



# Suivi des mutations commerciales sur 43 voies commerçantes (2005-2009)

## Rapport 2009 sur les rues commerçantes





# SOMMAIRE

<b>Introduction.....</b>	<b>3</b>
<b>I. Une armature commerciale tournée vers l'alimentaire et l'équipement de la personne sur les voies commerçantes.....</b>	<b>5</b>
1. Les voies à dominante alimentaire .....	7
2. Les voies à très forte attractivité .....	7
3. Les voies à attractivité inter arrondissements.....	8
4. Les voies à attractivité de quartier.....	9
<b>II. Les évolutions observées entre juin 2008 et juin 2009 par catégories de voies .....</b>	<b>10</b>
1. Baisse de la vacance et des boutiques d'équipement de la maison au bénéfice des commerces alimentaires de proximité.....	12
2. Une importante baisse des boutiques de mode et de la restauration pendant que la vacance se développe .....	13
3. Une augmentation des services commerciaux, des magasins de mode et une disparition des locaux inoccupés .....	13
4. Augmentation des services commerciaux, des agences, de la vacance et diminution des magasins culturels et de loisirs, des boutiques de décoration de la maison.....	14
<b>III. Le poids des réseaux commerciaux.....</b>	<b>15</b>
1. La part des réseaux commerciaux sur les 43 rues en 2009.....	15
2. L'évolution des réseaux commerciaux entre 2007 et 2009 .....	16
3. Les voies où le commerce en réseau est le plus « concentré » .....	16
<b>IV. Annexes .....</b>	<b>18</b>
1. Nombre de commerces par voies et secteurs d'activités.....	18
2. Évolutions entre juin 2008 et juin 2009 par catégories de voies .....	19
3. Nombre de commerces et services commerciaux par voies rattachés à un réseau, juin 2009.....	20
4. Calcul du taux de rotation 2008-2009 de l'activité commerciale .....	21
<b>V. Liste des fiches synthétiques des 43 rues commerçantes par arrondissements .....</b>	<b>22</b>
(Fiches uniquement disponibles sur CD-Rom)	

Directeur de la publication : Francis Rol-Tanguy. Directrice de la rédaction : Dominique Alba.  
Étude réalisée par Bruno Bouvier sous la direction de Audry Jean-Marie. Traitements statistiques et CD-Rom : Gustavo Vela. Cartographie : Anne Servais. Maquette : Apur.



## INTRODUCTION

### **Suivi des mutations commerciales sur 43 voies commerçantes**

#### **Situation en 2009 et évolutions 2008 – 2009**

La convention BDCOM 2007-2009 signée entre la Direction du Développement Economique et de l'Emploi de la Ville de Paris, la Délégation de Paris de la Chambre de Commerce et d'Industrie et l'Apur arrive à son terme et le présent rapport est donc le dernier inscrit dans le cadre de cette convention. Comme les années précédentes, il traduit les mutations commerciales observées au cours de l'année écoulée et propose un regard sur la situation actuelle du commerce sur un ensemble de voies retenues pour leur représentativité.

L'enquête 2009 est une année charnière particulièrement intéressante à analyser car elle est au cœur de la crise économique mondiale qui a débuté au second semestre 2008 et dont les impacts sur l'activité commerciale risquent d'être perceptibles au niveau local. Il est intéressant d'apprécier les évolutions en cours sur l'armature commerciale parisienne et de voir dans quelle mesure cette crise économique actuelle provoque un changement sur la structure commerciale.

Des questions liées à cette situation économique fragile émergent : la soudaineté de la crise engendre-t-elle une modification déjà perceptible de la structure commerciale des voies enquêtées ? Certains types de commerces sont-ils plus touchés par la crise que d'autres ? L'appartenance à un réseau commercial a-t-elle une influence sur le devenir des magasins ? Autant de questions auxquelles nous essaierons de répondre au cours de ce rapport en gardant bien à l'esprit que la crise économique est encore d'actualité au moment de sa rédaction.

Pour la troisième année consécutive, ce sont 43 voies commerçantes implantées dans les différents arrondissements parisiens qui ont fait l'objet d'enquêtes de terrain très fines avec comme objectif prioritaire de donner le pouls de l'armature commerciale de ces voies.

Les enquêtes sont toujours réalisées au rythme d'une par an sur des voies commerçantes dont les caractéristiques sont assez variables, tantôt des artères où le commerce alimentaire est prépondérant, d'autres voies dont la spécificité est leur très fort potentiel touristique ou bien encore des rues pour lesquelles la clientèle de proximité est la principale cible.

Un suivi régulier de l'activité commerciale de ces voies commerçantes est une opportunité pour les pouvoirs publics de mieux appréhender les évolutions en cours sur le tissu commercial parisien et permet d'anticiper les politiques à mettre en œuvre pour que cette activité évolue de façon harmonieuse avec les évolutions urbaines et la population des différents quartiers de la capitale.

L'armature commerciale des principales voies commerçantes de Paris est décrite de façon détaillée au sein du présent rapport dont la priorité est d'analyser les mutations récentes observées sur les 43 voies qui forment le panel.

La totalité des 43 voies commerçantes enquêtées en juin 2009 représente légèrement plus de 9.100 locaux potentiellement commerciaux en rez-de-chaussée sur rue. Ces derniers sont occupés, le plus souvent, par des activités ou services commerciaux mais quelques fois aussi par d'autres activités non commerciales comme des bureaux, des ateliers, des cinémas ou encore des lieux de stockage. Un certain pourcentage de ces locaux reste également inoccupé de façon temporaire dans le meilleur des cas.

## Un maillage homogène pour l'enquête sur les voies commerçantes



La typologie retenue pour présenter les 43 voies commerçantes parisiennes est la même que celle utilisée lors du rapport précédent. L'attractivité plus ou moins forte de ces artères est ainsi la principale caractéristique utilisée pour présenter les principales évolutions recensées entre juin 2008 et juin 2009. Elle est complétée par l'importance plus ou moins grande des magasins alimentaires installés sur l'ensemble de ces voies commerçantes.

