

## ASSURER LA DIVERSITÉ DU COMMERCE

### Les nouvelles règles du Plan local d'urbanisme de Paris

**Dynamiser  
le commerce  
parisien**

**Moderniser  
les commerces  
de proximité**

**Développer  
la diversité  
de l'offre**

**Affirmer  
le rayonnement  
commercial  
de la capitale.**

L'évolution des comportements d'achat, la multiplication aux portes de Paris des grandes surfaces commerciales, l'augmentation du prix des terrains et des baux... ont induit ces dernières décennies d'importantes mutations dans la structure commerciale des quartiers.

Cette évolution suscite la crainte chez les Parisiens de voir disparaître les commerces traditionnels, notamment alimentaires, ce qui les priverait d'offre diversifiée. Plus localisé, le développement du commerce de gros - du textile en particulier - comme rue des Gravilliers ou rue Sedaine est également fortement stigmatisé par les habitants.

Ainsi, malgré une offre commerciale de près de 80 000 locaux, qui reste considérable et environ 3 000 emplacements dans les marchés découverts, Paris met en place des outils réglementaires pour protéger des espaces permettant le maintien d'une offre commerciale diversifiée.

La révision du Plan local d'urbanisme offre cette faculté.

**De nouvelles règles pour protéger et maintenir le commerce le long des principaux axes commerciaux de Paris**

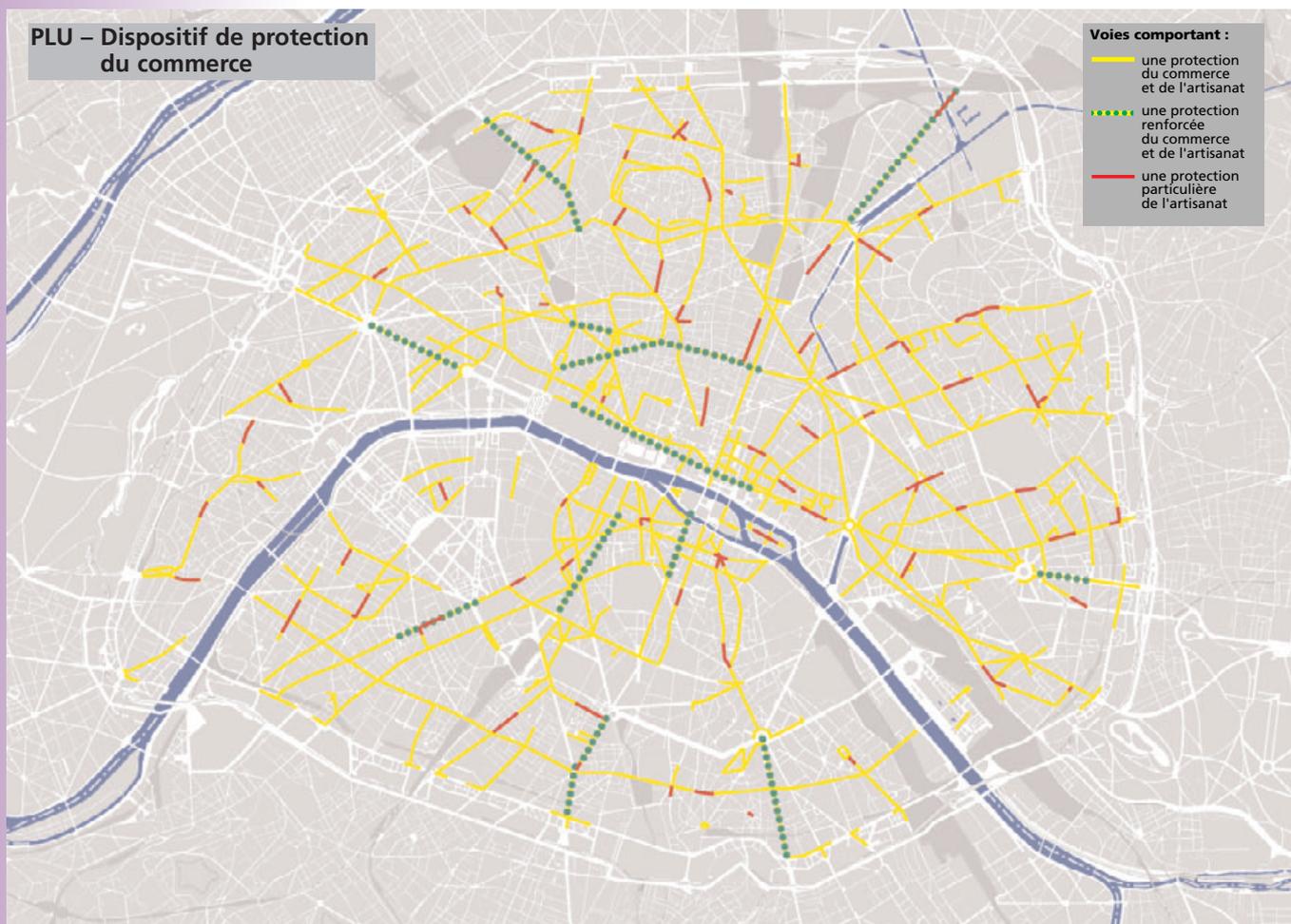
Dans l'ancien Plan d'occupation des sols le commerce ne bénéficiait pas de dispositif spécifique de protection, puisque la fonction était incluse à l'intérieur de la destination globale « activités », seuls étaient nettement identifiés les « Grands magasins » qui bénéficiaient d'un Coefficient d'occupation des sols de 3.

