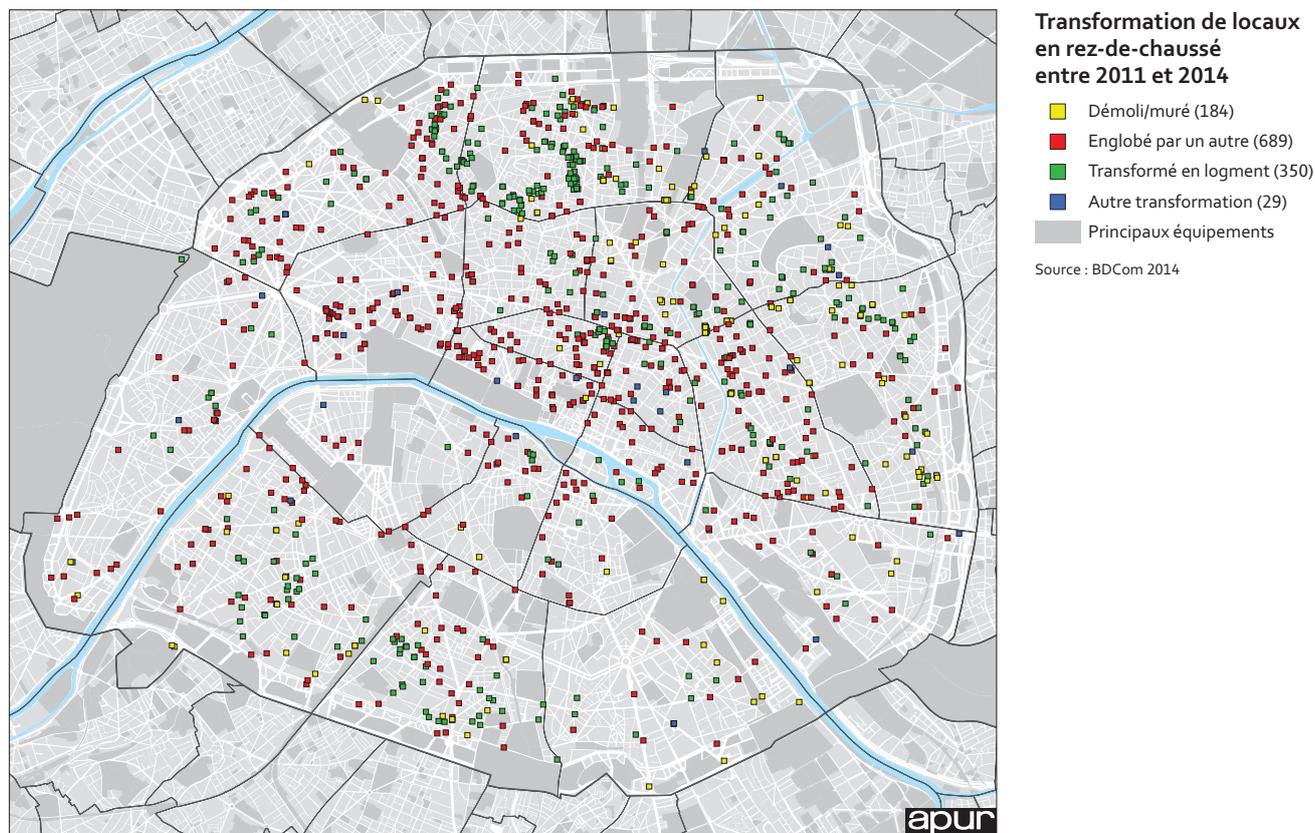
Nature des commerces de détail de 2014 en 2011



Nature des locaux vacants de 2014 en 2011



Le bilan des créations et des disparitions de locaux en rez-de-chaussée apparaît négatif : Les créations de locaux apparues entre 2011 et 2014 sont au nombre de 818, dans le même temps 1 452 locaux disparaissaient. Cependant 689 disparitions (soit 47,5 % d'entre elles) ne sont en fait que comptables puisqu'il s'agit de locaux qui ont été annexés par un local voisin. Ces annexions concernent tous les quartiers. Par ailleurs 350 locaux se sont transformés en logements depuis 2011.



Une diminution de la vacance

Depuis 2011, la vacance des locaux a très légèrement baissé en proportion (9,1 % du total des locaux en 2014 contre 9,6 % en 2011), alors qu'elle était en hausse sur la période précédente (de 2007 à 2011). Il faut distinguer la vacance de renouvellement où les locaux sont remis sur le marché à la suite d'un changement de propriétaire, des travaux de remise en état ou suite à un changement d'activité, et la vacance de longue durée où les locaux fermés le restent pendant de longues années, parfois avec peu d'espoir de nouvelle commercialisation. À cet égard, l'enquête de 2014 permet de connaître le nombre de locaux vacants en travaux (938 sur 7 659 soit 12 %).

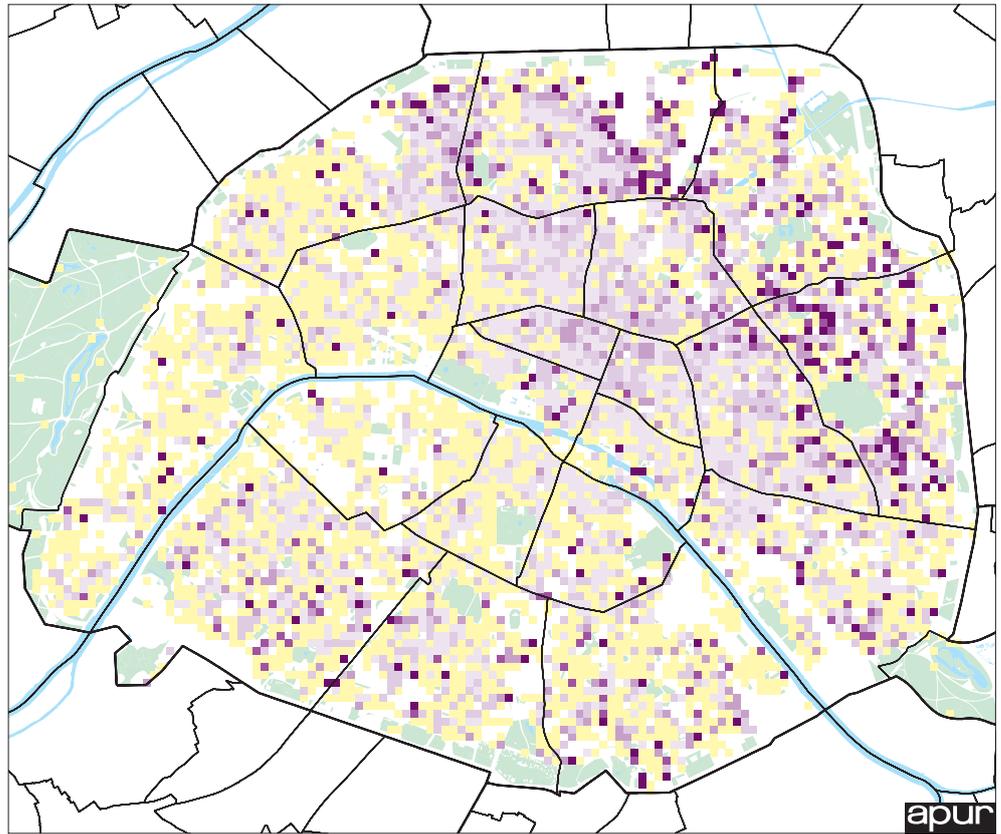
Globalement, les plus fortes proportions de locaux vacants se situent dans un grand quart nord-est de Paris, du quartier des Épinettes, dans le 17^e arrondissement à ceux de La Réunion et de Saint-Blaise dans le 20^e arrondissement, avec aussi des concentrations moins marquées dans le sud du 13^e arrondissement et le long des voies ferrées de la gare Montparnasse, dans le 15^e arrondissement. Les 10^e et 11^e sont aussi concernés du fait de la diminution assez rapide des commerces de gros. Ces commerces de gros devenus vacants se re-commercialisent assez rapidement comme l'indiquent les données recueillies sur la longue vacance (locaux qui sont vacants depuis très longtemps). La proportion de ces locaux (vides sans discontinuer depuis 2000) est de 1 % à Paris et représentent environ 11 % de l'ensemble des locaux vacants. Dans quelques zones, comme aux Épinettes (17^e arrondissement), à Belleville ou dans le quartier de la Réunion (20^e arrondissement), ces locaux peuvent représenter plus de 5 % du total des locaux. Il n'y a pas nécessairement de rapport entre une forte proportion de locaux vacants sur un territoire et une vacance de longue durée de ces locaux.

La vacance des locaux en 2014

Nombre de locaux vacants, dans le total des locaux en rez-de-chaussée

- Plus de 40 %
- De 30 à 40 %
- De 20 à 30 %
- De 10 à 20 %
- Moins de 10 %
- Aucun local vacant

Source : BDCOM 2000 à 2014

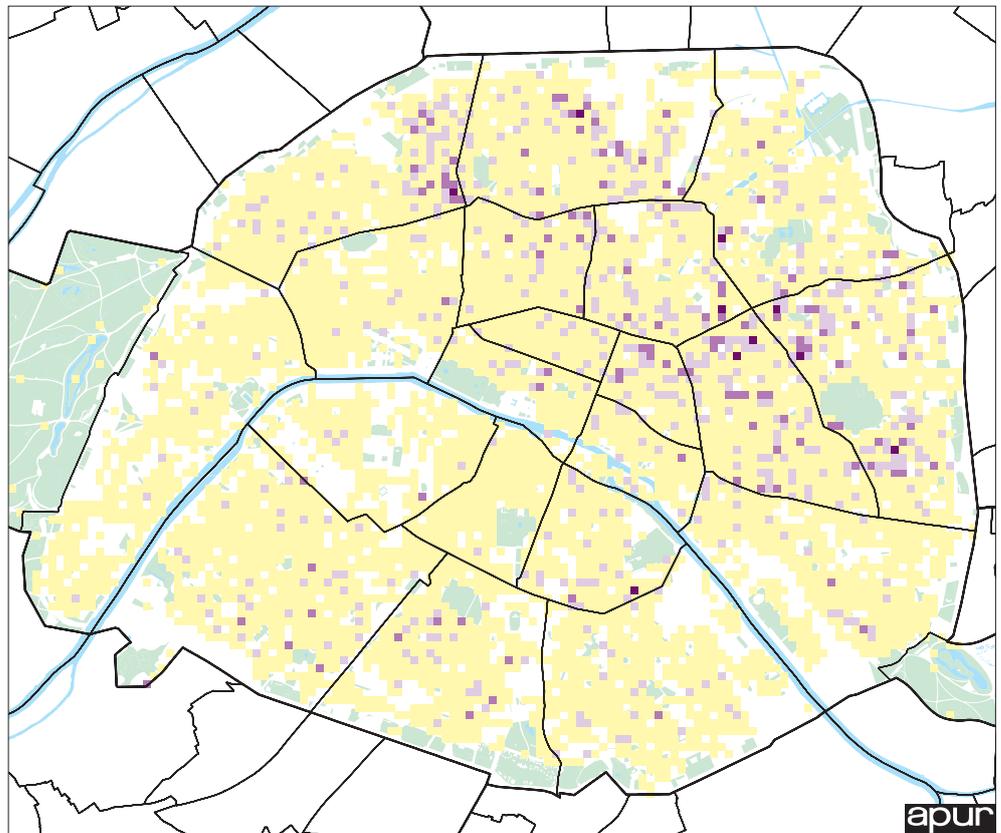


Longue vacance des locaux

Nombre de locaux toujours vacants entre 2000 et 2014

- 4 ou 5
- 2 ou 3
- 1
- Aucun local en longue vacance

Source : BDCOM 2000 à 2014



La nouvelle place du « e-commerce »

Le « e-commerce », ou commerce en ligne, est apparu au tournant des années 2000 en France, poursuivant en partie la tradition déjà ancienne de la vente à distance (VAD). Aujourd'hui Le commerce de détail représente à lui seul le quart des ventes sur internet. Les résultats présentés ici témoignent du rythme soutenu de la croissance du e-commerce en France, et a fortiori en Ile-de-France ainsi qu'à Paris (chiffre d'affaires, parts de marché, innovations). Quels impacts cette croissance a-t-elle sur les commerces traditionnels ? Comment mesurer ces impacts ?

Des parts de marché croissantes, notamment dans le commerce de détail

En 2013, le « e-commerce » en France a dépassé la barre symbolique des 50 milliards d'euros de chiffre d'affaire, tous biens et services confondus, soit une progression de 13,5 % par rapport à 2012 ⁽²⁾. Les ventes de détail, qui concernent l'activité des commerces physiques, sont affectées par le développement du e-commerce : 9 % d'entre elles sont faites dorénavant sur internet. Cette part varie selon le type de produits achetés : 21 % des produits culturels sont achetés en ligne, 10 % de l'habillement, 16 % des produits techniques, mais seulement 3 % des achats alimentaires.

Début 2014, 34 millions de Français consomment en ligne ⁽³⁾. La Fevad observe que bien que le montant moyen du panier d'un Français tend à diminuer (- 4 % sur la période observée), la fréquence d'achat par individu augmente, compensant ainsi la baisse du panier.

Des sites marchands en augmentation

Les derniers chiffres de la Fevad témoignent du fort dynamisme du secteur de « l'e-commerce » : entre décembre 2012 et décembre 2013 ont été créés 21 000 sites internet marchands supplémentaires en France, élevant le nombre de sites marchands actifs à 144 000, soit une progression de 17 % en un an.

Un nombre croissant d'emploi

En France, le e-commerce apparaît comme un secteur porteur pour l'emploi. Fin 2013, le e-commerce rassemblait 87 000 emplois directs et indirects, dont 50 000 chez les sites marchands. 70 % des sites marchands prévoyant de recruter en 2014, la Fevad estime que le nombre d'emploi du e-commerce en France atteindra 100 000 fin 2014, soit une croissance de 13 % l'an. Il faut toutefois relativiser ce constat positif car on ne connaît pas le nombre d'emplois détruits dans les commerces physiques par le e-commerce.

Le e-commerce en Ile-de-France et à Paris

Le dynamisme commercial, la densité de population et le taux de pénétration de l'internet dans les ménages font de l'Ile-de-France, et plus particulièrement du Grand Paris, des territoires particulièrement ouverts au commerce en ligne. Néanmoins, le e-commerce étant en partie dématérialisé, il demeure complexe de mesurer son impact sur un territoire restreint. Il s'avère donc difficile de mesurer l'impact du commerce en ligne sur les commerces traditionnels. Cependant certains types de commerces sont beaucoup plus touchés que d'autres dans la mesure où leurs ventes en magasin ont clairement diminué entraînant souvent des fermetures de magasins, comme pour les librairies, les disquaires, les vidéoclubs...

L'adaptation de la logistique à une cadence plus élevée

L'activité en forte croissance du e-commerce oblige les distributeurs à adapter et optimiser leurs chaînes logistiques. À Paris, la congestion urbaine, la densité du bâti et le coût du transport sont certains des nombreux facteurs qui entrent en compte dans la mise en place de ces chaînes logistiques. Surtout, les e-commerçants doivent répondre à des exigences très élevées en termes de réactivité et de rapidité de distribution, tout en réalisant des préparations unitaires, parfois personnalisées pour un seul client.

2- Fevad, iCE. La Fevad est la Fédération du e-commerce et de la vente à distance. Créée en 1957, elle est l'organisation représentative du secteur du commerce électronique et de la vente à distance et a notamment pour mission de recueillir et diffuser l'information permettant l'amélioration de la connaissance du secteur.

3- Médiamétrie, Observatoire des usages Internet

L'une des solutions est le regroupement des expéditions en points de livraison localisés à proximité des clients, appelés points relais ou relais de proximité. Souvent situés chez des petits commerçants, ces points relais constituent un maillage d'autant plus fin que le milieu urbain est dense. Ainsi à Paris, on décompte environ 500 relais de ce type. Si l'on ajoute à ce nombre les bureaux de postes ainsi que les consignes automatiques Cityssimo, on atteint 650 points de retraits de colis dans Paris intra-muros.

Points de livraison du e-commerce

- Relais de proximité

Temps d'accès piéton

- 5 minutes
- 10 minutes



Glossaire

Le commerce et le « e-commerce » sont en constante évolution. Les innovations (ou « nouveaux concepts ») sont nombreuses, rapides, visant toutes un objectif central : faciliter l'acte d'achat. Les termes issus du marketing sont sans cesse renouvelés et souvent anglophones. Un effort de définition s'impose.

Drive

Mode de distribution de produits de grande consommation apparu au début des années 2000, impliquant une commande préalable sur un site Internet marchand dédié, puis la récupération des achats par le consommateur à une adresse déterminée (entrepôt spécialisé, service annexe à une grande surface, plateforme ad hoc...). Avantage pour le client : pas d'allées à parcourir, pas d'attente en caisse. Avantage pour le distributeur : diminue les difficultés liées à la livraison, quand ce service était proposé. Inconvénient pour le distributeur : coût de la réorganisation interne (RH), et diminution des « achats d'impulsion », stimulés par la vue des produits en rayon par le client.

Click-and-collect (ou clic-et-magasin)

Pratique de vente consistant à utiliser le web comme canal de distribution complémentaire aux points de vente physiques ⁽⁴⁾. Le consommateur effectue son achat sur internet, via un ordinateur, un Smartphone ou une tablette, puis se rend ensuite en boutique pour retirer le produit. Le retrait peut se faire en boutique classique, ou par l'intermédiaire de casiers sécurisés.

Web-to-store

Comportement du consommateur qui consiste à se renseigner sur internet sur un produit (qualité, prix, etc.) et sur sa disponibilité en magasin avant d'aller l'acheter en boutique. 75 % des consommateurs français y ont recours. Le web-to-store ne doit pas être confondu avec le click-and-collect pour lequel l'achat est effectué en amont sur internet. Certains commerces développent le web-to-store directement en boutique, en laissant à disposition des clients du wi-fi gratuit et/ou des tablettes leur permettant de chercher des informations sur les produits.

E-reservation

Fonction complémentaire du web-to-store, permettant au consommateur de réserver sur internet un produit qu'il a l'intention de découvrir en boutique. L'e-reservation permet de s'assurer de la disponibilité d'un produit boutique, ce qui peut représenter un gain de temps pour le client. En 2014, 30 % des ventes de détail ont ainsi été réservées en ligne à l'avance. Environ 80 % des réservations en ligne se concrétisent par une visite en magasin, et 80 % de ces visites en boutique donnent lieu à un achat.

Showrooming

Pratique du consommateur inverse à celle du web-to-store, qui consiste à découvrir et s'informer sur un produit en boutique avant de l'acheter ensuite sur internet. L'achat sur internet peut, selon les commerces, être fait soit directement en boutique à partir d'un smartphone, soit plus tard auprès d'un autre site marchand (offrant parfois un prix plus attractif).

Marketplace ⁽⁵⁾

Espace réservé à d'autres vendeurs indépendants sur un grand site marchand qui complète alors son offre et ses revenus. Amazon, Rueducommerce, PriceMinister proposent ainsi d'héberger des espaces de vente pour plusieurs milliers de petits marchands, voire des particuliers en leur faisant profiter des fonctionnalités de leur plateforme d'e-commerce et de leur potentiel de trafic. Ces sites sont généralement hébergés sous condition du versement d'une commission sur leurs ventes.

Multi-canal ou cross-canal

Stratégie de distribution des produits recourant à plusieurs canaux (physiques et/ou virtuels) de distribution en parallèle. Un commerce peut ainsi vendre à la fois en boutique et en ligne (ex: Décathlon). L'objectif d'une stratégie multicanal est d'aboutir à la combinaison la plus synergique possible: le commerce peut par exemple proposer des offres intéressantes sur son site internet, mais aussi tenter d'inciter le consommateur à se déplacer en boutique. Il faut toutefois éviter une concurrence cannibale entre canaux.

Pure-players

Entreprises de vente à distance qui exercent leur activité presque uniquement en ligne. Elles dominent le domaine du commerce de détail par Internet, réalisant 51,6 % des ventes de détail en ligne en 2011 (contre 26,2 % en 2003).

M-commerce et t-commerce

Commerce effectué en ligne, mais à partir d'un mobile (M) ou d'une tablette (T).

5- <http://www.definitions-webmarketing.com>

2- Les principales évolutions

La quasi-stabilité du nombre de commerce sur la période 2011-2014 ne doit pas masquer les 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, parfois de manière plus vive qu'auparavant; la concurrence du e-commerce se fait sentir sur de nombreux secteurs de la culture et des loisirs.

Les hausses les plus importantes

Opticiens : + 18 % (+ 138 magasins)

L'augmentation rapide du nombre d'opticiens se poursuit et amplifie la tendance constatée lors des enquêtes précédentes. La hausse se relie sans doute à la rentabilité de cette activité joint à la solvabilité de la clientèle parisienne.

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 (+ 15 %, + 53 établissements). Les grands groupes de distribution alimentaire continuent toutefois le maillage du territoire parisien avec ce format de magasin (de 120 à 400 m²) bien adapté à une clientèle de centre-ville dense qui fait ses courses à pied. Récemment, le groupe Casino a dû céder 55 de ses supérettes à ses concurrents, ce qui a favorisé l'implantation de nouveaux acteurs comme Auchan ou Marks & Spencer. Parallèlement, le rachat de 79 supérettes Dia par le groupe Carrefour a été autorisé par l'Autorité de la Concurrence en novembre 2014 (12 d'entre elles devront cependant être cédées à des concurrents). Un équilibre est ainsi recherché au sein de la grande distribution, la situation de Casino devenant moins monopolistique. Dans le même temps, les magasins d'alimentation générale de moins de 120 m², dont le nombre avait chuté dans les années 2000, connaissent désormais une quasi-stabilité (- 11 magasins). On observe que nombre de ces petites épiceries sont reprises ou créées par la grande distribution sous franchise.

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Supérette classique	361	42	↗	197	↗
Supérette discount	86	-5	↘	8	→

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. La nouvelle nomenclature BDCom permet de dénombrer en détail les différents types de magasins: près d'un millier d'instituts de beauté, 575 salons de massage, 277 ongleries et une soixantaine de salons de bronzage.

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Soins du corps	1 885	107	↗	876	↗
Coiffure	2 608	53	→	-28	→
Opticien	915	138	↗	343	↗
Parfumerie - Produits de beauté	574	112	↗	159	↗

Cafés et restaurants : + 4 % (+ 474 établissements)

Le secteur de 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). La cuisine française est également en croissance (+ 4 %, soit 72 établissements).

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Restaurant asiatique	1 643	118	↗	481	↗
Restaurant africain	138	14	↗	7	→
Autre restaurant du monde	107	23	↑	38	↑
Restauration rapide debout	829	74	↗	-38	→
Restauration rapide assise	2 078	190	↗	887	↑

Alimentaire traditionnel spécialisé : + 3 % (+ 156 commerces)

Les commerces alimentaires « de niche » continuent de se développer à un rythme soutenu notamment les cavistes (+ 15 %), torréfacteurs (+ 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.

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Commerce détail de boissons	549	73	↑	166	↗
Torréfacteur - Commerce détail thé et café	110	13	↗	24	↗
Chocolaterie - Confiserie	313	28	↗	75	↗
Vente de produits surgelés	133	10	↗	45	↗
Produits alimentaires bio et nature	183	15	↗	60	↗
Produits alimentaires spécialisés régionaux et étrangers	518	38	↗	172	↗

Autres hausses notables

Tatouages, piercing : + 49 % (+ 22 boutiques), achat et vente d'or : + 49 % (+ 83 établissements), vente de cigarettes électronique : 235 nouvelles boutiques.

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Tatouage - Piercing	67	22	↑	24	↑

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).

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Commerce de gros alimentaire	40	-5	↓	1	→
Commerce de gros fabrication textile	182	-53	↓	-175	↓
Commerce de gros fabrication habillement	1153	-405	↓	-810	↓
Commerce de gros maroquinerie et chaussures	181	-33	↓	-86	↓
Commerce de gros bijouterie	170	-26	↓	-45	↓
Autre commerce de gros	276	-90	↓	-296	↓

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 explique cette désaffection pour ces formes traditionnelles de lecture.

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Librairie	756	-83	↓	-213	↓
Papeterie - Fournitures de bureau	184	-12	↓	-91	↓
Vente de journaux	236	-55	↓	-257	↓
Kiosque à journaux	415	-3	→	-19	→

Meubles et équipement du foyer : - 10 % (- 205 établissements)

Pour la deuxième fois consécutive, l'évolution entre la dernière enquête et la nouvelle fait apparaître une diminution importante de cette activité, notamment pour les boutiques d'équipement du foyer (vaisselle, luminaires, tissus...).

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Vente de meubles et multispécialistes	306	-7	→	-131	↓
Vente de meubles de cuisines et salle de bain	191	3	→	18	→
Vente de meubles salon et chambre	224	31	↑	73	↑
Équipement du foyer spécialisé	461	-201	↓	-208	↓
Équipement du foyer généraliste	311	-19	↓	-94	↓
Tissus - Textile - Mercerie	322	-12	↓	-169	↓

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.

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Vente d'appareils photos	42	-8	↓	-45	↓
Développement rapide - Vente pellicule photo	93	-30	↓	-264	↓
Studio de reportages photographiques	86	6	↑	-47	↓

Autres baisses notables

D'autres secteurs sont concernés par des diminutions qui renvoient à l'équipement croissant des ménages en informatique : agences de voyage : - 14 % (- 107 agences), cyber cafés : - 33 % (- 34 établissements), photocopies : - 8 % (- 18 magasins), vidéo club : - 63 % (- 59 boutiques).

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Agence voyage-tourisme - Compagnies aériennes	678	-107	↘	-319	↘
Libre service informatique - Cybercafé	69	-34	↓	-78	↘
Photocopies	207	-18	↘	-116	↘
Vidéo Club (Location de cassettes, DVD)	34	-59	↓	-235	↓

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.

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Téléphonie	468	-47	↘	-76	↘
Vente de matériel informatique	279	-10	↘	-69	↘
Spécialiste électroménager	79	-8	↘	-52	↘
Spécialiste Radio - TV - Hi-Fi	118	-12	↘	-93	↘
Généraliste électroménager - Radio - TV - Hi-Fi	30	0	→	5	↗

Vente et réparation auto : - 12 % (- 75 établissements)

Le recul du taux de motorisation des ménages à Paris et l'intérêt suscité par les grandes entreprises foncières expliquent la baisse continue des garages, concessionnaires et stations-service.

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Concessionnaire automobiles	138	-10	↘	-62	↘
Concessionnaire Auto + Essence	3	-2	↓	-2	↘
Concessionnaire Auto + Garage	68	-10	↘	-31	↘
Concessionnaire Auto + Essence + Garage	10	-5	↓	-5	↘
Garage	163	-20	↘	-88	↘
Garage + Vente essence	20	-6	↓	-22	↘
Vente équipements automobiles	56	-8	↘	-35	↘
Station-service	69	-12	↘	-53	↘
Contrôle technique automobile	20	-2	↘	-11	↓

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, parfois pour s'établir en banlieue. La baisse de ces activités est continue à Paris depuis longtemps.

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Travaux généraux du bâtiment (électricité, plomberie, peinture, isolation...)	1068	-87	↘	-247	↘
Menuiserie - Vitrierie - Miroiterie	140	-2	→	-51	↘
Serrurerie	298	-31	↘	-27	→

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 avec une baisse de 41 établissements seulement (- 2 %). Les bouchers et boulangers diminuent légèrement (- 30 et - 16 établissements) alors que les poissonniers et primeurs restent stables (0 et - 1 boutique) et que les crémiers/fromagers enregistrent une très légère hausse de leur nombre (+ 6 établissements).

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Boulangerie - Boulangerie Pâtisserie	1 188	-16	→	-109	→
Vente de fruits et légumes	329	-1	→	-12	→
Boucherie - Boucherie-Charcuterie	563	-30	↓	-216	↓
Poissonnerie	100	0	→	-10	→
crèmerie - Fromagerie	121	6	↗	-17	↓

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.

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Concessionnaire motos	123	0	→	36	↗
Concession + réparation de motos	75	1	→	23	↗
Réparation de motos	42	-1	→	20	↑

Le parc hôtelier

Il augmente légèrement et poursuit sa montée en gamme : le nombre d'hôtels sans étoile, 1 et 2 étoiles continue de baisser (- 31 %, soit 207 hôtels en moins) avec des transformations en hôtels plus étoilés. Les hôtels 3, 4, 5 étoiles et palaces voient croître leurs effectifs (+ 26 % avec 210 établissements en plus).

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Hôtel de tourisme sans étoile	154	-9	↓	1	↗
Hôtel de tourisme avec 1 étoile	90	-21	↓	-54	↓
Hôtel de tourisme avec 2 étoiles	349	-177	↓	-236	↓
Hôtel de tourisme avec 3 étoiles	698	93	↑	101	→
Hôtel de tourisme avec 4 étoiles	288	99	↑	156	↑
Hôtel de tourisme avec 5 étoiles	32	11	↑	20	↑
Hôtel de tourisme - Palace	7	7	↑	7	↑

Le prêt-à-porter

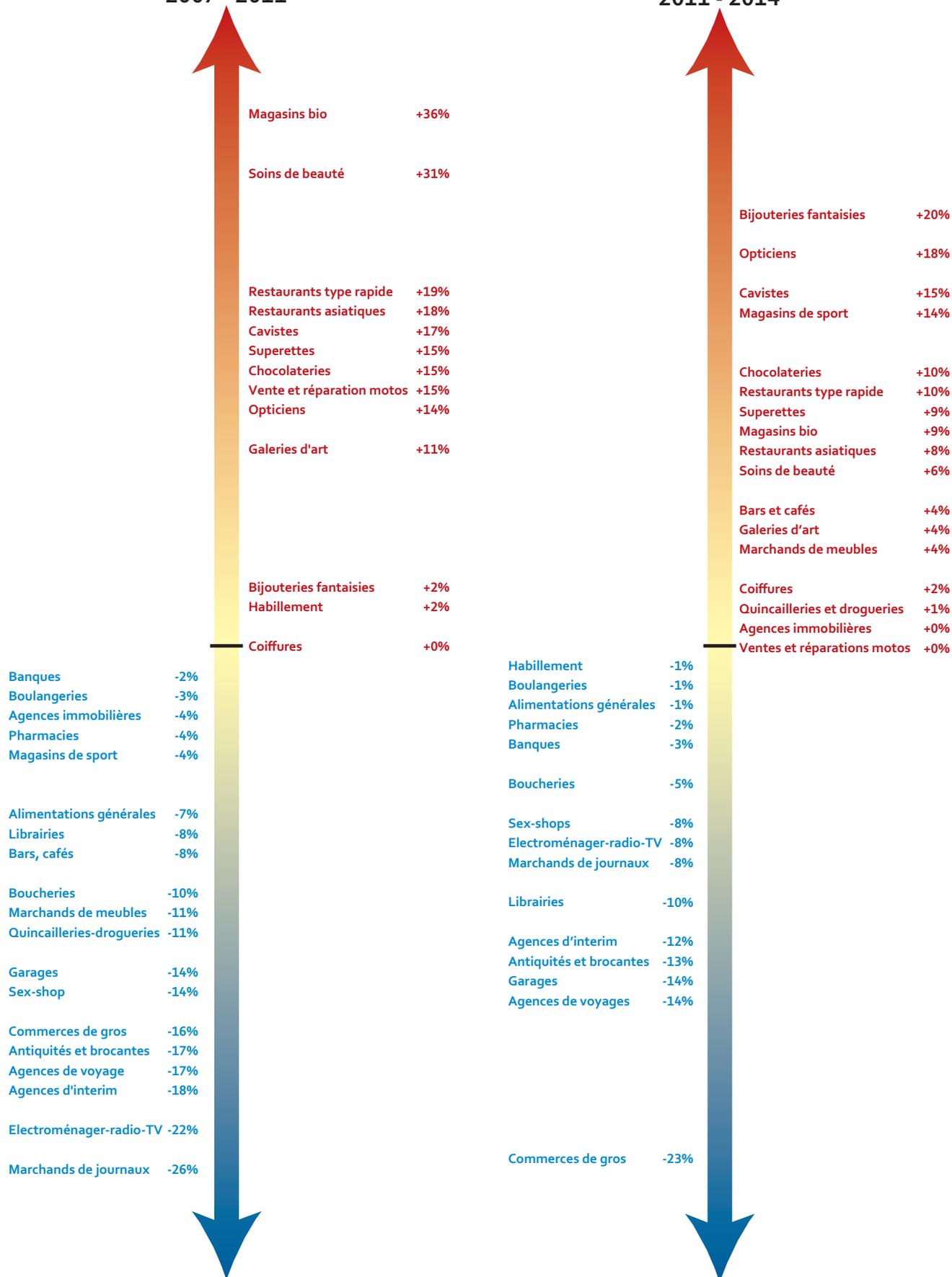
- 1 % (- 67 magasins) connaît une forte rotation des boutiques mais l'effectif reste globalement stable (4944 commerces en tout).

	Nombre en 2014	Évolution 2011-2014		Évolution 2003-2014	
Prêt-à-porter Femme	2 604	-144	↓	-176	→
Prêt-à-porter Homme	851	23	→	44	→
Prêt-à-porter Enfant	391	-4	→	12	→
Prêt-à-porter Mixte	1 088	26	→	277	↗
Prêt-à-porter Lingerie	226	-5	→	-39	↓
Friperie - Solderie - Dépôt-vente de vêtements	172	35	↑	35	↗

ÉVOLUTION DU COMMERCE PARISIEN

2007 - 2011

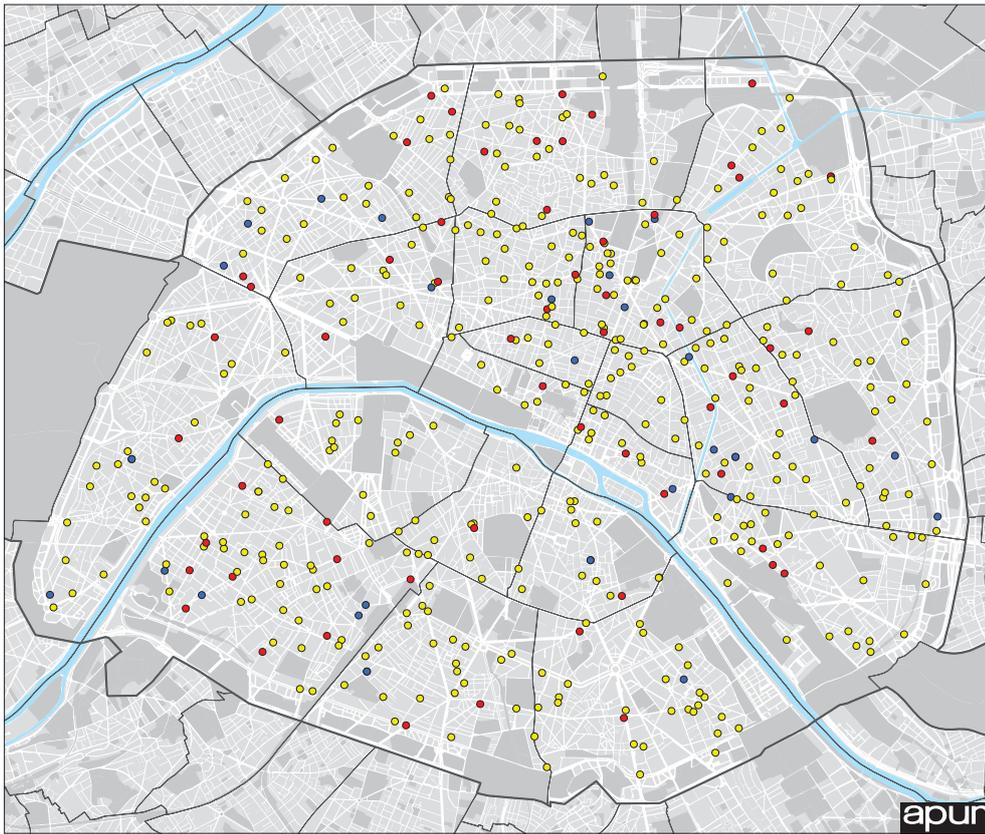
2011 - 2014



Recueil cartographique des évolutions commerciales

Comme lors des enquêtes précédentes, une série de cartes par activité ou par groupe d'activités proches ont été réalisées. Ces cartes indiquent tout d'abord la localisation des magasins sur le territoire parisien et permettent d'observer si les commerces d'une même activité ont plutôt tendance à se regrouper sur des pôles ou sur certaines rues, ou à opérer un maillage régulier du territoire. L'évolution de l'état des établissements entre 2011 et 2014 est indiquée par un code couleur qui permet de savoir si un magasin a été fermé (rond bleu), a été créé (rond rouge) ou s'il s'est maintenu avec la même activité (rond jaune).

- 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,
- Soins du corps (2 cartes, géographie et évolution),
- Bijouterie fantaisie,
- Articles de sport,
- Électroménager, radio, TV,
- Vente de cigarettes électroniques (géographie uniquement),
- Bricolage,
- Quincailleries et drogueries,
- Cordonneries,
- Blanchisseries et pressings,
- Agence de voyage et compagnies aériennes,
- Vente, réparation et location de vélos (géographie uniquement),
- Call-box,
- Agences d'intérim,
- Agences immobilières,
- Agences bancaires.