Ainsi, quatre types de voies peuvent être distingués parmi celles étudiées :

- **Des voies à dominante alimentaire** : rue Montorgueil (1<sup>er</sup>-2<sup>e</sup>), rue de Bretagne (3<sup>e</sup>), rue Mouffetard (5<sup>e</sup>), rue Cler (7<sup>e</sup>), rue Cadet (9<sup>e</sup>), rue du Faubourg Saint-Denis (10<sup>e</sup>), rue d'Aligre (12<sup>e</sup>), rue du Rendez-Vous (12<sup>e</sup>), rue Daguerre (14<sup>e</sup>), rue Raymond Losserand (14<sup>e</sup>), rue de Lévis (17<sup>e</sup>), rue du Poteau (18<sup>e</sup>), rue de Belleville (19<sup>e</sup>-20<sup>e</sup>) et rue d'Avron (20<sup>e</sup>).
- **Des voies à très forte attractivité** : rue de Rivoli (1<sup>er</sup>-4<sup>e</sup>), boulevard Saint-Michel (5<sup>e</sup>-6<sup>e</sup>), rue de Rennes (6<sup>e</sup>) et avenue des Champs-Élysées (8<sup>e</sup>).
- **Des voies à attractivité inter arrondissements** : rue des Rosiers (4<sup>e</sup>), boulevard de Magenta (10<sup>e</sup>), rue Oberkampf (11<sup>e</sup>), rue de la Roquette (11<sup>e</sup>), rue de Tolbiac (13<sup>e</sup>), avenue du Général Leclerc (14<sup>e</sup>), rue du Commerce (15<sup>e</sup>), rue de Passy (16<sup>e</sup>), avenue de Saint-Ouen (17<sup>e</sup>-18<sup>e</sup>) et avenue de Clichy (17<sup>e</sup>-18<sup>e</sup>).
- **Des voies à attractivité de quartier** : rue du Quatre Septembre (2<sup>e</sup>), rue Réaumur (2<sup>e</sup>-3<sup>e</sup>), rue Monge (5<sup>e</sup>), rue Vignon (8<sup>e</sup>-9<sup>e</sup>), rue du Faubourg Poissonnière (9<sup>e</sup>-10<sup>e</sup>), rue La Fayette (9<sup>e</sup>-10<sup>e</sup>), rue du Faubourg Saint-Martin (10<sup>e</sup>), rue du Faubourg du Temple (10<sup>e</sup>-11<sup>e</sup>), rue Saint-Charles (15<sup>e</sup>), avenue de Versailles (16<sup>e</sup>), rue de La Jonquière (17<sup>e</sup>), rue Marx Dormoy (18<sup>e</sup>), rue Ordener (18<sup>e</sup>), avenue Secrétan (19<sup>e</sup>) et rue des Pyrénées (20<sup>e</sup>).

## I. UNE ARMATURE COMMERCIALE TOURNÉE VERS L'ALIMENTAIRE ET L'ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE SUR LES VOIES COMMERCANTES

Les activités exercées en rez-de-chaussée sont très variées au sein du tissu parisien. Tantôt réservés à une activité commerciale ou de services, les locaux sont également occupés par d'autres types d'activités comme les bureaux, les ateliers ou encore les professions médicales. Ce sont ces grandes catégories que l'on retrouve dans le tableau ci-dessous.

LOCAUX EN REZ DE CHAUSSEE	43 voies commerçantes (2009)		Paris (BDCom 2007)	
	Nombre de locaux	% par rapport au nombre total de locaux	Nombre de locaux	% par rapport au nombre total de locaux
<b>Commerces et services</b>	<b>7 983</b>	<b>87,6%</b>	<b>61 777</b>	<b>73,5%</b>
Alimentaire	1 314	14,4%	6 955	8,3%
Habillement	1 642	18,0%	8 386	10,0%
Santé - Beauté	439	4,8%	2 398	2,9%
Maison	355	3,9%	4 011	4,8%
Culture - Loisirs	649	7,1%	6 052	7,2%
Bricolage	133	1,5%	1 029	1,2%
Services - Agences	1 778	19,5%	17 012	20,2%
Auto - Moto	92	1,0%	1 062	1,3%
Restauration	1 434	15,7%	12 953	15,4%
Hôtels	147	1,6%	1 919	2,3%
<b>Autres locaux en RDC</b>	<b>1 126</b>	<b>12,4%</b>	<b>22 240</b>	<b>26,5%</b>
Locaux vacants	454	5,0%	7 857	9,4%
Autres locaux	672	7,4%	14 383	17,1%
<b>TOTAL LOCAUX EN RDC</b>	<b>9 109</b>	<b>100,0%</b>	<b>84 017</b>	<b>100,0%</b>

Source : BDRues 2009, BDCom 2007

L'enquête réalisée en juin 2009 montre que la structure commerciale des 43 voies commerçantes observées dans la BDRues est globalement la même que celle de l'année précédente à quelques mouvements près. Les commerces et services commerciaux représentent près de 88% de l'ensemble des locaux installés en pied d'immeubles contre légèrement plus de 12% pour d'autres types de locaux (les vacants, bureaux, ateliers...). Les principaux secteurs d'activités sur les voies commerçantes étudiées sont les services commerciaux et agences, les magasins d'habillement, la restauration et les commerces alimentaires. Leur part parmi la totalité des commerces recensés est située entre 14% et près de 20%.

L'armature commerciale des 43 voies commerçantes diffère très légèrement de celle observée à Paris lors de l'enquête BDCom réalisée en 2007. La proportion de commerces et services commerciaux implantés sur les voies de la BDRues est plus forte de 14 points comparée à celle de l'ensemble de la capitale ; ceci s'explique en partie par la vitalité et l'attractivité de ces voies sur lesquelles les emplacements sont, la plupart du temps, très recherchés.