Le nouveau règlement prévoit dorénavant que « le long des axes figurant sur une carte annexée, le changement de destination des locaux commerciaux ou artisanaux situés à rez-de-chaussée en bordure de voie devient interdit. En cas de mutation, les nouveaux locaux ne pourront être rattachés qu'aux destinations commerce, artisanat ou « constructions et installations nécessaires aux services publics ou



Apur

## PLU – Dispositif de protection du commerce



**Voies comportant :**

- une protection du commerce et de l'artisanat
- une protection renforcée du commerce et de l'artisanat
- une protection particulière de l'artisanat

Apur – Juin 2004

### Les mesures de protection en chiffres :

- Plus d' 1 commerce de détail sur 2,
- 57% du commerce alimentaire,
- 65 % de la distribution de l'habillement, de la chaussure et de la bijouterie,
- près d' 1 commerce sur 2 lié à l'équipement de la maison, à la culture, à la santé-beauté, au bricolage,
- 41% des cafés et restaurants parisiens.

PLU : AXES COMMERCIAUX PROTEGES			
IMPORTANCE DU PARC COMMERCIAL CONCERNE			
OCCUPATION DES BOUTIQUES	Voies retenues dans le dispositif		Total Paris
	Total	%	
Commerces de détail	16 403	55%	29 931
commerces alimentaires	3 934	57%	6 888
commerces non alimentaires	12 469	54%	23 043
Cafés - restaurants	5 113	41%	12 452
Services commerciaux	6 812	40%	17 186
Autres activités en boutiques	1899	16%	11 716
<b>TOTAL DES LOCAUX</b>	<b>30 227</b>	<b>42%</b>	<b>71 285</b>
AUTRES ACTIVITES SUR VOIE			
Spectacles	114	47%	244
Hôtels	688	35%	1 959

Source : Banque de Données sur le Commerce, enquêtes 2003

d'intérêt collectif ». Ainsi, les rez-de-chaussée commerciaux en bordure des voies protégées resteront des commerces et ne pourront plus être transformés en habitation ou en bureaux. En dehors de ces axes, le règlement laisse toute latitude pour le développement de nouveaux commerces s'inscrivant dans une logique de marché.

En protégeant la fonction commerciale par le biais de ce dispositif, la Ville se donne ainsi les moyens de maîtriser les évolutions et de renforcer la vocation commerciale à la fois de ces axes, mais aussi de leur environnement. Il est ainsi escompté que par effet « boule de neige », la vitalité des axes protégés permette d'innover les voies adjacentes.

## 230 km d'axes commerciaux protégés, soit près de la moitié des commerces parisiens, la méthode retenue :

Les axes et pôles commerciaux les plus significatifs en raison de leur diversité commerciale et de leur rayonnement ont été identifiés à partir d'enquêtes sur la vie des quartiers réalisés lors de la phase de diagnostic du P L U et d'une série de cartes thématiques issues du recensement des activités commerciales entrepris en 2003. Parmi les 400 rues signalées on retrouve des grands axes commerciaux de Paris comme les Champs-Élysées, le boulevard Haussmann, la rue Saint-Honoré, la rue Rivoli ou l'avenue Montaigne ; des axes à large rayonnement, comme l'avenue d'Italie, l'avenue des Ternes ou l'avenue du Général Leclerc ; des pôles alimentaires structurants à enracinement local comme la rue Montorgueil, la rue Daguerre ou la rue du Commerce.