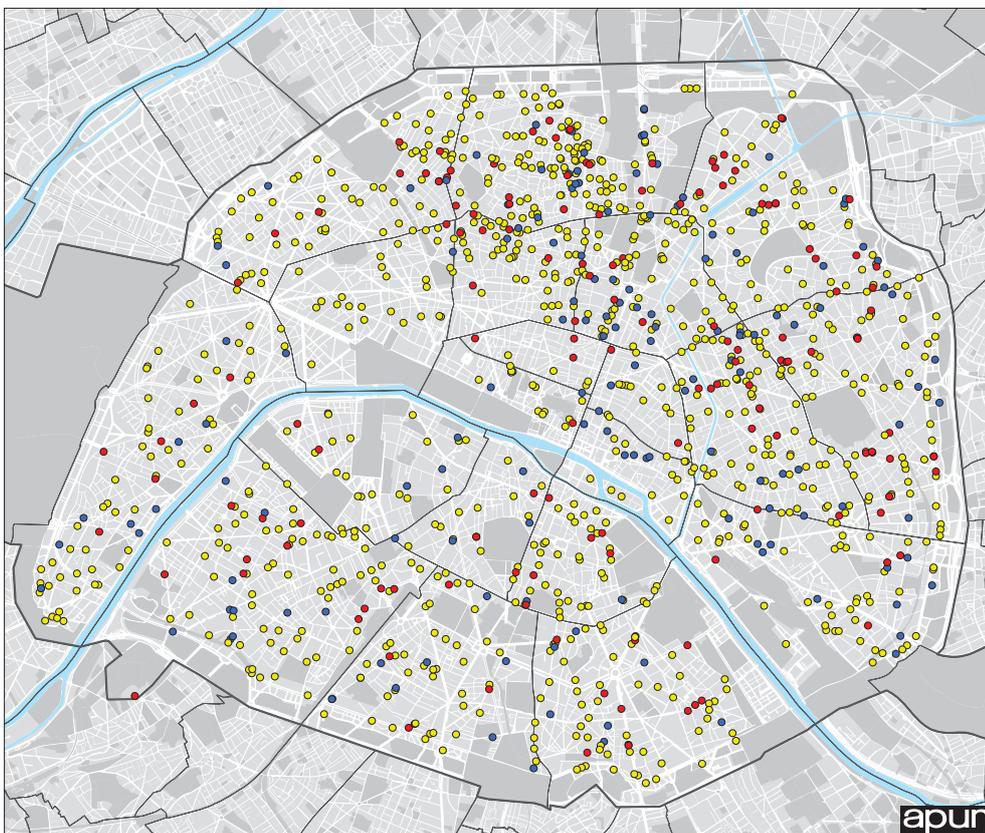


Supérette classique – Supérette discount

Évolution 2011-2014 : + 9,0 %

- Maintien de l'activité (382)
- Création (65)
- Disparition (28)
- Principaux équipements

Source : BDCom 2014 (code CA302, CA303)



Alimentation générale < 120 m²

Évolution 2011-2014 : - 1,1 %

- Maintien de l'activité (864)
- Création (140)
- Disparition (151)
- Principaux équipements

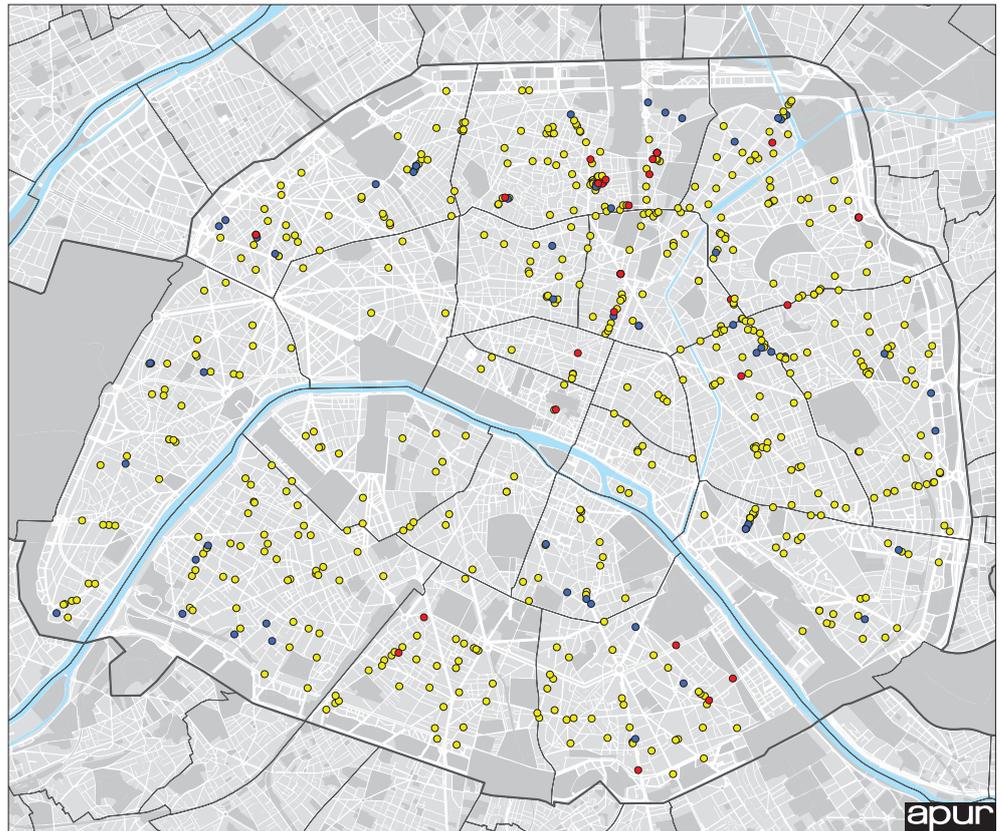
Source : BDCom 2014 (code CA301)

Boucherie – Boucherie-Charcuterie

Évolution 2011-2014 : - 5,1 %

- Maintien de l'activité (538)
- Création (25)
- Disparition (55)
- Principaux équipements

Source : BDCCom 2014 (code CA109)

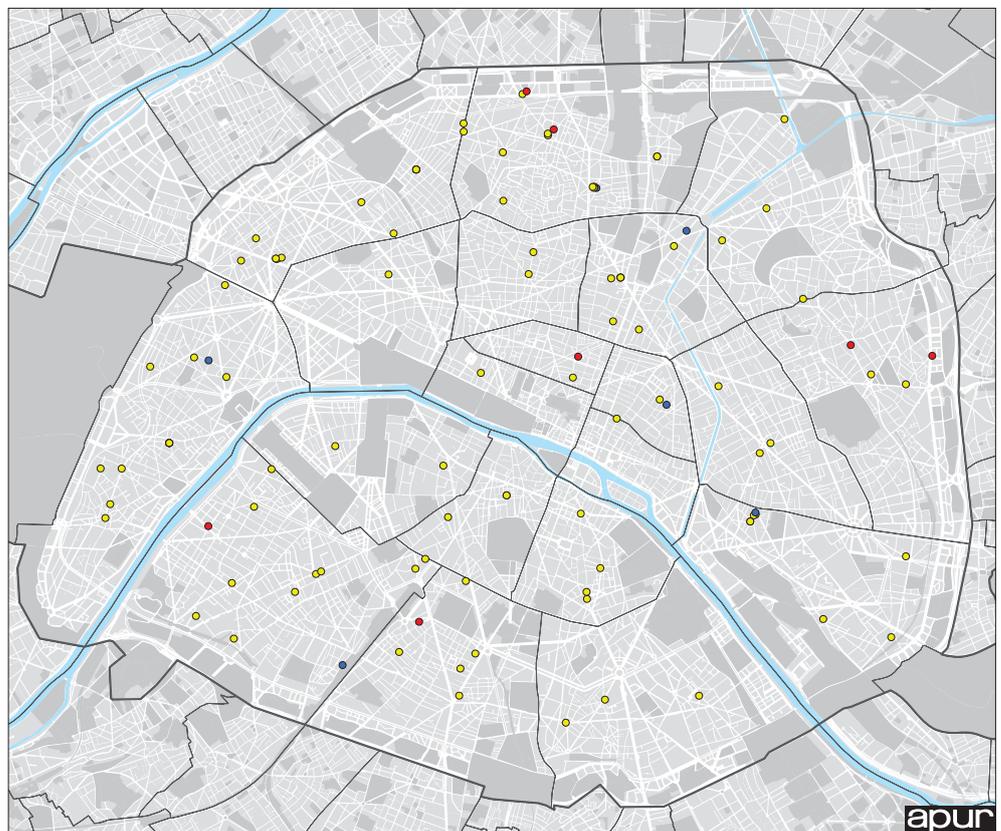


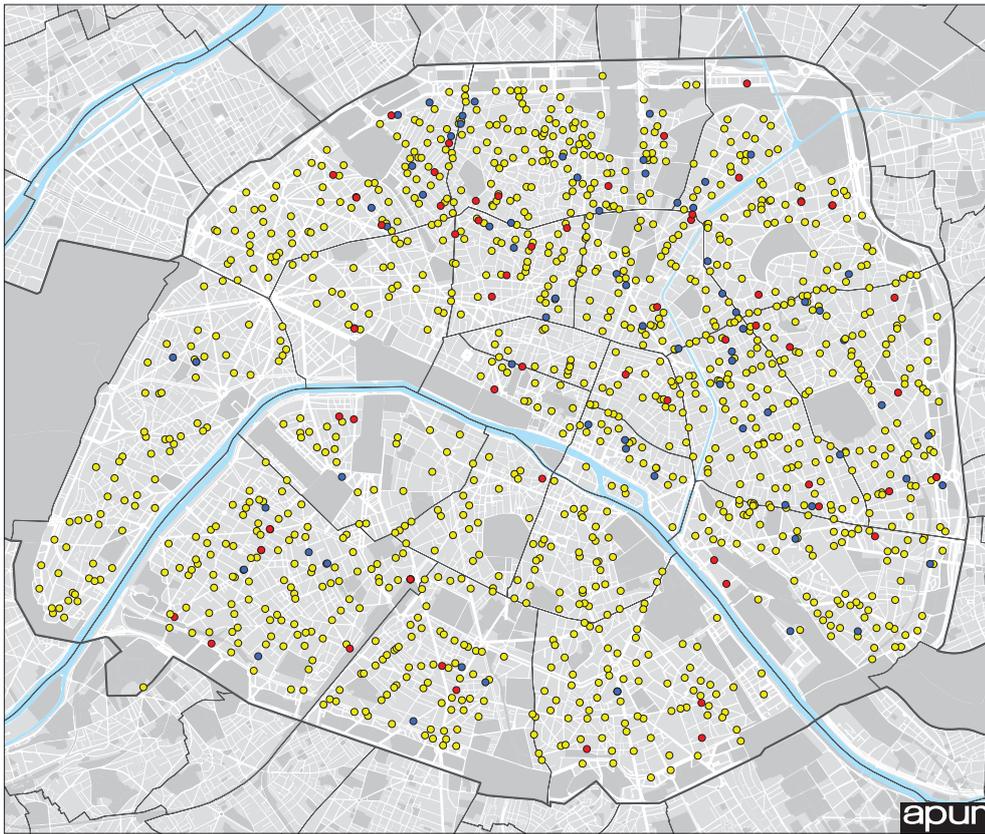
Poissonnerie

Évolution 2011-2014 : 0 %

- Maintien de l'activité (93)
- Création (7)
- Disparition (7)
- Principaux équipements

Source : BDCCom 2014 (code CA110)





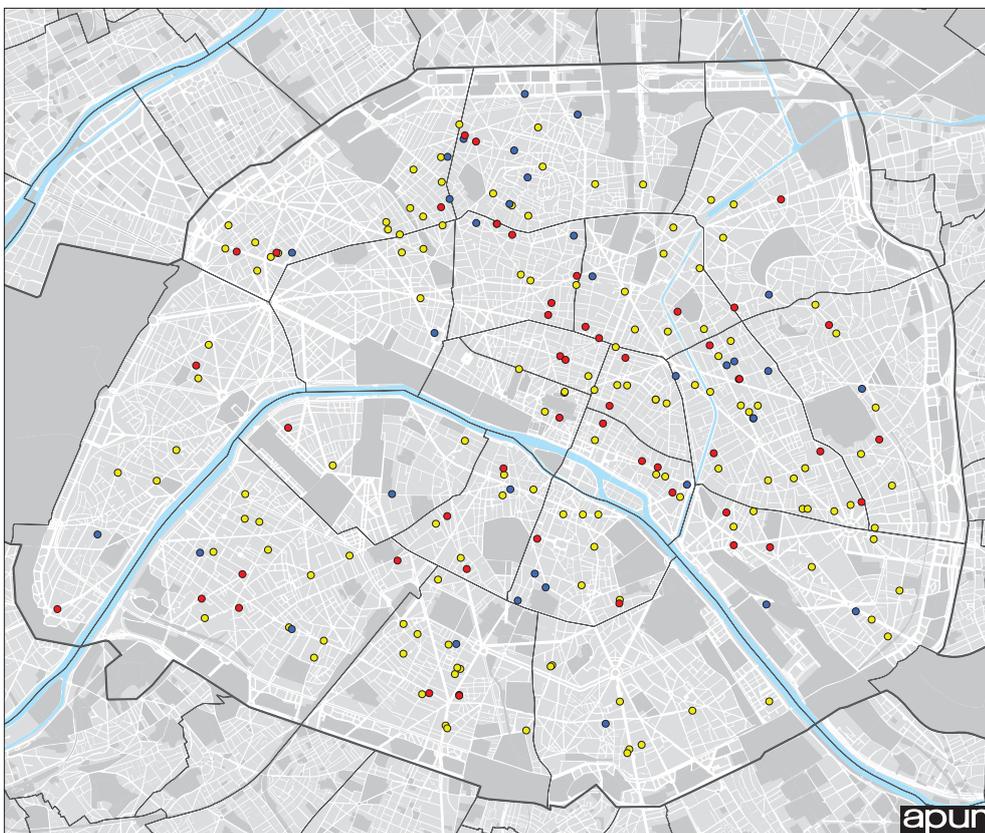
**Boulangerie –
Boulangerie Pâtisserie**

Évolution 2011-2014 : - 1,3 %

- Maintien de l'activité (1 130)
- Création (58)
- Disparition (74)
- Principaux équipements

Source : BDCOM 2014 (code CA103)

apur



**Produits alimentaires
bio et nature**

Évolution 2011-2014 : + 8,9 %

- Maintien de l'activité (134)
- Création (49)
- Disparition (34)
- Principaux équipements

Source : BDCOM 2014 (code CA115)

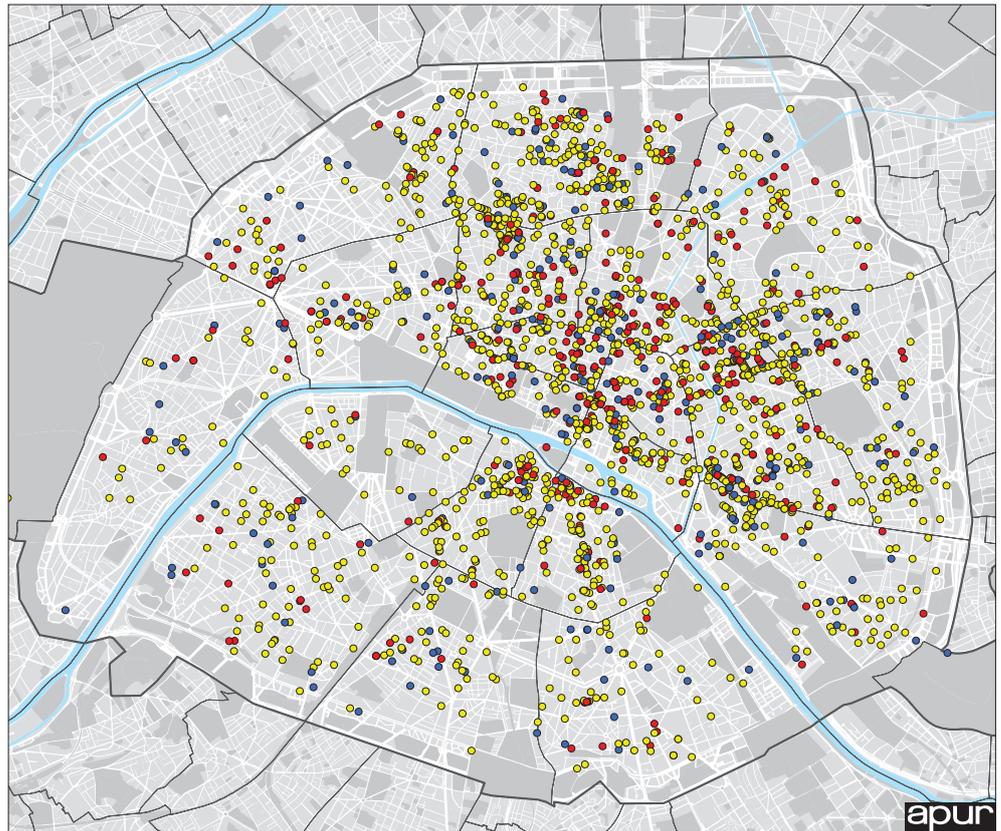
apur

Bar – Café – Débit de boisson

Évolution 2011-2014 : + 3,1 %

- Maintien de l'activité (1 528)
- Création (388)
- Disparition (330)
- Principaux équipements

Source : BDCCom 2014 (code CH401, CH402, CH403)

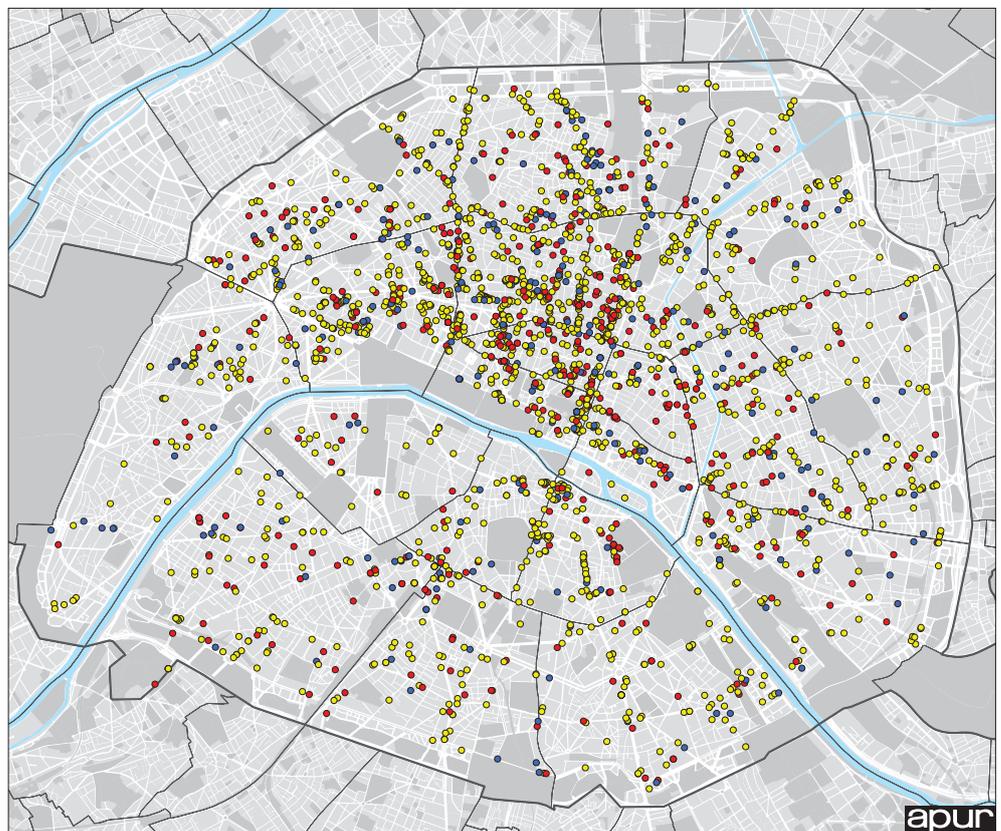


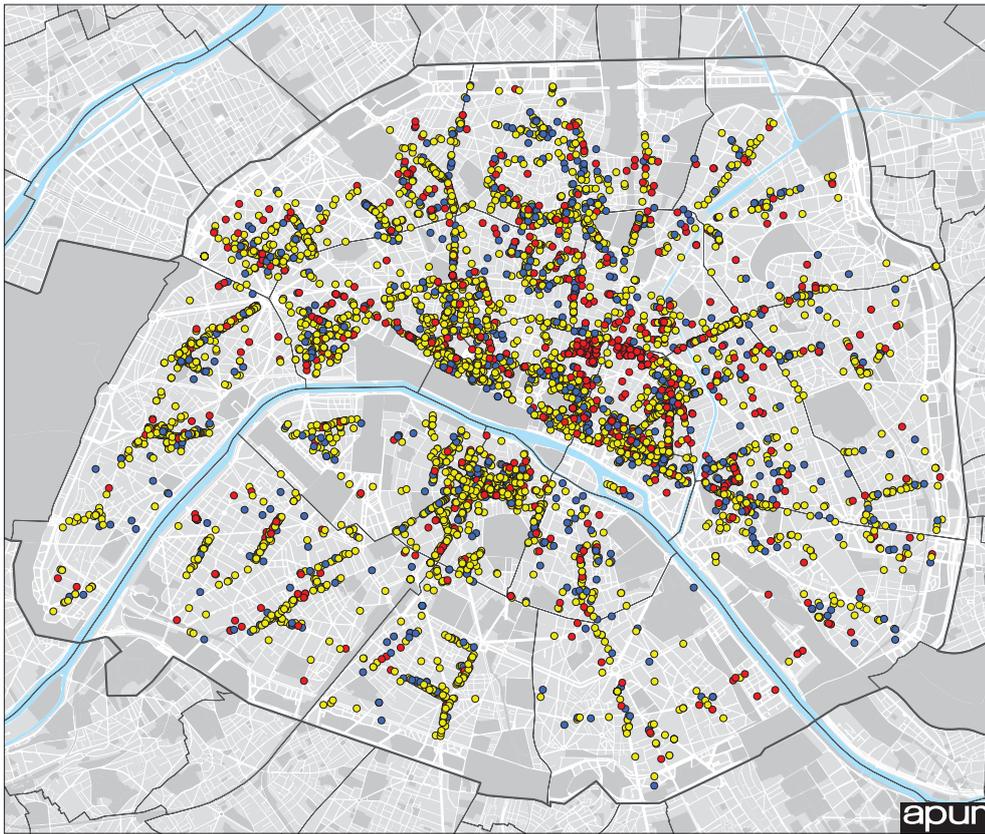
Restauration assise rapide

Évolution 2011-2014 : + 10,1 %

- Maintien de l'activité (1 573)
- Création (505)
- Disparition (315)
- Principaux équipements

Source : BDCCom 2014 (code CH303)





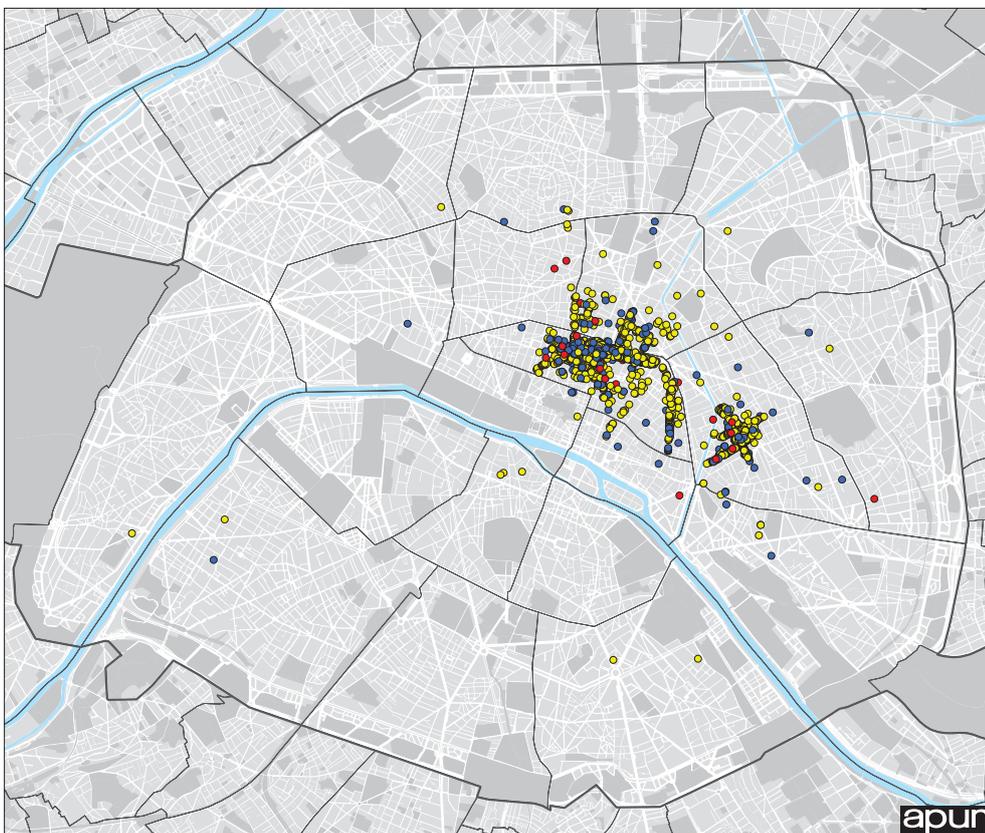
Prêt-à-porter

Évolution 2011-2014 : - 1,9 %

- Maintien de l'activité (4 474)
- Création (943)
- Disparition (1 047)
- Principaux équipements

Source : BDCom 2014 (code CB104, CB105, CB106, CB107, CB108, CB110)

apur



Commerce de gros (textile et habillement)

Évolution 2011-2014 : - 25,3 %

- Maintien de l'activité (1 287)
- Création (60)
- Disparition (516)
- Principaux équipements

Source : BDCom 2014 (code AB102, AB103)

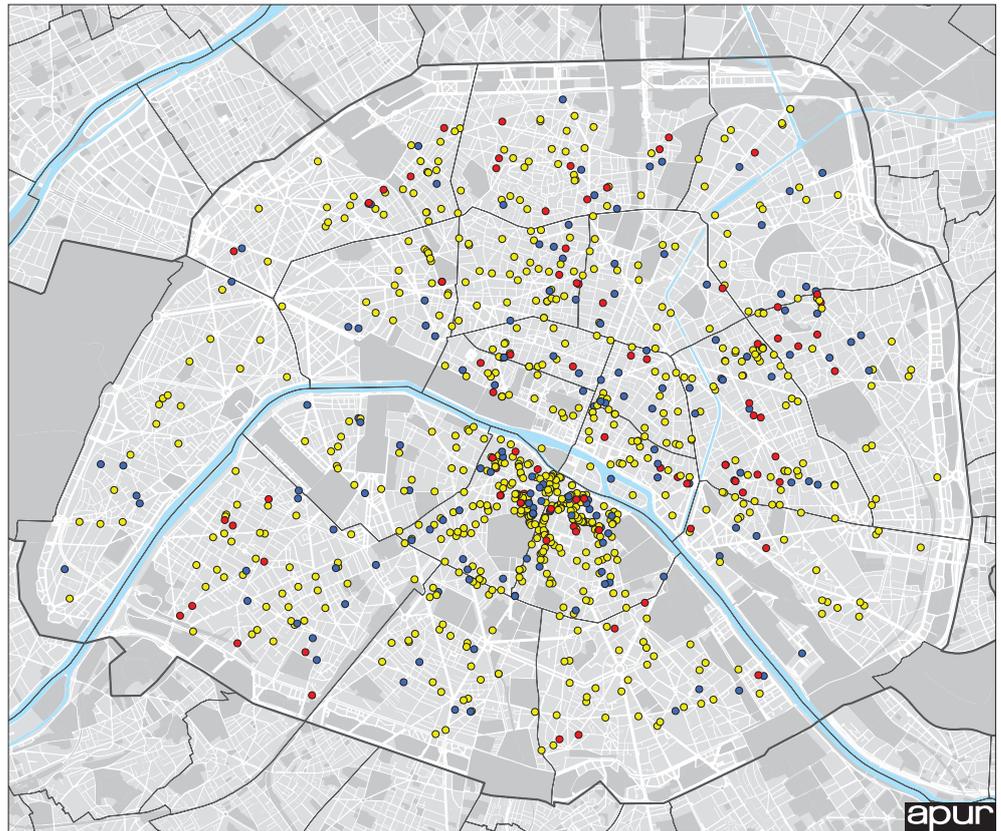
apur

Librairie

Évolution 2011-2014 : - 9,9 %

- Maintien de l'activité (675)
- Création (81)
- Disparition (164)
- Principaux équipements

Source : BDCom 2014 (code CE101)

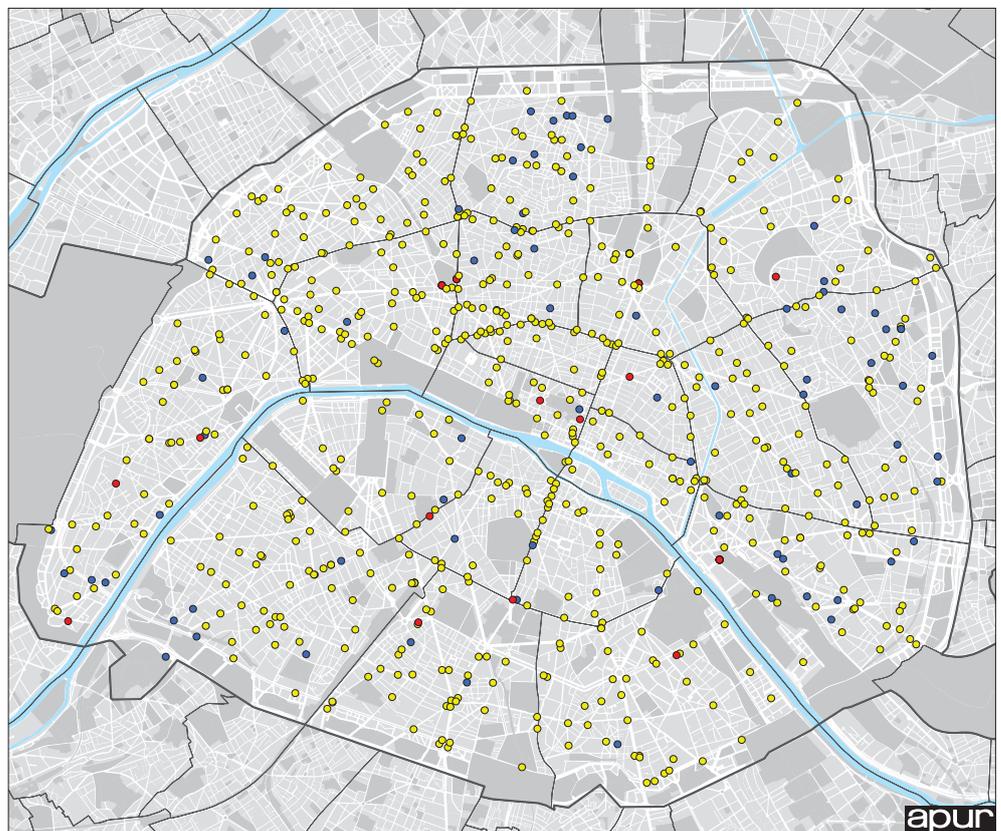


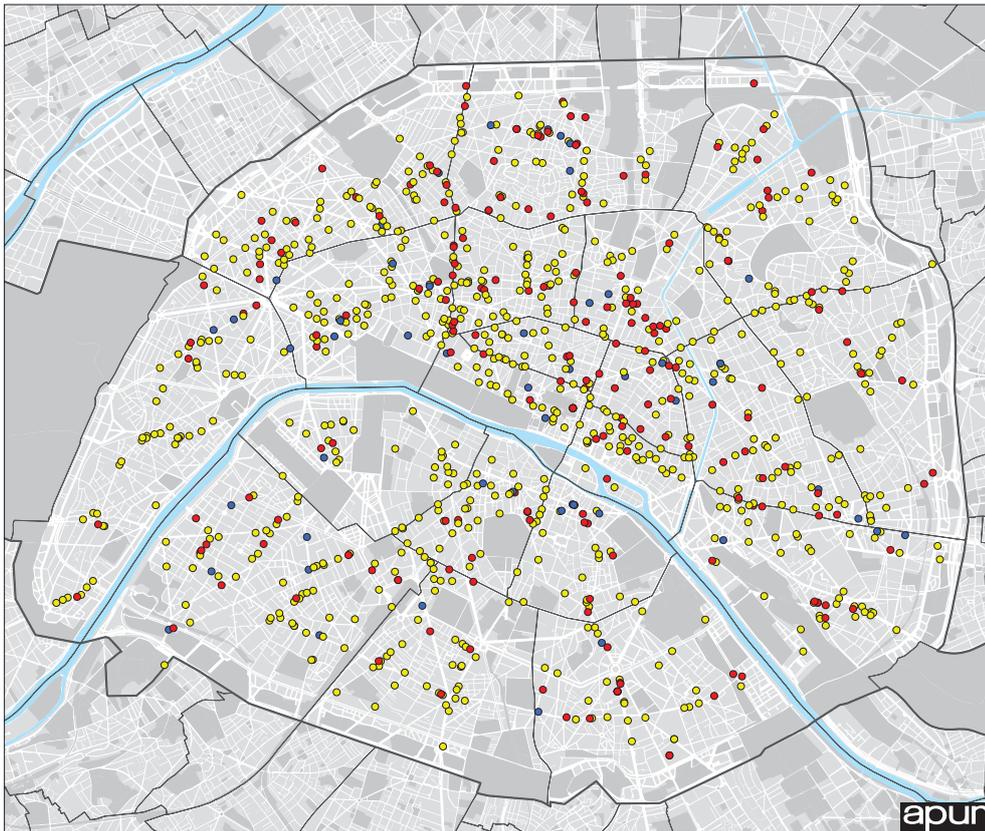
Vente de journaux – Kiosque à journaux

Évolution 2011-2014 : - 8,2 %

- Maintien de l'activité (630)
- Création (21)
- Disparition (79)
- Principaux équipements

Source : BDCom 2014 (code CE103, CE104)



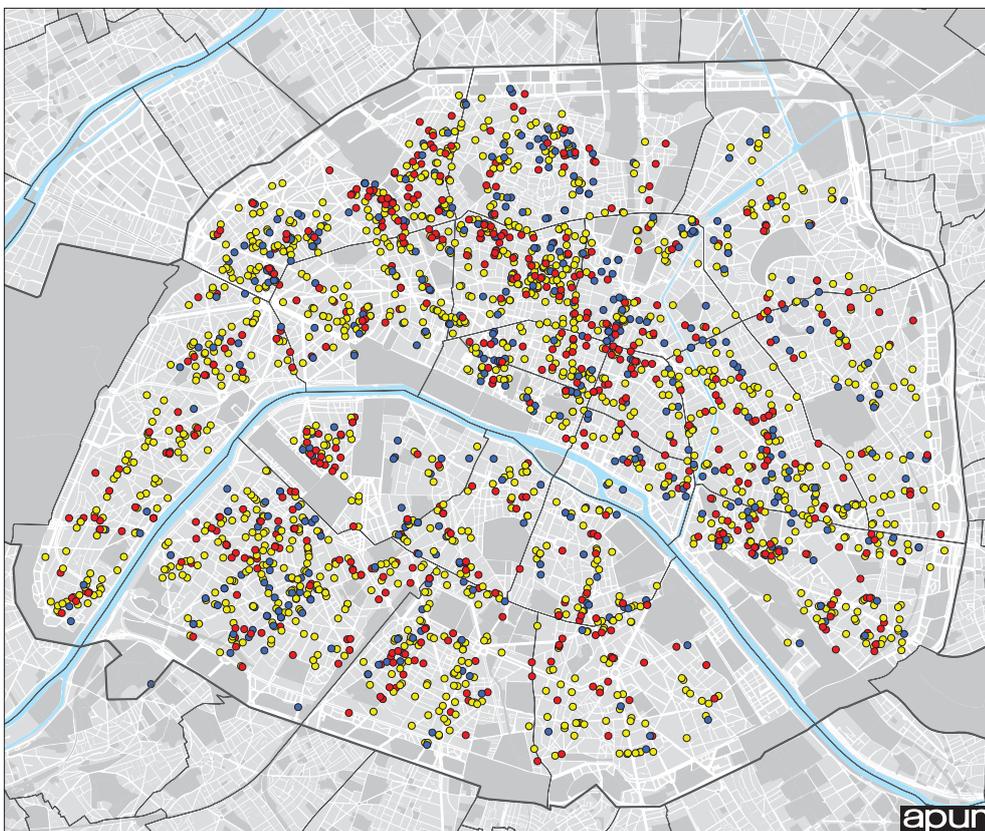


Opticien

Évolution 2011-2014 : + 17,8 %

- Maintien de l'activité (724)
- Création (191)
- Disparition (53)
- Principaux équipements

Source : BDCom 2014 (code CC301)



Soins du corps

Évolution 2011-2014 : + 6,0 %

- Maintien de l'activité (1 319)
- Création (566)
- Disparition (459)
- Principaux équipements

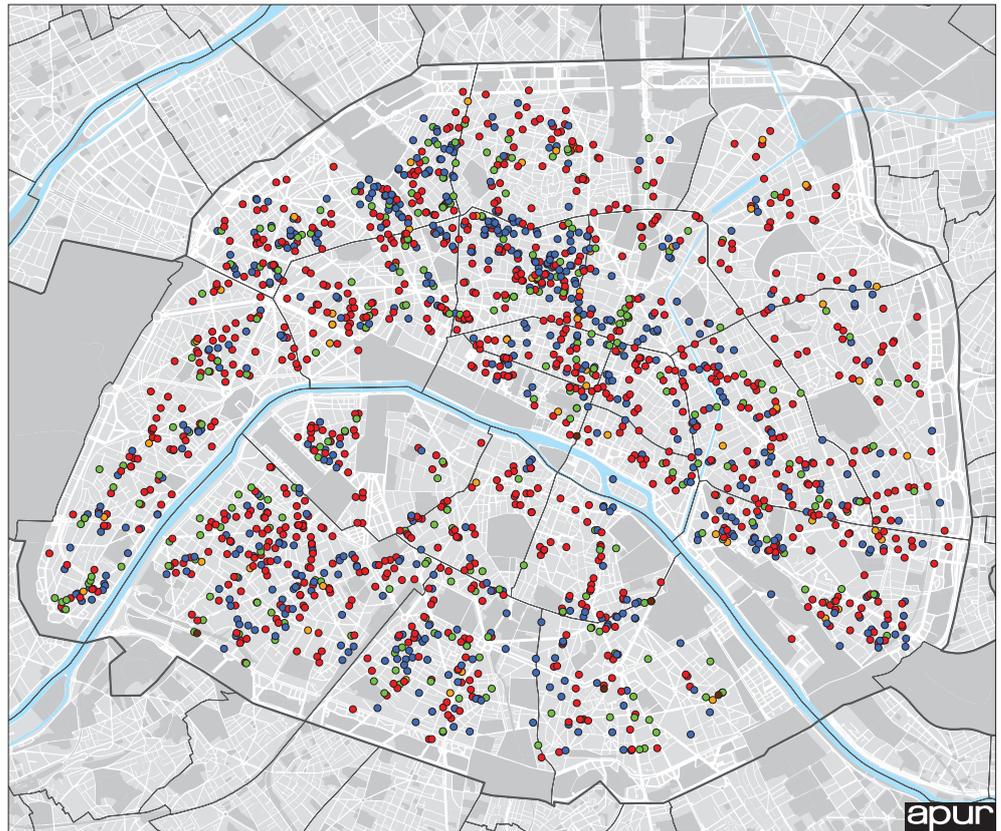
Source : BDCom 2014 (code SA202, SA203, SA204, SA205, SA206)

Soins du corps

Géographie uniquement

- Institut de beauté – Activités thermales et thalasso (967)
- Onglerie (277)
- Salon de bronzage – Solaire/UV (59)
- Salon de massage (575)
- Bars à sourire (7)
- Principaux équipements

Source : BDCCom 2014 (code SA202, SA203, SA204, SA205, SA206)

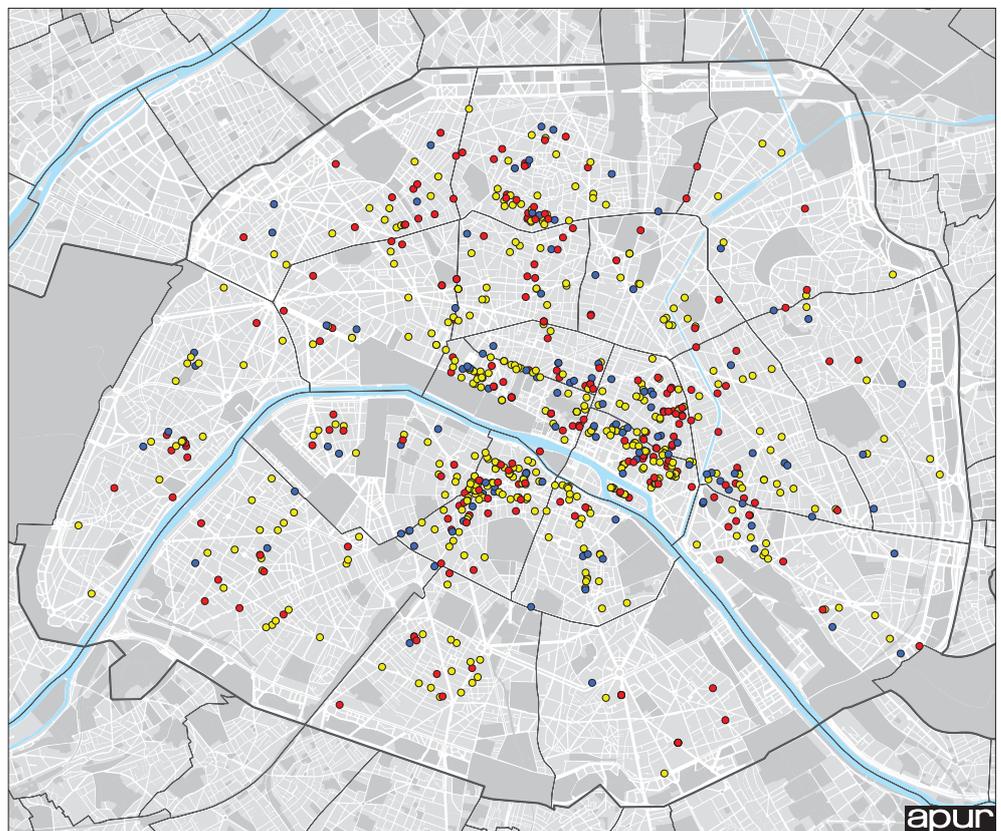


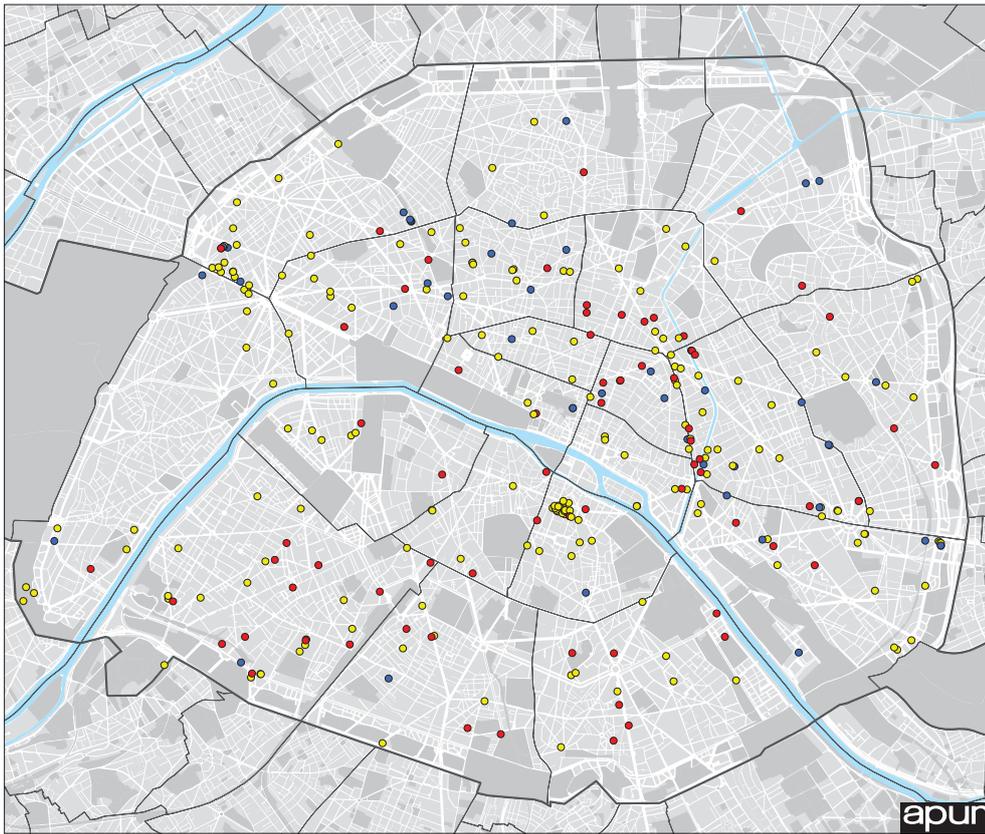
Bijouterie fantaisie – Accessoire de mode

Évolution 2011-2014 : + 20,1 %

- Maintien de l'activité (421)
- Création (230)
- Disparition (121)
- Principaux équipements

Source : BDCCom 2014 (code CB304)



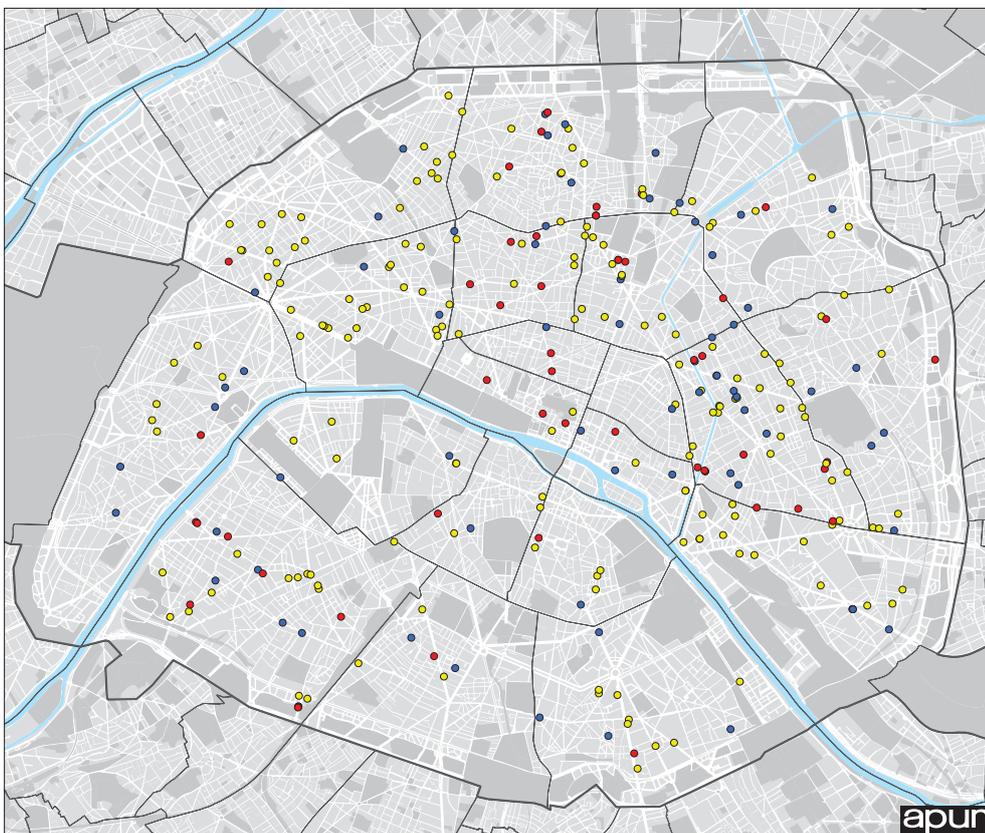


Articles de sport

Évolution 2011-2014 : + 14,1 %

- Maintien de l'activité (194)
- Création (73)
- Disparition (40)
- Principaux équipements