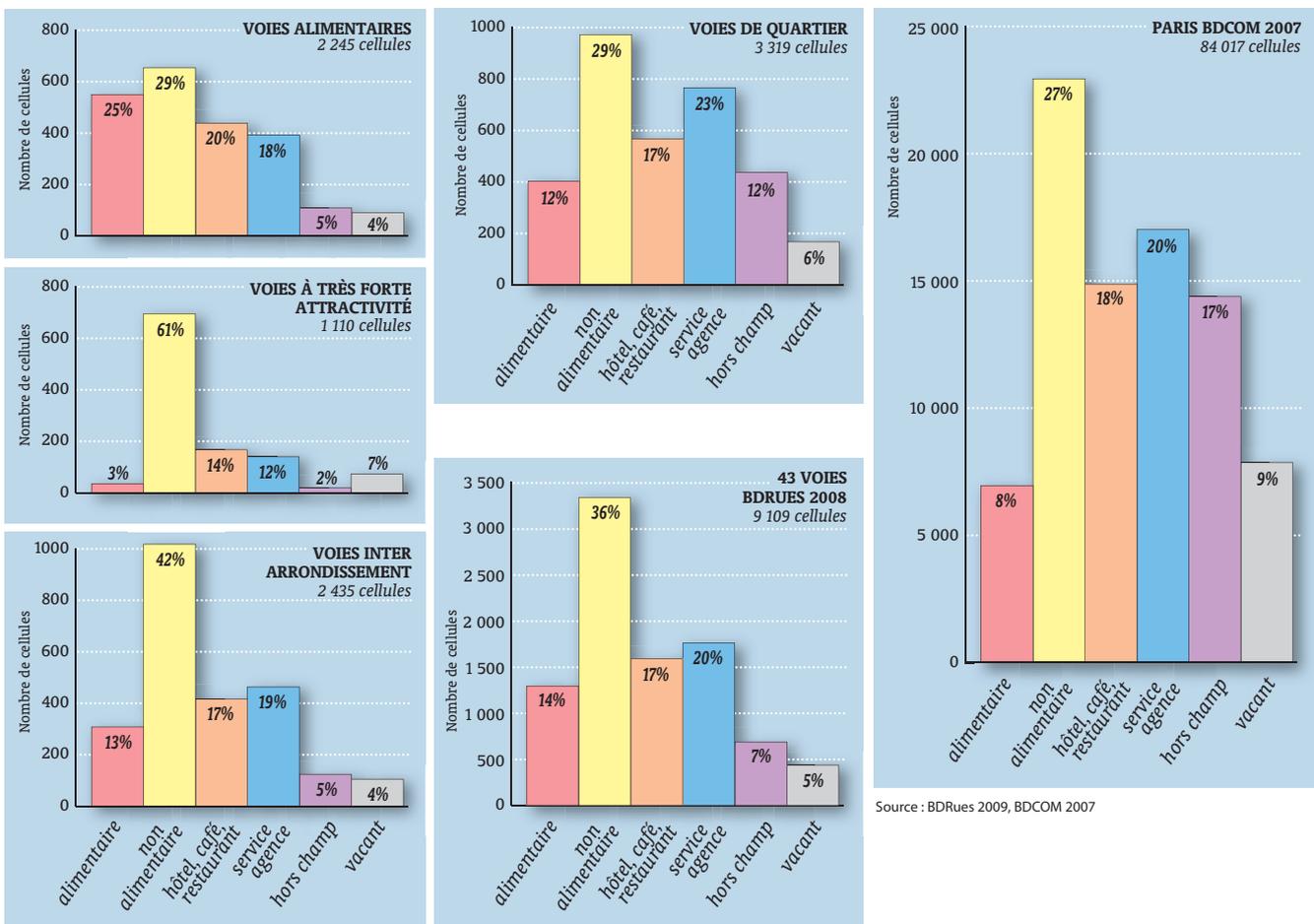
Les locaux vacants sont ainsi beaucoup moins nombreux, leur part est seulement de 5% contre près du double, soit plus de 9% en moyenne à Paris. La présence dans le panel retenu de voies très attractives comme l'avenue des Champs-Élysées, la rue de Rivoli ou encore la rue de Rennes favorise la moindre présence de locaux inoccupés. Les autres locaux recensés en rez-de-chaussée (bureaux, ateliers, lieux de stockage...) sont, eux aussi, beaucoup moins implantés sur les linéaires de ces voies commerçantes (7% contre 17%) et se retrouvent le plus souvent écartés sur les rues environnantes.

Les secteurs d'activités surreprésentés sur ces voies commerçantes par rapport à leur part moyenne à Paris sont les magasins de mode d'une part et les commerces alimentaires d'autre part.

Les magasins d'équipement de la personne représentent 18% des locaux des voies commerçantes contre seulement 10% en moyenne à Paris. Certaines voies sont emblématiques de cette situation, c'est notamment le cas des rues de Passy (16<sup>e</sup>), de Rennes (6<sup>e</sup>), du Commerce (15<sup>e</sup>) ou encore la rue des Rosiers dans le 4<sup>e</sup> depuis quelques années déjà ; la proportion de commerces d'équipement de la personne y est comprise entre 40% et près de 60%. Cette concentration d'une même activité soulève parfois des interrogations sur l'opportunité de voir s'implanter de nouvelles enseignes du même type. La part des commerces alimentaires est également beaucoup plus forte sur les 43 voies commerçantes que sur l'ensemble des voies parisiennes (14% contre 8%). Un certain nombre de voies retenues pour les enquêtes sont des rues marchés pour lesquelles la proportion de magasins de bouche est importante, parfois supérieure à 20% pour certaines d'entre elles. La volonté de suivre plus particulièrement ces voies alimentaires et leur évolution explique en partie la forte proportion de commerces de bouche sur le panel des 43 voies commerçantes.

Les autres secteurs d'activités, la restauration, les services et agences, les boutiques culturelles ou de loisirs ou encore les magasins liés au bien-être sont présents dans les mêmes proportions qu'en moyenne à Paris.

L'armature commerciale globale observée sur les 43 voies commerçantes est donc caractérisée par l'importance des magasins de mode et la forte implantation des commerces alimentaires de proximité. Cette structure générale est différenciée lorsqu'on étudie séparément les voies. Des regroupements permettent de mettre en place une typologie des voies selon leur plus ou moins forte attractivité. Les profils comparés présentés ci-dessous montrent les caractéristiques de ces voies regroupées selon qu'elles sont alimentaires, à très forte attractivité, à chalandise inter arrondissements ou locale. Leur comparaison avec la structure commerciale observée à Paris permet un éclairage des différents types de voies.



Source : BDRues 2009, BDCOM 2007

## **1. Les voies alimentaires concentrent une offre de magasins de bouche dédiés à la population locale**

La présence des magasins de bouche sur les 14 voies à dominante alimentaire est toujours aussi forte, on enregistre même un effectif un peu plus important de boutiques dédiées à ce secteur d'activité entre 2008 et 2009. Ces voies alimentaires sont, la plupart du temps, des voies retenues dans le cadre de la mise en place de la protection renforcée du commerce au sein du Plan Local d'Urbanisme (PLU), soit 22 kilomètres de voies parisiennes composées essentiellement de rues marchés.

Alors que les magasins alimentaires occupent 8% des locaux en rez-de-chaussée à Paris, leur part sur les 14 voies alimentaires de la BDRues est trois fois plus importante (25%), soit un local sur quatre. Cette proportion varie sur les rues étudiées, elle est de 18% au minimum et peut atteindre plus de la moitié des commerces (52%) sur la rue d'Aligre où le marché couvert Beauveau - Saint-Antoine concentre une très large majorité de commerces alimentaires. L'offre commerciale non alimentaire de ces voies se concentre dans deux autres secteurs, la restauration et les services aux particuliers et agences, lesquels représentent chacun 18% des locaux installés.