Cet ensemble constitue un réseau de plus de 230 km de rues, qui représente 16 % de la voirie parisienne. Là sont concentrés 30 000 locaux commerciaux ou de services, soit 42 % du parc parisien. On note surtout, qu'avec 57 % des commerces alimentaires et 54 % non alimentaires, soit plus d'un commerce de détail sur deux et 41 % des cafés et restaurants parisiens, les activités concernées par les mesures de protection sont emblématiques des fonctions prioritaires que la Ville veut maintenir.

Ce dispositif de protection est renforcé le long de certains grands axes commerciaux majeurs à

rayonnement régional ou international ou commercialement déstructurés (avenue des Champs-Élysées, Grands Boulevards, avenue d'Italie, avenue de Clichy...). Une règle impose pour ces axes, la création de rez-de-chaussée commerciaux dans tout nouveau programme de construction ou de rénovation.

### Le commerce parisien en 2003 c'est 80 000 locaux commerciaux

#### ● 30 000 commerces de détail

- 6 900 commerces alimentaires complétés par près de 3 000 étals alimentaires sur marchés découverts
- 8 000 boutiques liées à l'équipement de la personne
- 6 200 boutiques liées à la culture, aux loisirs, à la vie pratique
- 5 400 boutiques liées à l'équipement de la maison, au jardinage et au bricolage
- 2 300 boutiques liées à la santé et à la beauté
- 1 200 locaux commerciaux ou garages liés à l'auto et à la moto

#### ● 12 500 cafés et restaurants

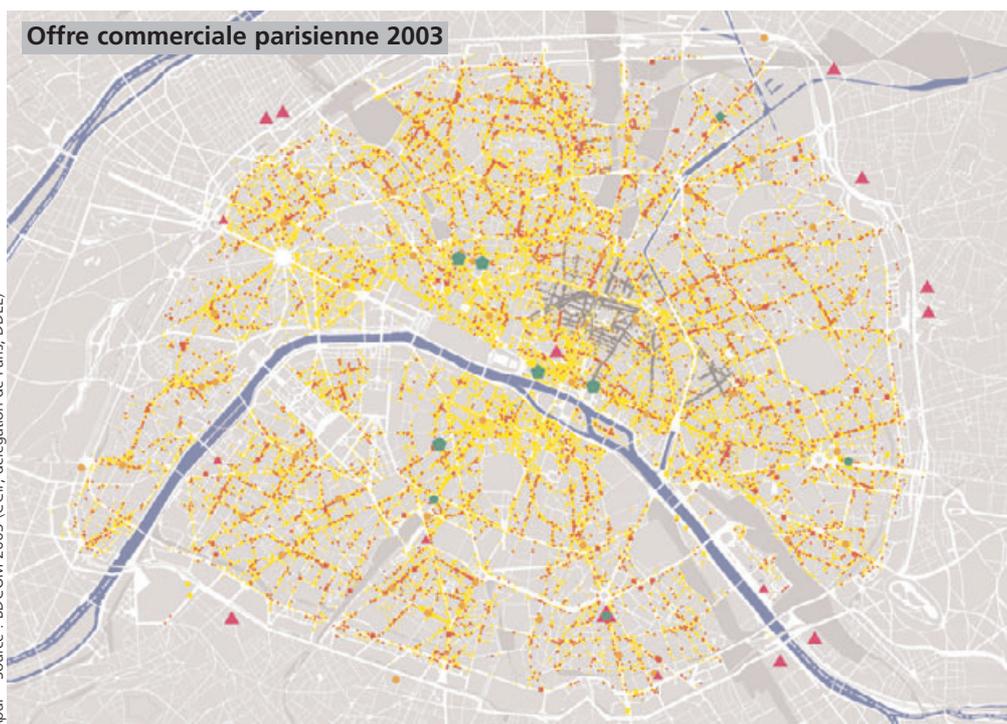
#### ● 17 000 services commerciaux et petit artisanat de la maison

#### ● 3 300 commerces de gros ou de fabrication

#### ● 9 000 locaux vacants

Par ailleurs près de 8 500 autres activités non commerciales sont exercées en boutiques

### Offre commerciale parisienne 2003



- ▲ Centre commercial
- ◆ Grand magasin
- Magasin populaire, hypermarché
- Alimentaire
- Non alimentaire (commerce de détail (café, restaurant, service))
- Commerce de gros