Source : BDCOM 2014 (code CE201, CE202, CE203)



Électroménager – Radio – TV

Évolution 2011-2014 : - 8,1 %

- Maintien de l'activité (179)
- Création (48)
- Disparition (68)
- Principaux équipements

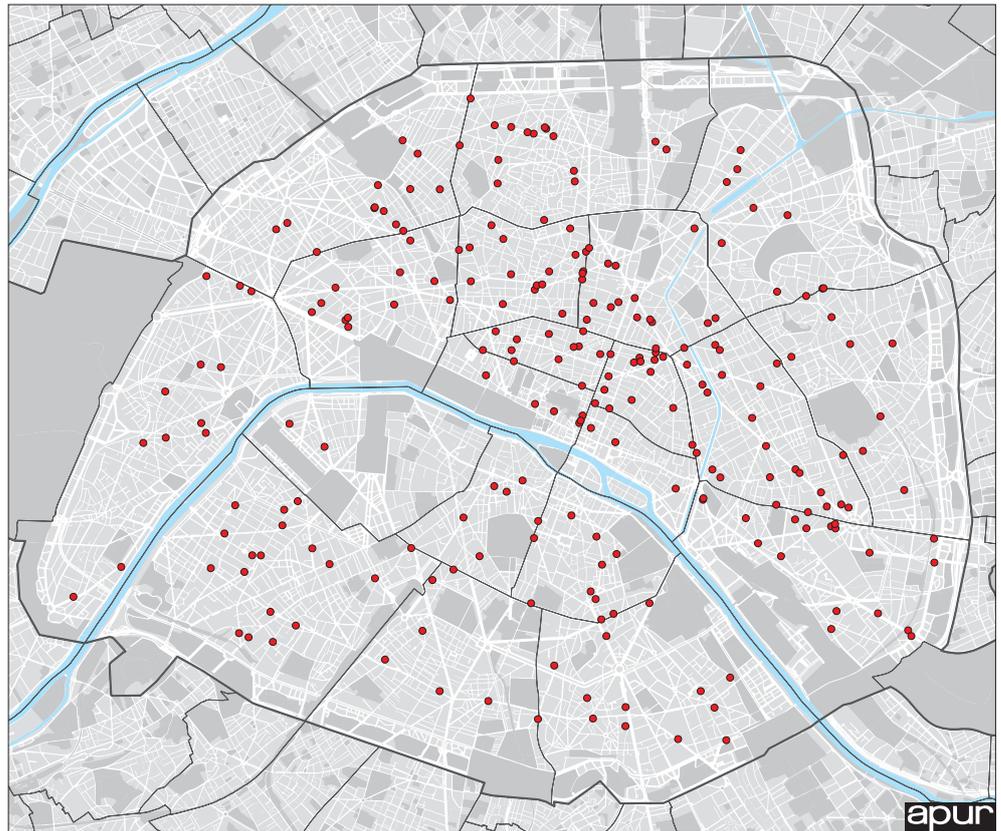
Source : BDCOM 2014 (code CD301, CD302, CD303)

Vente de cigarettes électroniques

Géographie uniquement

- Création (235)
- Principaux équipements

Source : BDCOM 2014 (code CE508)

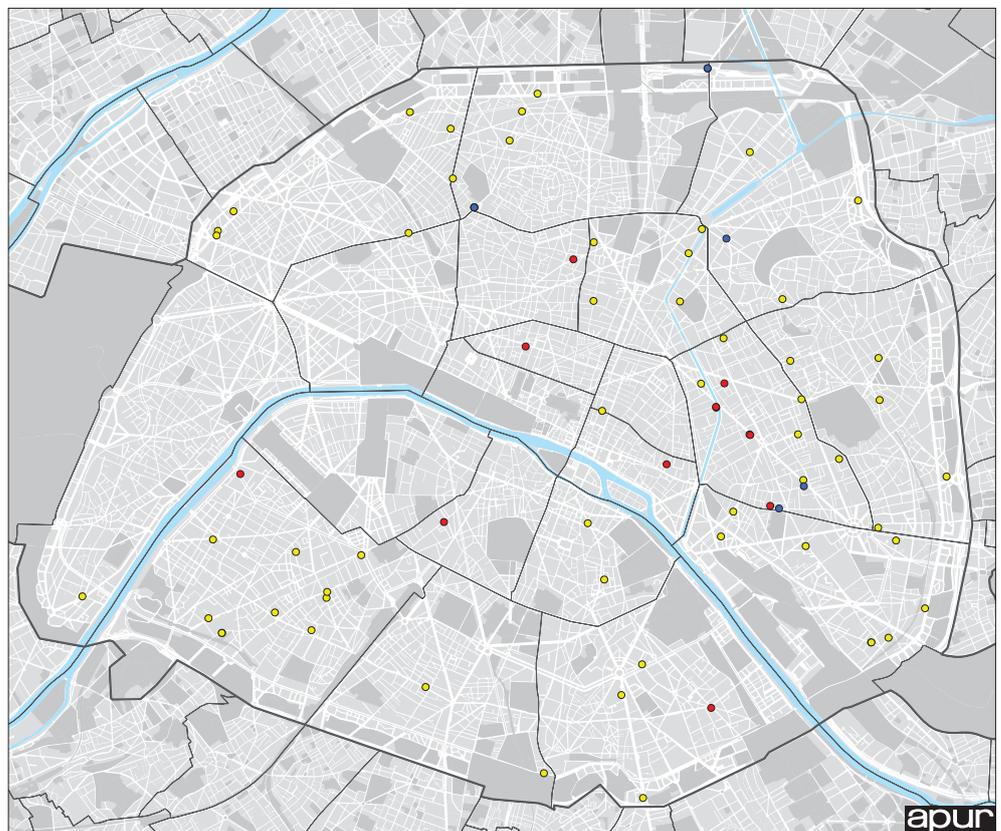


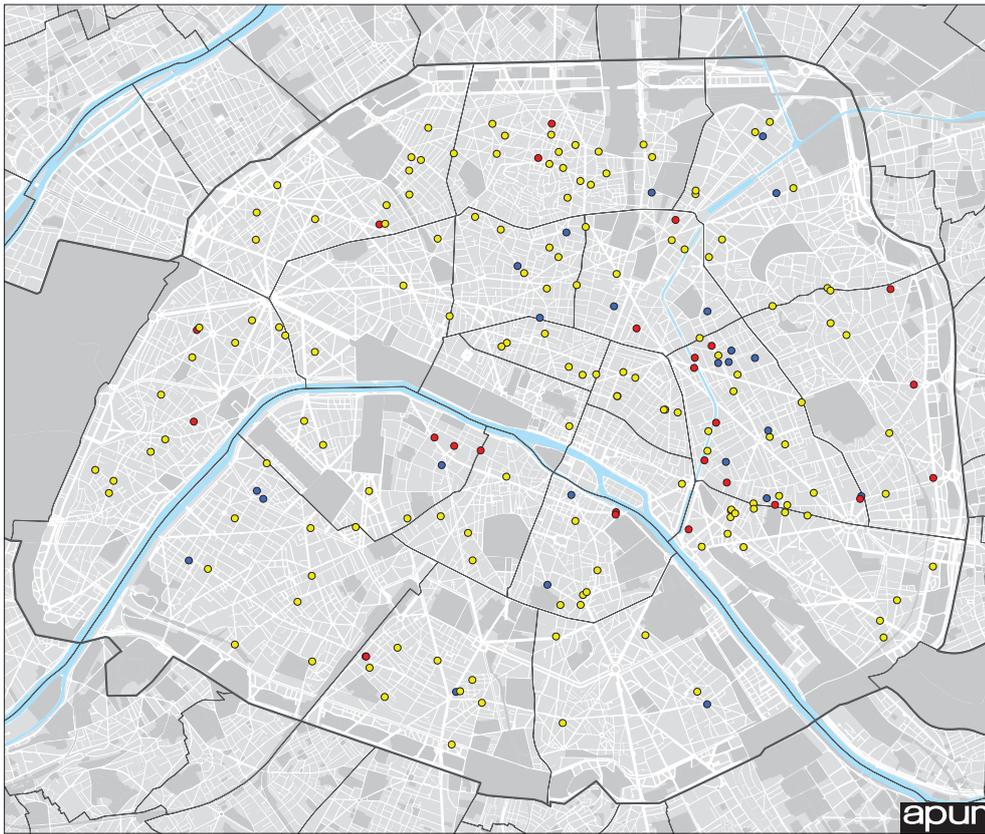
Bricolage

Évolution 2011-2014 : + 6,1 %

- Maintien de l'activité (60)
- Création (10)
- Disparition (6)
- Principaux équipements

Source : BDCOM 2014 (code CF102)



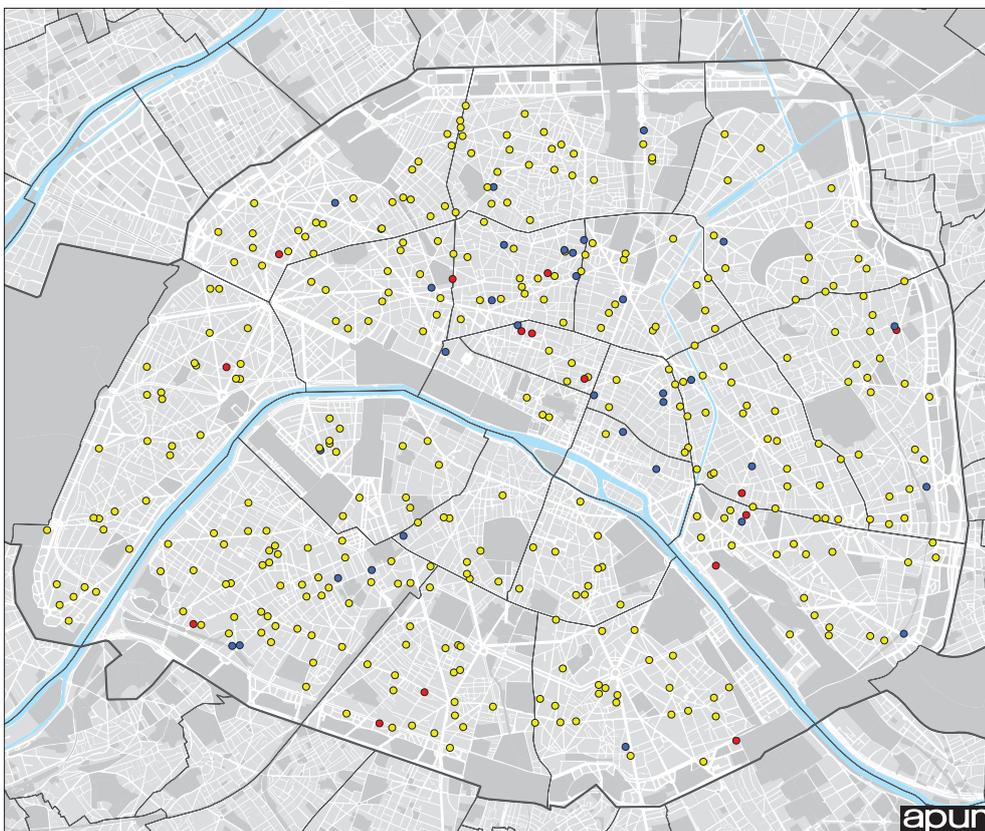


Quincaillerie et droguerie

Évolution 2011-2014 : + 1,2 %

- Maintien de l'activité (145)
- Création (26)
- Disparition (24)
- Principaux équipements

Source : BDCom 2014 (code CF101)



Cordonnerie – Réparation « minute » (clés, talons...)

Évolution 2011-2014 : - 4,6 %

- Maintien de l'activité (341)
- Création (15)
- Disparition (32)
- Principaux équipements

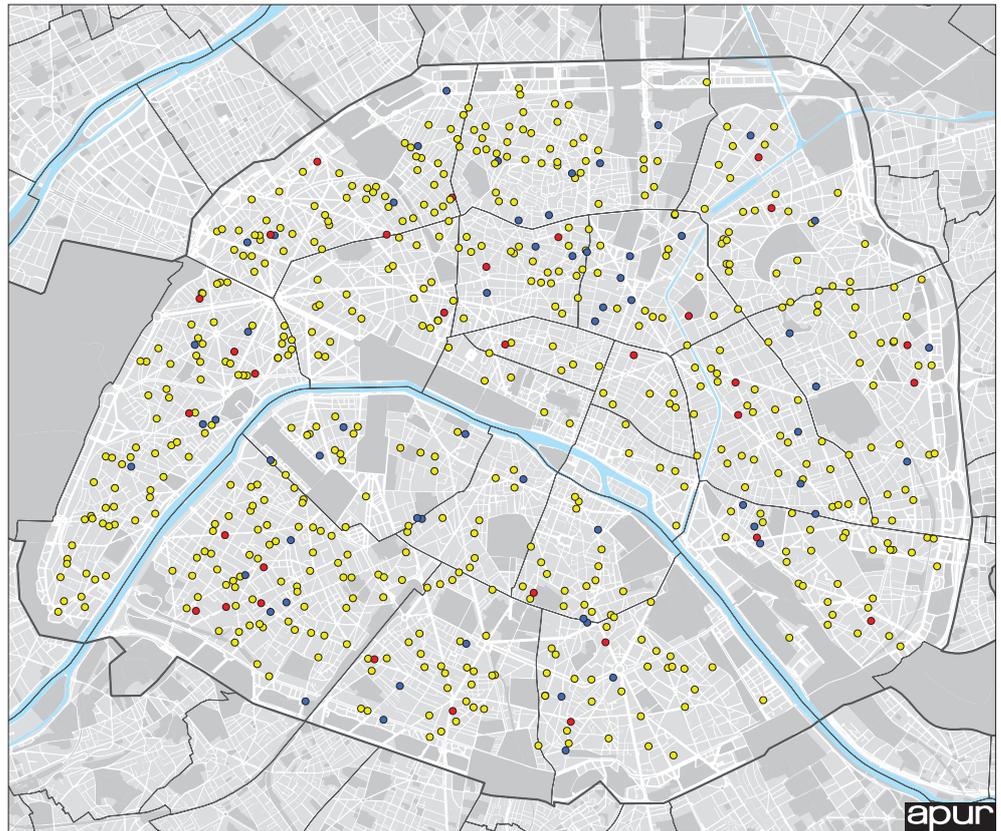
Source : BDCom 2014 (code SA101)

Blanchisserie – Pressing

Évolution 2011-2014 : - 4,5 %

- Maintien de l'activité (538)
- Création (32)
- Disparition (59)
- Principaux équipements

Source : BDCOM 2014 (code SA104)

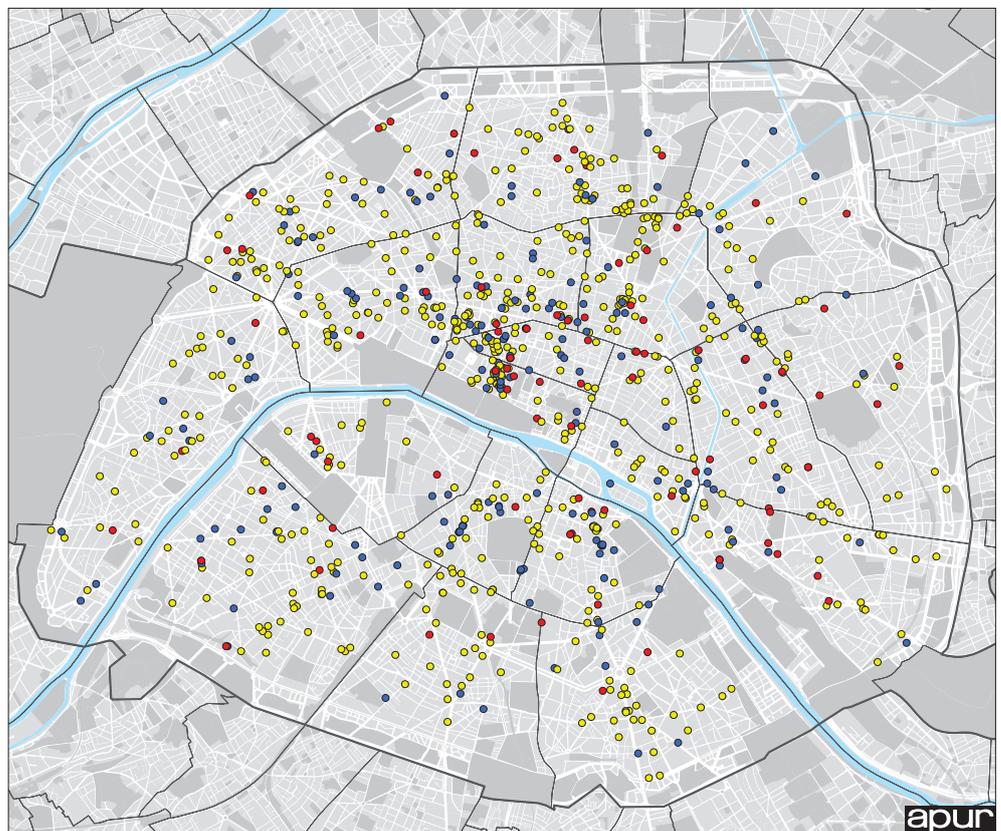


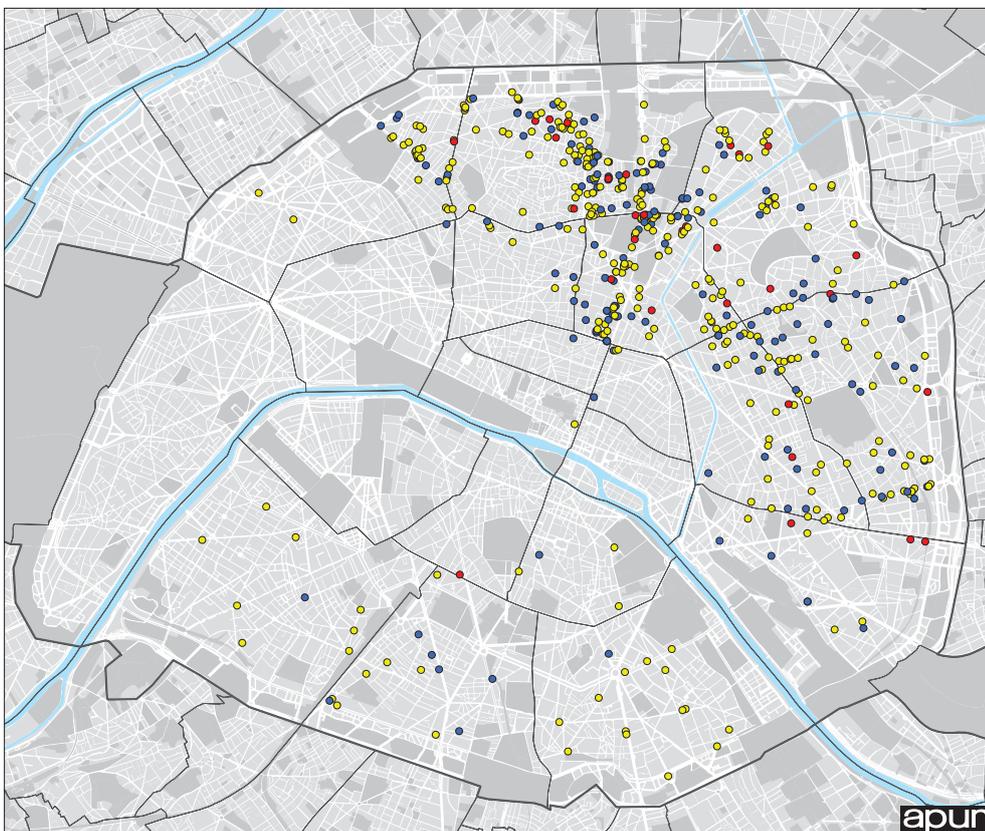
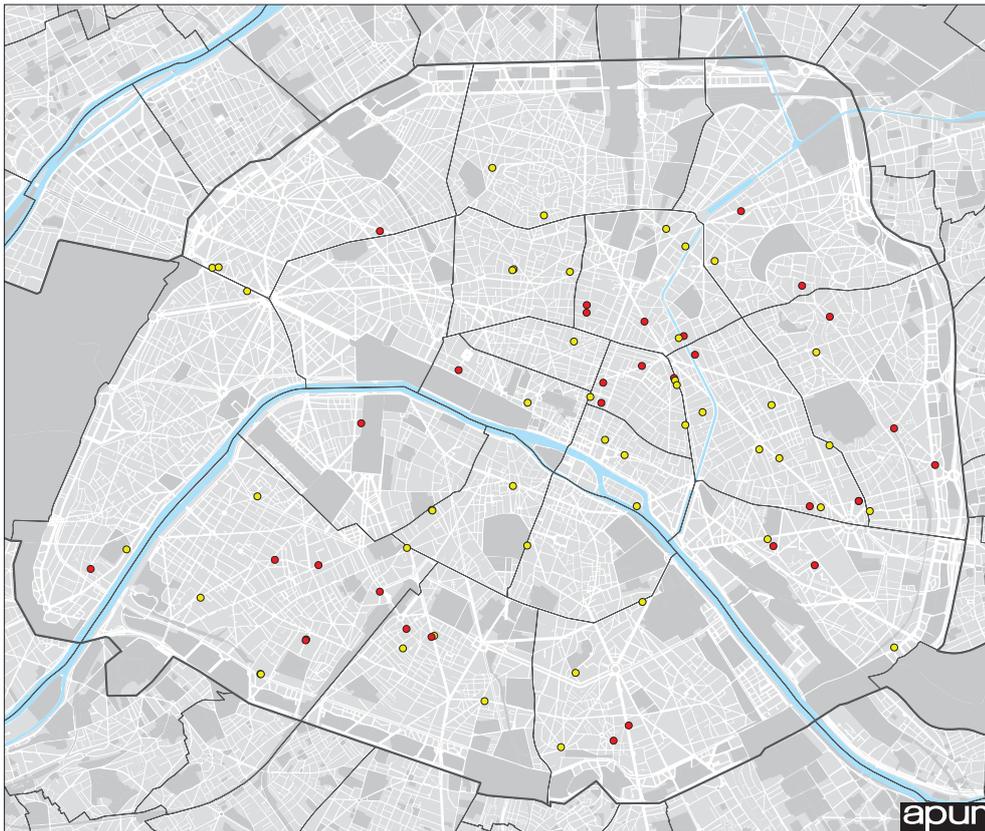
Agence voyage-tourisme – Compagnies aériennes

Évolution 2011-2014 : - 13,6 %

- Maintien de l'activité (591)
- Création (87)
- Disparition (194)
- Principaux équipements

Source : BDCOM 2014 (code SA505)



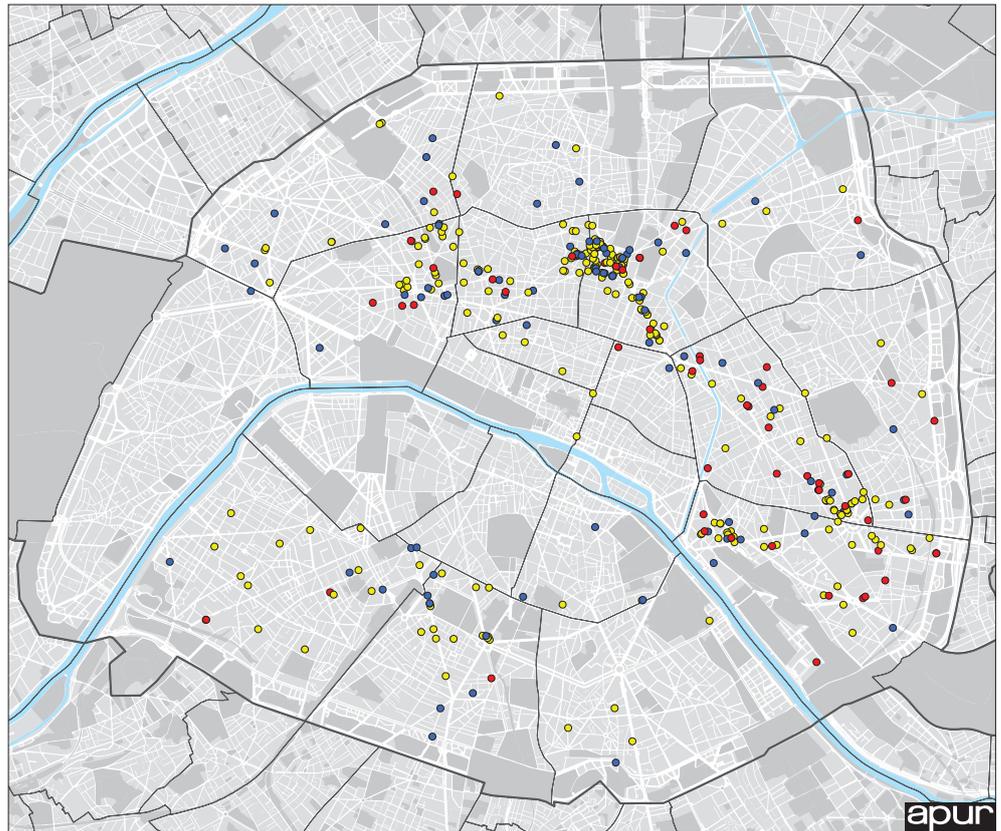


Agence d'intérim

Évolution 2011-2014 : - 11,8 %

- Maintien de l'activité (243)
- Création (55)
- Disparition (95)
- Principaux équipements

Source : BDCOM 2014 (code SA507)

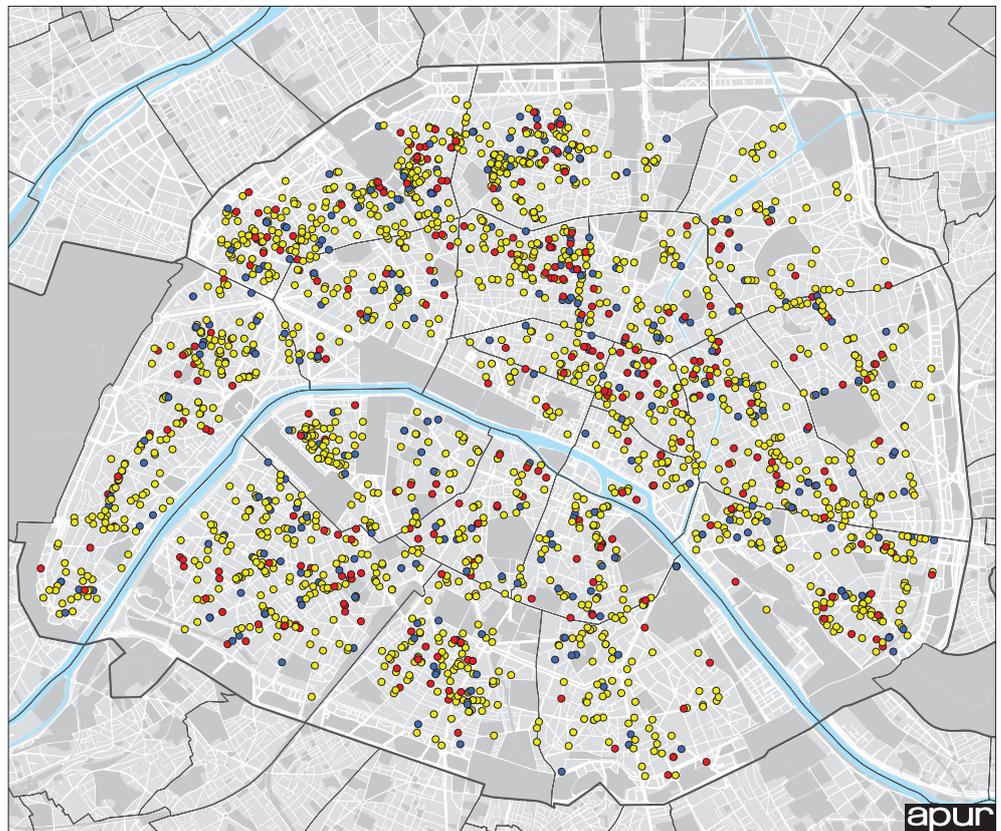


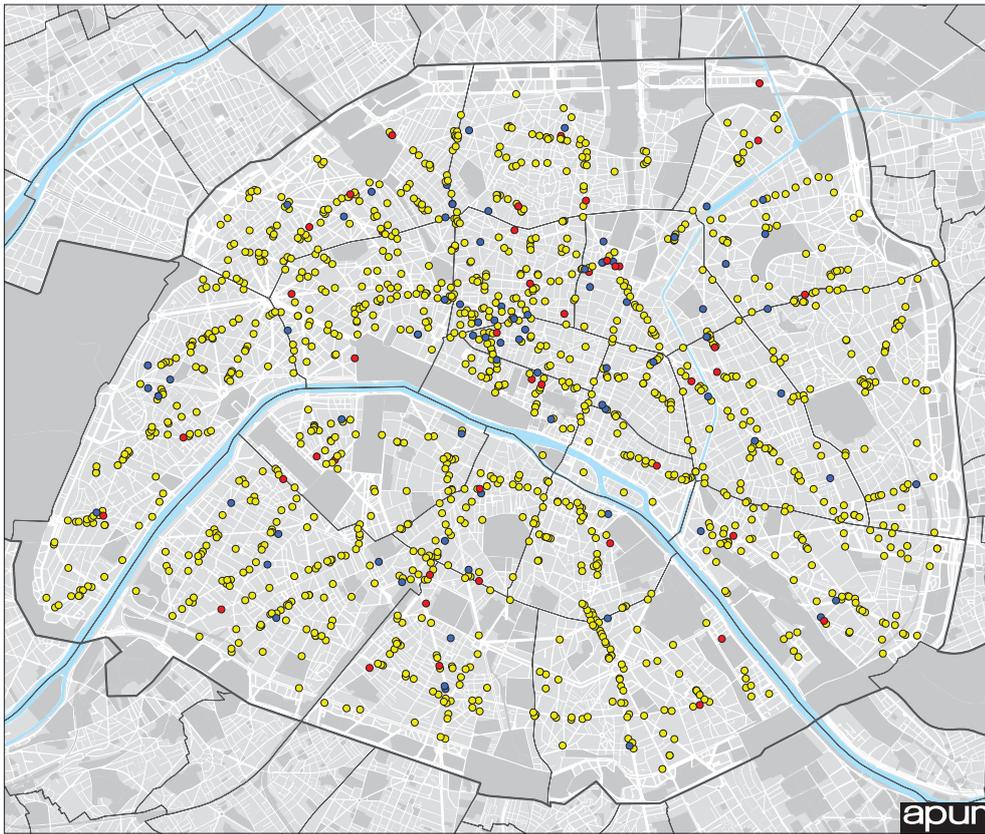
Agence immobilière

Évolution 2011-2014 : 0 %

- Maintien de l'activité (1 533)
- Création (307)
- Disparition (307)
- Principaux équipements

Source : BDCOM 2014 (code SB101)





Banque – Caisse d'épargne

Évolution 2011-2014 : - 2,8 %

- Maintien de l'activité (1 220)
- Création (44)
- Disparition (80)
- Principaux équipements

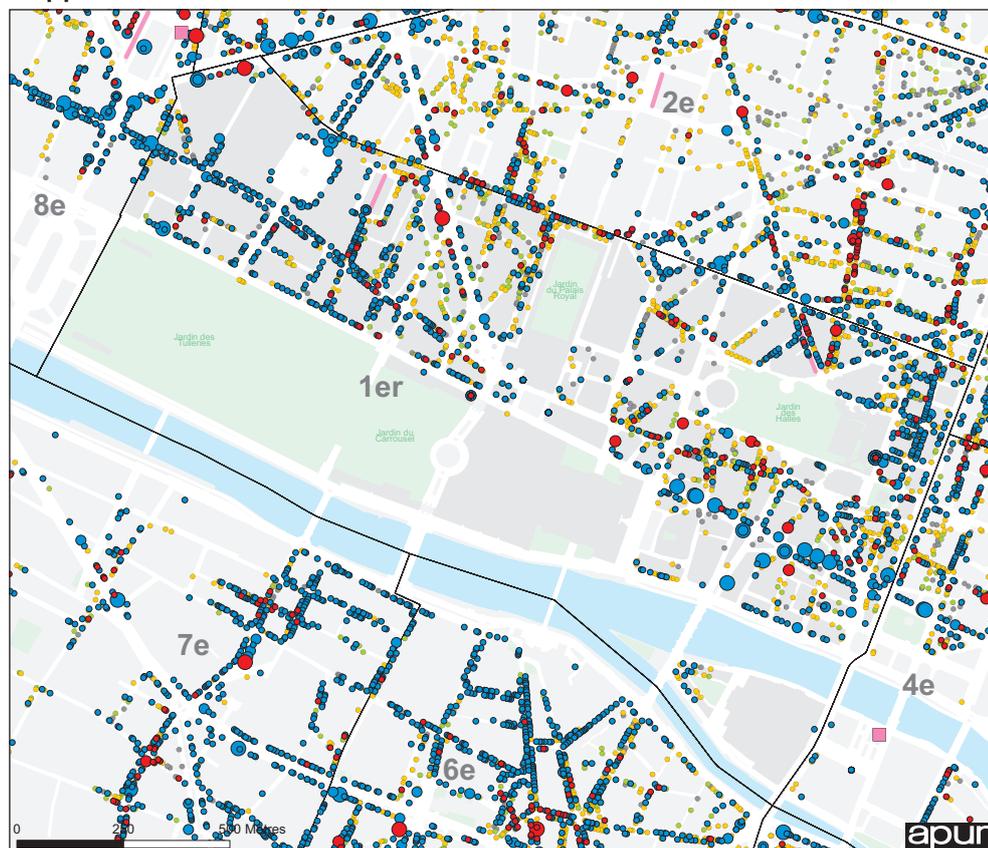
Source : BDCOM 2014 (code SB201)

3- Structure commerciale et évolutions par arrondissements

1^{er} arrondissement

Le 1^{er} arrondissement, très dense en commerces, se divise en 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 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.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCom - 2014

Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée: 2936
- Nombre de commerces et services commerciaux: 2384
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie: 5,3 (moyenne Paris: 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants: 137 (moyenne Paris: 28)

Plus grands commerces du 1^{er} arrondissement:

- FNAC du Forum des Halles, 1 rue Pierre Lescot, 7 700 m²
- C&A, 122 rue de Rivoli, 5 978 m²
- Conforama, 2 bis rue du pont Neuf, 5 018 m²
- Forever 21, 144 rue de Rivoli, 4 500 m²
- C&A, 17 bd de la Madeleine, 4 217 m²

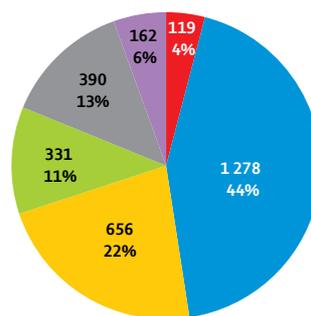
Principales galeries et centres commerciaux:

- Forum des Halles, 1 rue Pierre Lescot, 158 boutiques, 87 000 m²
- Carrousel du Louvre, 99 rue de Rivoli, 52 boutiques, 11 000 m²
- Les 3 Quartiers, 17 bd de la Madeleine, 3 boutiques, 8 000 m²

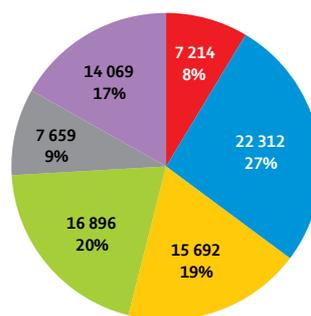
Marchés découverts:

- Saint-Eustache, rue Montmartre
- Saint-Honoré, place du Marché Saint-Honoré

Structure commerciale



1^{er} arrondissement

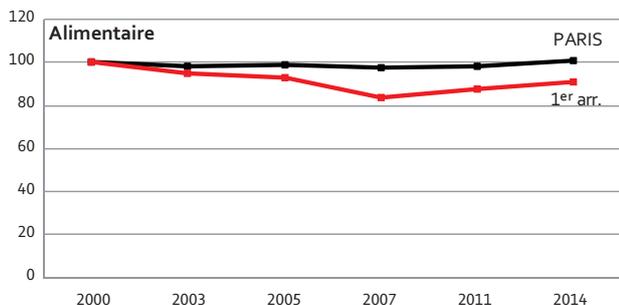


Paris

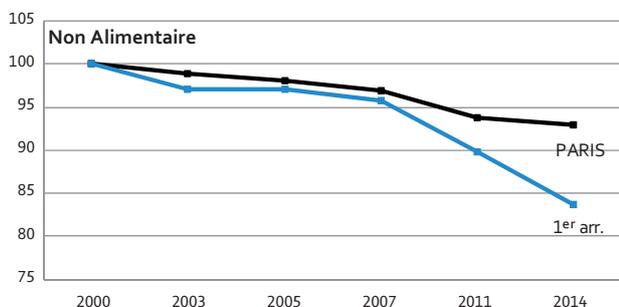
Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

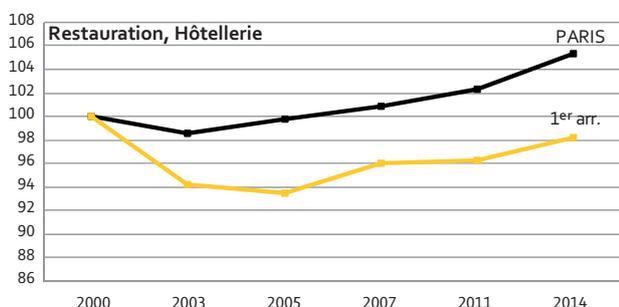
Évolutions 2000-2014



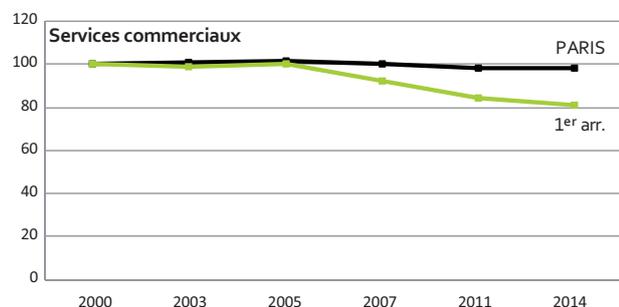
Année	1 ^{er} arrondissement	PARIS
2000	131	7 158
2003	124	7 023
2005	122	7 081
2007	110	6 961
2011	115	7 010
2014	119	7 214



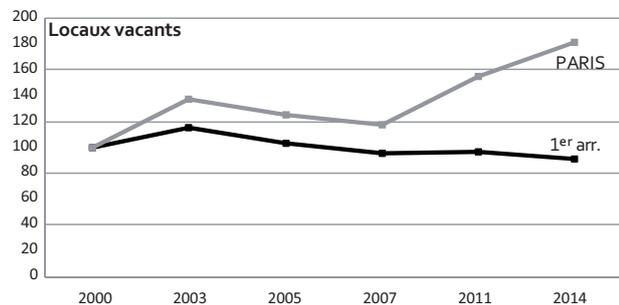
Année	1 ^{er} arrondissement	PARIS
2000	1 527	23 987
2003	1 482	23 719
2005	1 483	23 516
2007	1 462	23 262
2011	1 370	22 472
2014	1 278	22 312



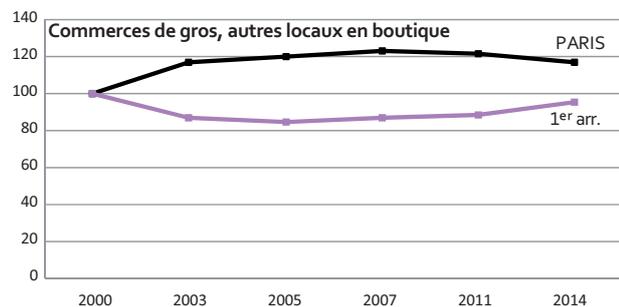
Année	1 ^{er} arrondissement	PARIS
2000	668	14 891
2003	629	14 679
2005	624	14 862
2007	641	15 026
2011	643	15 238
2014	656	15 692



Année	1 ^{er} arrondissement	PARIS
2000	408	17 189
2003	402	17 304
2005	409	17 471
2007	376	17 238
2011	344	16 924
2014	331	16 896



Année	1 ^{er} arrondissement	PARIS
2000	215	8 394
2003	294	9 713
2005	268	8 671
2007	253	8 036
2011	334	8 131
2014	390	7 659