Le territoire de la capitale est assez bien maillé par les voies à dominante alimentaire, treize arrondissements accueillent au moins une voie alimentaire. Ces voies ne sont généralement pas très longues et fonctionnent souvent en synergie avec un marché forain découvert qui entretient cette dynamique de la voie, c'est le cas pour les rues d'Aligre ou de Belleville par exemple.

## **2. Les voies à très forte attractivité sont dominées par les magasins de mode et les biens culturels et de loisirs**

Les voies parisiennes les plus attractives le sont pour des raisons variées. Tantôt lieux de flux touristiques massifs comme pour les Champs-Élysées ou la rue de Rivoli, elles sont d'autres fois fréquentées par une clientèle plus variée mais à la recherche d'autres ambiances plus parisiennes comme pour les rues de Rennes et le quartier Saint-Germain-des-Prés tout proche ou encore le boulevard Saint-Michel et son caractère étudiant assez marqué par les nombreuses boutiques culturelles.

La structure du commerce sur ces voies très attractives est très différente de celle observée sur l'ensemble des 43 voies de la BDRues. Les commerces non alimentaires sont fortement implantés et représentent près de deux locaux sur trois (61%) contre un peu plus d'un sur trois (36%) pour les 43 voies ; les magasins alimentaires, au contraire, sont très peu nombreux, cinq fois moins qu'en moyenne sur l'ensemble des voies (3% contre 14%).

Le détail des secteurs d'activités montre la suprématie de l'habillement pour les voies très attractives puisqu'il représente à lui seul plus du tiers des locaux implantés en pieds d'immeubles, deux fois plus que la part observée pour l'ensemble des 43 voies de la BDRues (36% contre 18%). On constate même un maximum sur la rue de Rennes où plus de la moitié des locaux (55%) sont consacrés aux magasins de mode et d'habillement.

Le même constat peut être fait pour un autre secteur d'activité, les boutiques culturelles et de loisirs, pour lequel la part qu'il représente sur les voies très attractives est deux fois plus élevée que celle calculée sur les 43 voies de la BDRues (14% contre 7%). La dynamique culturelle et de loisirs est plus particulièrement remarquable sur deux voies, la rue de Rivoli et le boulevard Saint-Michel. Sur la première sont implantées de nombreuses boutiques de souvenirs de Paris, elles représentent plus de la moitié de l'ensemble des magasins culturels ou de loisirs de la voie (57%), alors que la seconde est plus tournée vers les librairies.

La très forte attractivité de ces voies est donc différenciée selon qu'elles attirent une clientèle plus internationale comme pour l'avenue des Champs-Élysées et la rue de Rivoli ou une clientèle plus souvent parisienne voire francilienne comme pour la rue de Rennes ou le boulevard Saint-Michel. L'attractivité n'a pas les mêmes moteurs, ce sont les grandes enseignes, les magasins de luxe, les terrasses des cafés et restaurants, les lieux de spectacles qui expliquent le flux observé sur les Champs-Élysées alors que la clientèle de la rue de Rennes est plus attirée par la concentration de grandes enseignes de la mode (Zara, Etam, H&M...) et le magasin FNAC.

### **3. Les voies dont l'attractivité dépasse l'arrondissement d'origine ont un profil très proche du panel des 43 voies de la BDRues**

L'armature commerciale de ces voies est axée autour de deux activités principales, les boutiques d'habillement et les services à la personne. La première représente près d'un local sur quatre installé en pied d'immeuble (24%), soit six points de plus que la part observée sur les 43 rues (18%), pendant que la deuxième totalise un peu moins d'un local sur cinq, soit une part équivalente à celle de l'ensemble des voies de la BDRues (19%). Les autres secteurs d'activités présents sur ces voies sont essentiellement tournés vers la restauration, dont la part est de 15%, et l'alimentaire qui représente 13% des locaux en rez-de-chaussée. Leurs parts sont inférieures d'un point à celles observées en moyenne sur la totalité des voies de la BDRues (respectivement 16% et 14%). Les autres locaux (ateliers, bureaux, lieux de stockage...) ainsi que les locaux inoccupés sont moins implantés sur la voie qu'en moyenne sur les 43 rues, avec respectivement 5% contre 7% et 4% contre 5%.

L'offre commerciale proposée sur ces voies attire des chalands venus d'arrondissements voisins voire plus éloignés encore et des clients de communes limitrophes. La présence de nombreuses enseignes commerciales appartenant à des réseaux favorise la venue de cette clientèle qui recherche un linéaire important permettant un choix plus large et des gammes de prix différents. On retrouve cette caractéristique sur la rue du commerce dans le 15ème arrondissement ou encore sur l'avenue du Général Leclerc dans le 14ème arrondissement ; les clients viennent des arrondissements proches ainsi que des communes de Montrouge et Malakoff pour cette dernière.

Parmi les voies appartenant à cette catégorie, les caractéristiques commerciales sont variées, certaines sont très nettement tournées vers l'habillement comme les rues de Passy (58%), du Commerce (52%) ou la rue des Rosiers (47%), d'autres sont d'avantage occupées par les services à la personne et les agences commerciales, c'est le cas pour la rue de Tolbiac (32%), le boulevard de Magenta (28%) ou l'avenue de Saint-Ouen (24%). Quelques unes encore sont plutôt animées par la présence de cafés et restaurants, les rues Oberkampf (30%) et de la Roquette (23%) notamment.

#### **4. Les voies dont l'attractivité est locale sont d'avantage tournées vers les services aux particuliers et comptent plus de locaux occupés par des activités non commerciales**

Les commerces et services commerciaux sont moins nombreux sur ces voies que sur les autres types de voies étudiés. Ils ne représentent que 82% du total des locaux en rez-de-chaussée contre 91% en moyenne sur les autres voies BDRues et 88% en moyenne sur l'ensemble des 43 voies. La part des autres locaux en pied d'immeuble est ainsi plus importante, de 6 points supérieure à celle enregistrée sur l'ensemble des voies de la BDRues (18% contre 12% en moyenne). Les établissements de commerce de gros sont la principale explication de ce phénomène ; en effet, ils sont très présents sur deux voies en particulier, les rues Réaumur (2ème-3ème arrondissement) et du Faubourg Saint-Martin (10ème arrondissement) et possèdent quelques locaux sur la rue du Faubourg Poissonnière (9ème-10ème arrondissement).