## Une mesure particulière pour le maintien de l'artisanat alimentaire :

Un dispositif particulier est par ailleurs proposé pour enrayer la disparition des artisans alimentaires les plus menacés, comme les boucheries, les poissonneries ou les fromageries. À l'intérieur du réseau de 230 km, ces artisans localisés dans les principaux pôles commerciaux feront l'objet d'une mesure de protection spécifique : « le long de ces axes, le changement de destination des locaux artisanaux situés à rez-de-chaussée en bordure de voie sera interdit ». Le dispositif concernera à la fois les locaux commerciaux où sont exercées des activités traditionnelles de fabrication artisanale, mais également tous les locaux commerciaux où les produits alimentaires sont préparés, conditionnés et vendus sur place.

Autrement dit une boucherie ne pourra pas se transformer en magasin de vêtements. Toutefois, en vertu de la liberté du commerce, une boucherie ne restera pas forcément boucherie, elle pourra être remplacée par un autre artisan, comme un fromager ou un pâtissier, mais également le cas échéant par un tapissier ou même un retoucheur de vêtement. Cette mesure particulière devrait concerner une vingtaine de kilomètres de voies et environ 800 commerces artisanaux de bouche, soit 20 % de l'artisanat alimentaire parisien et plus du tiers de l'artisanat alimentaire implanté sur les axes commerciaux protégés. Ces rues commerçantes sont parmi les plus connues de Paris, ce sont les rues

Cler, Mouffetard, Lepic, Montorgueil, Avron... Ainsi l'ensemble de ces modes d'intervention mis en œuvre par la Ville de Paris devrait contribuer fortement au maintien des commerces dans les quartiers.

De leur côté les commerces devront évidemment soutenir leur effort de modernisation et d'amélioration de leurs équipements. Ainsi la vocation commerciale de Paris se maintiendra avec tout son rayonnement.

### Des dispositions très restrictives en matière d'entreposage pour contenir le développement du commerce de gros.

Le règlement du PLU interdit désormais la fonction d'entrepôts dans les immeubles d'habitation. Par ailleurs, pour bénéficier de la destination « commerce », les locaux concernés ne doivent pas comporter plus du tiers de leur surface destinée à l'entreposage.

Cette mesure doit permettre de mettre un frein au développement des boutiques de vente en gros installées dans les rez-de-chaussée des immeubles d'habitation.

### À côté du PLU d'autres moyens d'action directement opérationnels.

Pour freiner l'extension des commerces de gros et préserver la diversité commerciale de proximité, la Ville a signé en décembre 2003 une convention publique d'aménagement et de développement économique avec une société d'économie mixte, la SEMAEST, dans six quartiers de la capitale : Sedaine-Popincourt, Beaubourg-Temple, Saint-Denis, Daumesnil-Mongallet, Bas Belleville et Fontaine-au-Roi. Avec de larges moyens financiers (48 millions d'euros) et juridiques (droit de préemption) la SEMAEST devra mener à l'intérieur de ces six quartiers une politique de

dynamisation et de restauration de la diversité commerciale et disposera d'une large palette d'interventions : mise en place de vigies commerciales, missions d'informations, bourse des locaux vacants... jusqu'à la prise à bail, la gestion, l'acquisition, la valorisation des locaux acquis ou loués, le choix des activités à implanter... Le plan porte sur un programme de 15000 m<sup>2</sup> de locaux d'activité sur trois ans. À terme, la cession de tous les locaux directement pris en charge devrait traduire le bon achèvement de ces interventions.

L'APUR est une association entre la Ville de Paris, l'État, la Région Ile-de-France, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et la Caisse d'Allocations Familiales de Paris, la Régie Autonome des Transports Parisiens, régie par la loi de 1901. Président du conseil d'administration : Jean-Pierre Caffet, adjoint au Maire de Paris chargé de l'urbanisme et de l'architecture.

Directeur de la publication : Jean-Baptiste Vaquin. Étude, rédaction et conception : Jean-Baptiste Vaquin, Michel Cougouliègne, Laura Wodka, Christine Delahaye, Anne Servais et Pascale Roynard avec le concours de la Direction du Développement Économique et de l'Emploi, de la Direction de l'Urbanisme et de la SEMAEST. Contact et vente : APUR/Communication/Service diffusion. 17, boulevard Morland 75004 Paris. Téléphone : 01 42 71 28 14. Prix : 2 €