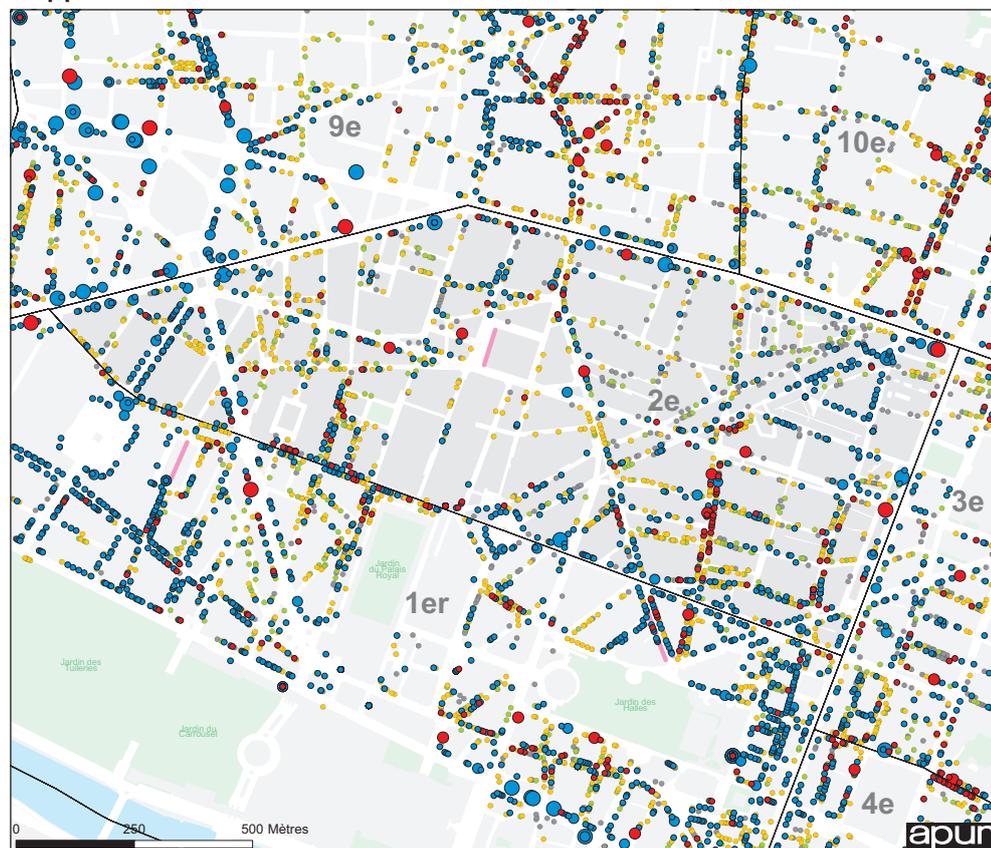


Année	1 ^{er} arrondissement	PARIS
2000	170	12 065
2003	147	14 099
2005	144	14 453
2007	148	14 884
2011	150	14 701
2014	162	14 069

2^e arrondissement

Le tissu commercial de l'est du 2^e arrondissement reste encore marqué par l'activité de gros d'habillement et de textile, bien qu'elle ait beaucoup régressé ces dernières années. À l'ouest, le commerce est nettement plus diversifié avec un nombre important de cafés et de restaurants liés, en partie, aux nombreux emplois de bureaux. Quelques rues apparaissent comme très spécialisées, comme la rue Vivienne avec 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.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

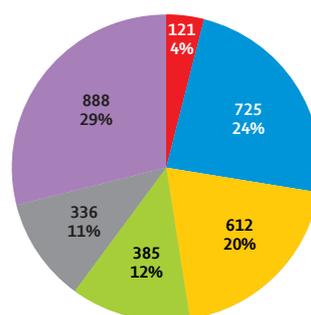
- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCom - 2014

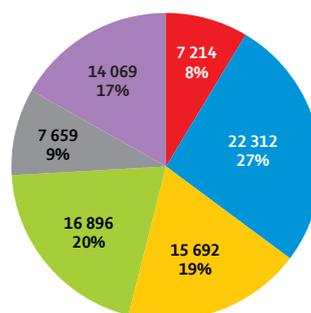
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 3 067
- Nombre de commerces et services commerciaux : 1 843
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 6,6 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 80 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 2^e arrondissement :
 - Natuzzi, 109 bd de Sebastopol, 2 000 m²,
 - Joué club, 5 bd des Italiens, 1 815 m²,
 - Desigual, 9 bd des Capucines, 1 800 m²,
 - Monoprix, 51 rue Réaumur, 1 670 m²
- Principales galeries et centres commerciaux :
 - Passage des Panoramas, 11 bd Montmartre, 66 boutiques
 - Passage Choiseul, 40 rue des Petits-Champs, 58 boutiques
 - Galerie Vivienne, 4 rue des Petits Champs, 38 boutiques
- Marché découvert :
 - Bourse, place de la Bourse

Structure commerciale



2^e arrondissement

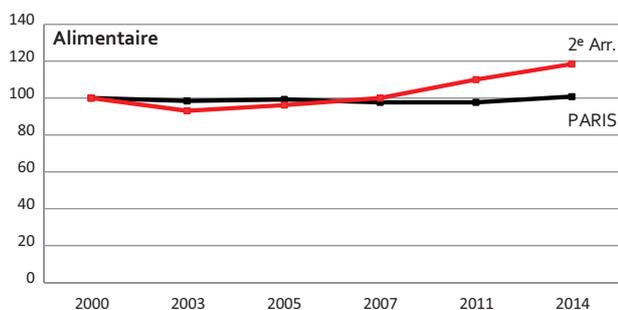


Paris

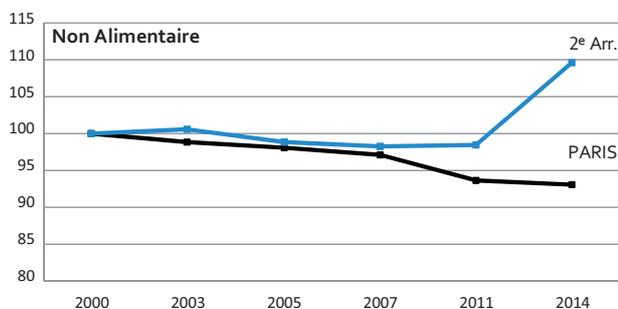
Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

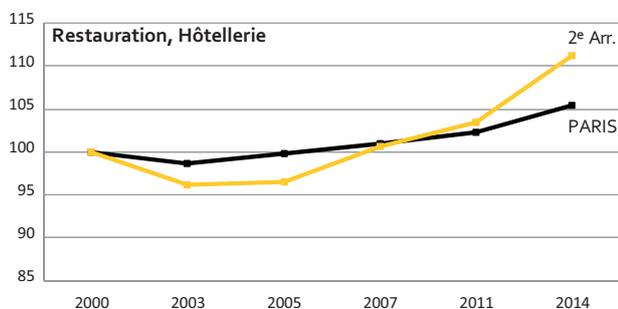
Évolutions 2000-2014



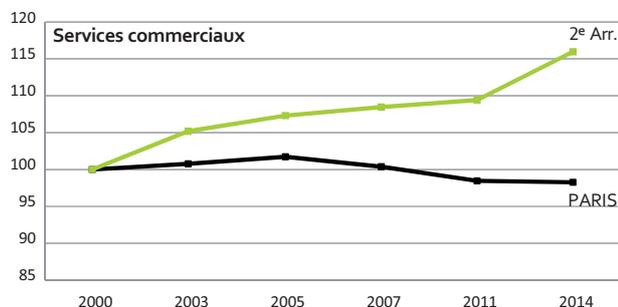
Année	2 ^e arrondissement	PARIS
2000	102	7 158
2003	95	7 023
2005	98	7 081
2007	102	6 961
2011	112	7 010
2014	121	7 214



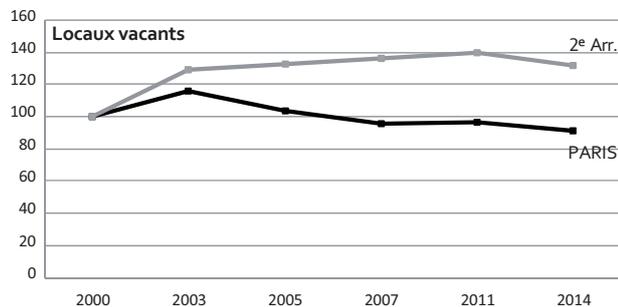
Année	2 ^e arrondissement	PARIS
2000	661	23 987
2003	665	23 719
2005	653	23 516
2007	649	23 262
2011	651	22 472
2014	725	22 312



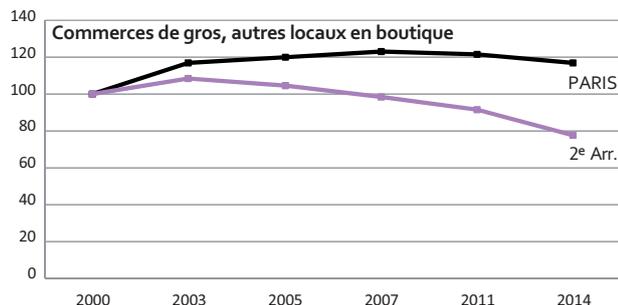
Année	2 ^e arrondissement	PARIS
2000	550	14 891
2003	529	14 679
2005	531	14 862
2007	553	15 026
2011	569	15 238
2014	612	15 692



Année	2 ^e arrondissement	PARIS
2000	332	17 189
2003	349	17 304
2005	356	17 471
2007	360	17 238
2011	363	16 924
2014	385	16 896



Année	2 ^e arrondissement	PARIS
2000	255	8 394
2003	330	9 713
2005	339	8 671
2007	347	8 036
2011	356	8 131
2014	336	7 659



Année	2 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 150	12 065
2003	1 243	14 099
2005	1 201	14 453
2007	1 134	14 884
2011	1 050	14 701
2014	888	14 069

3^e arrondissement

Le 3^e arrondissement est longtemps resté marqué par la présence du 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). Ces commerces ont tendance à régresser aujourd'hui et se transforment souvent en commerces de détail. On constate, dans le même temps, la création de nombreuses galeries d'art, dans l'est de l'arrondissement. Deux centres de quartiers autour des rues Rambuteau et de Bretagne permettent aux résidents de s'approvisionner facilement.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

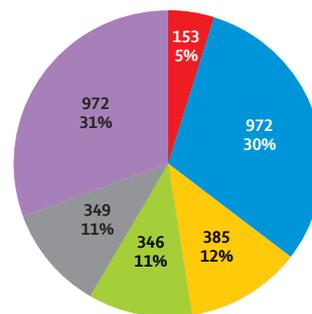
- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCom - 2014

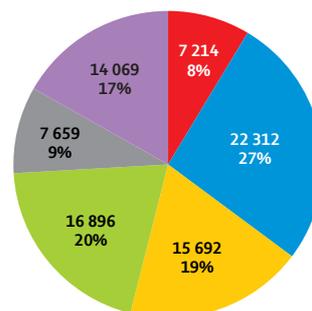
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 3 177
- Nombre de commerces et services commerciaux : 1 856
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 6,7 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 51 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 3^e arrondissement :
 - Leroy Merlin, 52 rue Rambuteau, 5 800 m²
 - Monoprix, 164 rue du Temple, 2 786 m²
 - Merci, 111 boulevard Beaumarchais, 1 500 m²
- Marché couvert :
 - Enfants-Rouges, 39 rue de Bretagne

Structure commerciale



3^e arrondissement

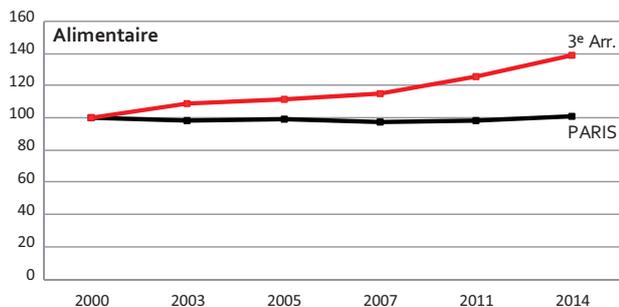


Paris

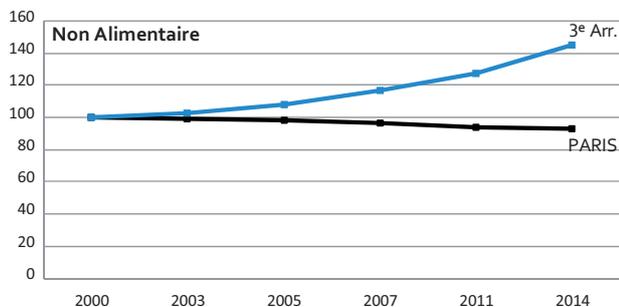
Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

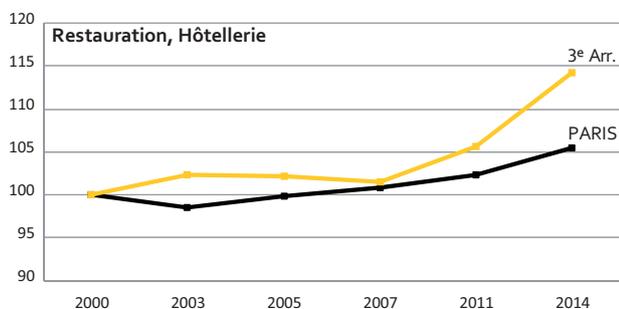
Évolutions 2000-2014



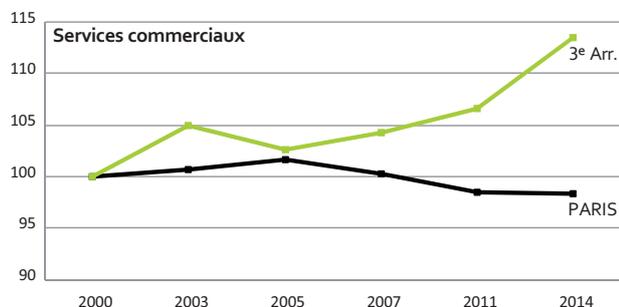
Année	3 ^e arrondissement	PARIS
2000	110	7 158
2003	120	7 023
2005	123	7 081
2007	127	6 961
2011	138	7 010
2014	153	7 214



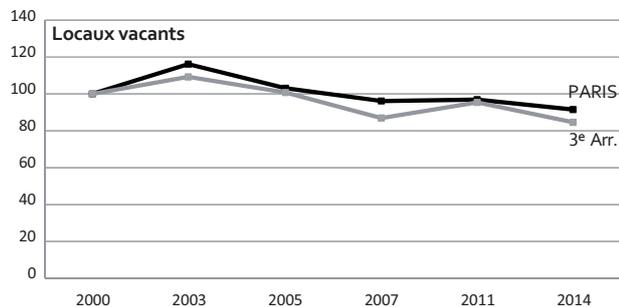
Année	3 ^e arrondissement	PARIS
2000	670	23 987
2003	690	23 719
2005	724	23 516
2007	784	23 262
2011	852	22 472
2014	972	22 312



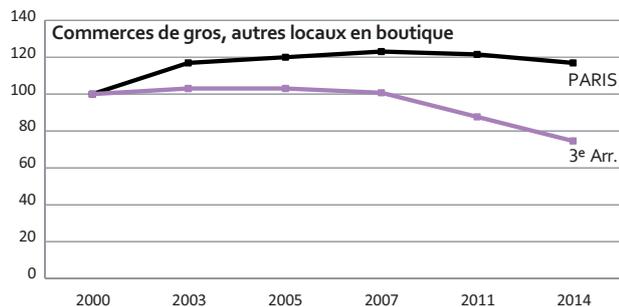
Année	3 ^e arrondissement	PARIS
2000	337	14 891
2003	345	14 679
2005	344	14 862
2007	342	15 026
2011	356	15 238
2014	385	15 692



Année	3 ^e arrondissement	PARIS
2000	305	17 189
2003	320	17 304
2005	313	17 471
2007	318	17 238
2011	325	16 924
2014	346	16 896



Année	3 ^e arrondissement	PARIS
2000	412	8 394
2003	450	9 713
2005	416	8 671
2007	359	8 036
2011	393	8 131
2014	349	7 659

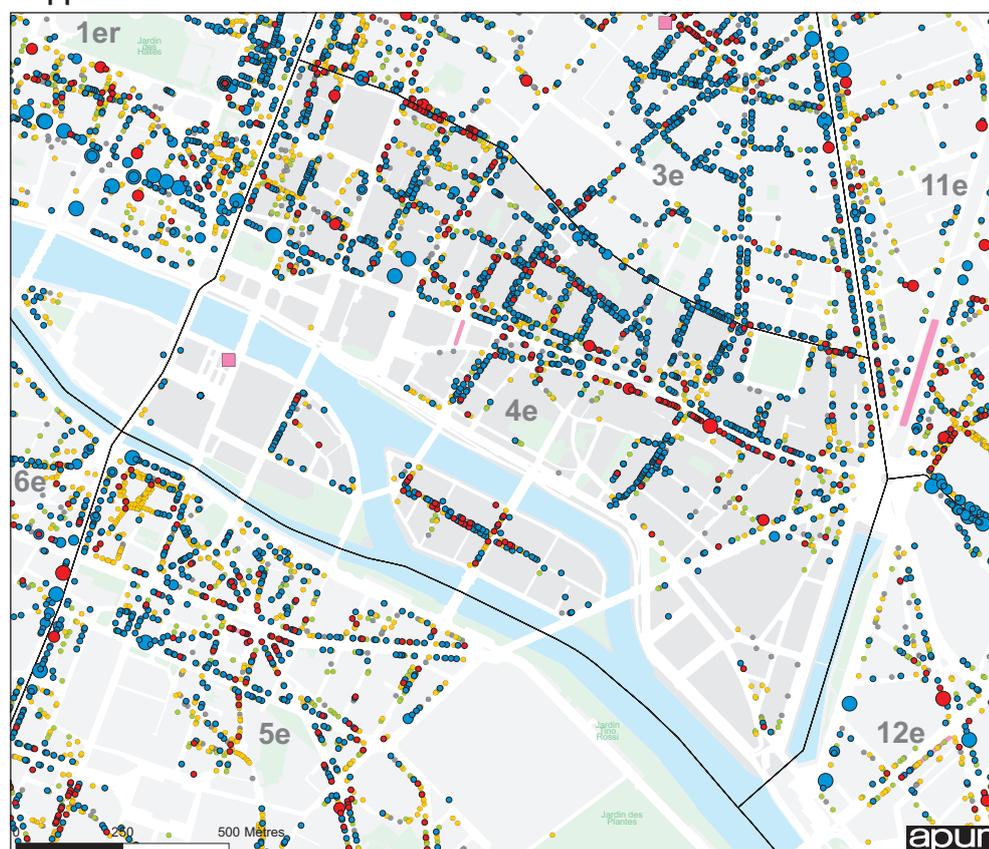


Année	3 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 302	12 065
2003	1 341	14 099
2005	1 337	14 453
2007	1 307	14 884
2011	1 141	14 701
2014	972	14 069

4^e arrondissement

L'appareil commercial du 4^e arrondissement s'organise autour de la principale artère, formée, d'est en ouest, par la rue Saint-Antoine et la rue de Rivoli. On y recense des commerces tournés vers l'équipement de la personne, avec la présence du grand magasin « BHV/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 proposent une offre plus tournée vers les résidents.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

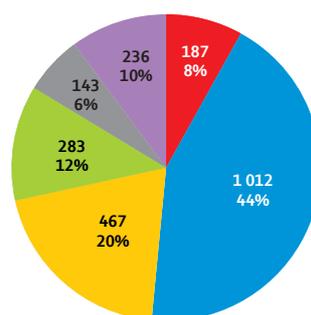
- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCom - 2014

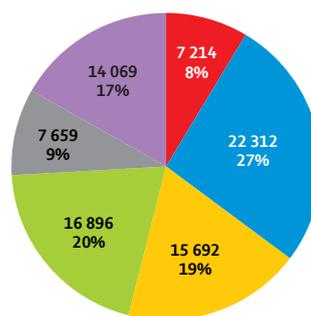
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 2 328
- Nombre de commerces et services commerciaux : 1 949
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 5,2 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 70 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 4^e arrondissement :
 - BHV/Le Marais, 52 rue de Rivoli, 35 632 m²
 - BHV/Le Marais-Homme, 36 rue de la Verrerie, 4 000 m²
 - Monoprix, 69 rue Saint-Antoine, 2 322 m²
- Marchés couverts et découverts :
 - Marché aux fleurs, place Louis Lépine,
 - Marché aux oiseaux, place Louis Lépine,
 - Baudoyer, place Baudoyer.

Structure commerciale



4^e arrondissement

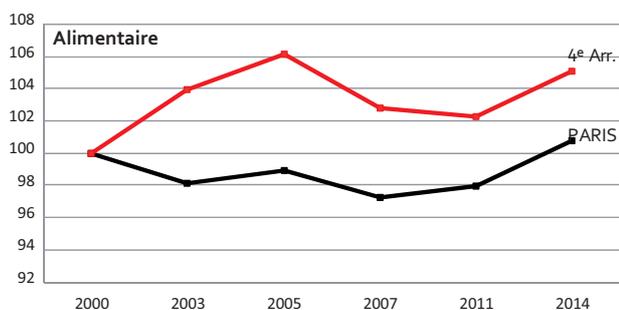


Paris

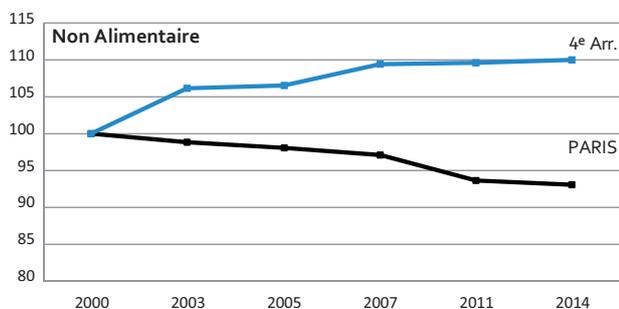
Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

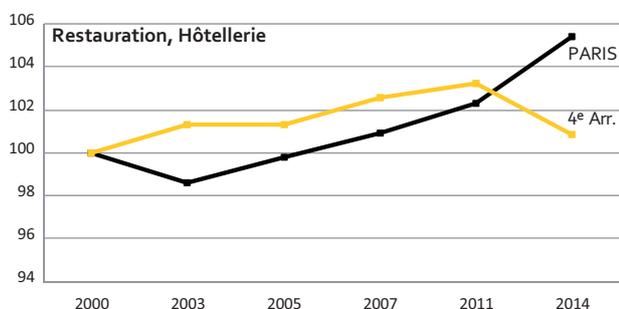
Évolutions 2000-2014



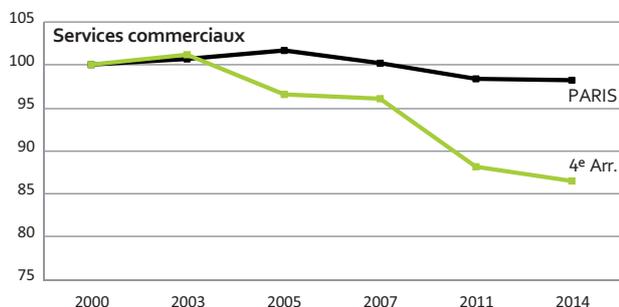
Année	4 ^e arrondissement	PARIS
2000	178	7 158
2003	185	7 023
2005	189	7 081
2007	183	6 961
2011	182	7 010
2014	187	7 214



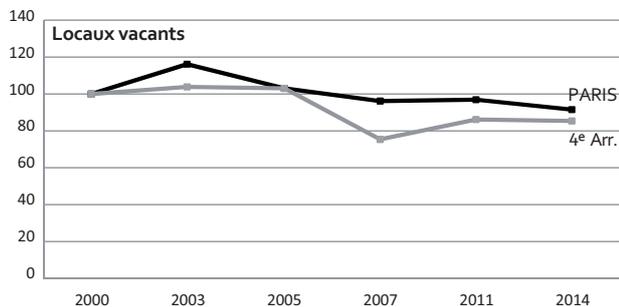
Année	4 ^e arrondissement	PARIS
2000	920	23 987
2003	977	23 719
2005	980	23 516
2007	1 007	23 262
2011	1 008	22 472
2014	1 012	22 312



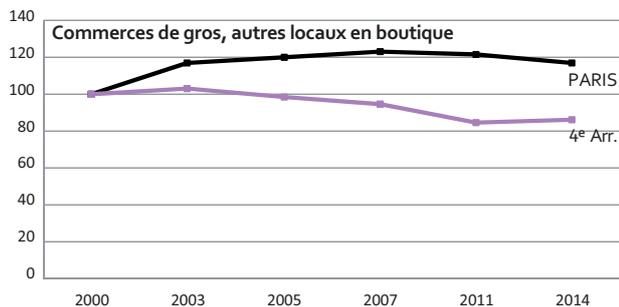
Année	4 ^e arrondissement	PARIS
2000	463	14 891
2003	469	14 679
2005	469	14 862
2007	475	15 026
2011	478	15 238
2014	467	15 692



Année	4 ^e arrondissement	PARIS
2000	327	17 189
2003	331	17 304
2005	316	17 471
2007	314	17 238
2011	288	16 924
2014	283	16 896



Année	4 ^e arrondissement	PARIS
2000	168	8 394
2003	174	9 713
2005	173	8 671
2007	126	8 036
2011	145	8 131
2014	143	7 659

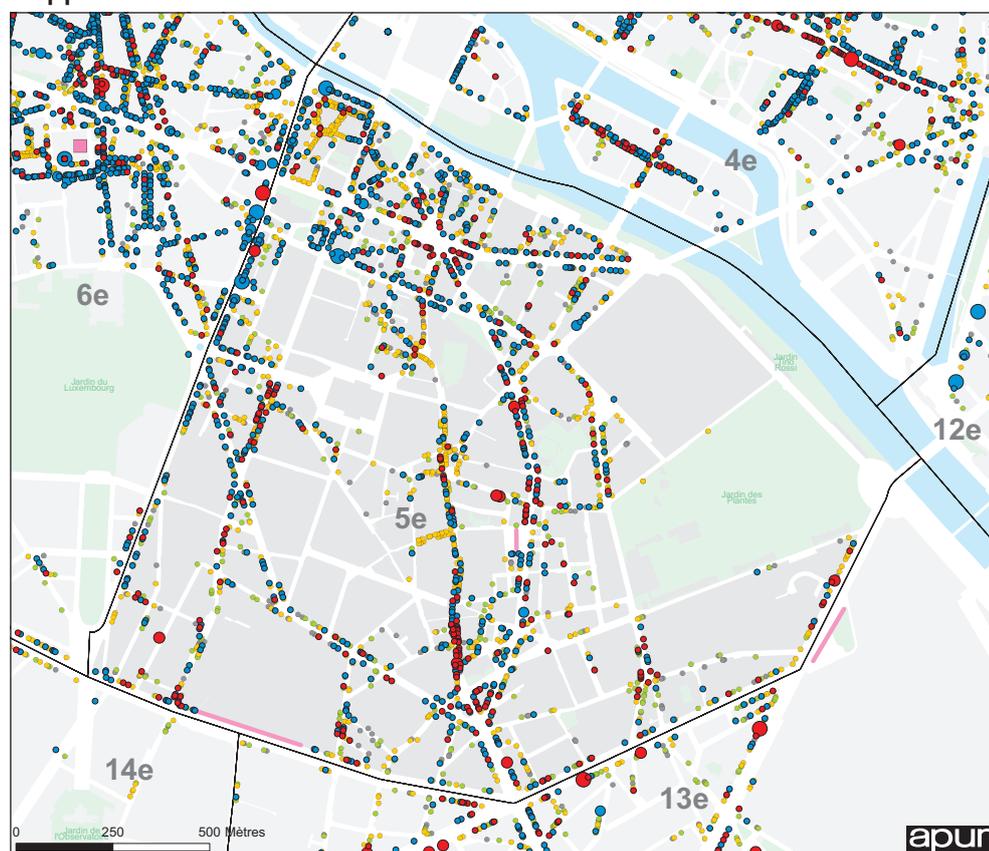


Année	4 ^e arrondissement	PARIS
2000	274	12 065
2003	283	14 099
2005	269	14 453
2007	259	14 884
2011	231	14 701
2014	236	14 069

5^e arrondissement

Le 5^e arrondissement présente un commerce diversifié et souvent de petite taille avec une forte implantation de librairies (boulevards Saint-Germain et Saint-Michel, rue des Écoles...), de cafés et de restaurants (rues de la Huchette, Mouffetard, sur la Montagne Sainte-Geneviève...). Face à la disparition des librairies et petites maisons d'édition, la Ville de Paris a confié à la SEMAEST la mission de protéger ces commerces.

L'appareil commercial



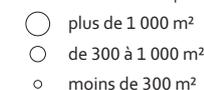
Équipement commercial 2014

Type de commerce

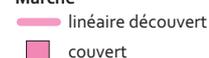


Surface du commerce

(pour les commerces alimentaires et non-alimentaires uniquement)



Marché

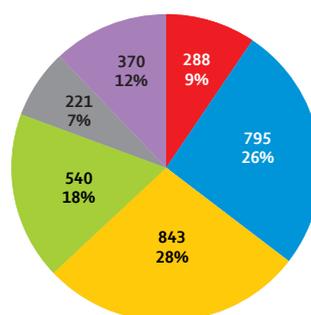


Source : BDCom - 2014

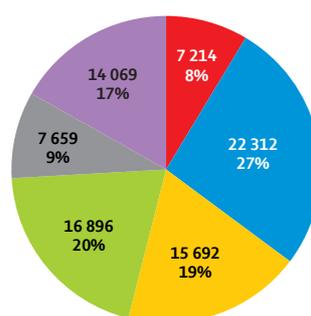
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 3 057
- Nombre de commerces et services commerciaux : 2 466
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 5,3 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 41 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 5^e arrondissement :
 - Gibert Jeune, 27 quai Saint-Michel, 1 800 m²
 - Gap, 47 boulevard Saint-Michel, 1 180 m²
- Marchés découverts :
 - Maubert, place Maubert
 - Monge, place Monge
 - Port Royal, boulevard de Port Royal

Structure commerciale



5^e arrondissement

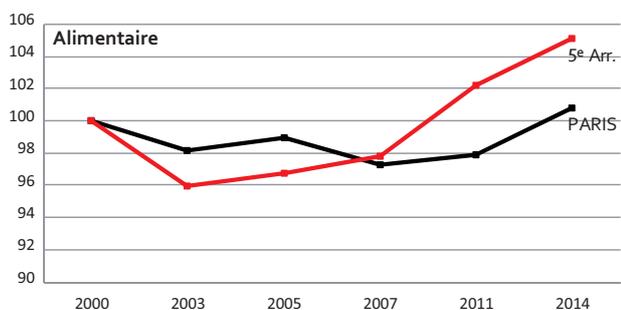


Paris

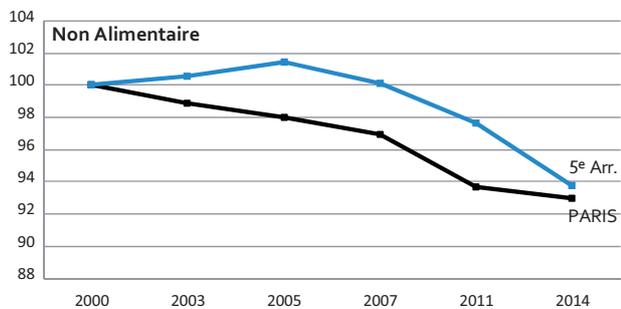
Type de commerce



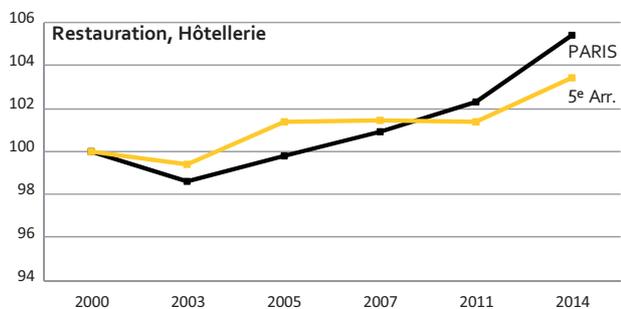
Évolutions 2000-2014



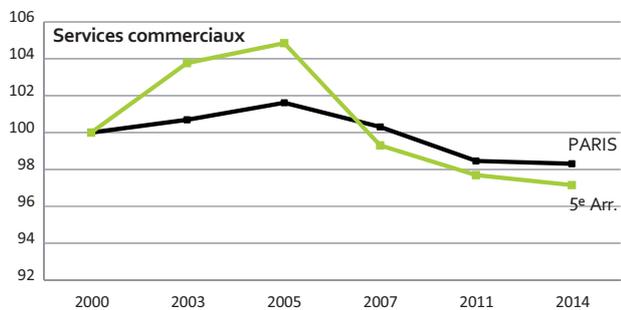
Année	5 ^e arrondissement	PARIS
2000	274	7 158
2003	263	7 023
2005	265	7 081
2007	268	6 961
2011	280	7 010
2014	288	7 214



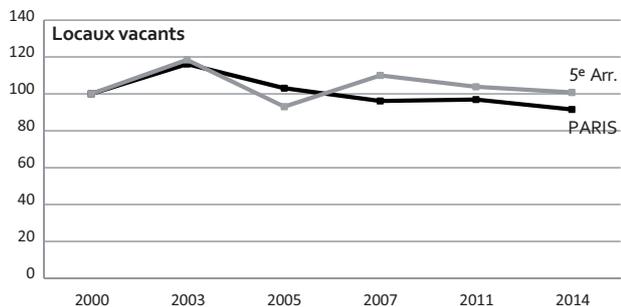
Année	5 ^e arrondissement	PARIS
2000	848	23 987
2003	853	23 719
2005	860	23 516
2007	849	23 262
2011	828	22 472
2014	795	22 312



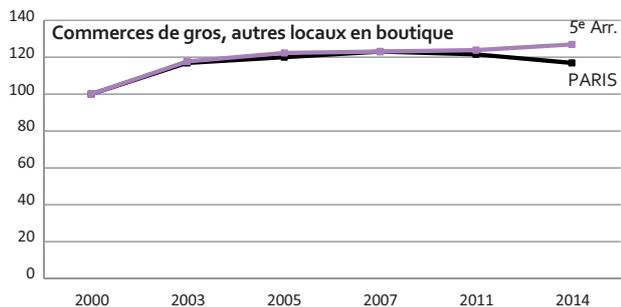
Année	5 ^e arrondissement	PARIS
2000	815	14 891
2003	810	14 679
2005	826	14 862
2007	827	15 026
2011	826	15 238
2014	843	15 692



Année	5 ^e arrondissement	PARIS
2000	556	17 189
2003	577	17 304
2005	583	17 471
2007	552	17 238
2011	543	16 924
2014	540	16 896



Année	5 ^e arrondissement	PARIS
2000	220	8 394
2003	261	9 713
2005	205	8 671
2007	242	8 036
2011	229	8 131
2014	221	7 659

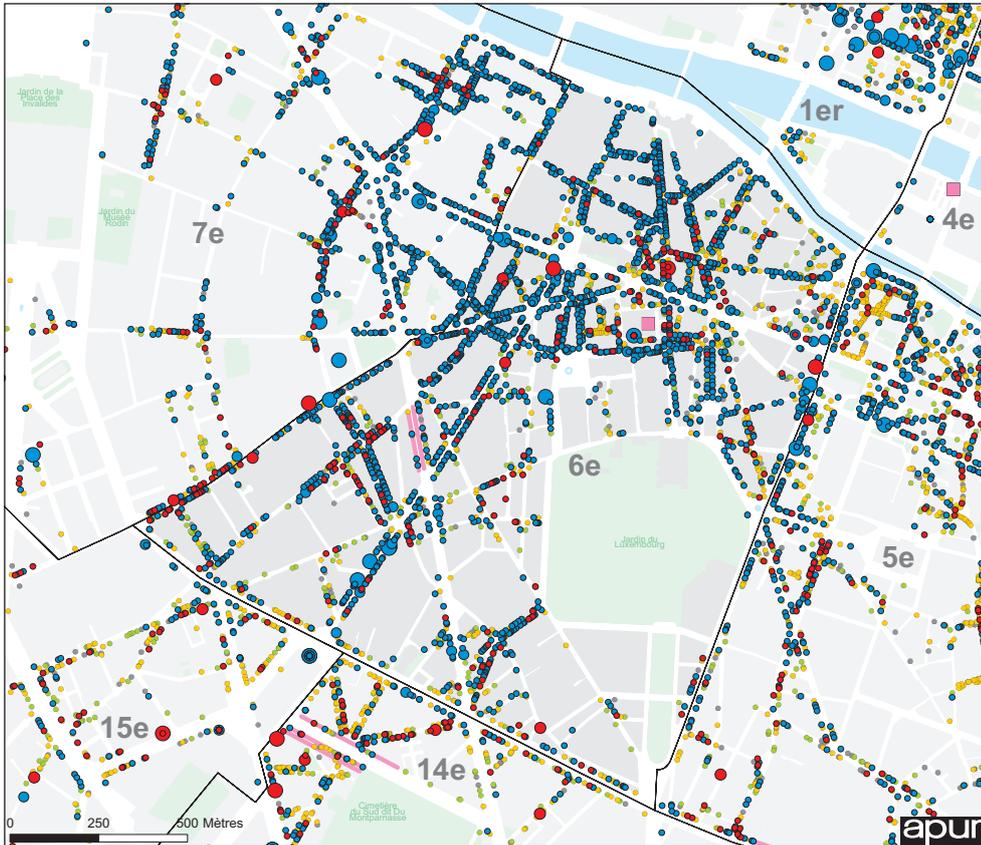


Année	5 ^e arrondissement	PARIS
2000	292	12 065
2003	343	14 099
2005	357	14 453
2007	360	14 884
2011	362	14 701
2014	370	14 069

6^e arrondissement

L'offre commerciale du 6^e arrondissement est exceptionnelle par le nombre, la qualité et la diversité des boutiques : luxueuses autour de l'église Saint Germain des Prés, plus populaires dans le haut de la rue de Rennes et rue Saint Placide, « tendance » rue des Canettes et rue Bonaparte. C'est aussi l'arrondissement « culturel » de Paris avec ses nombreuses librairies et boutiques d'antiquités, galeries d'art. De ce fait, le 6^e arrondissement est celui qui possède la structure commerciale la plus éloignée de la moyenne parisienne avec plus de la moitié de commerces non-alimentaires surtout d'équipement de la personne et liés à la culture et aux loisirs.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

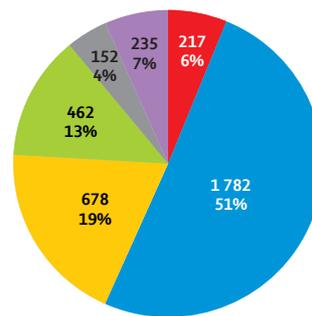
- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCom - 2014

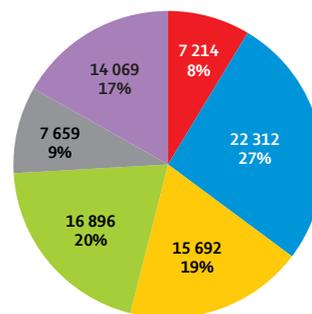
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 3 526
- Nombre de commerces et services commerciaux : 3 139
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 7,4 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 72 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 6^e arrondissement :
 - FNAC, 136 rue de Rennes, 6 930 m²
 - H&M, 81 boulevard Saint-Germain, 2 500 m²
 - Monoprix, 24 boulevard Saint-Michel, 2 220 m²
 - Monoprix, 50 rue de Rennes, 2 091 m²
 - Zara, 140 bis rue de Rennes, 2 067 m²
 - Joseph Gibert, 26 boulevard Saint-Michel, 2 000 m²
- Principal centre commercial :
 - Marché Saint-Germain, 14 rue Lobineau, 41 boutiques
- Marchés couverts et découverts :
 - Marché Saint-Germain, rue Lobineau
 - Marché biologique Raspail, boulevard Raspail

Structure commerciale



6^e arrondissement

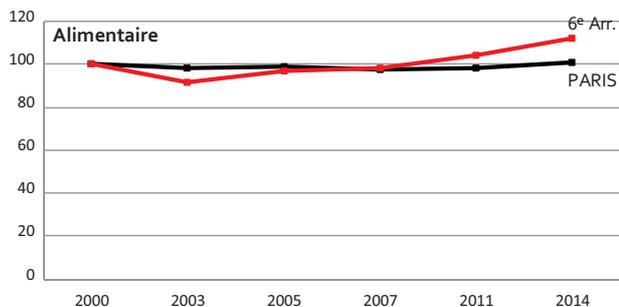


Paris

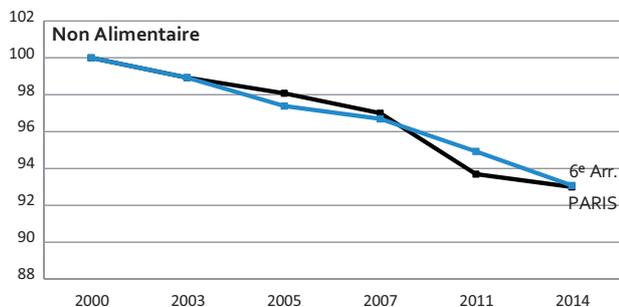
Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

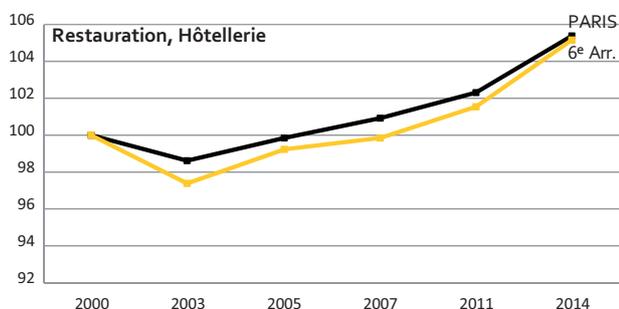
Évolutions 2000-2014



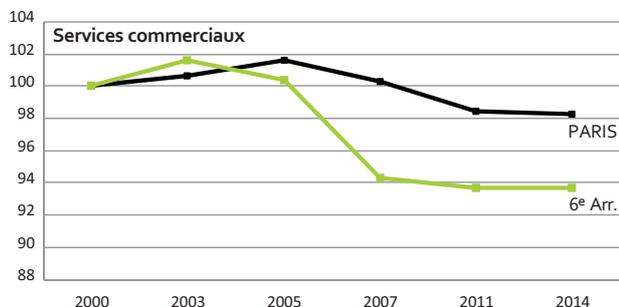
Année	6 ^e arrondissement	PARIS
2000	194	7 158
2003	178	7 023
2005	188	7 081
2007	191	6 961
2011	202	7 010
2014	217	7 214