Les services aux particuliers et les agences commerciales forment le secteur le plus représenté au rez-de-chaussée de ces voies. Ils représentent près d'un local sur quatre (23%) contre 3 points de moins en moyenne sur les 43 voies étudiées ou sur l'ensemble du parc commercial parisien (20%). Certaines artères sont particulièrement bien pourvues en services et agences, c'est le cas notamment pour les rues du Quatre Septembre et de La Jonquière pour lesquelles plus d'un tiers des locaux disponibles sont dédiés à ce type d'activité (respectivement 34% et 35%). Une autre caractéristique de ces voies, qui s'explique également par la forte part de locaux occupés par des activités différentes des commerces et services commerciaux, est la faible présence de commerces d'habillement. Leur proportion est de 11% des locaux contre 7 points de plus pour la totalité des 43 voies de la BDRues (18%). Cette faible part résulte le plus souvent de la volonté des enseignes de s'implanter, dès qu'elles le peuvent, sur les voies les plus commerçantes au détriment des artères commerciales de moindre importance, lesquelles sont plus tournées vers les activités de services et les agences.

L'offre commerciale proposée sur les voies dont l'attractivité est plus locale varie d'une rue à l'autre, chacune ayant une spécificité. Certaines offrent une part nettement plus élevée de commerces d'habillement, c'est le cas pour les rues Vignon et du Faubourg du Temple (31% chacune contre 11% en moyenne), d'autres sont plutôt orientée vers une offre alimentaire destinée à la population locale, la rue Saint-Charles (17%) et les avenues de Versailles (18%) et Secrétan (20%) contre 12% pour l'ensemble des 43 rues étudiées ; enfin certaines disposent d'une offre de magasins culturels et de loisirs plus forte que la moyenne des voies BDRues (6%), les rues du Quatre Septembre et Monge par exemple pour lesquelles on recense respectivement 11% et 9% de commerces de ce type.

## II. LES EVOLUTIONS OBSERVEES ENTRE JUIN 2008 ET JUIN 2009 PAR CATEGORIES DE VOIES

	Alimen- taire	Habillement	Santé Beauté	Maison	Culture Loisirs	Bricolage	Services Agences	Auto Moto	Restau- ration	Hôtels	Locaux vacants	Autres locaux	TOTAL
Voies alimentaires	5	4	3	-9	-8	4	1	-1	2	-1	-7	1	-6
Voies à très forte attractivité	2	-16	2	-1	1	0	-4	0	-14	0	22	2	-6
Voies inter arrondissements	2	7	3	-5	-1	0	8	-6	-1	-3	-12	4	-4
Voies de quartier	2	1	3	-8	-6	-2	10	-2	2	1	9	-26	-16
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>-4</b>	<b>11</b>	<b>-23</b>	<b>-14</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>-9</b>	<b>-11</b>	<b>-3</b>	<b>12</b>	<b>-19</b>	<b>-32</b>

Source : BDRues 2009

Comme nous en avons parlé en introduction de ce rapport, l'année écoulée depuis juin 2008 est intéressante à analyser car elle correspond au début de la crise qui a touché l'ensemble du monde économique. L'enquête réalisée au cours du mois de juin 2009 peut nous apporter un premier éclairage sur les éventuelles retombées négatives engendrées par ce phénomène. Ce dernier s'est bien sûr prolongé au cours du second semestre de l'année 2009 et toutes les conséquences qu'il aura ne seront pas obligatoirement perceptibles avec cette seule enquête ; le prolongement de la crise pendant les mois suivants devra faire l'objet d'une attention toute particulière lors de la prochaine enquête prévue pour le mois de juin 2010. En attendant, une première analyse des évolutions observées entre les mois de juin 2008 et juin 2009 doit nous apporter des réponses aux nouvelles tendances du commerce parisien sur ce panel de rues commerçantes.

L'armature commerciale des voies de la BDRues a évolué très ponctuellement depuis juin 2008, les activités non alimentaires connaissent une diminution d'un point de leur part (elle passe de 37% à 36%), ce qui profite aux services commerciaux et agences dont la part progresse d'un point également pour atteindre 20% contre 19% en 2008. L'activité alimentaire reste très représentée sur ces voies commerçantes, près de deux fois plus forte qu'en moyenne à Paris (14% contre 8%) contrairement à d'autres activités moins implantées comme les autres locaux en rez-de-chaussée (services aux entreprises, activités médicales ou du spectacle...) dont la part n'est que de 7% contre 17% en moyenne parisienne. La proportion de locaux qui restent inoccupés est toujours aussi basse sur ces voies comparée à celle enregistrée en moyenne à Paris (5% contre 9%).

La crise économique apparue à la fin de l'année 2008 commence-t-elle à avoir un impact sur les activités commerciales de ces voies ? Si oui, certaines sont-elles plus touchées que d'autres et dans quelle mesure ? Autant de questions pour lesquelles les mutations recensées doivent nous renseigner sur la vitalité des différents secteurs d'activités. Les évolutions observées depuis juin 2008 se traduisent par plusieurs constats :

- Les mutations sur les rues commerçantes entre juin 2008 et juin 2009 se traduisent par une **baisse importante du nombre de locaux implantés en rez-de-chaussée des immeubles** des 43 voies étudiées. Cette diminution du nombre de locaux est générale puisqu'elle s'observe pour les quatre types de voies définis ; certaines sont toutefois plus concernées par cette baisse, notamment les voies dont l'attractivité est plus locale qui représentent la moitié du total des pertes de locaux.

- A l'image de l'année passée, **le nombre de commerces et services commerciaux est en diminution** mais cette fois de façon encore plus marquée (-25 établissements). Cette baisse s'accompagne cette année d'une perte d'établissements pour les autres types de locaux (-7) contrairement à l'année précédente où ils étaient alors en progression. La réduction générale du nombre de commerces et services commerciaux ne touche pas l'ensemble des secteurs

d'activités, certains connaissent une augmentation pendant que d'autres enregistrent de fortes pertes de leur nombre d'établissements, les magasins d'équipement de la maison particulièrement.

● Dans le prolongement du mouvement observé entre 2007 et 2008, **les commerces alimentaires de proximité sont en augmentation** sur les différents types de voies de la BDRues. La progression du nombre d'établissements (+11 locaux) entre juin 2008 et juin 2009 est surtout perceptible sur les voies dont la principale activité est déjà tournée vers le commerce de bouche ; on enregistre l'apparition de 5 nouveaux établissements sur ces voies, renforçant ainsi leur caractère alimentaire.