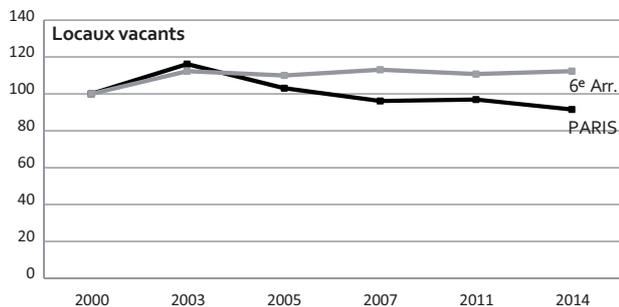
Année	6 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 915	23 987
2003	1 894	23 719
2005	1 864	23 516
2007	1 852	23 262
2011	1 818	22 472
2014	1 782	22 312



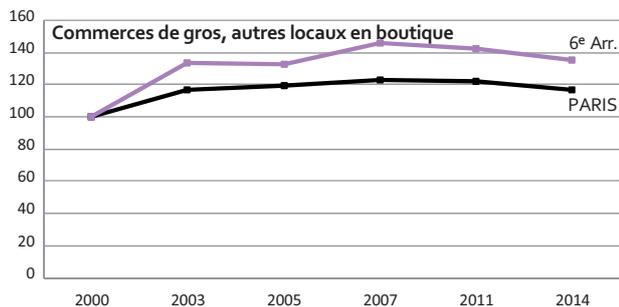
Année	6 ^e arrondissement	PARIS
2000	645	14 891
2003	628	14 679
2005	640	14 862
2007	644	15 026
2011	655	15 238
2014	678	15 692



Année	6 ^e arrondissement	PARIS
2000	493	17 189
2003	501	17 304
2005	495	17 471
2007	465	17 238
2011	462	16 924
2014	462	16 896



Année	6 ^e arrondissement	PARIS
2000	135	8 394
2003	151	9 713
2005	148	8 671
2007	153	8 036
2011	149	8 131
2014	152	7 659

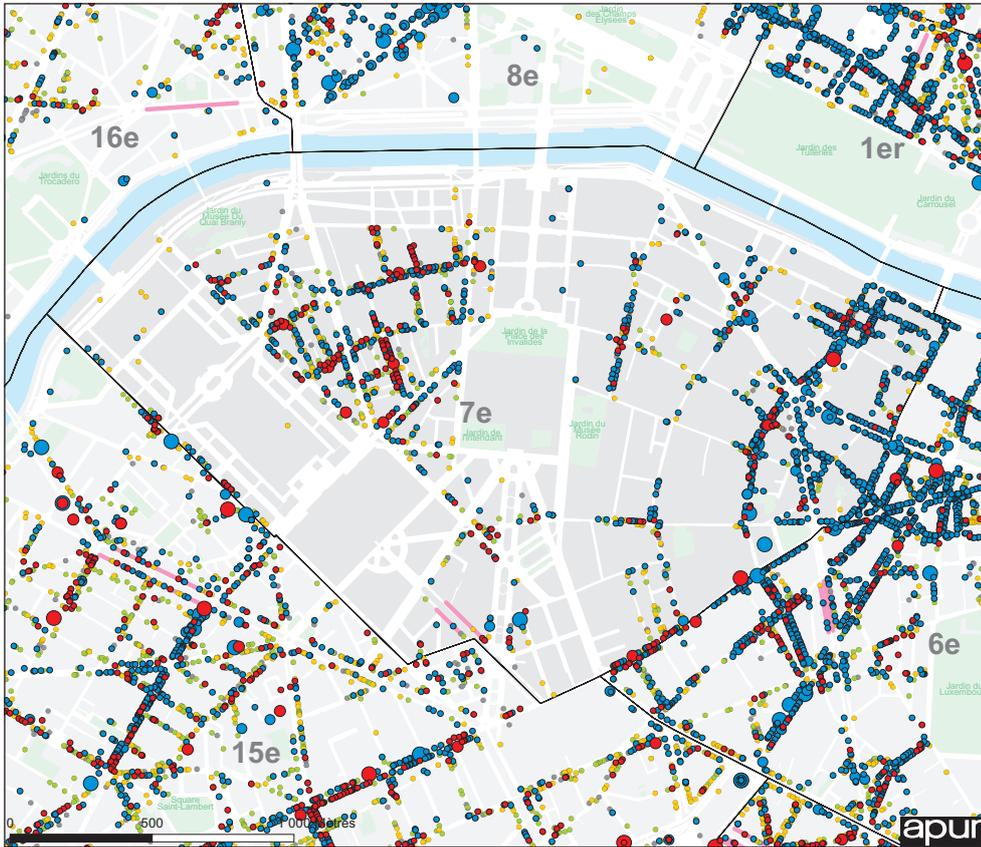


Année	6 ^e arrondissement	PARIS
2000	174	12 065
2003	232	14 099
2005	231	14 453
2007	254	14 884
2011	247	14 701
2014	235	14 069

7^e arrondissement

L'activité commerciale du 7^e arrondissement se regroupe essentiellement autour de 2 pôles : à l'ouest sur et aux alentours de la rue Cler (nombreux commerces alimentaires) et de la rue Saint-Dominique (commerce de toute nature et équipement de la personne) ; à l'est, dans la continuation du 6^e arrondissement, autour de la rue du Bac et du « Carré Rive Gauche » (très nombreux antiquaires et commerces d'équipement de la maison) et du grand magasin de la rive gauche : Le Bon Marché.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

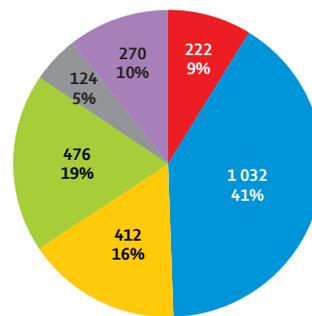
- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCom - 2014

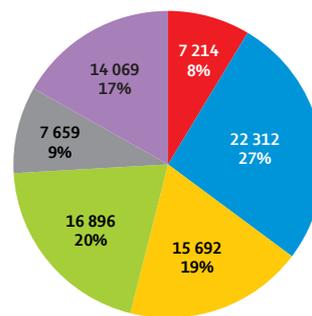
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 2 536
- Nombre de commerces et services commerciaux : 2 142
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 3,4 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 37 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 7^e arrondissement :
 - Le Bon Marché, 24 rue de Sèvres, 32 000 m²
 - La Grande Épicerie de Paris, 38 rue de Sèvres, 2 800 m²
 - The Conran Shop, 115 rue du Bac, 1 600 m²
- Marché découvert :
 - Saxe-Breteuil, avenue de Saxe

Structure commerciale



7^e arrondissement

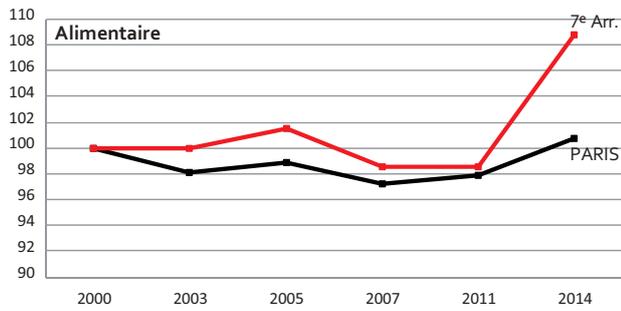


Paris

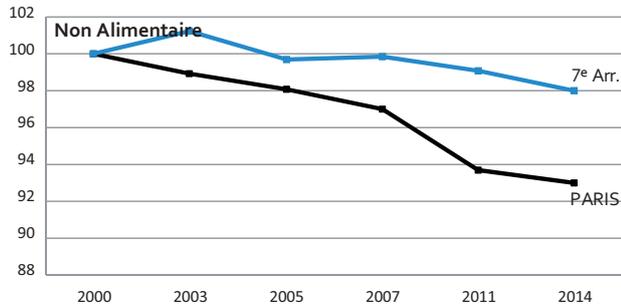
Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

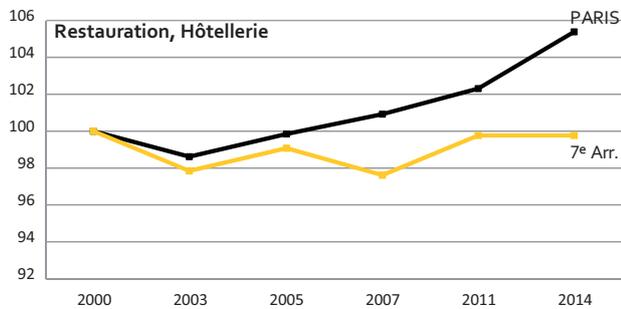
Évolutions 2000-2014



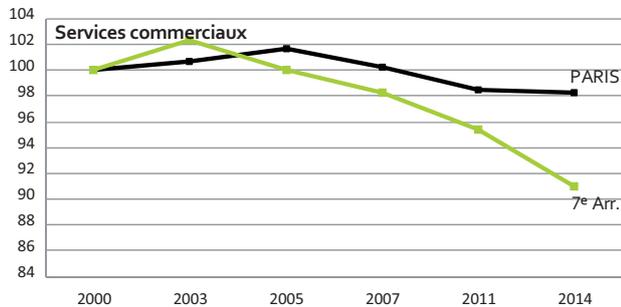
Année	7 ^e arrondissement	PARIS
2000	204	7 158
2003	204	7 023
2005	207	7 081
2007	201	6 961
2011	201	7 010
2014	222	7 214



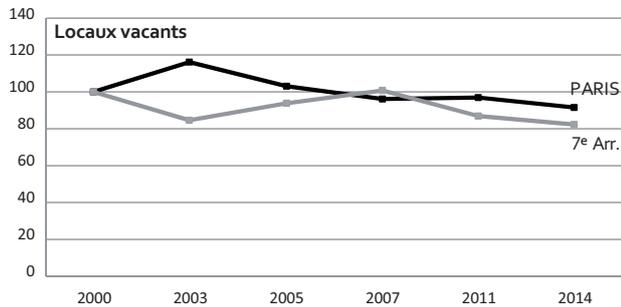
Année	7 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 053	23 987
2003	1 066	23 719
2005	1 050	23 516
2007	1 051	23 262
2011	1 043	22 472
2014	1 032	22 312



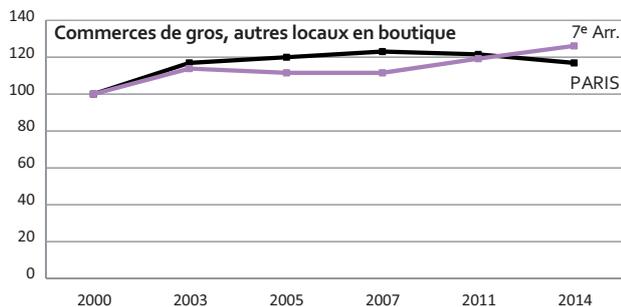
Année	7 ^e arrondissement	PARIS
2000	413	14 891
2003	404	14 679
2005	409	14 862
2007	403	15 026
2011	412	15 238
2014	412	15 692



Année	7 ^e arrondissement	PARIS
2000	523	17 189
2003	535	17 304
2005	523	17 471
2007	514	17 238
2011	499	16 924
2014	476	16 896



Année	7 ^e arrondissement	PARIS
2000	151	8 394
2003	127	9 713
2005	141	8 671
2007	152	8 036
2011	131	8 131
2014	124	7 659



Année	7 ^e arrondissement	PARIS
2000	214	12 065
2003	244	14 099
2005	238	14 453
2007	238	14 884
2011	255	14 701
2014	270	14 069

8^e arrondissement

Le tissu commercial du 8^e arrondissement s'est structuré autour de l'avenue des Champs-Élysées qui reste l'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 complètent cette offre commerciale exceptionnelle dans le domaine du luxe. En comparaison, l'offre commerciale est assez déficiente dans la partie nord-ouest de l'arrondissement, beaucoup plus résidentielle.

L'appareil commercial

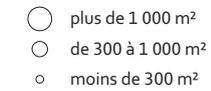


Équipement commercial 2014

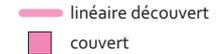
Type de commerce



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



Marché



Source : BDCom - 2014

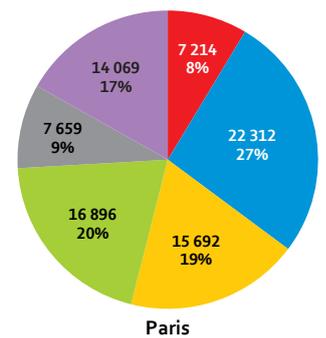
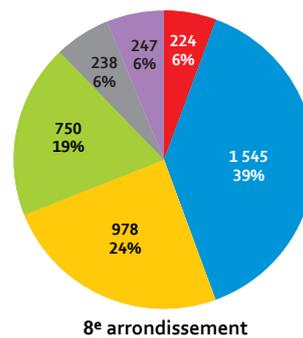
Type de commerce



Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 3 982
- Nombre de commerces et services commerciaux : 3 497
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 4,5 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 86 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 8^e arrondissement :
 - Décathlon, 26 avenue de Wagram, 3 300 m²
 - FNAC, 74 avenue des Champs-Élysées, 2 500 m²
 - Fauchon, 7 rue Vignon, 2 500 m²
 - Adidas, 22 avenue des Champs-Élysées, 2 385 m²
 - Hermès, 24 rue du Faubourg-Saint-Honoré, 2 196 m²
- Principales galeries et centres commerciaux :
 - Gare Saint-Lazare, 13 rue d'Amsterdam, 93 boutiques, 10 000 m²
 - Les Arcades du Lido, 76 avenue des Champs-Élysées, 40 boutiques
 - Le 66, 66 avenue des Champs-Élysées, 40 boutiques
 - Galerie Les Champs, 84 avenue des Champs-Élysées, 23 boutiques

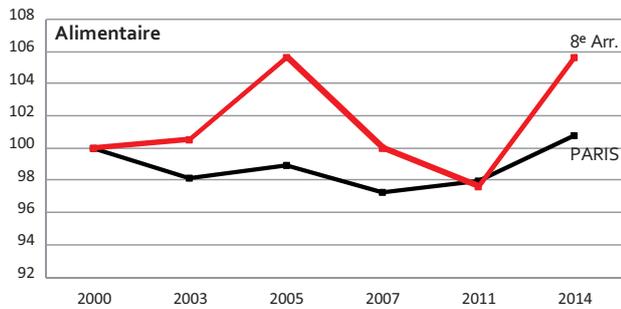
Structure commerciale



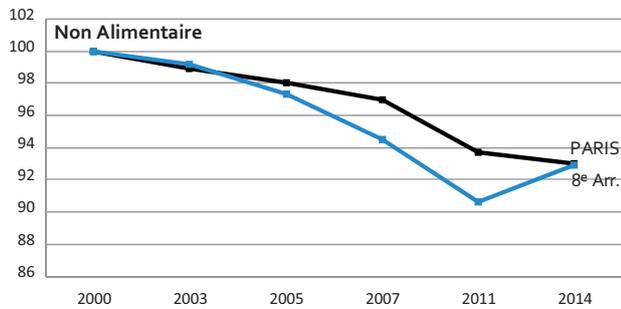
• Marchés couverts et découverts :

- Marché aux timbres, avenues de Marigny et Gabriel
- Marché aux fleurs, place de la Madeleine
- Europe, 1 rue Corvetto
- Aguesseau, place de la Madeleine

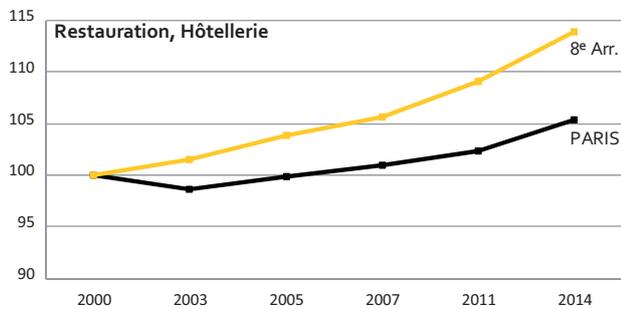
Évolutions 2000-2014



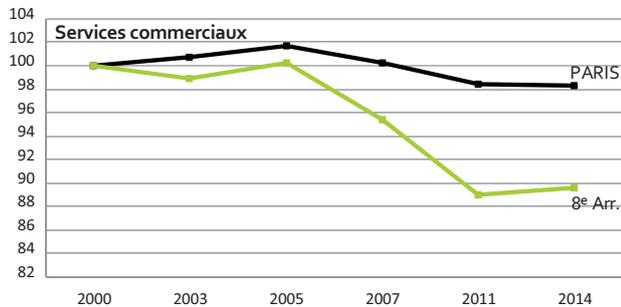
Année	8 ^e arrondissement	PARIS
2000	212	7 158
2003	213	7 023
2005	224	7 081
2007	212	6 961
2011	207	7 010
2014	224	7 214



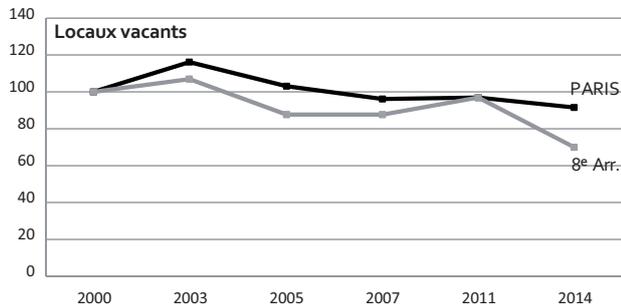
Année	8 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 662	23 987
2003	1 649	23 719
2005	1 617	23 516
2007	1 571	23 262
2011	1 507	22 472
2014	1 545	22 312



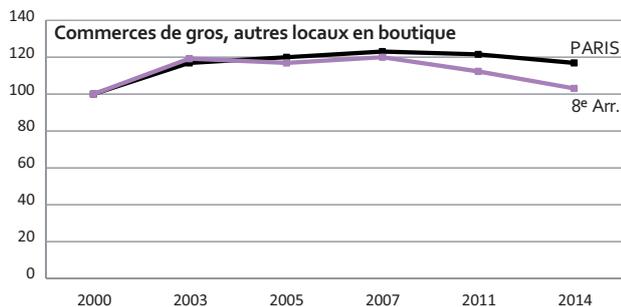
Année	8 ^e arrondissement	PARIS
2000	859	14 891
2003	872	14 679
2005	892	14 862
2007	908	15 026
2011	937	15 238
2014	978	15 692



Année	8 ^e arrondissement	PARIS
2000	837	17 189
2003	828	17 304
2005	839	17 471
2007	798	17 238
2011	745	16 924
2014	750	16 896



Année	8 ^e arrondissement	PARIS
2000	342	8 394
2003	366	9 713
2005	299	8 671
2007	299	8 036
2011	332	8 131
2014	238	7 659



Année	8 ^e arrondissement	PARIS
2000	239	12 065
2003	285	14 099
2005	280	14 453
2007	287	14 884
2011	269	14 701
2014	247	14 069

9^e arrondissement

Le 9^e arrondissement est très bien desservi en commerces de toute nature. Au sud, il est traversé par le boulevard Haussmann, axe commercial majeur de la capitale, avec les deux très grands magasins 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 rues ou 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...

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

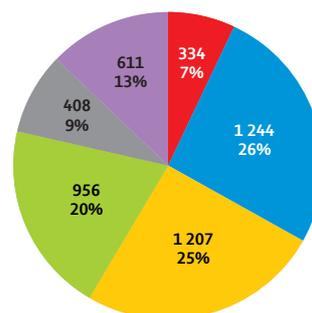
- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCom - 2014

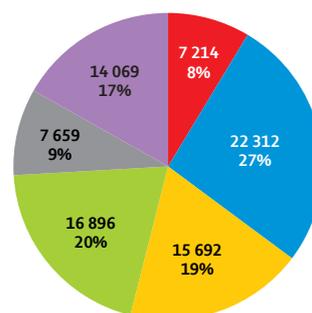
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 4 760
- Nombre de commerces et services commerciaux : 3 741
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 7,7 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 62 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 9^e arrondissement :
 - Galeries Lafayette, 40 boulevard Haussmann, 66 900 m²
 - Printemps, 64 boulevard Haussmann, 47 500 m²
 - Galeries Lafayette Maison, 33 boulevard Haussmann, 10 400 m²
 - Printemps de l'Homme, 62 boulevard Haussmann, 7 600 m²
 - Citadium, 108 rue de Provence, 7 477 m²
 - C&A, 45 boulevard Haussmann, 5 885 m²
 - FNAC, 109 rue Saint-Lazare, 4 980 m²
- Principales galeries et centres commerciaux :
 - Passage du Havre, 109 rue Saint-Lazare, 40 boutiques, 13 800 m²
 - Passage Jouffroy-Verdeau, 10 boulevard Montmartre, 52 boutiques
- Marchés couverts et découverts :
 - Anvers, place d'Anvers

Structure commerciale



9^e arrondissement

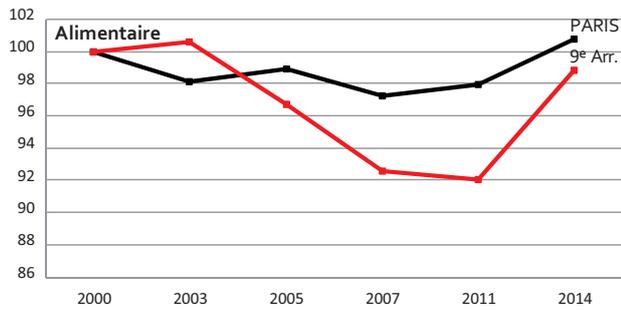


Paris

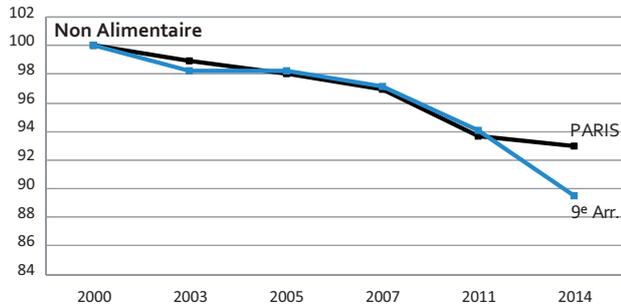
Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

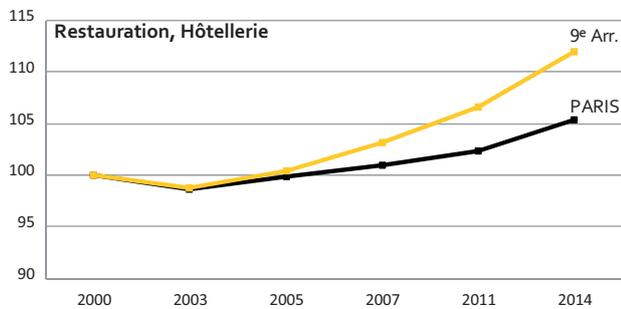
Évolutions 2000-2014



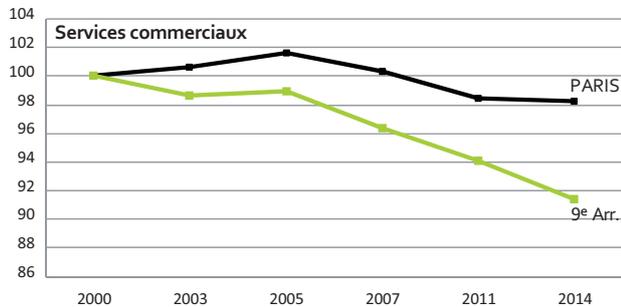
Année	9 ^e arrondissement	PARIS
2000	338	7 158
2003	340	7 023
2005	327	7 081
2007	313	6 961
2011	311	7 010
2014	334	7 214



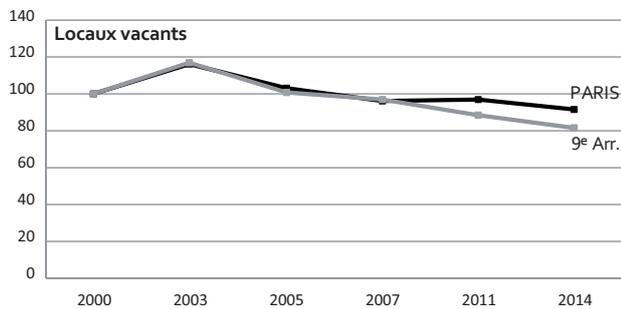
Année	9 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 390	23 987
2003	1 365	23 719
2005	1 365	23 516
2007	1 350	23 262
2011	1 307	22 472
2014	1 244	22 312



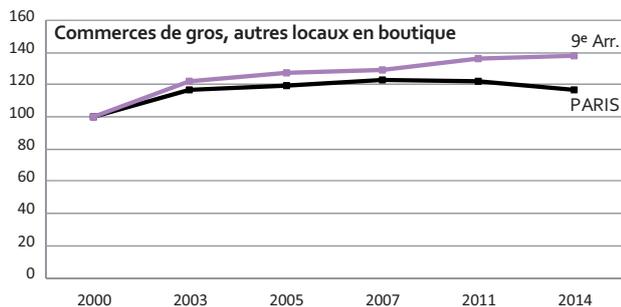
Année	9 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 078	14 891
2003	1 064	14 679
2005	1 083	14 862
2007	1 112	15 026
2011	1 149	15 238
2014	1 207	15 692



Année	9 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 046	17 189
2003	1 032	17 304
2005	1 035	17 471
2007	1 008	17 238
2011	984	16 924
2014	956	16 896



Année	9 ^e arrondissement	PARIS
2000	502	8 394
2003	588	9 713
2005	504	8 671
2007	487	8 036
2011	444	8 131
2014	408	7 659



Année	9 ^e arrondissement	PARIS
2000	443	12 065
2003	540	14 099
2005	564	14 453
2007	571	14 884
2011	605	14 701
2014	611	14 069

10^e arrondissement

Bien que l'offre commerciale du 10^e arrondissement soit conséquente, notamment pour le commerce alimentaire, elle est aussi marquée par des spécialisations locales souvent exclusives d'autres activités. Au sud, le commerce de gros d'habillement et de textile régresse progressivement ; plus au centre de l'arrondissement, les coiffeurs et soins du corps se sont regroupés autour du boulevard de Strasbourg ; les services commerciaux s'égrènent le long du boulevard Magenta tandis que le nord de l'arrondissement s'est spécialisé dans la vente de produits en provenance du sous-continent indien.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

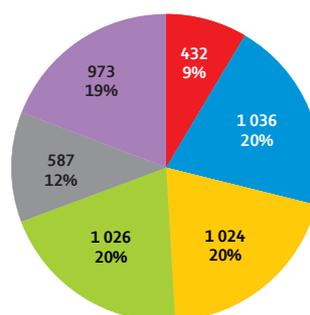
- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCom - 2014

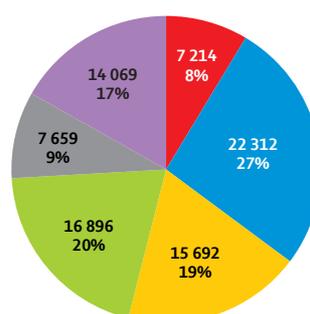
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 5 078
- Nombre de commerces et services commerciaux : 3 518
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 6,3 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 37 (moyenne Paris : 28)
- Principales galeries et centres commerciaux :
 - Gare du Nord, 10 rue de Dunkerque, 110 boutiques, 5 000 m²
 - Gare de l'Est, 4 rue du 8 mai 1945, 47 boutiques, 5 400 m²
- Marchés couverts et découverts :
 - Saint-Martin, 31 rue du Château d'Eau
 - Saint-Quentin, 85 bis boulevard de Magenta
 - Alibert, rue Alibert

Structure commerciale



10^e arrondissement

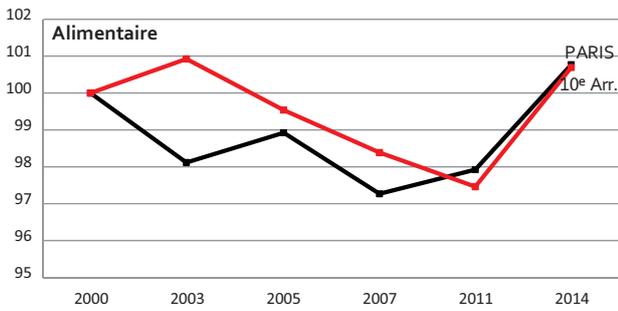


Paris

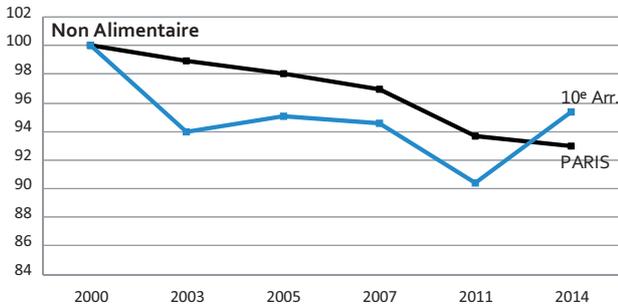
Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

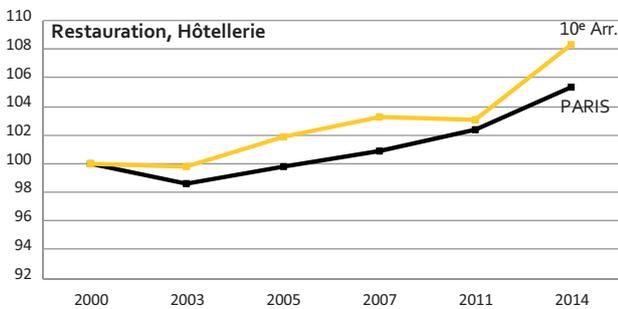
Évolutions 2000-2014



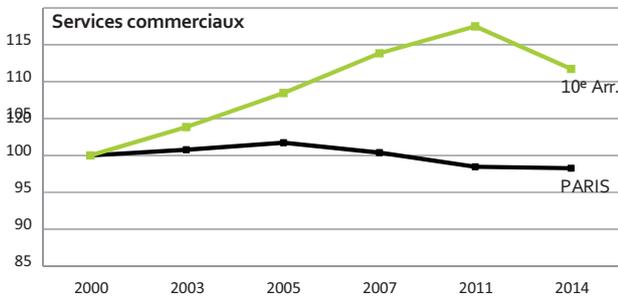
Année	10 ^e arrondissement	PARIS
2000	429	7 158
2003	433	7 023
2005	427	7 081
2007	422	6 961
2011	418	7 010
2014	432	7 214



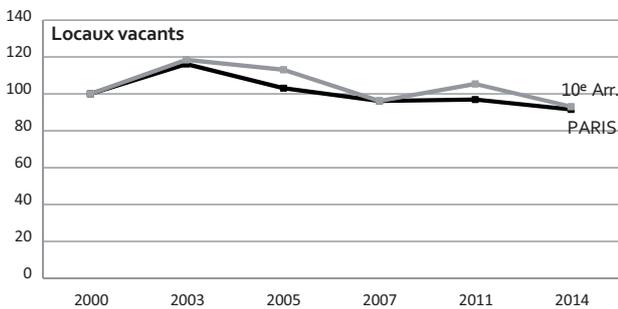
Année	10 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 087	23 987
2003	1 021	23 719
2005	1 033	23 516
2007	1 028	23 262
2011	983	22 472
2014	1 036	22 312



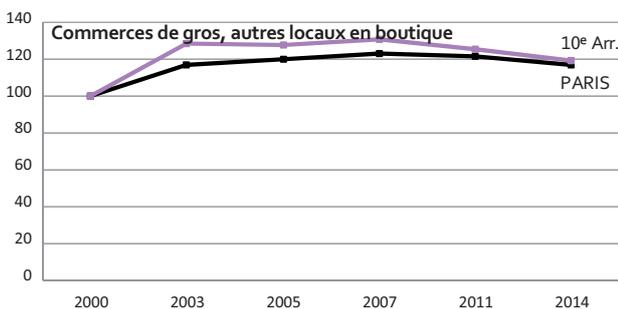
Année	10 ^e arrondissement	PARIS
2000	945	14 891
2003	943	14 679
2005	963	14 862
2007	976	15 026
2011	974	15 238
2014	1 024	15 692



Année	10 ^e arrondissement	PARIS
2000	919	17 189
2003	954	17 304
2005	997	17 471
2007	1 046	17 238
2011	1 080	16 924
2014	1 026	16 896



Année	10 ^e arrondissement	PARIS
2000	629	8 394
2003	744	9 713
2005	709	8 671
2007	604	8 036
2011	663	8 131
2014	587	7 659



Année	10 ^e arrondissement	PARIS
2000	814	12 065
2003	1 047	14 099
2005	1 039	14 453
2007	1 063	14 884
2011	1 023	14 701
2014	973	14 069

11^e arrondissement

Le 11^e arrondissement connaît une très forte animation commerciale, surtout aux abords des grandes places et le long des principales artères: boulevard Voltaire, rues de la Roquette et de Charronne... le pôle principal, de taille métropolitaine se situe place de la Bastille et le long du Faubourg Saint-Antoine, autrefois quartier du meuble, devenu très « tendance » avec de nombreux cafés et restaurants (rue de Lappe, début de la rue de la Roquette) et de grandes enseignes de prêt-à-porter. Apparu dans les années 1990, le commerce de gros de textile a investi le centre de l'arrondissement, ce qui a motivé une forte action de la Ville, via la SEMAEST afin de réduire cette activité. À présent, bien que restants bien implantés, le nombre de commerces de gros régresse.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

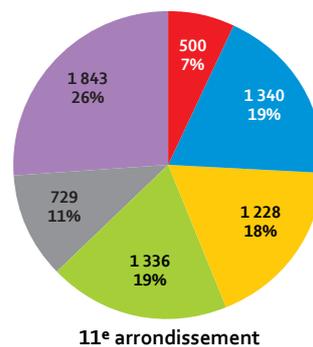
- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCCom - 2014

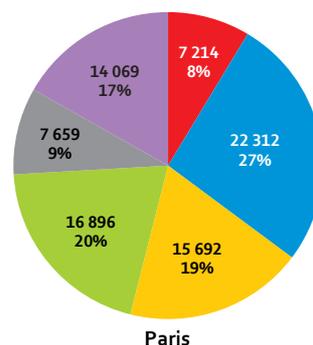
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 6 976
- Nombre de commerces et services commerciaux : 4 404
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 5,5 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 28 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 11^e arrondissement :
 - Monoprix, 99 rue du Faubourg-Saint-Antoine, 2 434 m²
 - Go Sport, 2 rue du Faubourg du Temple, 2 400 m²
 - Saint-Maclou, 48 rue de Malte, 2 300 m²
- Marchés couverts et découverts :
 - Marché de la Création, boulevard Richard Lenoir
 - Bastille, boulevard Richard Lenoir,
 - Belleville, boulevard de Belleville,
 - Charronne, boulevard de Charronne,
 - Père Lachaise, boulevard de Ménilmontant,
 - Popincourt, boulevard Richard Lenoir

Structure commerciale



11^e arrondissement

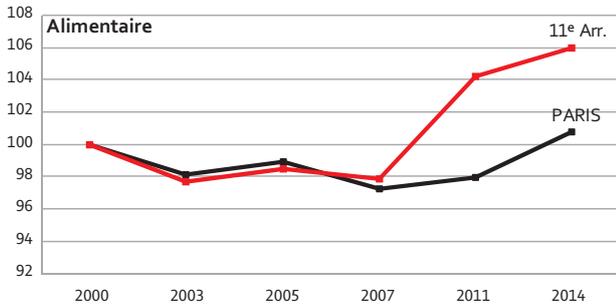


Paris

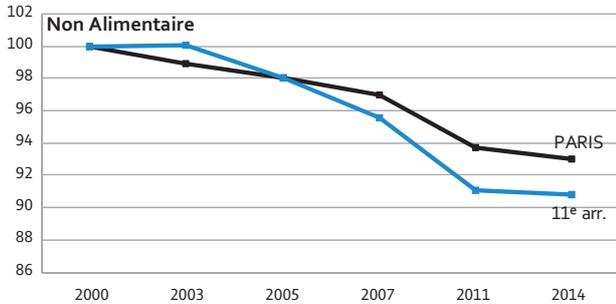
Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

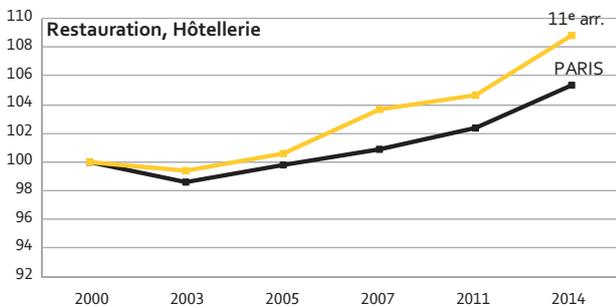
Évolutions 2000-2014



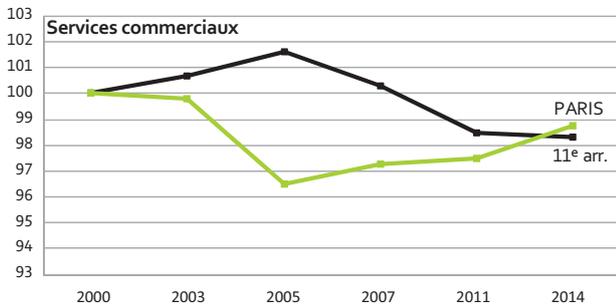
Année	11 ^e arrondissement	PARIS
2000	472	7 158
2003	461	7 023
2005	465	7 081
2007	462	6 961
2011	492	7 010
2014	500	7 214



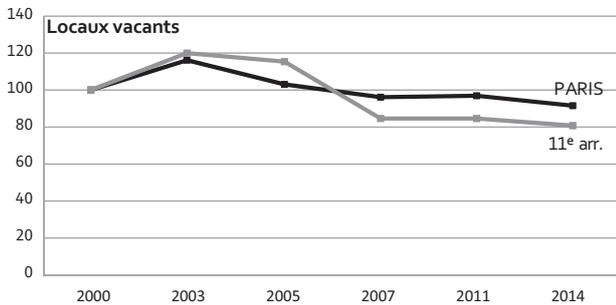
Année	11 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 475	23 987
2003	1 476	23 719
2005	1 446	23 516
2007	1 410	23 262
2011	1 343	22 472
2014	1 340	22 312



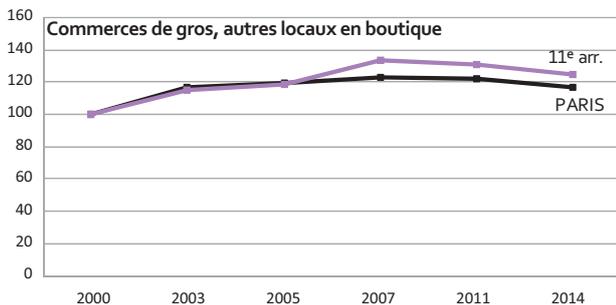
Année	11 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 129	14 891
2003	1 122	14 679
2005	1 136	14 862
2007	1 170	15 026
2011	1 182	15 238
2014	1 228	15 692



Année	11 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 353	17 189
2003	1 350	17 304
2005	1 306	17 471
2007	1 316	17 238
2011	1 319	16 924
2014	1 336	16 896



Année	11 ^e arrondissement	PARIS
2000	906	8 394
2003	1 085	9 713
2005	1 048	8 671
2007	765	8 036
2011	767	8 131
2014	729	7 659

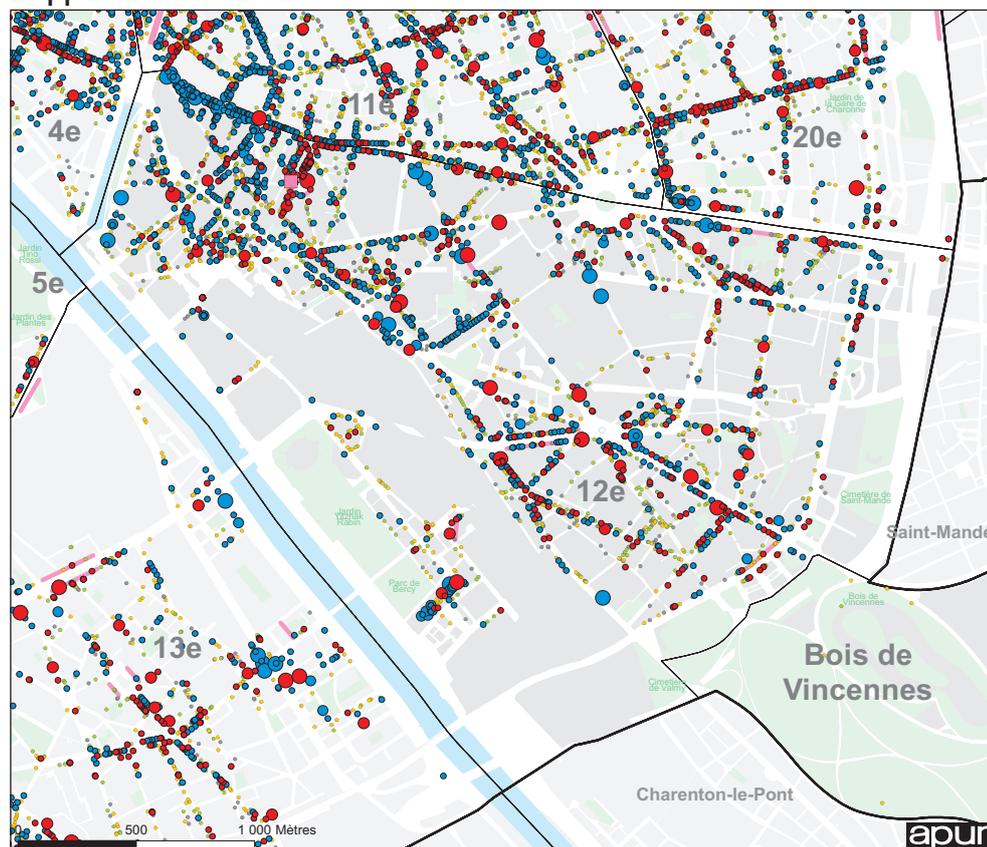


Année	11 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 482	12 065
2003	1 707	14 099
2005	1 758	14 453
2007	1 978	14 884
2011	1 942	14 701
2014	1 843	14 069

12^e arrondissement

Le 12^e arrondissement, malgré une faible densité de commerces par rapport à la moyenne parisienne, présente une activité commerciale dynamique : le faubourg-Saint-Antoine, spécialisé de longue date dans la fabrication et le commerce du meuble a perdu sa spécificité au profit des restaurants « tendance » et des grandes enseignes de l'habillement, tandis que l'artisanat d'art de développait sous les voûtes de la promenade plantée du boulevard Daumesnil et que le commerce de matériel informatique investissait la rue Montgallet. Enfin, une nouvelle polarité tournée vers les loisirs s'est organisée dans le nouveau quartier de Bercy, autour du centre commercial à ciel ouvert que constitue « Bercy-Village ». Outre ces zones très actives, le 12^e arrondissement dispose d'un réseau commercial relativement dense, par comparaison avec les arrondissements limitrophes.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCOM - 2014

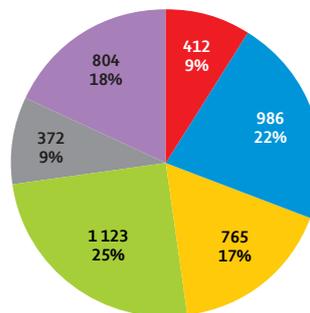
Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

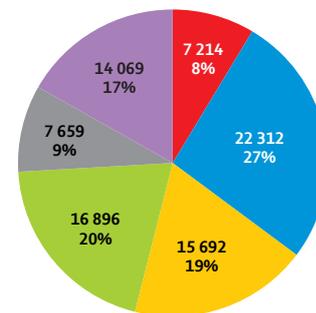
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 4 462
- Nombre de commerces et services commerciaux : 3 286
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 2,6 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 13 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 12^e arrondissement :
 - Soubrier, 14 rue de Reuilly, 3 000 m²
 - FNAC, 53 cour Saint-Émilien, 2 800 m²
 - Mr Bricolage, 34 rue de Reuilly, 2 517 m²
 - Go Sport, 135 avenue Daumesnil, 2 500 m
- Principales galeries et centres commerciaux :
 - Bercy Village, cour Saint-Émilien, 36 boutiques, 26 500 m²
 - Gare de Lyon, 2 place Louis Armand, 60 boutiques
 - Galerie Gamma, 193 rue de Bercy, 26 boutiques
- Marchés couverts et découverts :
 - Beauvau-Saint-Antoine, place d'Aligre
 - Aligre, rue d'Aligre

Structure commerciale



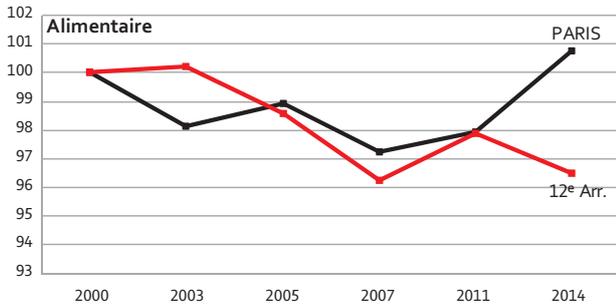
12^e arrondissement



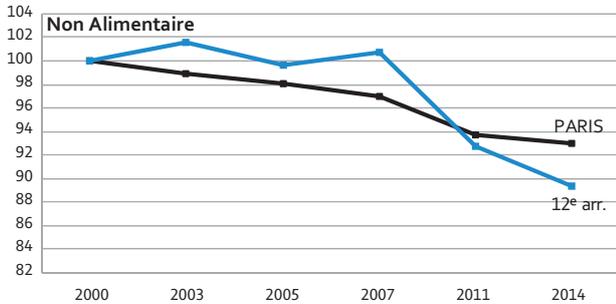
Paris

- Saint Éloi, rue de Reuilly
- Bercy, place Lachambaudie,
- Vincennes, cours de Vincennes
- Daumesnil, rue de Reuilly
- Ledru-Rollin, avenue Ledru Rollin
- Porte Dorée, avenue Daumesnil

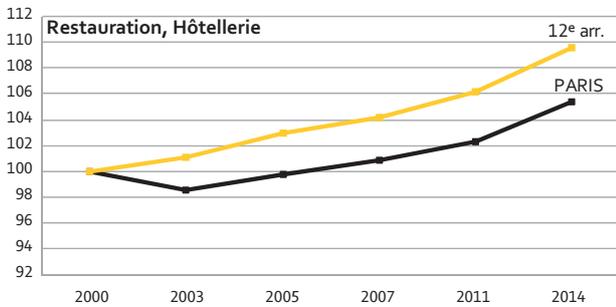
Évolutions 2000-2014



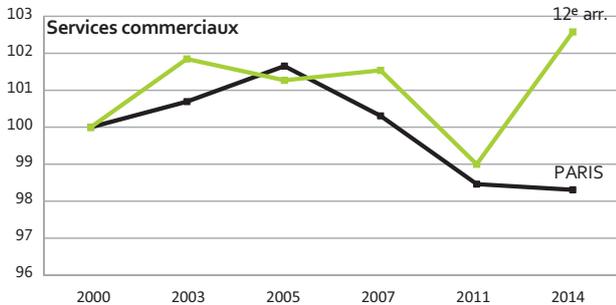
Année	12 ^e arrondissement	PARIS
2000	427	7 158
2003	428	7 023
2005	421	7 081
2007	411	6 961
2011	418	7 010
2014	412	7 214



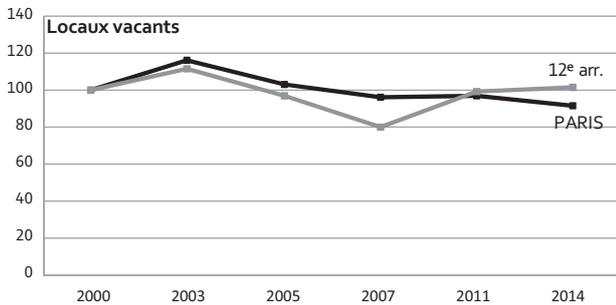
Année	12 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 103	23 987
2003	1 121	23 719
2005	1 099	23 516
2007	1 111	23 262
2011	1 023	22 472
2014	986	22 312



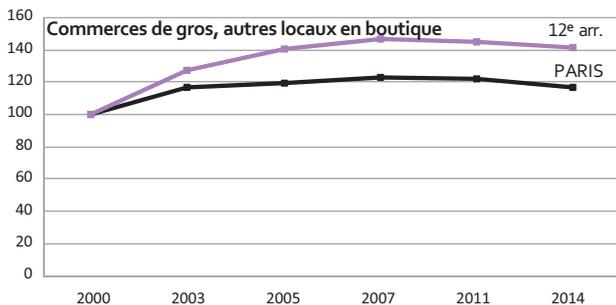
Année	12 ^e arrondissement	PARIS
2000	698	14 891
2003	706	14 679
2005	719	14 862
2007	727	15 026
2011	741	15 238
2014	765	15 692



Année	12 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 095	17 189
2003	1 115	17 304
2005	1 109	17 471
2007	1 112	17 238
2011	1 084	16 924
2014	1 123	16 896



Année	12 ^e arrondissement	PARIS
2000	366	8 394
2003	407	9 713
2005	355	8 671
2007	293	8 036
2011	364	8 131
2014	372	7 659

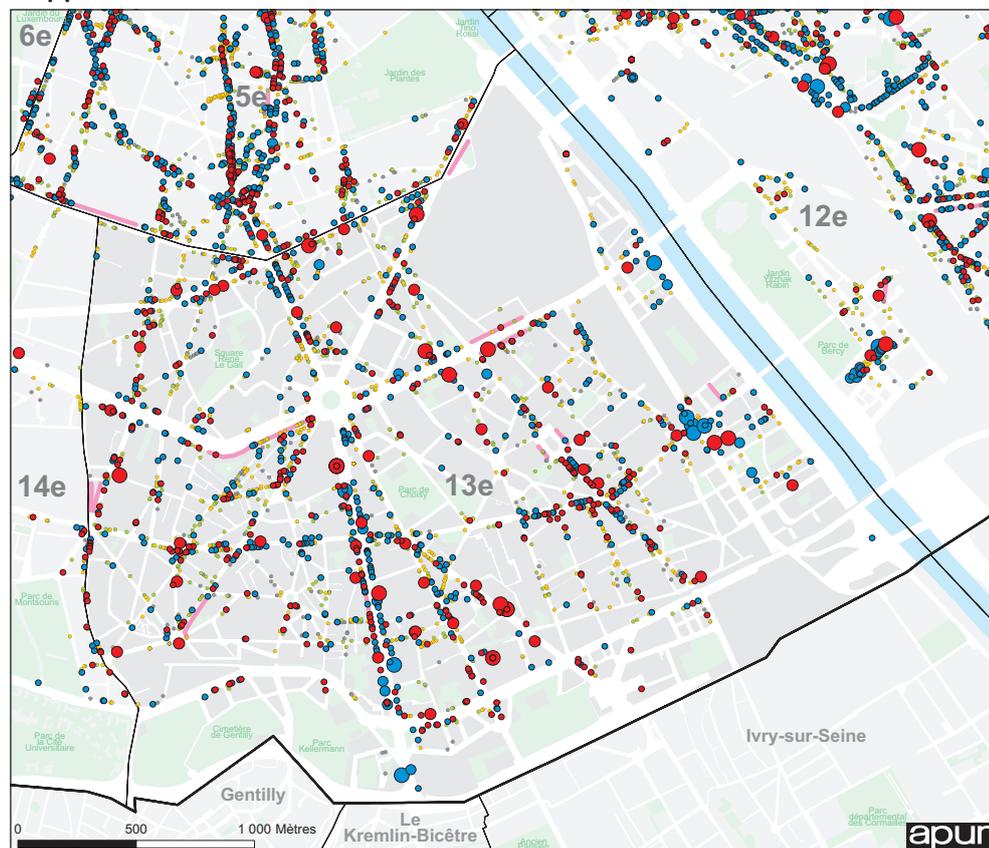


Année	12 ^e arrondissement	PARIS
2000	568	12 065
2003	724	14 099
2005	799	14 453
2007	833	14 884
2011	825	14 701
2014	804	14 069

13^e arrondissement

La faiblesse de la densité commerciale du 13^e arrondissement par rapport au reste de Paris s'explique par le fait que l'appareil commercial est constitué par de grands établissements qui se sont implantés au moment des grandes opérations d'aménagement. C'est le cas place d'Italie, avec le centre commercial « Italie 2 », dans le quartier des portes d'Ivry et de Choisy avec le centre « Masséna 13 » et beaucoup plus récemment 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.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCom - 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 3 563
- Nombre de commerces et services commerciaux : 2 613
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 1,9 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 14 (moyenne Paris : 28)

Plus grands commerces du 13^e arrondissement :

- Géant Casino, 13 place de Vénétie, 7 179 m²
- Printemps Italie, 30 avenue d'Italie, 6 000 m²
- Carrefour Market, 30 avenue d'Italie, 3 500 m²
- Décathlon, 1 rue de Tolbiac, 3 459 m²
- Monoprix, 87 avenue d'Italie, 2 991 m²
- Casino, 123 boulevard Vincent Auriol, 2 962 m²
- FNAC Italie, 30 avenue d'Italie, 2 918 m²

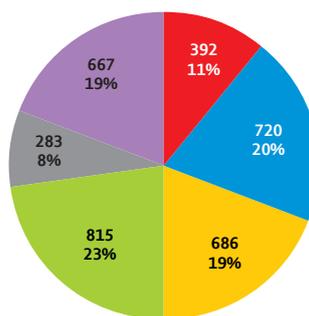
Principales galeries et centres commerciaux :

- Italie 2, 30 avenue d'Italie, 129 boutiques, 56 000 m²
- Masséna 13, 98 boulevard Masséna, 44 boutiques, 26 000 m²

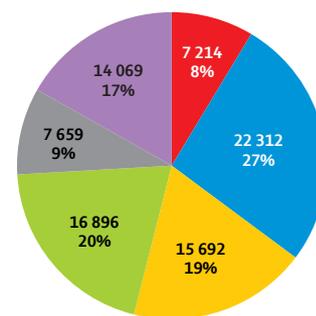
Marchés découverts :

- Alésia, rue de la Glacière,

Structure commerciale



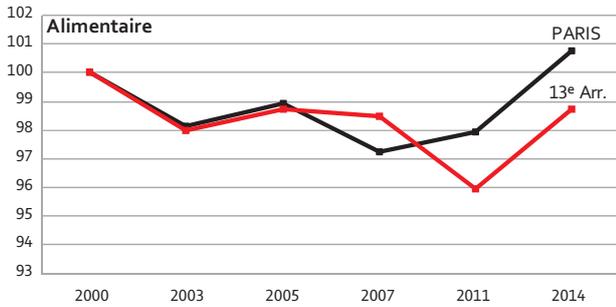
13^e arrondissement



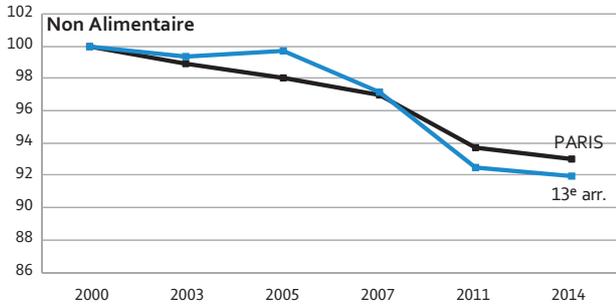
Paris

- Auguste Blanqui, boulevard Auguste Blanqui
- Bobillot, rue Bobillot
- Jeanne d'Arc, place Jeanne d'Arc
- Maison Blanche, avenue d'Italie
- Paris-Rive-Gauche, rue Jean Anouilh
- Salpêtrière, boulevard de l'Hôpital,
- Vincent Auriol, boulevard Vincent Auriol
- Saint-Honoré, place du Marché Saint-Honoré

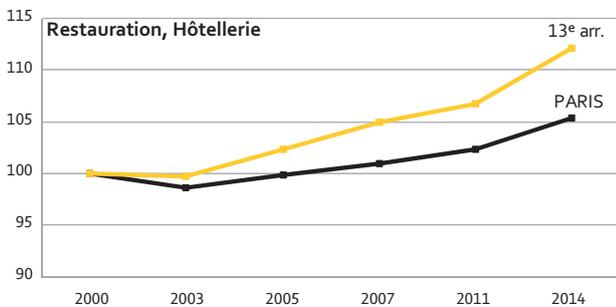
Évolutions 2000-2014



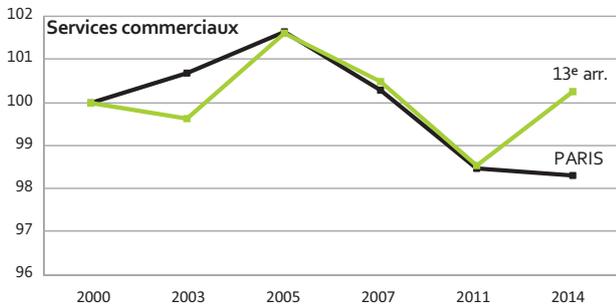
Année	13 ^e arrondissement	PARIS
2000	397	7 158
2003	389	7 023
2005	392	7 081
2007	391	6 961
2011	381	7 010
2014	392	7 214



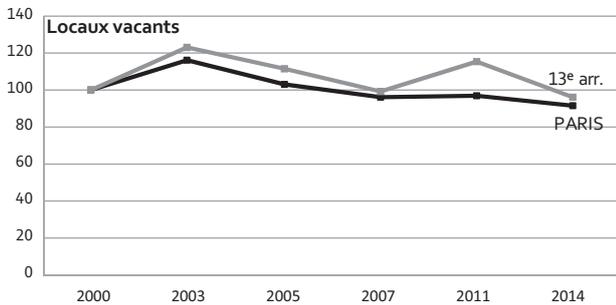
Année	13 ^e arrondissement	PARIS
2000	783	23 987
2003	778	23 719
2005	781	23 516
2007	761	23 262
2011	724	22 472
2014	720	22 312



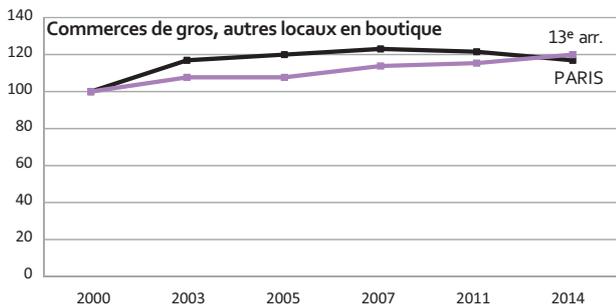
Année	13 ^e arrondissement	PARIS
2000	612	14 891
2003	610	14 679
2005	626	14 862
2007	642	15 026
2011	653	15 238
2014	686	15 692



Année	13 ^e arrondissement	PARIS
2000	813	17 189
2003	810	17 304
2005	826	17 471
2007	817	17 238
2011	801	16 924
2014	815	16 896



Année	13 ^e arrondissement	PARIS
2000	295	8 394
2003	364	9 713
2005	328	8 671
2007	293	8 036
2011	341	8 131
2014	283	7 659

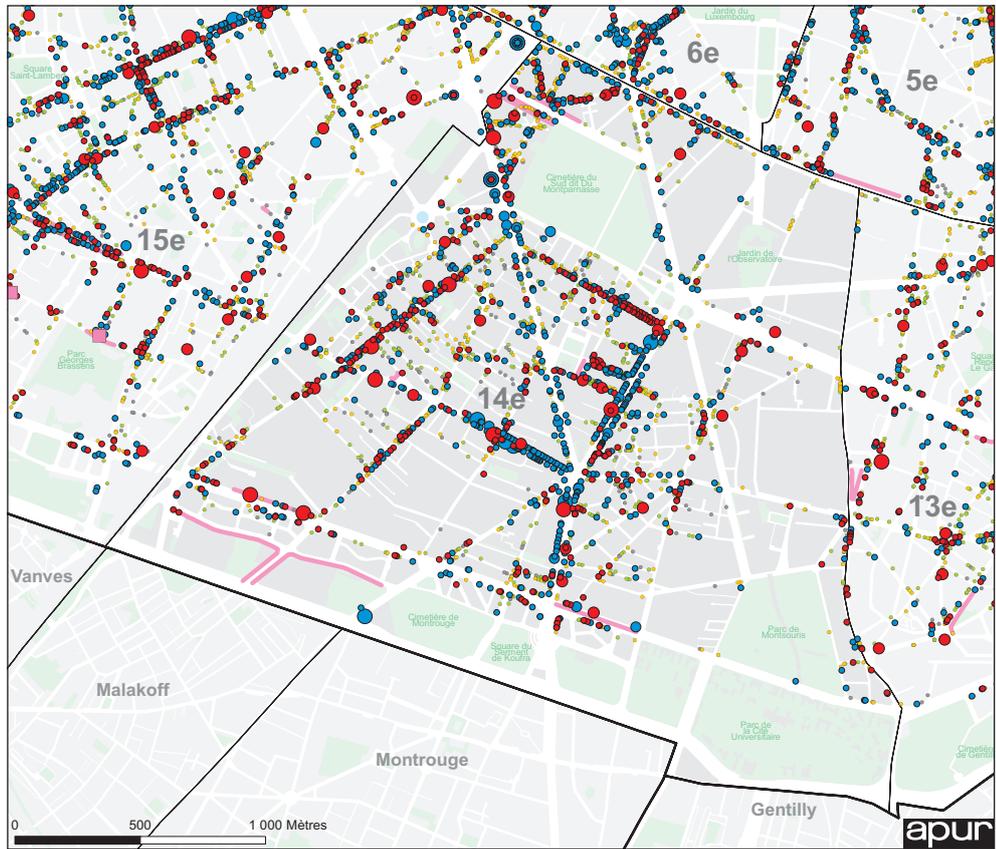


Année	13 ^e arrondissement	PARIS
2000	556	12 065
2003	599	14 099
2005	598	14 453
2007	634	14 884
2011	643	14 701
2014	667	14 069

14^e arrondissement

On recense dans le 14^e arrondissement un certain nombre d'artères et de pôles très commerçants : Montparnasse, tourné vers les loisirs et la restauration ; les abords du carrefour Alésia et l'avenue du Général Leclerc où se regroupent les grandes enseignes ou petits indépendants d'équipement de la personne ; le nord de la rue Raymond-Losserand avec des commerces assez diversifiés ; enfin, la rue Daguerre et son célèbre marché, très animé. Certaines zones à l'est de l'arrondissement, aux abords du Parc Montsouris où autour du boulevard Arago sont, cependant, assez mal desservies et entrecoupées, de surcroît, par de grandes emprises hospitalières.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

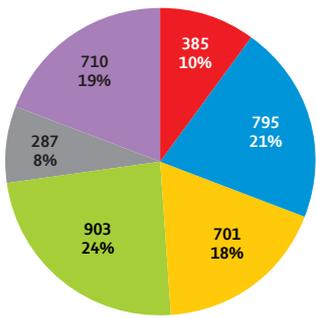
- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCom - 2014

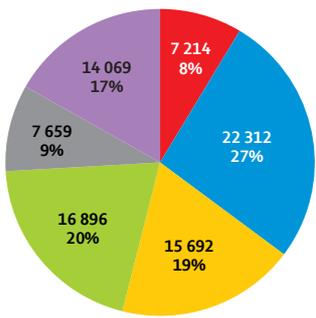
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 3 781
- Nombre de commerces et services commerciaux : 2 784
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 2,5 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 20 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 14^e arrondissement :
 - Monoprix, 31 rue du Départ, 4 995 m²
 - Go Sport, 33 avenue de la Porte de Châtillon, 3 000 m²
 - Simply Market, 73 boulevard Brune, 2 195 m²
- Principales galeries et centres commerciaux :
 - Gaité-Montparnasse, 80 avenue du Maine, 24 boutiques, 14 000 m²
- Marchés couverts et découverts :
 - Marché de la Création, boulevard Edgar Quinet
 - Biologique Brancusi, place Brancusi
 - Brune, boulevard Brune
 - Edgar Quinet, boulevard Edgar Quinet
 - Jourdan, Boulevard Jourdan
 - Mouton Duvernet, place Jacques Demy
 - Villemain, rue d'Alésia
 - Puces de Vanves, avenue Georges Lafenestre

Structure commerciale

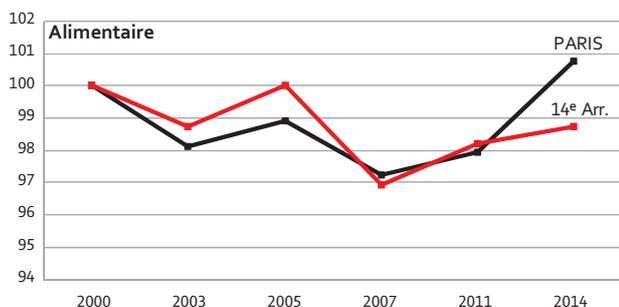


14^e arrondissement

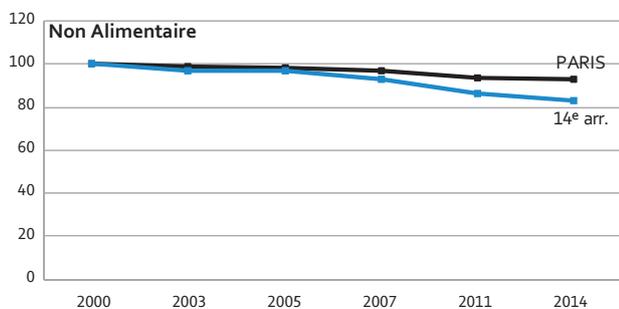


Paris

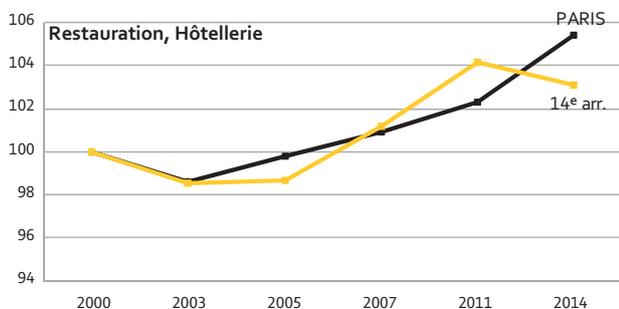
Évolutions 2000-2014



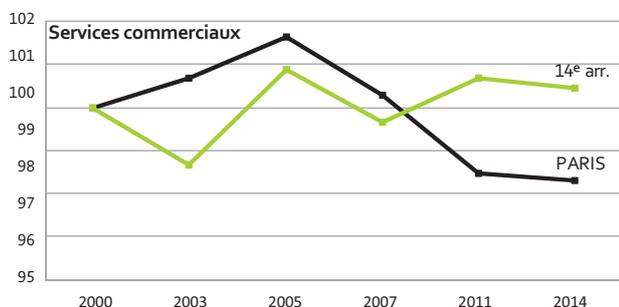
Année	14 ^e arrondissement	PARIS
2000	390	7 158
2003	385	7 023
2005	390	7 081
2007	378	6 961
2011	383	7 010
2014	385	7 214



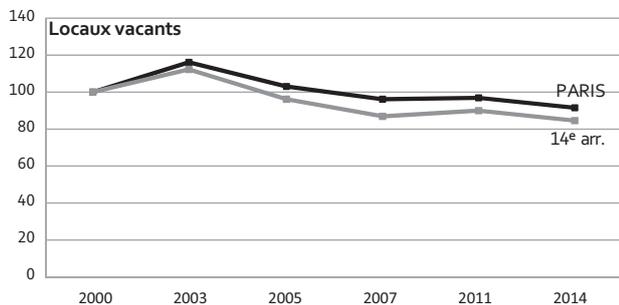
Année	14 ^e arrondissement	PARIS
2000	959	23 987
2003	932	23 719
2005	929	23 516
2007	888	23 262
2011	825	22 472
2014	795	22 312



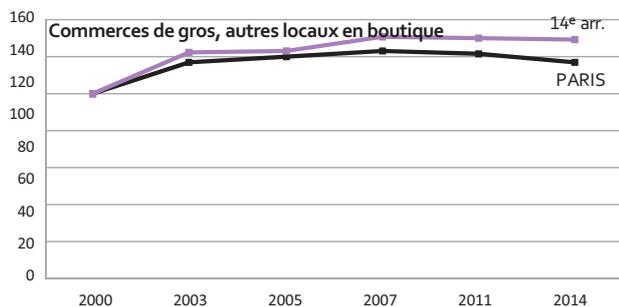
Année	14 ^e arrondissement	PARIS
2000	680	14 891
2003	670	14 679
2005	671	14 862
2007	688	15 026
2011	708	15 238
2014	701	15 692



Année	14 ^e arrondissement	PARIS
2000	899	17 189
2003	887	17 304
2005	907	17 471
2007	896	17 238
2011	905	16 924
2014	903	16 896



Année	14 ^e arrondissement	PARIS
2000	341	8 394
2003	383	9 713
2005	327	8 671
2007	297	8 036
2011	306	8 131
2014	287	7 659

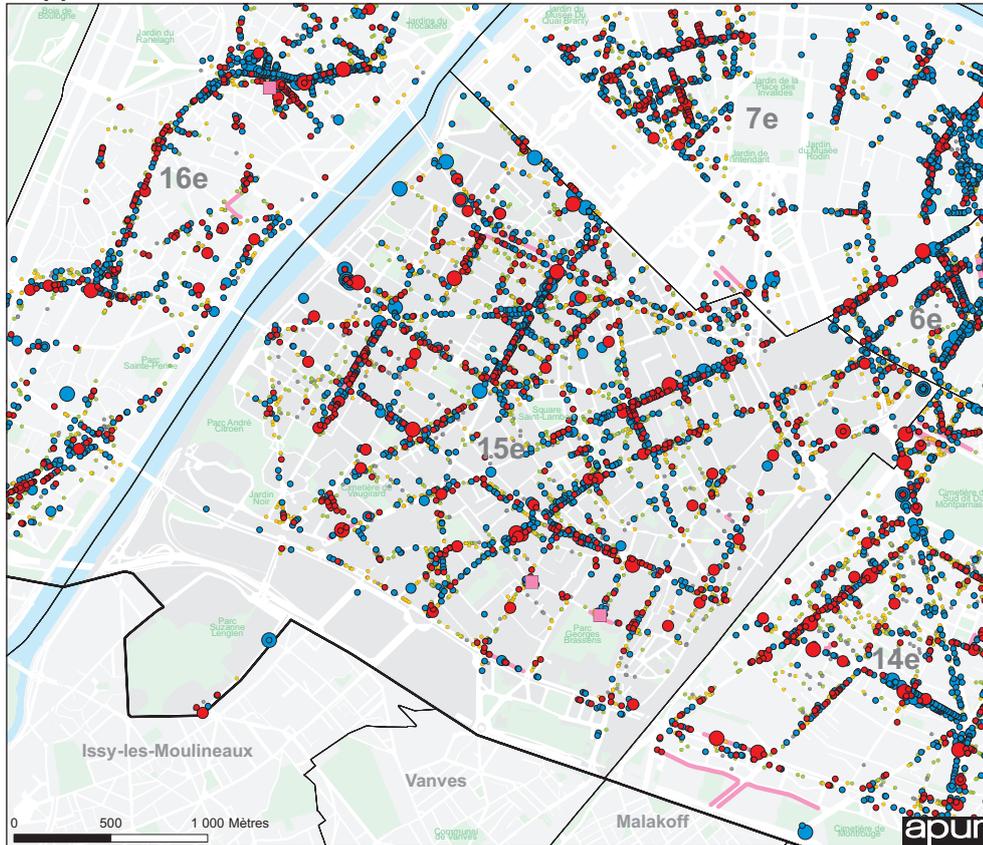


Année	14 ^e arrondissement	PARIS
2000	548	12 065
2003	669	14 099
2005	674	14 453
2007	718	14 884
2011	713	14 701
2014	710	14 069

15^e arrondissement

Le 15^e arrondissement est le plus peuplé de Paris ; de ce fait, il bénéficie d'un réseau très dense de commerces et services de proximité qui s'égrènent le long des voies les plus commerçantes (rue Lecourbe, rue Saint-Charles...). Deux pôles de destination s'affirment très fortement : le quartier Montparnasse, avec le centre commercial Maine-Montparnasse où se situent le grand magasin des Galeries Lafayette et le centre commercial Beaugrenelle, rouvert récemment.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCom - 2014

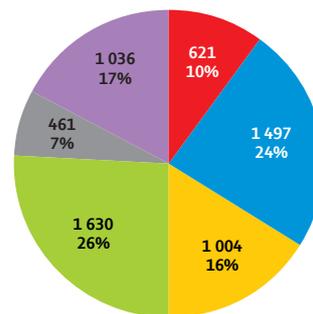
Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

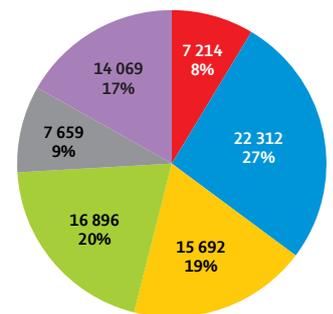
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 6 249
- Nombre de commerces et services commerciaux : 4 752
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 3,0 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 20 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 15^e arrondissement :
 - Galeries Lafayette, 66 boulevard du Montparnasse, 9 484 m²
 - Marks & Spencer, 16 rue Linois, 4 600 m²
 - Monoprix, 340 rue de Vaugirard, 4 100 m²
 - Zola Color, 70 avenue Emile Zola, 4 000 m²
 - Castorama, 11 boulevard de Grenelle, 3 960 m²
 - C&A, 66 boulevard du Montparnasse, 3 893 m²
 - FNAC, 16 rue Linois, 3 700 m²
- Principales galeries et centres commerciaux :
 - Beaugrenelle, 16 rue Linois, 88 boutiques, 45 000 m²
 - Maine Montparnasse, 66 boulevard du Montparnasse, 54 boutiques, 35 400 m²
 - Village Suisse, 54 avenue de la Motte Piquet, 135 boutiques
 - Gare Montparnasse, 4 place Raoul Dautry, 67 boutiques

Structure commerciale



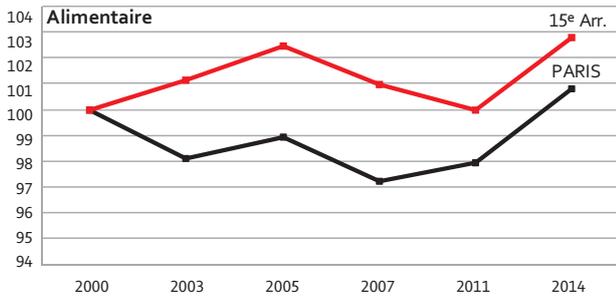
15^e arrondissement



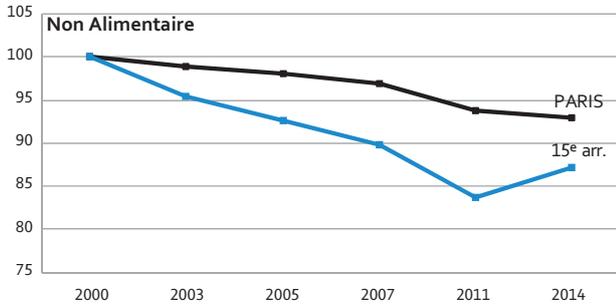
Paris

- Marchés découverts :
 - Lefebvre, boulevard Lefebvre
 - Grenelle, boulevard de Grenelle
 - Cervantes, rue Bargue
 - Convention, rue de la Convention
 - Georges Brassens, place Jacques Marettte
 - Lecourbe, rue Lecourbe
 - Saint-Charles, rue Saint-Charles

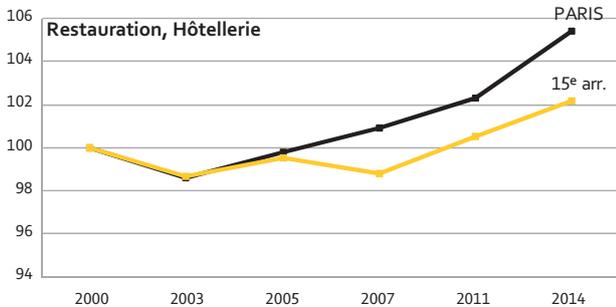
Évolutions 2000-2014



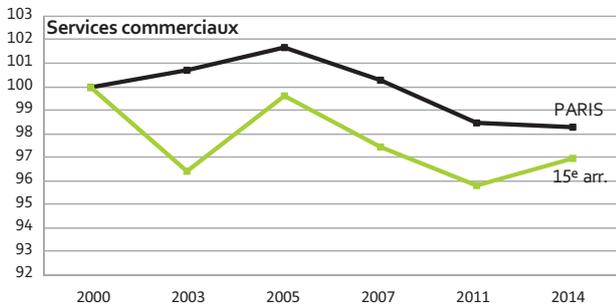
Année	15 ^e arrondissement	PARIS
2000	604	7 158
2003	611	7 023
2005	619	7 081
2007	610	6 961
2011	604	7 010
2014	621	7 214



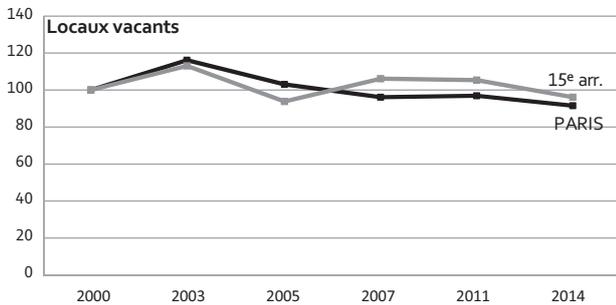
Année	15 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 717	23 987
2003	1 638	23 719
2005	1 591	23 516
2007	1 543	23 262
2011	1 437	22 472
2014	1 497	22 312



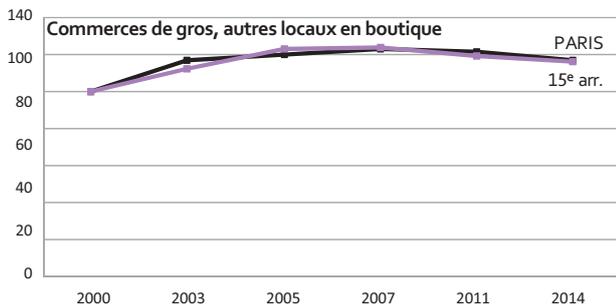
Année	15 ^e arrondissement	PARIS
2000	983	14 891
2003	970	14 679
2005	978	14 862
2007	971	15 026
2011	988	15 238
2014	1 004	15 692



Année	15 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 681	17 189
2003	1 620	17 304
2005	1 674	17 471
2007	1 638	17 238
2011	1 610	16 924
2014	1 630	16 896



Année	15 ^e arrondissement	PARIS
2000	481	8 394
2003	543	9 713
2005	452	8 671
2007	509	8 036
2011	505	8 131
2014	461	7 659

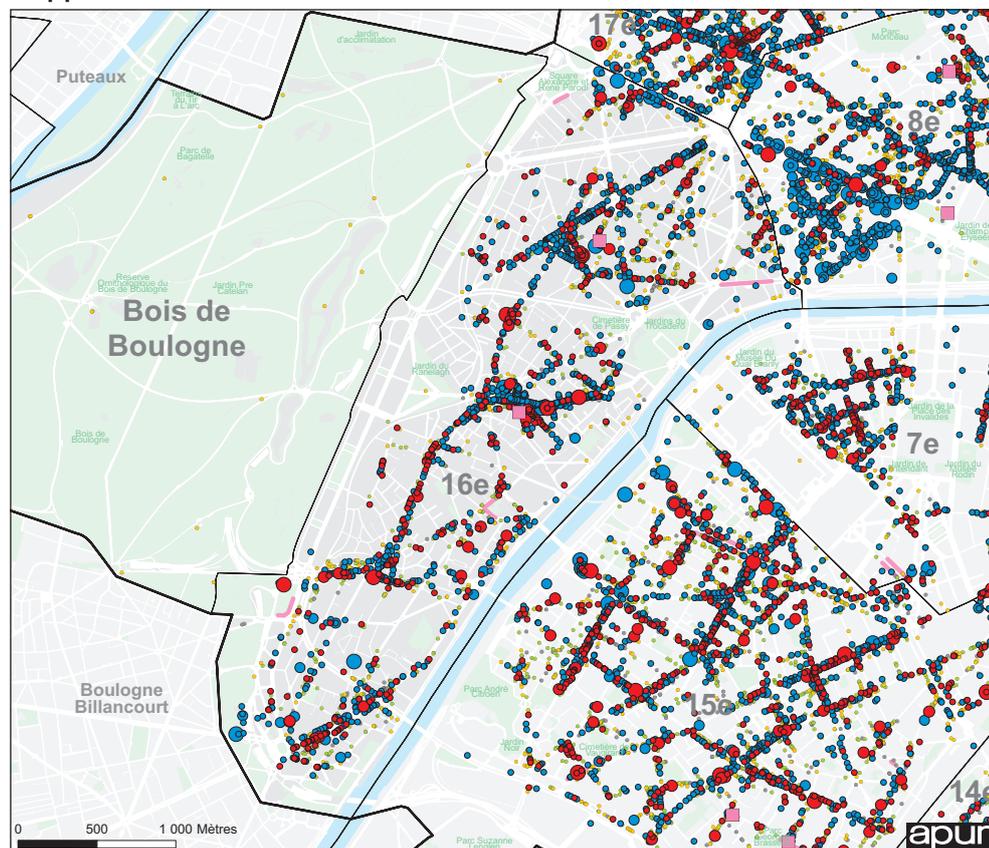


Année	15 ^e arrondissement	PARIS
2000	894	12 065
2003	1 006	14 099
2005	1 103	14 453
2007	1 108	14 884
2011	1 062	14 701
2014	1 036	14 069

16^e arrondissement

Les activités commerciales du 16^e arrondissement sont surtout concentrées sur quelques axes (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, notamment en commerces alimentaires et de proximité. On dénombre 2 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.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

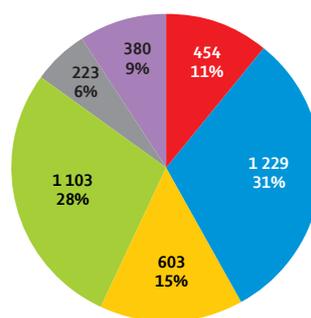
- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCom - 2014

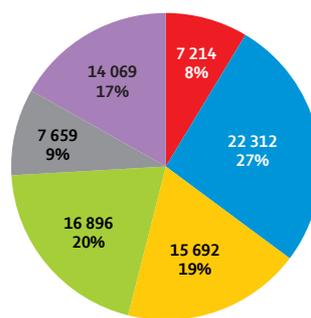
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 3 992
- Nombre de commerces et services commerciaux : 3 386
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 2,3 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 20 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 16^e arrondissement :
 - Carrefour, 1 avenue du Général Sarrail, 5 855 m²
 - Franck & Fils, 80 rue de Passy, 3 000 m²
 - Casino, 16 rue des Belles Feuilles, 2 622 m²
- Principales galeries et centres commerciaux :
 - Les Belles Feuilles, 16 rue des Belles Feuilles, 29 boutiques, 9 000 m²
 - Passy Plaza, 53 rue de Passy, 25 boutiques, 6 800 m²
- Marchés couverts et découverts :
 - Passy (couvert), place de Passy
 - Amiral Bruix, boulevard de l'Amiral Bruix
 - Auteuil, place Jean Lorrain
 - Gros-La Fontaine, rue Gros
 - Point du Jour, avenue de Versailles
 - Porte Molitor, boulevard Exelmans
 - Président Wilson, avenue du Président Wilson

Structure commerciale



16^e arrondissement

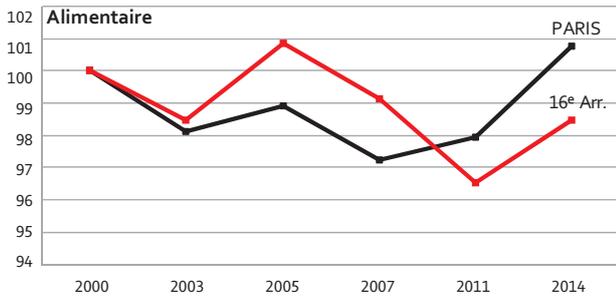


Paris

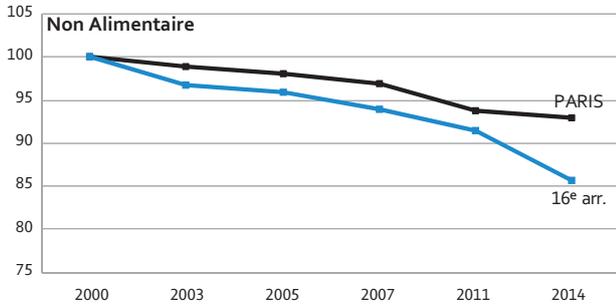
Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