Cette progression du secteur alimentaire mérite quelques précisions quant aux types de commerces concernés par cette évolution. Les onze nouveaux magasins alimentaires recensés depuis 2008 correspondent à la variation entre 40 commerces alimentaires disparus depuis juin 2008 et transformés en une autre activité et l'apparition de 51 nouvelles boutiques (+11 établissements au total). Les magasins disparus étaient 9 fois sur 10 des boutiques spécialisées, les autres étant des commerces généralistes (alimentation générale). Les créations de nouveaux magasins alimentaires correspondent, quant à elles, plus de 3 fois sur 4 (76%) à des magasins spécialisés, le quart restant concernant des magasins généralistes.

En définitive, les magasins généralistes bénéficient le plus de la progression de l'alimentaire (+8 établissements) alors que les magasins spécialisés enregistrent beaucoup de mouvements mais progressent moins en effectifs (+3 établissements).

Parmi les magasins généralistes, les supérettes sont en nette augmentation depuis juin 2008 (+7 établissements dont 3 supérettes classiques et 4 spécialisées). Au sein des magasins alimentaires spécialisés, on notera la disparition de 5 pâtisseries, 4 boucheries, 3 fruits et légumes alors que les progressions concernent les boulangeries et chocolatiers (+4 établissements), les magasins bio et nature et les glaciers (+3 établissements), des commerces plutôt orientés vers une clientèle ciblée.

Les réseaux commerciaux jouent un rôle dans cette évolution commerciale ; en effet, on s'aperçoit que leur part parmi les commerces alimentaires disparus entre 2008 et 2009 est de 15% alors qu'elle est de 22% pour les nouveaux commerces implantés.

● Malgré la diminution générale des locaux observée sur les 43 voies, plusieurs **secteurs d'activités enregistrent une augmentation de leurs effectifs**. C'est le cas pour les services commerciaux et agences dont le nombre progresse de 15 établissements contrairement au mouvement enregistré l'année passée ; cette augmentation se réalise majoritairement sur les voies d'attractivité inter arrondissements (+8) et les voies dont la desserte est plus locale (+10) alors que les rues très attractives constatent une baisse (-4) des services et agences. Une autre progression notable est celle observée pour les commerces alimentaires (+11 établissements), cette fois de manière générale sur l'ensemble des types de voies étudiées. D'autres secteurs connaissent une progression du nombre de leurs établissements comme les boutiques liées à la santé et la beauté (+11 établissements) et de façon plus ponctuelle les activités de bricolage (+2).

● La diminution globale du nombre de locaux sur les 43 voies se traduit par une **baisse du nombre d'établissements dans plusieurs secteurs d'activités**, celui du petit équipement de la maison est tout particulièrement touché et enregistre une chute importante de 23 établissements depuis juin 2008. Ce sont les voies alimentaires et les voies de quartier qui sont les plus touchées par cette diminution des commerces d'équipement de la maison. Un autre secteur est concerné par la baisse du nombre de ses commerces, il s'agit des boutiques liées à la culture et aux loisirs (-14 établissements) même si cette diminution est moitié moins forte que l'année passée où elle avait été très marquée. Une fois encore, ce sont les voies de type alimentaire qui sont les plus concernées par cette chute du nombre de locaux dédiés à cette activité (-8 unités) suivies par les voies dont la desserte est plus locale (-6 unités). D'autres secteurs d'activités enregistrent des réductions du nombre de leurs locaux, c'est le cas pour les cafés et restaurants (-11 établissements) ou le secteur auto-moto (-9 établissements).

● Dans le prolongement de la tendance observée l'année précédente et dans les mêmes proportions, **le nombre de locaux inoccupés continue de croître** sur les 43 voies de la BDRues.

Les évolutions enregistrées entre les mois de juin 2008 et 2009 sont inverses de celles de l'année passée, les voies alimentaires et d'attractivité inter arrondissements enregistrent une baisse du nombre de locaux vacants (respectivement -7 et -12 locaux) alors que les voies à très forte attractivité et les voies de quartier connaissent une hausse de la vacance en rez-de-chaussée (+22 et +9 locaux).

● A l'inverse de la période précédente, le nombre des autres types de locaux implantés en pied d'immeuble (bureaux, activités médicales, commerce de gros...) est en diminution importante sur les voies de la BDRues (-19 unités). Cette baisse est uniquement imputable aux voies de quartiers pour lesquelles la disparition de ce type de locaux est très forte (-26 unités), les autres types de voies connaissent une très légère augmentation.

### **1. Les voies alimentaires enregistrent une baisse de la vacance et des boutiques d'équipement de la maison au bénéfice des commerces alimentaires de proximité**

Les voies à dominante alimentaire enregistrent une diminution du nombre de locaux implantés en rez-de-chaussée (-6 unités) entre juin 2007 et juin 2008. Cette baisse du nombre de locaux n'affecte pas les commerces et services commerciaux qui restent stables sur la période. Ce sont les autres types de locaux en rez-de-chaussée qui sont à l'origine de la baisse constatée du nombre de cellules potentiellement commerciales (-6 unités) et plus particulièrement les locaux inoccupés (-7 unités) alors que les autres locaux (ateliers, bureaux...) augmentent d'une unité au même moment.

La globale stabilité des commerces et services commerciaux ne doit pas masquer les fortes fluctuations observées selon les différents secteurs d'activités. Certains enregistrent une diminution du nombre de leur locaux, c'est le cas des boutiques de décoration de la maison (-9 établissements) ou encore des magasins culturels et de loisirs (-8 unités), pendant que d'autres voient leurs effectifs augmenter comme les commerces alimentaires (+5 unités), les magasins de mode ou encore ceux de bricolage (+4 unités chacun).

La diminution du nombre de locaux sur les voies alimentaires est principalement due à la disparition d'un grand nombre de locaux inoccupés jusqu'alors (-7 unités). Parmi ces voies, quelques unes comme les rues Mouffetard, Raymond Losserand et Lévis voient une progression de la vacance (+3 unités chacune), d'autres au contraire enregistrent une baisse des locaux vides, notamment les rues Daguerre (-4 unités) et plus fortement encore la rue du Faubourg Saint-Denis où 8 anciens locaux inoccupés ont retrouvé preneur.