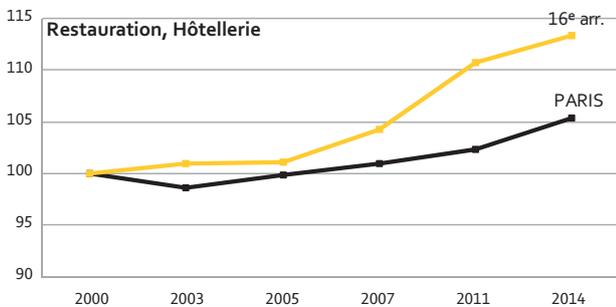
Évolutions 2000-2014



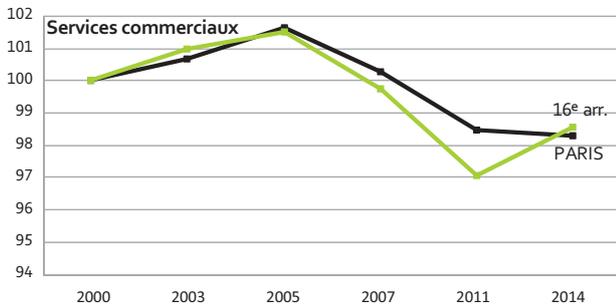
Année	16 ^e arrondissement	PARIS
2000	461	7 158
2003	454	7 023
2005	465	7 081
2007	457	6 961
2011	445	7 010
2014	454	7 214



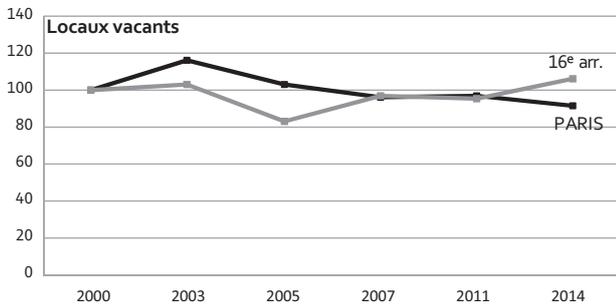
Année	16 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 434	23 987
2003	1 388	23 719
2005	1 376	23 516
2007	1 346	23 262
2011	1 312	22 472
2014	1 229	22 312



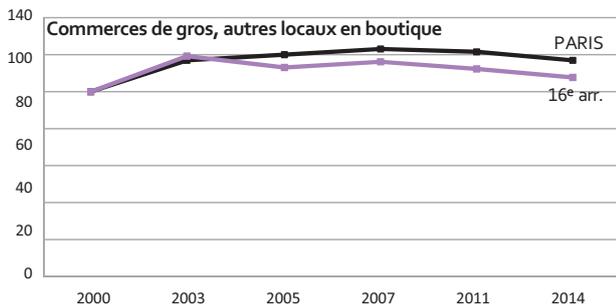
Année	16 ^e arrondissement	PARIS
2000	532	14 891
2003	537	14 679
2005	538	14 862
2007	555	15 026
2011	589	15 238
2014	603	15 692



Année	16 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 119	17 189
2003	1 130	17 304
2005	1 136	17 471
2007	1 116	17 238
2011	1 086	16 924
2014	1 103	16 896



Année	16 ^e arrondissement	PARIS
2000	210	8 394
2003	216	9 713
2005	174	8 671
2007	203	8 036
2011	200	8 131
2014	223	7 659

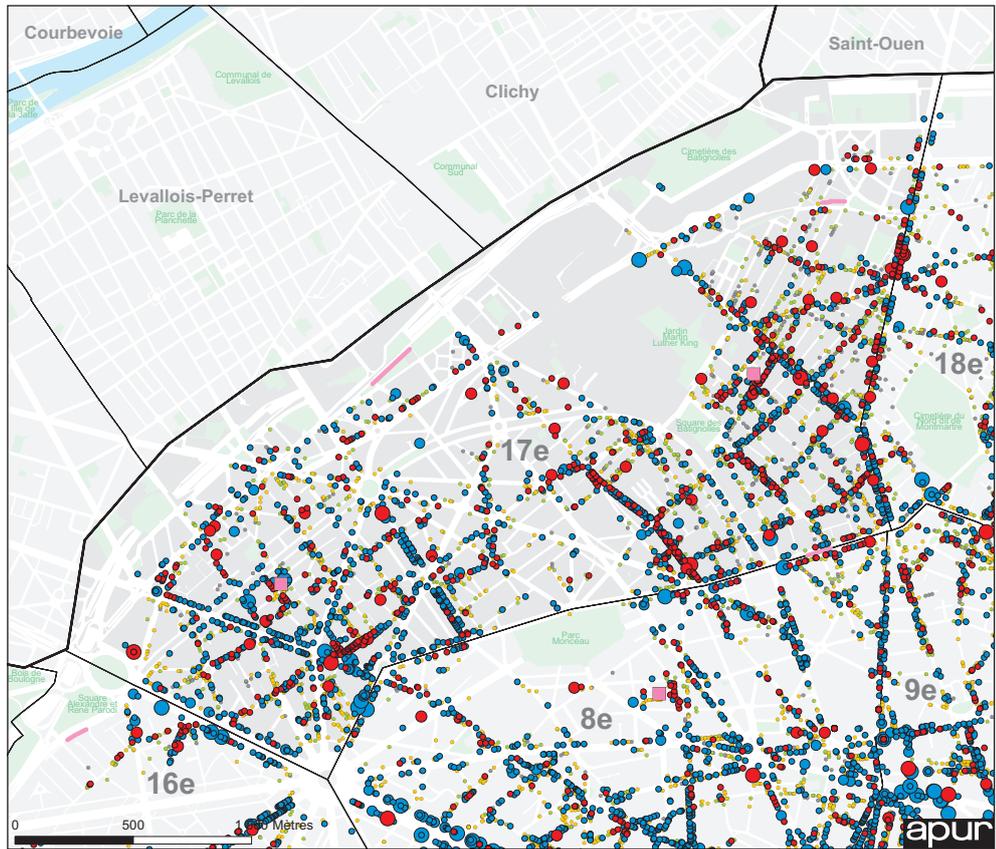


Année	16 ^e arrondissement	PARIS
2000	352	12 065
2003	420	14 099
2005	399	14 453
2007	408	14 884
2011	394	14 701
2014	380	14 069

17^e arrondissement

Très proche de la moyenne parisienne en ce qui concerne la densité commerciale, le 17^e arrondissement s'organise autour de 5 principaux pôles et artères en radiales. Ce sont, de l'ouest vers l'est : l'avenue des Ternes, pôle très bien desservi, à vocation régionale avec de nombreuses enseignes d'équipement de la personne et de culture-loisirs (FNAC) complété par les rues Poncelet et Bayen (commerces alimentaires) ; la rue de Courcelles, à dominante d'enseignes d'équipement de la personne ; la rue de Levis, rue alimentaire très achalandée ; la rue des Batignolles (commerces diversifiés) ; enfin, les avenues de Clichy et Saint-Ouen (magasins plus populaires et alimentaires).

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

- Type de commerce**
- alimentaire
 - non alimentaire
 - café, restaurant
 - service, agence
 - local vacant

- 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

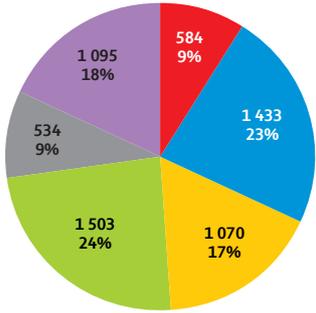
- Marché**
- linéaire découvert
 - couvert

Source : BDCom - 2014

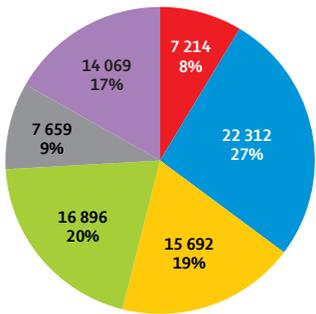
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 6 219
- Nombre de commerces et services commerciaux : 4 590
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 3,5 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 27 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 17^e arrondissement :
 - FNAC, 26 avenue des Ternes, 8 000 m²
 - Monoprix, 25 avenue des Ternes, 2 964 m²
 - Point P, 11 rue Boursault, 2 911 m²
 - Darty, 8 avenue des Ternes, 2 111 m²
- Principal centre commercial :
 - Les boutiques du Palais des Congrès, 2 place de la Porte Maillot, 81 boutiques, 18 000 m²
- Marchés découverts :
 - Marché couvert des Batignolles, 96 bis rue Lemerrier
 - Marché couvert des Ternes, 8 bis rue Lebon
 - Berthier, boulevard de Reims
 - Navier, rue Navier

Structure commerciale



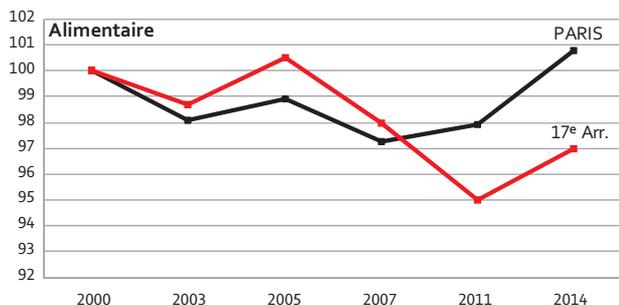
17^e arrondissement



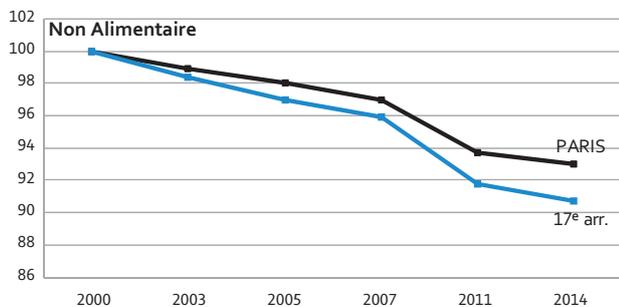
Paris

- Type de commerce**
- alimentaire
 - non alimentaire
 - café, restaurant
 - service, agence
 - local vacant
 - Commerces de gros, autres locaux en boutique

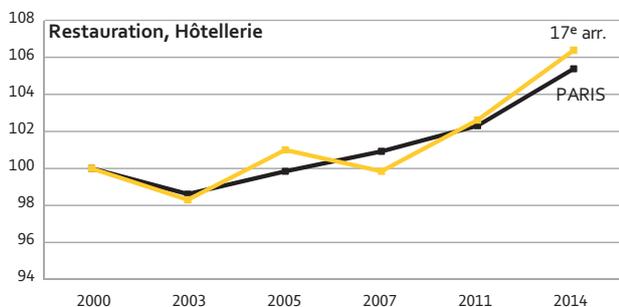
Évolutions 2000-2014



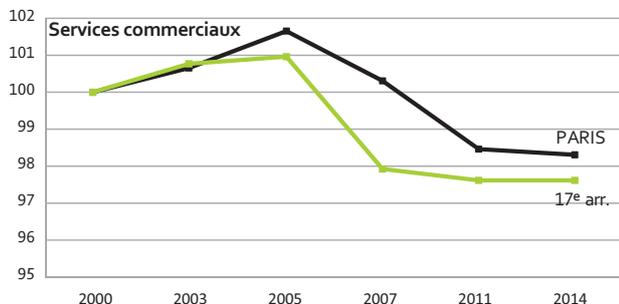
Année	17 ^e arrondissement	PARIS
2000	602	7 158
2003	594	7 023
2005	605	7 081
2007	590	6 961
2011	572	7 010
2014	584	7 214



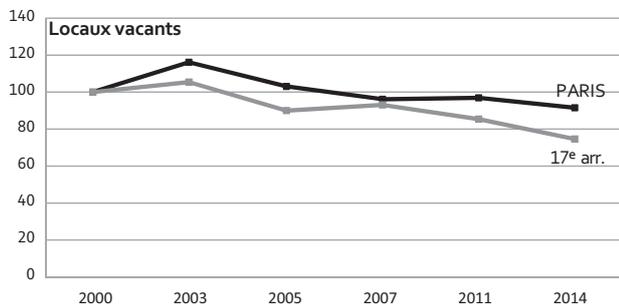
Année	17 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 580	23 987
2003	1 554	23 719
2005	1 532	23 516
2007	1 516	23 262
2011	1 450	22 472
2014	1 433	22 312



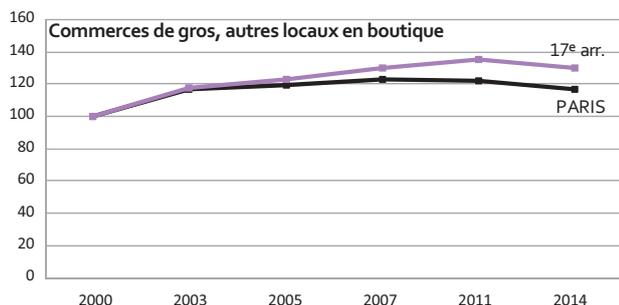
Année	17 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 006	14 891
2003	989	14 679
2005	1 016	14 862
2007	1 004	15 026
2011	1 032	15 238
2014	1 070	15 692



Année	17 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 540	17 189
2003	1 552	17 304
2005	1 555	17 471
2007	1 508	17 238
2011	1 503	16 924
2014	1 503	16 896



Année	17 ^e arrondissement	PARIS
2000	715	8 394
2003	753	9 713
2005	643	8 671
2007	665	8 036
2011	607	8 131
2014	534	7 659

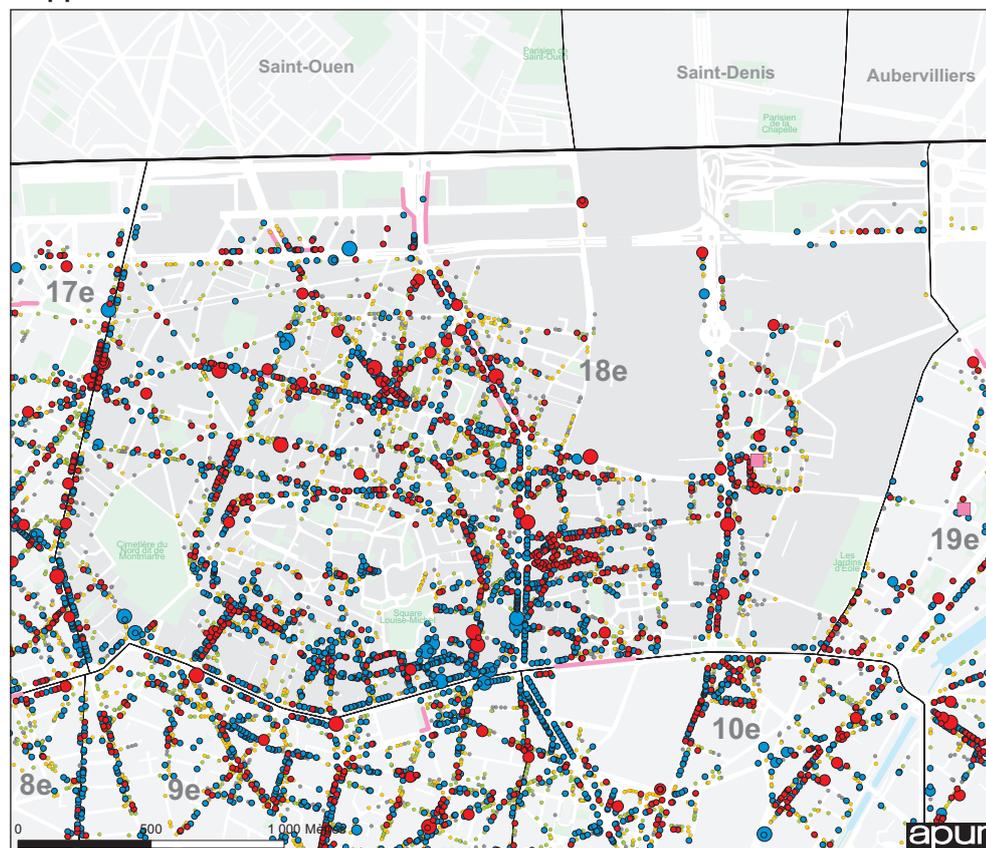


Année	17 ^e arrondissement	PARIS
2000	842	12 065
2003	993	14 099
2005	1 035	14 453
2007	1 093	14 884
2011	1 141	14 701
2014	1 095	14 069

18^e arrondissement

L'activité commerciale du 18^e arrondissement s'est développée, d'une part, dans sa partie centrale, c'est-à-dire sur le pourtour de la Butte Montmartre (rue Lepic, rue des Abbesses, rue Ramey, rue Caulaincourt...) ainsi que dans le quartier de la Goutte d'Or-Château Rouge (très 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 arrondissement conserve une spécificité, bien qu'elle soit en déclin: les magasins de tissus, toujours très présents autour de la rue d'Orsel et de la Halle Saint-Pierre.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

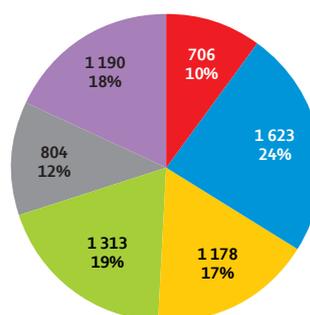
- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCom - 2014

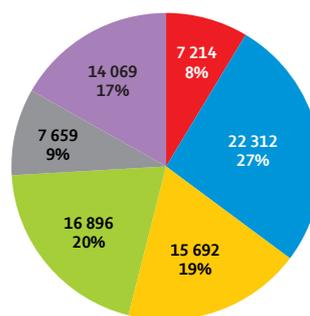
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée: 6 814
- Nombre de commerces et services commerciaux: 4 820
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie: 3,9 (moyenne Paris: 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants: 24 (moyenne Paris: 28)
- Plus grands commerces du 18^e arrondissement:
 - Tati, 26 boulevard de Rochechouart, 3 400 m²
 - Castorama, 1 rue Caulaincourt, 3 000 m²
 - Tissu Reine, 3 place Saint-Pierre, 2 000 m²
 - Marché Saint-Pierre, 2 rue Charles Nodier, 2 000 m²
- Principal centre commercial:
 - Les Arcades de Montmartre, 1 rue Caulaincourt, 6 boutiques, 7 000 m²
- Marchés couverts et découverts:
 - Marché de la Chapelle, 10 rue de l'Olive
 - Barbès, boulevard de la Chapelle
 - Ney, boulevard Ney
 - Ordener, rue Ordener
 - Ornano, Boulevard Ornano

Structure commerciale



18^e arrondissement

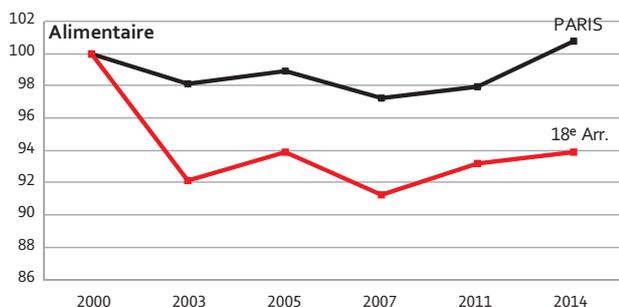


Paris

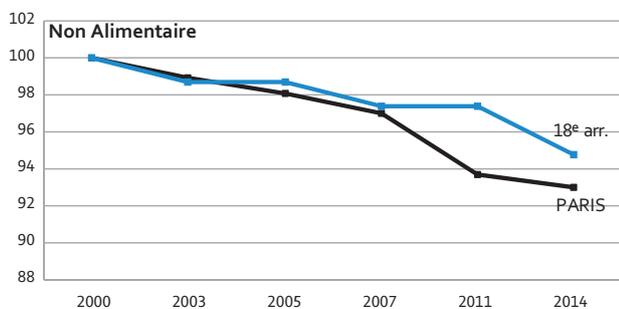
Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

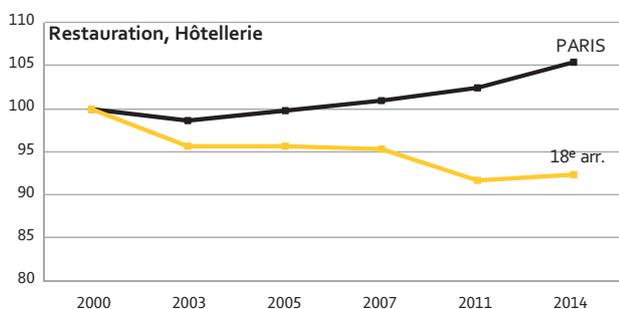
Évolutions 2000-2014



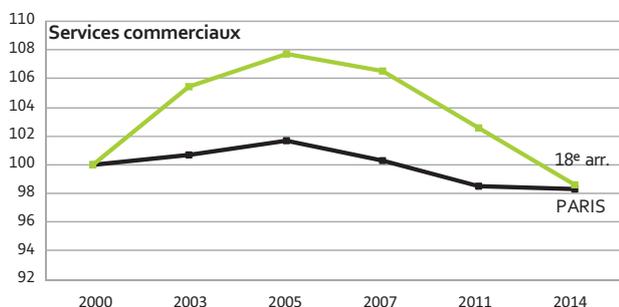
Année	18 ^e arrondissement	PARIS
2000	752	7 158
2003	693	7 023
2005	706	7 081
2007	686	6 961
2011	701	7 010
2014	706	7 214



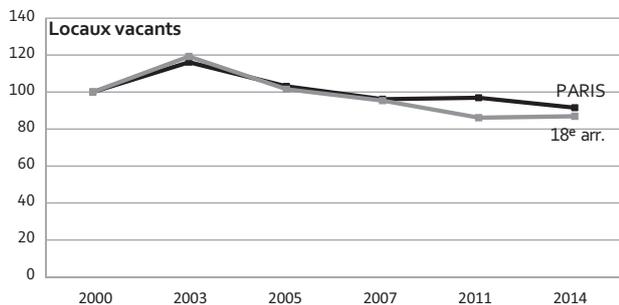
Année	18 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 713	23 987
2003	1 691	23 719
2005	1 691	23 516
2007	1 668	23 262
2011	1 668	22 472
2014	1 623	22 312



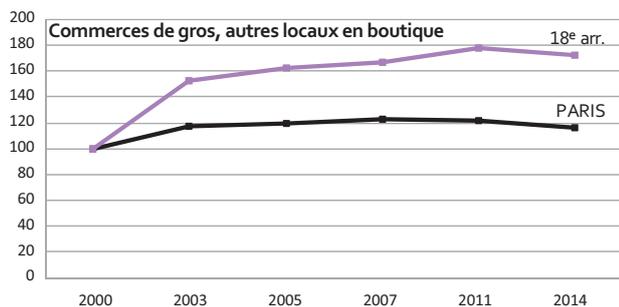
Année	18 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 275	14 891
2003	1 220	14 679
2005	1 220	14 862
2007	1 214	15 026
2011	1 169	15 238
2014	1 178	15 692



Année	18 ^e arrondissement	PARIS
2000	1 331	17 189
2003	1 404	17 304
2005	1 434	17 471
2007	1 418	17 238
2011	1 365	16 924
2014	1 313	16 896



Année	18 ^e arrondissement	PARIS
2000	930	8 394
2003	1 110	9 713
2005	942	8 671
2007	884	8 036
2011	801	8 131
2014	804	7 659

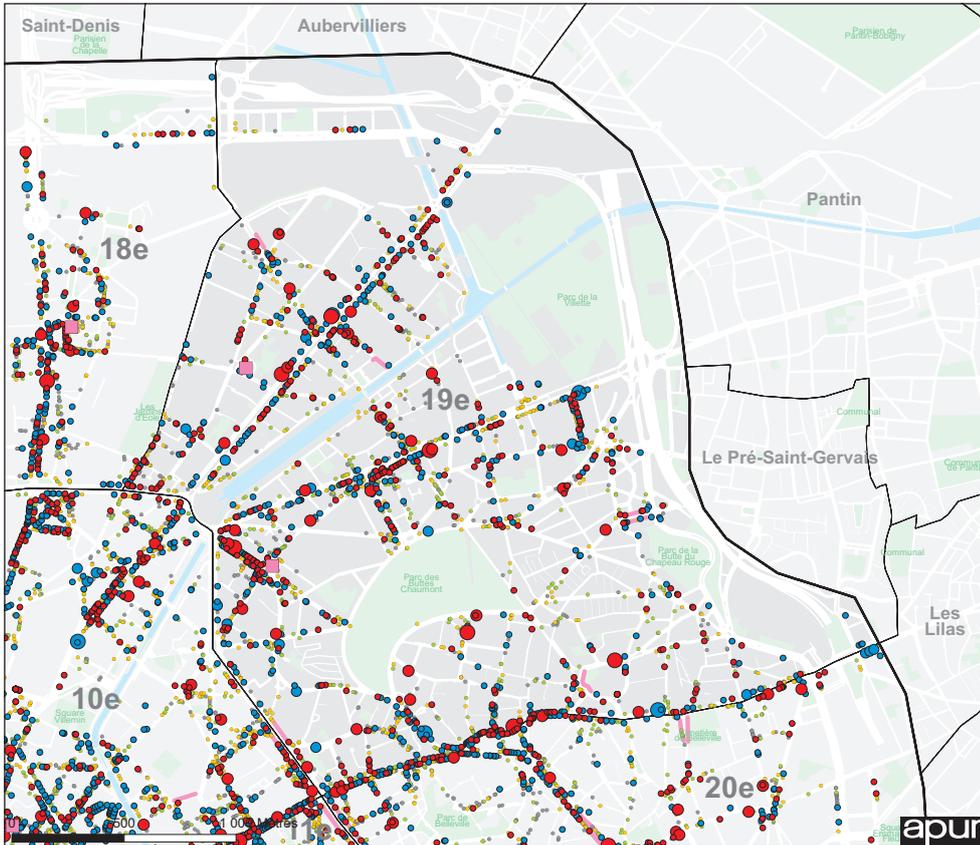


Année	18 ^e arrondissement	PARIS
2000	688	12 065
2003	1 047	14 099
2005	1 116	14 453
2007	1 151	14 884
2011	1 224	14 701
2014	1 190	14 069

19^e arrondissement

Le 19^e arrondissement apparaît comme étant assez peu commerçant, 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.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

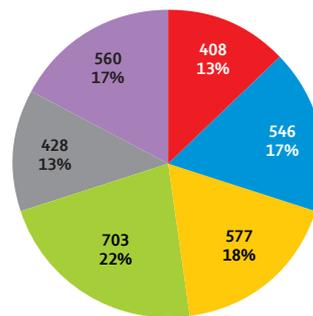
- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCom - 2014

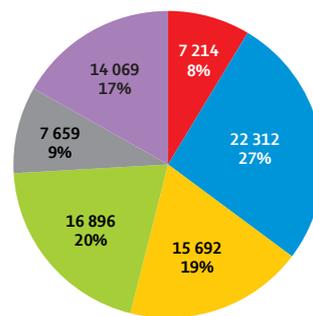
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 3 222
- Nombre de commerces et services commerciaux : 2 234
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 1,7 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 12 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 19^e arrondissement :
 - Castorama, 119 avenue de Flandre, 5 340 m²
 - Monoprix, 119 avenue de Flandre, 2 080 m²
 - Monoprix, 9 rue Louise Thuliez, 2 020 m²
- Marchés découverts :
 - Crimée, rue de Crimée
 - Jean Jaurès, avenue Jean Jaurès
 - Joinville, place de Joinville
 - Place des Fêtes, place des Fêtes
 - Porte Brunet, avenue de la Porte Brunet
 - Villette, boulevard de la Villette

Structure commerciale



19^e arrondissement

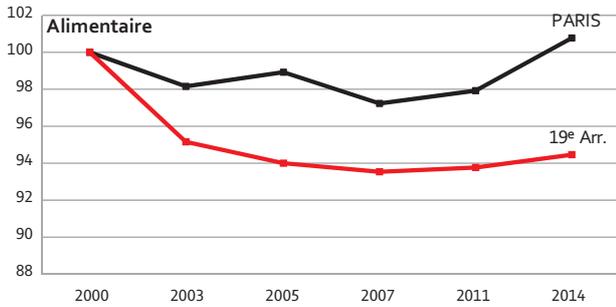


Paris

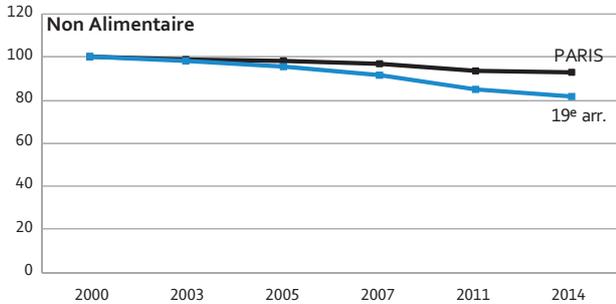
Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

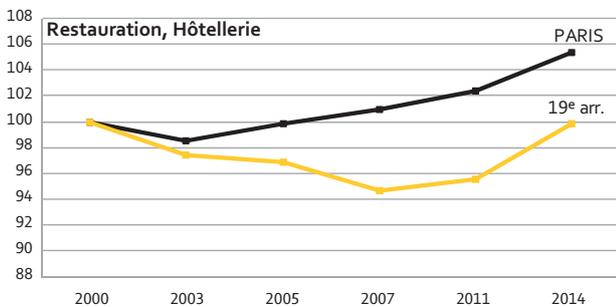
Évolutions 2000-2014



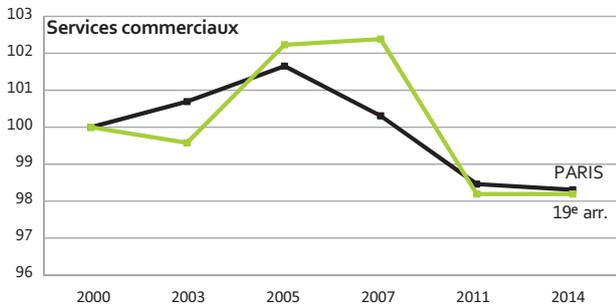
Année	19 ^e arrondissement	PARIS
2000	432	7 158
2003	411	7 023
2005	406	7 081
2007	404	6 961
2011	405	7 010
2014	408	7 214



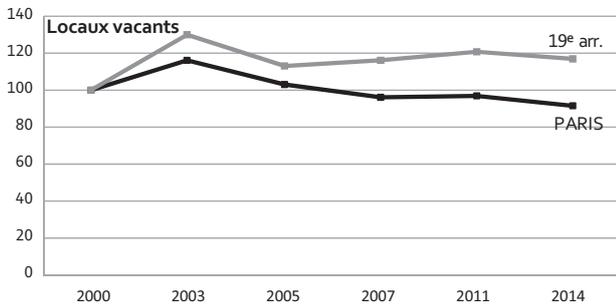
Année	19 ^e arrondissement	PARIS
2000	668	23 987
2003	656	23 719
2005	637	23 516
2007	611	23 262
2011	569	22 472
2014	546	22 312



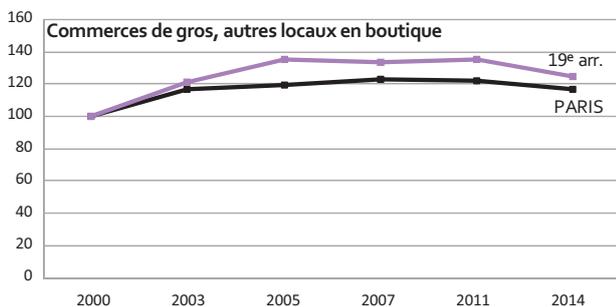
Année	19 ^e arrondissement	PARIS
2000	578	14 891
2003	563	14 679
2005	560	14 862
2007	547	15 026
2011	552	15 238
2014	577	15 692



Année	19 ^e arrondissement	PARIS
2000	716	17 189
2003	713	17 304
2005	732	17 471
2007	733	17 238
2011	703	16 924
2014	703	16 896



Année	19 ^e arrondissement	PARIS
2000	367	8 394
2003	477	9 713
2005	415	8 671
2007	427	8 036
2011	444	8 131
2014	428	7 659

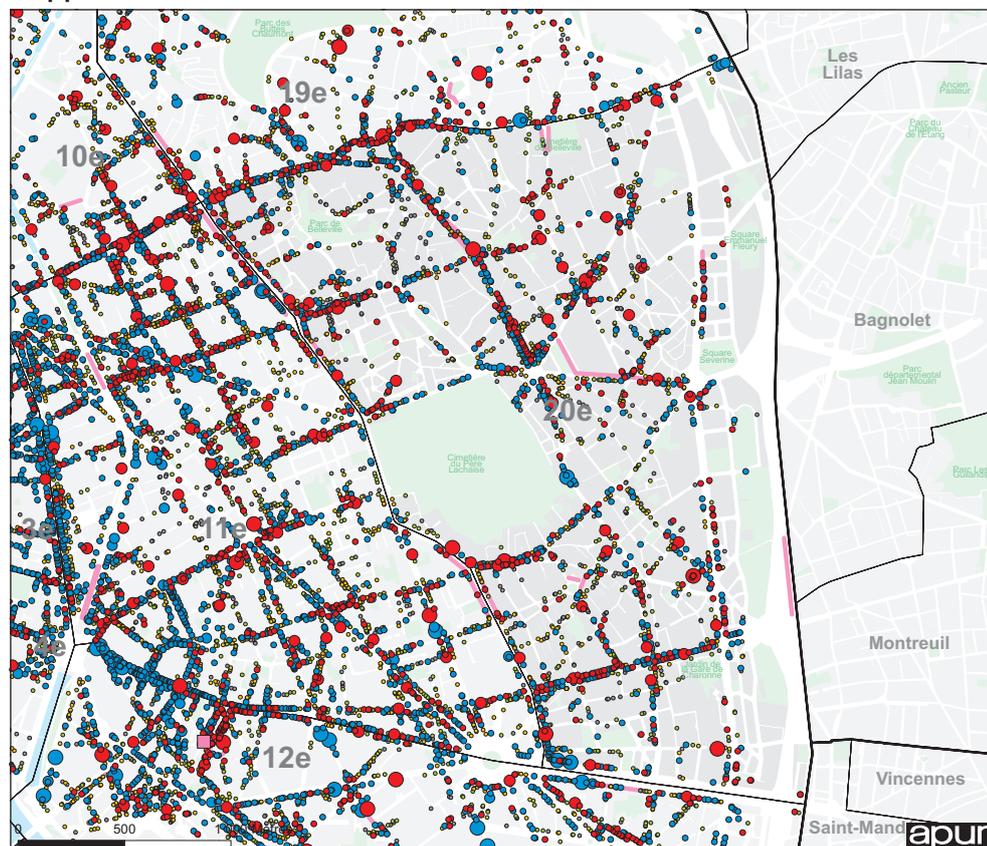


Année	19 ^e arrondissement	PARIS
2000	448	12 065
2003	542	14 099
2005	605	14 453
2007	597	14 884
2011	605	14 701
2014	560	14 069

20^e arrondissement

Le 20^e arrondissement apparaît comme étant assez peu commerçant, mis à part le long de trois axes en radiales : la rue d'Avron, la rue de Ménilmontant et la rue de Belleville qui est partagée avec le 19^e. Il faut y 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 Charronne où se concentrent plusieurs grands établissements. Il faut souligner, enfin, le nombre important de marchés découverts qui complètent l'offre proposée.

L'appareil commercial



Équipement commercial 2014

Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant

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

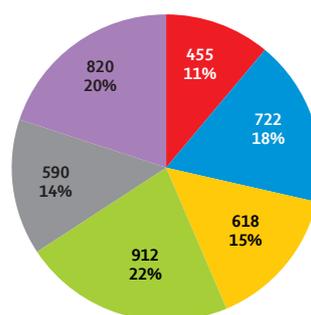
- linéaire découvert
- couvert

Source : BDCom - 2014

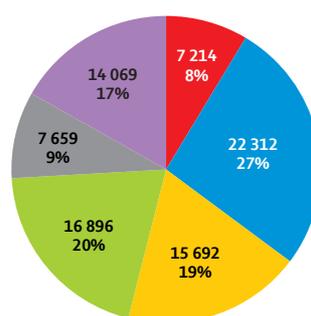
Chiffres clés

- Nombre total de locaux en rez-de-chaussée : 4 117
- Nombre de commerces et services commerciaux : 2 707
- Densité de commerces et services pour 100 mètres de voie : 2,2 (moyenne Paris : 3,5)
- Densité de commerces et services pour 1 000 habitants : 14 (moyenne Paris : 28)
- Plus grands commerces du 20^e arrondissement :
 - Printemps, 25 cours de Vincennes, 10 933 m²
 - Monoprix, 20 boulevard de Charronne, 5 154 m²
 - Castorama, 11 cours de Vincennes, 4 319 m²
 - Neones, 81 rue de Lagny, 3 000 m²
 - Monoprix, 133 avenue Gambetta, 2 910 m²
- Marchés découverts :
 - Belgrand, rue Belgrand
 - Davout, boulevard Davout
 - Mortier, boulevard Mortier
 - Pyrénées, rue des Pyrénées
 - Réunion, place de la Réunion
 - Télégraphe, rue du Télégraphe

Structure commerciale



20^e arrondissement

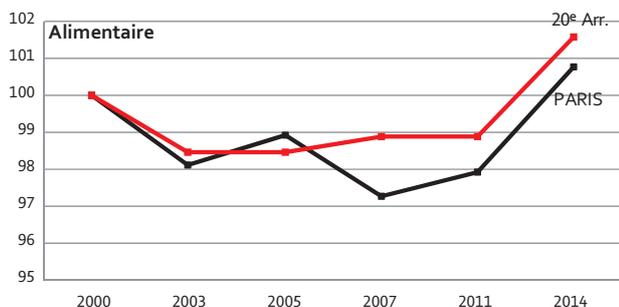


Paris

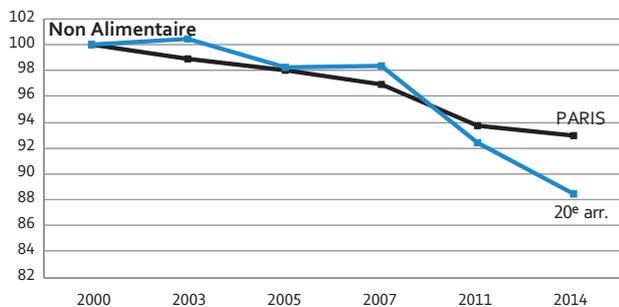
Type de commerce

- alimentaire
- non alimentaire
- café, restaurant
- service, agence
- local vacant
- Commerces de gros, autres locaux en boutique

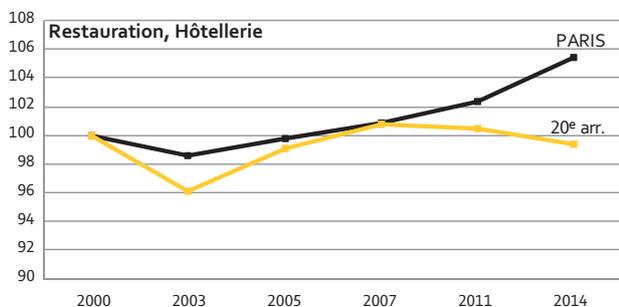
Évolutions 2000-2014



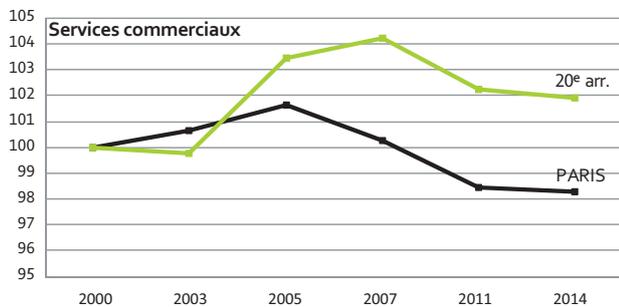
Année	20 ^e arrondissement	PARIS
2000	448	7 158
2003	441	7 023
2005	441	7 081
2007	443	6 961
2011	443	7 010
2014	455	7 214



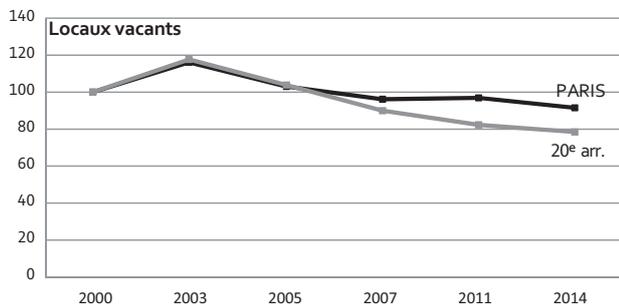
Année	20 ^e arrondissement	PARIS
2000	816	23 987
2003	820	23 719
2005	802	23 516
2007	803	23 262
2011	754	22 472
2014	722	22 312



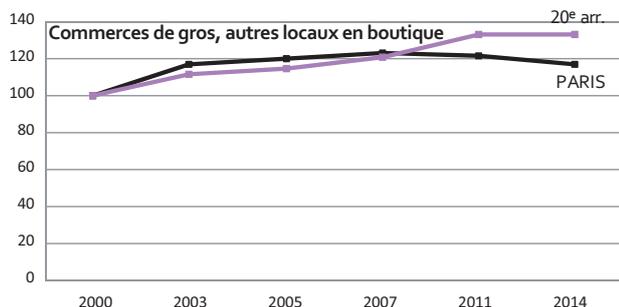
Année	20 ^e arrondissement	PARIS
2000	622	14 891
2003	598	14 679
2005	616	14 862
2007	627	15 026
2011	625	15 238
2014	618	15 692



Année	20 ^e arrondissement	PARIS
2000	895	17 189
2003	893	17 304
2005	926	17 471
2007	933	17 238
2011	915	16 924
2014	912	16 896



Année	20 ^e arrondissement	PARIS
2000	754	8 394
2003	887	9 713
2005	784	8 671
2007	677	8 036
2011	620	8 131
2014	590	7 659



Année	20 ^e arrondissement	PARIS
2000	615	12 065
2003	686	14 099
2005	705	14 453
2007	743	14 884
2011	819	14 701
2014	820	14 069