Le nombre de commerces alimentaires augmente de 5 unités entre juin 2008 et juin 2009 alors qu'ils avaient diminué l'année précédente, renforçant ainsi le caractère de proximité de ces voies où le commerce de bouche est majoritaire. **La rue du Faubourg Saint-Denis accueille trois nouveaux établissements alimentaires** alors qu'elle en avait perdu six l'année passée ; la rue de Lévis en gagne deux tandis que la rue de Belleville connaît un mouvement inverse de la tendance générale de progression de l'alimentaire puisqu'elle perd 2 établissements.

D'autres secteurs d'activité connaissent une augmentation de leurs effectifs comme les magasins de mode, de bricolage (+4 unités) ou encore les boutiques liées à la santé et au bien-être (+3). Ces progressions ne sont pas très fortes mais témoignent d'une orientation déjà observée l'année passée pour ces activités, exception faite des magasins de bricolage qui diminuaient d'une unité.

Bien que le secteur soit cette année encore en augmentation sur les voies alimentaires, **les boutiques de mode sont moins nombreuses sur les rues Mouffetard et Raymond Losserand (-3 unités).**

## **2. Les voies dont l'attractivité est très forte enregistrent une importante baisse des boutiques de mode et de la restauration pendant que la vacance se développe**

Les mutations recensées sur les voies à très forte attractivité sont à l'opposé de celles observées l'année passée. En effet, les commerces et services commerciaux diminuent très fortement (-30 unités) pendant que les autres types d'activités exercées en rez-de-chaussée augmentent fortement (+22 unités). Il résulte de ces mutations une diminution globale du nombre d'établissements présents sur ces voies (-6 unités).

Les principales évolutions enregistrées se traduisent par **une forte diminution des magasins de mode (-16 établissements)**, principalement sur l'avenue des Champs-Élysées (-9 établissements) et la rue de Rivoli (-6 établissements) **ainsi qu'une forte baisse des établissements liés à la restauration (-14 établissements)** essentiellement sur la rue de Rivoli (-12 unités). La diminution des établissements de restauration sur la rue de Rivoli s'explique en grande partie par le réaménagement en cours de la partie dédiée à la restauration au sein du Carrousel du Louvre et l'apparition d'une dizaine de locaux vacants. L'ouverture prochaine du premier magasin de la marque à la pomme (Apple Store) en France fait également partie de la restructuration de la zone commerciale située sous le Musée du Louvre. La baisse observée pour les magasins de mode se concentre essentiellement sur deux voies, l'avenue des Champs-Élysées où les boutiques de mode sont remplacées par des locaux vacants, dans la Galerie des Champs-Élysées notamment (5 unités) avec l'ouverture d'un magasin H&M prévue pour l'automne, et la rue de Rivoli où les magasins de mode cèdent également la place à des locaux vacants.

Pour la première fois depuis de nombreuses années et à l'opposé du constat effectué sur la période précédente, on remarque **une augmentation du nombre de locaux inoccupés en pied d'immeuble (+22 unités)** sur ces voies à très forte attractivité. Elle se réalise sur l'avenue des Champs-Élysées et la rue de Rivoli et accompagne les diminutions des boutiques d'équipement de la personne et des lieux de restauration. À l'inverse, le boulevard Saint-Michel et la rue de Rennes enregistrent la réoccupation d'anciens locaux vides (4 chacun) au profit d'activités commerciales.

## **3. Les voies à attractivité inter arrondissement voient une augmentation des services commerciaux, des magasins de mode et une disparition des locaux inoccupés**

Le nombre de locaux potentiellement commerciaux en rez-de-chaussée de ces voies est en diminution cette année (-4 unités) comme sur l'ensemble des différentes catégories de voies de la BDRues, mais de façon moins marquée, alors qu'il était en progression entre 2007 et 2008. Les commerces et services commerciaux sont en légère progression (+4 unités) depuis juin 2008 tandis que les autres types de locaux ont tendance à diminuer (-8 unités) ; ces deux observations sont l'inverse de celles obtenues sur la période précédente.

Les évolutions constatées se traduisent par **une augmentation des commerces liés à la mode (+7 établissements)** notamment pour la rue du Commerce (+4 unités), **et une progression des services agences commerciales (+8 établissements)**, sur l'avenue de Saint-Ouen en particulier (+4 unités). Les commerces et services commerciaux enregistrent en même temps quelques baisses pour les activités liées à la décoration de la maison (-5 établissements) ou encore dans le secteur auto-moto (-6 établissements) de façon homogène sur les différentes voies.

Contrairement à la période précédente, les locaux inoccupés en rez-de-chaussée ont tendance à disparaître au profit d'activités commerciales, de services ou encore au bénéfice de bureaux. On dénombre **la disparition de 12 locaux anciennement vacants**, plus particulièrement sur trois voies, le boulevard de Magenta (-7 unités), l'avenue de Saint-Ouen (-5 unités) et la rue des Rosiers (-4 unités). Deux autres voies connaissent le mouvement inverse avec une progression de la vacance, les rues Oberkampf et de Tolbiac (+3 unités chacune).

#### **4. Les voies dont l'attractivité est plus locale connaissent une augmentation des services commerciaux, des agences, de la vacance et une diminution des magasins culturels et de loisirs, des boutiques de décoration de la maison.**

Les voies de quartier comptabilisent une importante baisse du nombre de locaux implantés en pied d'immeuble (-16 unités), soit la moitié de l'ensemble des locaux disparus sur les 43 voies de la BDRues entre juin 2008 et juin 2009 (-32 unités). Cette diminution est principalement due à la chute des activités exercées dans les locaux installés en rez-de-chaussée autres que les commerces et services commerciaux (bureaux, commerce de gros, activités médicales...).

Bien qu'ils soient restés globalement stables au cours de l'année écoulée, les commerces et services commerciaux connaissent quelques fluctuations. Les principales mutations recensées sont d'une part la **diminution des magasins culturels et de loisirs** (-6 établissements) de manière homogène sur les 43 voies, exception faite de la rue des Pyrénées où l'on enregistre une baisse de 4 établissements, et d'autre part la **disparition assez marquée des boutiques de décoration de la maison** (-8 établissements) avec une fois encore une forte chute constatée sur la rue des Pyrénées (-4 unités).

La diminution de ces activités commerciales bénéficie en particulier aux **services commerciaux et agences dont le nombre augmente entre juin 2008 et juin 2009** (+10 établissements). Cette progression des services et agences est visible sur plus de la moitié des voies d'attractivité de quartier et notamment sur les rues du Faubourg Saint-Martin (+5 établissements), Ordener ou de La Jonquière (+4 établissements chacune) tandis que la rue du Faubourg Poissonnière perd 5 établissements de ce type.