4- Annexe : tableau récapitulatif de la collecte 2014

PARIS			LOCAUX ENQUETE BDCOM				
			Nombre de locaux par année				
			2000	2003	2005	2007	2011
Commerces et services commerciaux			63 225	62 725	62 930	62 487	61 644
Grands magasins	GM101		11	9	9	8	7
Alimentaire			7 158	7 023	7 081	6 961	7 010
Alimentaire spécialisé			5 245	5 223	5 236	5 136	5 196
	CA101	Charcuterie - Traiteur - Epicerie fine	421	421	416	414	448
	CA102	Traiteur asiatique	533	672	699	640	587
	CA103	Boulangerie - Boulangerie Pâtisserie	1 329	1 297	1 272	1 241	1 204
	CA104	Pâtisserie	170	159	161	135	134
	CA105	Chocolaterie - Confiserie	266	238	236	249	285
	CA106	Torréfacteur - Commerce détail thé et café	74	86	89	96	97
	CA107	Vente de produits surgelés	84	88	96	114	123
	CA108	Vente de fruits et légumes	371	341	341	338	330
	CA109	Boucherie - Boucherie-Charcuterie	895	779	735	655	593
	CA110	Poissonnerie	129	110	111	106	100
	CA111	Commerce détail de boissons	352	383	406	410	476
	CA112	Crèmerie - Fromagerie	154	138	134	127	115
	CA113	Glacier : vente à emporter et consommation sur place	42	42	40	55	56
	CA114	Produits alimentaires spécialisés régionaux et étrangers	293	346	383	430	480
	CA115	Produits alimentaires bio et nature	132	123	117	126	168
Alimentaire généraliste			1 913	1 800	1 845	1 825	1 814
	CA201	Monoprix	49	52	54	57	59
	CA202	Supermarché classique	207	212	210	211	233
	CA203	Supermarché discount	40	37	36	36	32
	CA204	Supermarché spécialisé	14	14	14	15	15
	CA205	Alimentation générale de luxe > 300 m²	5	4	4	4	4
	CA206	Hypermarché	3	3	3	3	4
	CA301	Alimentation générale <120m²	1 362	1 203	1 182	1 091	1 015
	CA302	Supérette classique	131	164	213	262	319
	CA303	Supérette discount	78	78	88	95	91
	CA304	Supérette spécialisée	24	33	41	51	42
Équipement de la personne			8 217	8 339	8 369	8 598	8 702
Habillement			5 602	5 666	5 647	5 808	5 900
	CB101	Haute couture - Créateurs	114	130	131	130	123
	CB102	Tailleur sur mesure	166	150	149	145	127
	CB103	Vente et fabrication de tenues de mariées	57	80	88	108	107
	CB104	Prêt-à-porter Femme	5 126	2 780	2 700	2 733	2 748
	CB105	Prêt-à-porter Homme		807	788	794	828
	CB106	Prêt-à-porter Enfant		379	391	409	395
	CB110	Puériculture					
	CB107	Prêt-à-porter Mixte		811	851	954	1 062
	CB108	Prêt-à-porter Lingerie		265	282	269	231
	CB109	Friperie - Solderie - Dépôt-vente de vêtements	139	137	136	134	137
	CB111	Sport - Habillement et chaussures	0	127	131	132	142

LOCAUX ENQUETE BDCOM

LOCAUX ENQUETE BDCOM											
Nombre de locaux par année				Évolution							
2014				2011 - 2014				2003 - 2014			
Surface du local			TOTAL	nombre	%	Évolution annuelle		nombre	%	Évolution annuelle	
moins de 300 m ²	de 300 à 1.000 m ²	1.000 m ² ou plus				nombre	%			nombre	%
59 112	1 857	1 145	62 114	470	1%	157	0%	-611	-1%	-57	0%
0	0	8	8	1	14%	0	5%	-1	-11%	0	-1%
6 707	397	110	7 214	204	3%	68	1%	191	3%	18	0%
5 320	30	2	5 352	156	3%	52	1%	129	2%	12	0%
448	0	0	448	0	0%	0	0%	27	6%	3	1%
572	0	0	572	-15	-3%	-5	-1%	-100	-15%	-9	-1%
1 187	1	0	1 188	-16	-1%	-5	0%	-109	-8%	-10	-1%
162	0	0	162	28	21%	9	7%	3	2%	0	0%
313	0	0	313	28	10%	9	3%	75	32%	7	3%
108	1	1	110	13	13%	4	4%	24	28%	2	3%
115	18	0	133	10	8%	3	3%	45	51%	4	5%
329	0	0	329	-1	0%	0	0%	-12	-4%	-1	0%
563	0	0	563	-30	-5%	-10	-2%	-216	-28%	-20	-3%
100	0	0	100	0	0%	0	0%	-10	-9%	-1	-1%
548	0	1	549	73	15%	24	5%	166	43%	15	4%
121	0	0	121	6	5%	2	2%	-17	-12%	-2	-1%
63	0	0	63	7	13%	2	4%	21	50%	2	5%
517	1	0	518	38	8%	13	3%	172	50%	16	5%
174	9	0	183	15	9%	5	3%	60	49%	6	5%
1 387	367	108	1 862	48	3%	16	1%	62	3%	6	0%
0	9	51	60	1	2%	0	1%	8	15%	1	1%
9	190	45	244	11	5%	4	2%	32	15%	3	1%
1	28	3	32	0	0%	0	0%	-5	-14%	0	-1%
1	11	3	15	0	0%	0	0%	1	7%	0	1%
0	2	2	4	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0	0	4	4	0	0%	0	0%	1	33%	0	3%
1 004	0	0	1 004	-11	-1%	-4	0%	-199	-17%	-18	-2%
274	87	0	361	42	13%	14	4%	197	120%	18	11%
46	40	0	86	-5	-5%	-2	-2%	8	10%	1	1%
52	0	0	52	10	24%	3	8%	19	58%	2	5%
8 509	181	76	8 766	64	1%	21	0%	427	5%	40	0%
5 646	152	71	5 869	-31	-1%	-10	0%	203	4%	19	0%
97	19	7	123	0	0%	0	0%	-7	-5%	-1	0%
123	0	0	123	-4	-3%	-1	-1%	-27	-18%	-3	-2%
115	1	0	116	9	8%	3	3%	36	45%	3	4%
2 548	48	8	2 604	-144	-5%	-48	-2%	-176	-6%	-16	-1%
825	19	7	851	23	3%	8	1%	44	5%	4	1%
306	6	1	313	-4	-1%	-1	0%	12	3%	1	0%
76	1	1	78								
990	53	45	1 088	26	2%	9	1%	277	34%	26	3%
225	1	0	226	-5	-2%	-2	-1%	-39	-15%	-4	-1%
172	0	0	172	35	26%	12	9%	35	26%	3	2%
169	4	2	175	33	23%	11	8%	48	38%	4	3%

PARIS			LOCAUX ENQUETE BDCOM				
			Nombre de locaux par année				
			2000	2003	2005	2007	2011
Chaussures et Maroquinerie			1 353	1 382	1 354	1 382	1 419
	CB201	Chaussures Femme	992	371	357	373	407
	CB202	Chaussures Homme		88	85	81	99
	CB203	Chaussures Enfant		70	65	62	65
	CB204	Chaussures Mixte		493	478	486	465
	CB205	Maroquinerie - Articles de voyages		361	360	369	380
Bijouterie et Montres			1 262	1 291	1 368	1 408	1 383
	CB301	Joaillerie	269	303	318	341	330
	CB302	Horlogerie - Bijouterie	641	548	521	447	406
	CB303	Montres	61	62	70	89	105
	CB304	Bijouterie fantaisie - Accessoire de mode	291	378	459	531	542
Santé-Beauté			2 337	2 299	2 311	2 422	2 483
Pharmacie et Articles médicaux			1 260	1 236	1 238	1 230	1 175
	CC101	Pharmacie	1 089	1 069	1 056	1 039	1 001
	CC102	Vente articles médicaux - Prothèses et semelles orthopédiques	171	167	182	191	174
	CC103	Vente de prothèses auditives					
Cosmétique			538	491	475	506	531
	CC201	Parapharmacie	46	76	76	70	69
	CC202	Parfumerie - Produits de beauté	492	415	399	436	462
Opticien	CC301		539	572	598	686	777
Equipement de la maison			4 442	4 366	4 230	4 014	3 505
Vente de meubles			772	761	729	752	694
	CD101	Vente de meubles et multispécialistes	772	437	392	360	313
	CD102	Vente de meubles de cuisines et salle de bain		173	185	190	188
	CD103	Vente de meubles salon et chambre		151	152	202	193
Petit équipement du foyer			1 598	1 565	1 540	1 528	1 326
	CD202	Linge de maison	1 031	669	690	707	662
	CD204	Vente de luminaires					
	CD205	Vente de vaisselle - Ustensiles ménagers - Art de la table					
	CD201	Équipement du foyer généraliste					
	CD203	Tissus - Textile - Mercerie					
Électroménager - Radio - TV			443	367	351	307	247
	CD301	Spécialiste électroménager	158	131	122	105	87
	CD302	Spécialiste Radio - TV - Hi-Fi	256	211	201	173	130
	CD303	Généraliste électroménager - Radio - TV - Hi-Fi	29	25	28	29	30
Antiquités - Brocante			1 268	1 278	1 231	1 062	896
	CD401	Antiquités	1 015	1 026	969	837	697
	CD402	Salle des ventes	11	11	11	9	12
	CD403	Brocante - Dépôt-vente - Biens d'occasion	242	241	251	216	187
Autre équipement de la maison	CD501	Bazar	361	395	379	365	342
Culture et loisirs			6 459	6 356	6 378	6 111	5 782
Librairie - Journaux			2 376	2 202	2 148	1 989	1 779
	CE101	Librairie	1 052	969	965	909	839
	CE102	Papeterie - Fournitures de bureau	331	275	269	243	196
	CE103	Vente de journaux	556	493	449	387	291
	CE104	Kiosque à journaux	420	434	429	416	418
	CE105	Matériels d'arts graphiques - Loisirs créatifs	17	31	36	34	35

LOCAUX ENQUETE BDCOM

Nombre de locaux par année			Évolution								
2014			2011 - 2014						2003 - 2014		
Surface du local			TOTAL	nombre	%	Évolution annuelle		nombre	%	Évolution annuelle	
moins de 300 m ²	de 300 à 1.000 m ²	1.000 m ² ou plus				nombre	%			nombre	%
1 420	20	3	1 443	24	2%	8	1%	61	4%	6	0%
421	0	0	421	14	3%	5	1%	50	13%	5	1%
122	1	0	123	24	24%	8	8%	35	40%	3	4%
58	0	0	58	-7	-11%	-2	-4%	-12	-17%	-1	-2%
429	10	0	439	-26	-6%	-9	-2%	-54	-11%	-5	-1%
390	9	3	402	19	5%	6	2%	42	12%	4	1%
1 443	9	2	1 454	71	5%	24	2%	163	13%	15	1%
285	4	1	290	-40	-12%	-13	-4%	-13	-4%	-1	0%
390	2	1	393	-13	-3%	-4	-1%	-155	-28%	-14	-3%
118	2	0	120	15	14%	5	5%	58	94%	5	9%
650	1	0	651	109	20%	36	7%	273	72%	25	7%
2 660	42	4	2 706	223	9%	74	3%	407	18%	38	2%
1 150	4	0	1 154	-21	-2%	-7	-1%	-82	-7%	-8	-1%
977	3	0	980	-21	-2%	-7	-1%	-89	-8%	-8	-1%
80	1	0	81	0	0%	0	0%	7	4%	1	0%
93	0	0	93								
605	30	2	637	106	20%	35	7%	146	30%	14	3%
57	6	0	63	-6	-9%	-2	-3%	-13	-17%	-1	-2%
548	24	2	574	112	24%	37	8%	159	38%	15	4%
905	8	2	915	138	18%	46	6%	343	60%	32	6%
3 009	106	46	3 161	-344	-10%	-115	-3%	-1205	-28%	-112	-3%
649	47	25	721	27	4%	9	1%	-40	-5%	-4	0%
259	27	20	306	-7	-2%	-2	-1%	-131	-30%	-12	-3%
185	6	0	191	3	2%	1	1%	18	10%	2	1%
205	14	5	224	31	16%	10	5%	73	48%	7	4%
1 046	42	6	1 094	-232	-17%	-77	-6%	-471	-30%	-44	-3%
140	4	0	144	-201	-30%	-67	-10%	-208	-31%	-19	-3%
88	1	1	90								
224	3	0	227								
277	31	3	311	-19	-6%	-6	-2%	-94	-23%	-9	-2%
317	3	2	322	-12	-4%	-4	-1%	-169	-34%	-16	-3%
205	9	13	227	-20	-8%	-7	-3%	-140	-38%	-13	-4%
78	1	0	79	-8	-9%	-3	-3%	-52	-40%	-5	-4%
113	5	0	118	-12	-9%	-4	-3%	-93	-44%	-9	-4%
14	3	13	30	0	0%	0	0%	5	20%	0	2%
768	6	2	776	-120	-13%	-40	-4%	-502	-39%	-46	-4%
583	3	0	586	-111	-16%	-37	-5%	-440	-43%	-41	-4%
8	1	1	10	-2	-17%	-1	-6%	-1	-9%	0	-1%
177	2	1	180	-7	-4%	-2	-1%	-61	-25%	-6	-2%
341	2	0	343	1	0%	0	0%	-52	-13%	-5	-1%
5 702	60	38	5 800	18	0%	6	0%	-556	-9%	-51	-1%
1 603	19	7	1 629	-150	-8%	-50	-3%	-573	-26%	-53	-2%
741	9	6	756	-83	-10%	-28	-3%	-213	-22%	-20	-2%
179	5	0	184	-12	-6%	-4	-2%	-91	-33%	-8	-3%
236	0	0	236	-55	-19%	-18	-6%	-257	-52%	-24	-5%
415	0	0	415	-3	-1%	-1	0%	-19	-4%	-2	0%
32	5	1	38	3	9%	1	3%	7	23%	1	2%

PARIS			LOCAUX ENQUETE BDCOM				
			Nombre de locaux par année				
			2000	2003	2005	2007	2011
Articles de sport			305	227	241	243	233
	CE201	Généraliste Sport	305	57	53	45	40
	CE202	Spécialiste d'un sport		170	188	198	193
	CE203	Vente, réparation, location de vélos / vélos électriques					
Galerie d'art et Collections			1 252	1 367	1 386	1 411	1 507
	CE301	Vente de monnaies et médailles	47	46	45	48	52
	CE302	Galerie d'art	981	1 089	1 117	1 151	1 266
	CE303	Philatélie	85	74	73	64	56
	CE304	Vente de livres anciens - Autographes	139	158	151	148	133
Son - Image - Informatique - Téléphonie			1 515	1 487	1 521	1 436	1 270
	CE401	Fabrication et vente d'instruments de musique	192	192	205	200	197
	CE402	Téléphonie (Grands opérateurs + revendeurs)	588	544	561	575	515
	CE403	Téléphonie discount (pas d'enseigne particulière)	0	0	0	0	0
	CE404	Vente de jeux vidéo (+ salle de jeux vidéos)	48	49	56	50	53
	CE405	Vente de disques, cassettes, CD, DVD	233	267	266	215	166
	CE406	Vente d'appareils photos	93	87	79	54	50
	CE407	Vente de matériel informatique	361	348	354	342	289
Autre commerce de loisirs			998	1 059	1 067	1 018	980
	CE501	Tabac	114	133	136	140	146
	CE502	Vente d'articles érotiques et sex-shop	123	130	114	106	92
	CE503	Vente de jouets et jeux	353	338	344	308	277
	CE504	Bimbeloterie - Articles souvenirs	321	374	390	395	396
	CE505	Vente d'articles religieux	19	27	26	26	36
	CE506	Vente d'animaux de compagnie	41	33	32	28	22
	CE507	Jeux de hasard et d'argent	27	24	25	15	11
	CE508	Vente de cigarettes électroniques	0	0	0	0	0
Grand multispécialiste culturel	CE601		13	14	15	14	13
Bricolage-Jardinage			1 306	1 191	1 114	1 028	975
Bricolage			569	507	462	415	384
	CF101	Quincaillerie et droguerie	274	227	212	190	169
	CF102	Bricolage	58	64	60	63	66
	CF103	Revêtements sols et murs	237	216	190	162	149
Jardinage			737	684	652	613	591
	CF201	Fleuriste	737	655	625	586	569
	CF202	Jardinerie - Pépiniériste		29	27	27	22
Services aux particuliers			12 955	12 941	12 900	12 540	12 294
Services liés à l'équipement de la personne			2 476	2 359	2 305	2 189	2 136
	SA101	Cordonnerie - Réparation «minute» (clés, talons...)	481	430	405	388	373
	SA102	Retouches de vêtements	501	553	574	582	590
	SA103	Location de costumes ou accessoires - Loisirs	53	42	40	31	25
	SA104	Blanchisserie - Pressing	859	763	710	627	597
	SA105	Laverie automatique	582	571	576	561	551

LOCAUX ENQUETE BDCOM

Nombre de locaux par année				Évolution							
2014				2011 - 2014				2003 - 2014			
Surface du local			TOTAL	nombre	%	Évolution annuelle		nombre	%	Évolution annuelle	
moins de 300 m ²	de 300 à 1.000 m ²	1.000 m ² ou plus				nombre	%			nombre	%
246	6	14	266	33	14%	11	5%	39	17%	4	2%
28	3	14	45	5	13%	2	4%	-12	-21%	-1	-2%
140	2	0	142	28	15%	9	5%	51	30%	5	3%
78	1	0	79								
1 524	10	0	1 534	27	2%	9	1%	167	12%	15	1%
46	0	0	46	-6	-12%	-2	-4%	0	0%	0	0%
1 307	10	0	1 317	51	4%	17	1%	228	21%	21	2%
51	0	0	51	-5	-9%	-2	-3%	-23	-31%	-2	-3%
120	0	0	120	-13	-10%	-4	-3%	-38	-24%	-4	-2%
1 122	8	4	1 134	-136	-11%	-45	-4%	-353	-24%	-33	-2%
176	2	2	180	-17	-9%	-6	-3%	-12	-6%	-1	-1%
196	2	0	198	-47	-9%	-16	-3%	-76	-14%	-7	-1%
269	1	0	270								
36	0	0	36	-17	-32%	-6	-11%	-13	-27%	-1	-2%
128	1	0	129	-37	-22%	-12	-7%	-138	-52%	-13	-5%
41	0	1	42	-8	-16%	-3	-5%	-45	-52%	-4	-5%
276	2	1	279	-10	-3%	-3	-1%	-69	-20%	-6	-2%
1 206	17	5	1 228	248	25%	83	8%	169	16%	16	1%
167	0	0	167	21	14%	7	5%	34	26%	3	2%
83	1	1	85	-7	-8%	-2	-3%	-45	-35%	-4	-3%
235	13	4	252	-25	-9%	-8	-3%	-86	-25%	-8	-2%
417	2	0	419	23	6%	8	2%	45	12%	4	1%
37	0	0	37	1	3%	0	1%	10	37%	1	3%
21	1	0	22	0	0%	0	0%	-11	-33%	-1	-3%
11	0	0	11	0	0%	0	0%	-13	-54%	-1	-5%
235	0	0	235	235		78		235		22	
1	0	8	9	-4	-31%	-1	-10%	-5	-36%	0	-3%
900	20	18	938	-37	-4%	-12	-1%	-253	-21%	-23	-2%
361	17	17	395	11	3%	4	1%	-112	-22%	-10	-2%
168	3	0	171	2	1%	1	0%	-56	-25%	-5	-2%
50	9	11	70	4	6%	1	2%	6	9%	1	1%
143	5	6	154	5	3%	2	1%	-62	-29%	-6	-3%
539	3	1	543	-48	-8%	-16	-3%	-141	-21%	-13	-2%
521	2	0	523	-46	-8%	-15	-3%	-132	-20%	-12	-2%
18	1	1	20	-2	-9%	-1	-3%	-9	-31%	-1	-3%
12 238	37	68	12 343	49	0%	16	0%	-598	-5%	-55	0%
2 106	0	0	2 106	-30	-1%	-10	0%	-253	-11%	-23	-1%
356	0	0	356	-17	-5%	-6	-2%	-74	-17%	-7	-2%
597	0	0	597	7	1%	2	0%	44	8%	4	1%
37	0	0	37	12	48%	4	16%	-5	-12%	0	-1%
570	0	0	570	-27	-5%	-9	-2%	-193	-25%	-18	-2%
546	0	0	546	-5	-1%	-2	0%	-25	-4%	-2	0%

PARIS			LOCAUX ENQUETE BDCOM				
			Nombre de locaux par année				
			2000	2003	2005	2007	2011
Soins du corps			3 630	3 688	3 797	3 980	4 378
	SA201	Coiffure	2 723	2 636	2 600	2 549	2 555
	SA202	Institut de beauté - Activités thermales et thalasso					
	SA203	Onglerie					
	SA204	Salon de bronzage - Solaire /UV	876	1 009	1 145	1 385	1 778
	SA205	Salon de massage					
	SA206	Bars à sourire					
	SA207	Tatouage - Piercing	31	43	52	46	45
Services liés à l'équipement de la maison			2 936	2 825	2 766	2 603	2 384
	SA301	Encadrement - Vente de tableaux - Posters	207	216	208	206	198
	SA302	Artisanat de l'ameublement (tapissier, ébéniste...)	621	589	558	524	464
	SA303	Travaux généraux du bâtiment (électricité, plomberie, peinture, isolation...)	1 290	1 315	1 310	1 244	1 155
	SA304	Menuiserie - Vitrierie - Miroiterie	212	191	189	161	142
	SA305	Serrurerie	363	325	326	329	329
	SA306	Réparation d'articles électriques ou électroniques	208	153	140	107	68
	SA307	Location de matériel de bricolage et équipement de la maison	35	36	35	32	28
Services culturels et de loisirs			1 037	1 116	1 144	1 136	1 112
	SA401	Vidéo Club (Location de cassettes, DVD)	261	269	263	203	93
	SA513	Cours scolaires/parascolaires (Academia...)					
	SA514	Cours formation professionnelle (langues, informatique...)	384	425	461	505	586
	SA515	Cours activités culturelles et de loisirs (poterie, danse...)					
	SA403	Billetterie - Réservation spectacles	10	14	13	14	15
	SA404	Discothèque et club privé	116	144	153	145	147
	SA405	Salle multisports	68	63	59	63	67
	SA406	Salle de sport spécialisée	46	59	62	84	95
	SA407	Salle ou club de jeux	53	44	40	28	22
	SA408	Cinéma	99	98	93	94	87
Autres services aux particuliers			2 876	2 953	2 888	2 632	2 284
	SA501	Photocopies	335	323	306	267	225
	SA502	Gravure	53	51	52	42	37
	SA503	Reliure et finition	43	45	45	45	42
	SA504	Déménagement / Garde meuble	73	83	81	80	74
	SA505	Agence voyage-tourisme - Compagnies aériennes	1 035	997	993	935	785
	SA506	Agence Pôle emploi	34	36	34	43	42
	SA507	Agence d'intérim	392	433	400	409	338
	SA508	Développement rapide - Vente pellicule photo	373	357	321	182	123
	SA509	Ecole de conduite	260	235	224	217	209
	SA510	Pompes funèbres	134	128	130	130	135
	SA511	Toiletage et équipements pour animaux	90	85	87	82	73
	SA512	Libre service informatique - Cybercafé	26	147	176	141	103
	SA516	Services à la personne (nettoyage, aide personnes âgées...)	28	33	39	59	98

LOCAUX ENQUETE BDCOM

Nombre de locaux par année			Évolution									
2014			2011 - 2014						2003 - 2014			
Surface du local			TOTAL	nombre	%	Évolution annuelle		nombre	%	Évolution annuelle		
moins de 300 m ²	de 300 à 1.000 m ²	1.000 m ² ou plus				nombre	%			nombre	%	
4 553	4	3	4 560	182	4%	61	1%	872	24%	81	2%	
2 606	1	1	2 608	53	2%	18	1%	-28	-1%	-3	0%	
962	3	2	967	107	6%	36	2%	876	87%	81	8%	
277	0	0	277									
59	0	0	59									
575	0	0	575									
7	0	0	7									
67	0	0	67	22	49%	7	16%	24	56%	2	5%	
			2 270	-114	-5%	-38	-2%	-555	-20%	-51	-2%	
			193	-5	-3%	-2	-1%	-23	-11%	-2	-1%	
			446	-18	-4%	-6	-1%	-143	-24%	-13	-2%	
			1 068	-87	-8%	-29	-3%	-247	-19%	-23	-2%	
			140	-2	-1%	-1	0%	-51	-27%	-5	-2%	
			298	-31	-9%	-10	-3%	-27	-8%	-3	-1%	
			81	13	19%	4	6%	-72	-47%	-7	-4%	
			44	16	57%	5	19%	8	22%	1	2%	
			1 282	170	15%	57	5%	166	15%	15	1%	
			34	-59	-63%	-20	-21%	-235	-87%	-22	-8%	
			151	123	21%	41	7%	284	67%	26	6%	
			247									
			311									
			14	-1	-7%	0	-2%	0	0%	0	0%	
			147	0	0%	0	0%	3	2%	0	0%	
			101	34	51%	11	17%	38	60%	4	6%	
			171	76	80%	25	27%	112	190%	10	18%	
			19	-3	-14%	-1	-5%	-25	-57%	-2	-5%	
			87	0	0%	0	0%	-11	-11%	-1	-1%	
			2 125	-159	-7%	-53	-2%	-828	-28%	-77	-3%	
			207	-18	-8%	-6	-3%	-116	-36%	-11	-3%	
			37	0	0%	0	0%	-14	-27%	-1	-3%	
			41	-1	-2%	0	-1%	-4	-9%	0	-1%	
			63	-11	-15%	-4	-5%	-20	-24%	-2	-2%	
			678	-107	-14%	-36	-5%	-319	-32%	-30	-3%	
			21	-21	-50%	-7	-17%	-15	-42%	-1	-4%	
			298	-40	-12%	-13	-4%	-135	-31%	-13	-3%	
			93	-30	-24%	-10	-8%	-264	-74%	-24	-7%	
			229	20	10%	7	3%	-6	-3%	-1	0%	
			133	-2	-1%	-1	0%	5	4%	0	0%	
			75	2	3%	1	1%	-10	-12%	-1	-1%	
			69	-34	-33%	-11	-11%	-78	-53%	-7	-5%	
			181	83	85%	28	28%	148	448%	14	42%	

PARIS			LOCAUX ENQUETE BDCOM				
			Nombre de locaux par année				
			2000	2003	2005	2007	2011
Agences			4 234	4 363	4 571	4 698	4 630
Agences	SB101	Agence immobilière	1 683	1 690	1 776	1 896	1 840
Banques et assurances			2 179	2 092	2 078	2 071	2 074
	SB201	Banque - Caisse d'épargne	1 256	1 246	1 278	1 318	1 300
	SB202	Distributeur automatique de billets (non lié à une banque)	16	16	16	16	17
	SB203	Assurances	707	649	628	596	589
	SB204	Bureau de change	200	181	156	141	168
	SB205	Achat - Vente d'or					
Poste et Télécommunications			372	581	717	731	716
	SB301	Bureau de poste	193	193	190	187	191
	SB302	Courses et courrier express	59	54	54	59	42
	SB303	Télécommunication en boutique	120	334	473	485	483
Auto-Moto			1 215	1 159	1 105	1 081	1 018
Vente et exposition			467	458	451	450	443
	CG101	Concessionnaire automobiles	205	200	192	161	148
	CG102	Concessionnaire Auto + Essence	6	5	5	10	5
	CG103	Concessionnaire Auto + Garage	100	99	96	92	78
	CG104	Concessionnaire Auto + Essence + Garage	16	15	15	12	15
	CG105	Concessionnaire motos	84	87	86	108	123
	CG106	Concession + Réparation de motos	56	52	57	67	74
Réparation et Entretien			608	559	517	480	419
	CG201	Garage	291	251	233	214	183
	CG202	Garage + Vente essence	44	42	40	35	26
	CG203	Vente équipements automobiles	92	91	73	69	64
	CG204	Réparation de motos	22	22	26	35	43
	CG205	Station service	128	122	115	105	81
	CG206	Contrôle technique automobile	31	31	30	22	22
Location	CG301	Location de véhicules automobiles	140	142	137	151	156
Cafés et Restaurants			12 818	12 676	12 872	13 079	13 348
Restauration traditionnelle			5 195	5 125	5 249	5 362	5 484
	CH101	Restaurant traditionnel français		2 012	1 963	1 900	1 875
	CH102	Restaurant antillais		48	39	39	31
	CH103	Restaurant asiatique		1 162	1 243	1 308	1 525
	CH104	Restaurant maghrébin		258	267	249	225
	CH105	Restaurant africain	5 195	131	133	132	124
	CH106	Restaurant européen		981	1 023	1 112	1 127
	CH107	Restaurant central et sud américain		75	76	81	81
	CH108	Restaurant indien, pakistanais et Moyen Orient		389	422	459	412
	CH109	Autre restaurant du monde		69	83	82	84
Brasserie et Restauration continue			3 249	3 284	3 262	3 278	3 175
	CH201	Brasserie - Restauration continue sans tabac		3 061	3 019	3 012	2 918
	CH202	Brasserie - Restauration continue avec tabac	3 249	223	243	266	257
Restauration rapide			2 100	2 073	2 146	2 260	2 656
	CH301	Cafétéria	13	15	17	13	13
	CH302	Restauration rapide debout	995	867	823	768	755
	CH303	Restauration rapide assise	1 092	1 191	1 306	1 479	1 888

LOCAUX ENQUETE BDCOM

Nombre de locaux par année			Évolution								
2014			2011 - 2014				2003 - 2014				
Surface du local			TOTAL	nombre	%	Évolution annuelle		nombre	%	Évolution annuelle	
moins de 300 m ²	de 300 à 1.000 m ²	1.000 m ² ou plus				nombre	%			nombre	%
			4 553	-77	-2%	-26	-1%	190	4%	18	0%
			1 840	0	0%	0	0%	150	9%	14	1%
			2 120	46	2%	15	1%	28	1%	3	0%
			1 264	-36	-3%	-12	-1%	18	1%	2	0%
			32	15	88%	5	29%	16	100%	1	9%
			573	-16	-3%	-5	-1%	-76	-12%	-7	-1%
			152	83	49%	28	16%	70	39%	6	4%
			99								
			593	-123	-17%	-41	-6%	12	2%	1	0%
			192	1	1%	0	0%	-1	-1%	0	0%
			43	1	2%	0	1%	-11	-20%	-1	-2%
			358	-125	-26%	-42	-9%	24	7%	2	1%
			933	-85	-8%	-28	-3%	-226	-19%	-21	-2%
			417	-26	-6%	-9	-2%	-41	-9%	-4	-1%
			138	-10	-7%	-3	-2%	-62	-31%	-6	-3%
			3	-2	-40%	-1	-13%	-2	-40%	0	-4%
			68	-10	-13%	-3	-4%	-31	-31%	-3	-3%
			10	-5	-33%	-2	-11%	-5	-33%	0	-3%
			123	0	0%	0	0%	36	41%	3	4%
			75	1	1%	0	0%	23	44%	2	4%
			370	-49	-12%	-16	-4%	-189	-34%	-18	-3%
			163	-20	-11%	-7	-4%	-88	-35%	-8	-3%
			20	-6	-23%	-2	-8%	-22	-52%	-2	-5%
			56	-8	-13%	-3	-4%	-35	-38%	-3	-4%
			42	-1	-2%	0	-1%	20	91%	2	8%
			69	-12	-15%	-4	-5%	-53	-43%	-5	-4%
			20	-2	-9%	-1	-3%	-11	-35%	-1	-3%
			146	-10	-6%	-3	-2%	4	3%	0	0%
			13 822	474	4%	158	1%	1146	9%	106	1%
			5 738	254	5%	85	2%	613	12%	57	1%
			1 947	72	4%	24	1%	-65	-3%	-6	0%
			27	-4	-13%	-1	-4%	-21	-44%	-2	-4%
			1 643	118	8%	39	3%	481	41%	45	4%
			207	-18	-8%	-6	-3%	-51	-20%	-5	-2%
			138	14	11%	5	4%	7	5%	1	0%
			1 178	51	5%	17	2%	197	20%	18	2%
			97	16	20%	5	7%	22	29%	2	3%
			394	-18	-4%	-6	-1%	5	1%	0	0%
			107	23	27%	8	9%	38	55%	4	5%
			3 070	-105	-3%	-35	-1%	-214	-7%	-20	-1%
			2 811	-107	-4%	-36	-1%	-250	-8%	-23	-1%
			259	2	1%	1	0%	36	16%	3	1%
			2 919	263	10%	88	3%	846	41%	78	4%
			12	-1	-8%	0	-3%	-3	-20%	0	-2%
			829	74	10%	25	3%	-38	-4%	-4	0%
			2 078	190	10%	63	3%	887	74%	82	7%

PARIS			LOCAUX ENQUETE BDCOM				
			Nombre de locaux par année				
			2000	2003	2005	2007	2011
Bar - Café - Débit de boissons			2 107	2 008	2 043	2 007	1 858
	CH401	Salon de thé	197	243	284	295	264
	CH402	Café - Tabac	413	362	354	319	301
	CH403	Bar ou Café sans tabac	1 497	1 403	1 405	1 393	1 293
Autre restauration			167	186	172	172	175
	CH501	Cabaret - Diner-Spectacle	64	66	61	53	47
	CH502	Livraison à domicile plats alimentaires	103	120	111	119	128
Hôtels et Auberges de jeunesse			2 073	2 003	1 990	1 947	1 890
Hôtels de Tourisme			1 670	1 623	1 635	1 619	1 615
	CI101	Hôtel de tourisme sans étoile	1 670	153	164	157	163
	CI102	Hôtel de tourisme avec 1 étoile		144	134	128	111
	CI103	Hôtel de tourisme avec 2 étoiles		585	578	557	526
	CI104	Hôtel de tourisme avec 3 étoiles		597	598	599	605
	CI105	Hôtel de tourisme avec 4 étoiles		132	149	163	189
	CI106	Hôtel de tourisme avec 5 étoiles		12	12	15	21
	CI107	Hôtel de tourisme - Palace		0	0	0	0
	CI108	Location d'appartements (Appart Hotel, Citadines...)		0	0	0	0
Hôtels de Préfecture	CI201	Hôtel de préfecture	395	371	345	317	263
Auberges de jeunesse	CI301	Auberge de jeunesse	8	9	10	11	12
Autres locaux en rez-de-chaussée			20 459	23 812	23 124	22 920	22 832
Locaux vacants			8 394	9 713	8 671	8 036	8 131
	AA101	Locaux Vacants	8 394	9 713	8 671	8 036	8 131
	AA102	Locaux en travaux					
Commerces de gros			3 283	3 413	3 306	3 069	2 614
	AB101	Commerce de gros alimentaire	32	39	48	41	45
	AB102	Commerce de gros fabrication textile	343	357	342	285	235
	AB103	Commerce de gros fabrication habillement	1 863	1 963	1 914	1 821	1 558
	AB104	Commerce de gros maroquinerie et chaussures	261	267	259	236	214
	AB105	Commerce de gros bijouterie	162	215	216	223	196
	AB106	Autre commerce de gros	622	572	527	463	366
Services aux entreprises			696	648	620	589	534
	AC101	Imprimerie	388	316	284	253	214
	AC102	Services annexes aux entreprises	148	199	217	238	240
	AC103	Studio de reportages photographiques	160	133	119	98	80
Médical			1 141	1 228	1 308	1 407	1 499
	AD101	Cabinet médical	232	265	291	295	348
	AD102	Centre de radiologie	53	61	63	67	67
	AD103	Cabinet dentaire	75	91	103	116	132
	AD104	Cabinet de kinésithérapeute	243	259	265	279	274
	AD105	Cabinet d'infirmière	89	82	86	92	103
	AD106	Autre activité d'auxiliaire médical - Orthophoniste	162	177	198	233	231
	AD107	Ambulances	45	47	60	75	85
	AD108	Laboratoire d'analyses médicales	148	148	147	147	153
	AD109	Vétérinaire	94	98	95	103	106

LOCAUX ENQUETE BDCOM

Nombre de locaux par année			Évolution								
2014			2011 - 2014				2003 - 2014				
Surface du local			TOTAL	nombre	%	Évolution annuelle		nombre	%	Évolution annuelle	
moins de 300 m ²	de 300 à 1.000 m ²	1.000 m ² ou plus				nombre	%			nombre	%
			1 916	58	3%	19	1%	-92	-5%	-9	0%
			257	-7	-3%	-2	-1%	14	6%	1	1%
			282	-19	-6%	-6	-2%	-80	-22%	-7	-2%
			1 377	84	6%	28	2%	-26	-2%	-2	0%
			179	4	2%	1	1%	-7	-4%	-1	0%
			44	-3	-6%	-1	-2%	-22	-33%	-2	-3%
			135	7	5%	2	2%	15	13%	1	1%
			1 870	-20	-1%	-7	0%	-133	-7%	-12	-1%
			1 636	21	1%	7	0%	13	1%	1	0%
			154	-9	-6%	-3	-2%	1	1%	0	0%
			90	-21	-19%	-7	-6%	-54	-38%	-5	-3%
			349	-177	-34%	-59	-11%	-236	-40%	-22	-4%
			698	93	15%	31	5%	101	17%	9	2%
			288	99	52%	33	17%	156	118%	14	11%
			32	11	52%	4	17%	20	167%	2	15%
			7	7		2		7		1	
			18	18		6		18		2	
			221	-42	-16%	-14	-5%	-150	-40%	-14	-4%
			13	1	8%	0	3%	4	44%	0	4%
			21 728	-1 104	-5%	-368	-2%	-2084	-9%	-193	-1%
			7 659	-472	-6%	-157	-2%	-2054	-21%	-190	-2%
			6 721	-472	-6%	-157	-2%	-2 054	-21%	-190	-2%
			938								
			2 002	-612	-23%	-204	-8%	-1411	-41%	-131	-4%
			40	-5	-11%	-2	-4%	1	3%	0	0%
			182	-53	-23%	-18	-8%	-175	-49%	-16	-5%
			1 153	-405	-26%	-135	-9%	-810	-41%	-75	-4%
			181	-33	-15%	-11	-5%	-86	-32%	-8	-3%
			170	-26	-13%	-9	-4%	-45	-21%	-4	-2%
			276	-90	-25%	-30	-8%	-296	-52%	-27	-5%
			537	3	1%	1	0%	-111	-17%	-10	-2%
			191	-23	-11%	-8	-4%	-125	-40%	-12	-4%
			260	20	8%	7	3%	61	31%	6	3%
			86	6	8%	2	3%	-47	-35%	-4	-3%
			1 763	264	18%	88	6%	535	44%	50	4%
			414	66	19%	22	6%	149	56%	14	5%
			71	4	6%	1	2%	10	16%	1	2%
			150	18	14%	6	5%	59	65%	5	6%
			299	25	9%	8	3%	40	15%	4	1%
			118	15	15%	5	5%	36	44%	3	4%
			355	124	54%	41	18%	178	101%	16	9%
			89	4	5%	1	2%	42	89%	4	8%
			162	9	6%	3	2%	14	9%	1	1%
			105	-1	-1%	0	0%	7	7%	1	1%

PARIS			LOCAUX ENQUETE BDCOM				
			Nombre de locaux par année				
			2000	2003	2005	2007	2011
Spectacles			176	188	193	198	212
	AE101	Théâtre	123	128	130	134	148
	AE102	Salle de concert	17	20	22	23	25
	AE103	Autre lieu de spectacle	36	40	41	41	39
Autres locaux en boutique			6 769	8 622	9 026	9 621	9 842
	AF101	Atelier en boutique	221	412	515	657	788
	AF103	Équipement en boutique	109	154	182	244	346
	AF104	Stockage en boutique	136	340	450	654	673
	AF102	Bureau en boutique	6 303	7 716	7 879	8 066	8 035
TOTAL LOCAUX EN REZ-DE-CHAUSSEE			83 684	86 537	86 054	85 407	84 476

LOCAUX ENQUETE BDCOM

Nombre de locaux par année			Évolution								
2014			2011 - 2014				2003 - 2014				
Surface du local			TOTAL	nombre	%	Évolution annuelle		nombre	%	Évolution annuelle	
moins de 300 m ²	de 300 à 1.000 m ²	1.000 m ² ou plus				nombre	%			nombre	%
			221	9	4%	3	1%	33	18%	3	2%
			151	3	2%	1	1%	23	18%	2	2%
			27	2	8%	1	3%	7	35%	1	3%
			43	4	10%	1	3%	3	8%	0	1%
			9 546	-296	-3%	-99	-1%	924	11%	86	1%
			953	165	21%	55	7%	541	131%	50	12%
			416	70	20%	23	7%	262	170%	24	16%
			744	71	11%	24	4%	404	119%	37	11%
			7 433	-602	-7%	-201	-2%	-283	-4%	-26	0%
			83 842	-634	-1%	-211	0%	-2695	-3%	-250	0%

L'évolution des commerces à Paris

Inventaire des commerces 2014 et évolutions 2011-2014

Un nouveau recensement des commerces parisiens a été réalisé en avril 2014, à l'initiative de la Ville de Paris, de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et de l'APUR. Plus de 62 000 commerces et services commerciaux ont été dénombrés, ce qui traduit une forte densité commerciale, notamment par rapport aux centres-villes des grandes villes de province ou par rapport au centre de Londres.

Ce recensement met en lumière les évolutions du tissu commercial depuis avril 2011, date de la précédente enquête. On relève une légère hausse du nombre de commerces (+ 0,3 % par an) qui marque une inversion de tendance par rapport aux enquêtes précédentes. Les activités liées à la santé et aux soins à la personne voient le nombre de leurs établissements augmenter, notamment les opticiens. C'est également le cas de la restauration rapide. Les supérettes alimentaires continuent leur progression. Le commerce de gros, localisé dans certains quartiers du centre et de l'est de Paris, voit diminuer le nombre de ses magasins, y compris dans le quartier de Sedaine Popincourt où il augmentait jusqu'alors. Des baisses du nombre de commerces sont constatées aussi dans les secteurs de l'ameublement et de l'équipement de la maison et pour certains commerces liés à la culture et aux loisirs. Enfin, la vacance des locaux implantés en rez-de-chaussée est en diminution de 2011 à 2014. Leur proportion est de 9,1 %.