En dehors des commerces et services commerciaux qui restent stables, on recense essentiellement des évolutions parmi les locaux vacants et les autres locaux en rez-de-chaussée. Les locaux inoccupés sont en progression depuis un an (+9 unités) sur les voies d'attractivité locale et plus particulièrement sur la rue du Faubourg Poissonnière (+6 unités), la rue Saint-Charles (+5 unités), les rues du Faubourg Saint-Martin et des Pyrénées (+4 unités) alors qu'ils diminuent sur les rues de La Jonquière (-4 unités) et Ordener (-6 unités).

La plus forte évolution concerne les autres locaux installés en rez-de-chaussée (-26 unités) avec une importante baisse constatée sur la rue du Faubourg Saint-Martin (-12 unités) et des baisses un peu moins fortes sur les rues du Faubourg Poissonnière (-5 unités) et Réaumur (-4 unités).

### III. LE POIDS DES RÉSEAUX COMMERCIAUX

#### 1. La part des réseaux commerciaux sur les 43 rues en 2009

Le développement du commerce organisé en réseau s'est accéléré ces dernières années à Paris comme sur l'ensemble du territoire national et devient une donnée majeure à observer. Même s'il n'occupe que 18,2% du parc commercial parisien en 2007, le commerce en réseau est à l'origine de l'arrivée des grandes enseignes nationales et internationales sur les principaux axes commerciaux de la capitale. Il bouleverse le paysage de la rue et provoque dans certains quartiers une forte augmentation des prix des meilleures localisations.

LOCAUX EN REZ DE CHAUSSEE	43 voies commerçantes (2009)			Paris (BDCom 2007)		
	Nombre de locaux	dont rattachés à un réseau		Nombre de locaux	dont rattachés à un réseau	
		Nombre	%		Nombre	%
<b>Commerces et services</b>	<b>7 983</b>	<b>2 053</b>	<b>25,7%</b>	<b>61 777</b>	<b>11 217</b>	<b>18,2%</b>
Alimentaire	1 314	309	23,5%	6 955	1 530	22,0%
Habillement	1 642	519	31,6%	8 386	2 501	29,8%
Santé - Beauté	439	148	33,7%	2 398	494	20,6%
Maison	355	64	18,0%	4 011	531	13,2%
Culture - Loisirs	649	168	25,9%	6 052	719	11,9%
Bricolage	133	20	15,0%	1 029	125	12,1%
Services - Agences	1 778	627	35,3%	17 012	3 847	22,6%
Auto - Moto	92	40	43,5%	1 062	463	43,6%
Restauration	1 434	139	9,7%	12 953	797	6,2%
Hôtels	147	19	12,9%	1 919	210	10,9%

Source : BDRues 2009, BDCom 2007

La place occupée par les réseaux commerciaux sur les 43 voies étudiées est plus forte que celle constatée pour l'ensemble des commerces et services commerciaux à Paris. Sur les voies de la BDRues, plus d'un local sur quatre appartient à un réseau commercial contre seulement un sur six à Paris (26% contre 18%). Cette situation s'explique en partie par la volonté des grands groupes d'être présents sur certains axes très recherchés. Il en résulte une très forte lutte pour trouver les meilleurs emplacements commerciaux encore disponibles et des prix du foncier qui ne cessent de croître.

Les secteurs d'activités ne sont pas tous concernés au même niveau par la présence des réseaux, l'écart est d'ailleurs plus important à Paris que sur les rues commerçantes. On relève un écart de 1 à un peu plus de 7 entre les pourcentages les plus éloignés à Paris (6% pour la restauration contre 44% dans l'auto-moto) alors qu'il est de 1 à un peu plus de 4 sur les voies commerçantes (10% contre 43% pour les deux mêmes secteurs d'activités).

La part des réseaux commerciaux est systématiquement plus forte sur les 43 voies commerçantes qu'en moyenne à Paris pour l'ensemble des secteurs d'activités représentés, seule celle du secteur auto-moto est identique sur les voies et à Paris, autour de 44%.

Les écarts les plus importants se trouvent dans trois secteurs d'activités, les magasins culturels et de loisirs (14 points), les boutiques liées au bien-être corporel (13 points) et les services aux particuliers et agences (12 points). L'écart de 12 points pour ce dernier secteur est d'ailleurs le plus remarquable puisque le nombre de locaux concernés (près de 1.800) est le plus important parmi les trois secteurs où les écarts sont forts.

Les trois autres secteurs d'activités où les effectifs (en nombre de locaux implantés) sont importants enregistrent une part plus forte des réseaux commerciaux comprise entre 2 et 4 points. C'est le cas pour les commerces alimentaires de proximité, les magasins de mode et les commerces liés à la restauration.

## 2. L'évolution des réseaux commerciaux entre 2007 et 2009

Les 43 rues commerçantes étudiées ne sont pas épargnées par le mouvement, engagé depuis une petite dizaine d'années maintenant, d'organisation du commerce sous la forme de réseaux appartenant à de grands groupes d'envergure nationale ou internationale.

LOCAUX EN REZ DE CHAUSSEE	43 voies commerçantes			Évolution 2007-2009	
	2007 Nombre	2008 Nombre	2009 Nombre	Nombre	%
<b>Commerces et services</b>	<b>1 934</b>	<b>1 963</b>	<b>2 053</b>	<b>119</b>	<b>6,2%</b>
Alimentaire	271	301	309	38	14,0%
Habillement	519	512	519	0	0,0%
Santé - Beauté	144	144	148	4	2,8%
Maison	62	63	64	2	3,2%
Culture - Loisirs	162	157	168	6	3,7%
Bricolage	16	18	20	4	25,0%
Services - Agences	579	584	627	48	8,3%
Auto - Moto	37	39	40	3	8,1%
Restauration	124	124	139	15	12,1%
Hôtels	20	21	19	-1	-5,0%

Source : BDRues 2007 à 2009

Les évolutions observées entre 2007 et 2009 sur les 43 rues commerçantes se traduisent par une augmentation générale des commerces et services commerciaux appartenant à un réseau (+119 établissements), soit une progression de 6,2%.

Depuis 2007, trois secteurs d'activités enregistrent un fort développement des réseaux commerciaux, il s'agit des services et agences (+48 nouveaux établissements), des magasins alimentaires de proximité (+38) et enfin les commerces liés à la restauration (+15).

Les évolutions les plus importantes en pourcentage se retrouvent dans les secteurs du bricolage (+25%), des magasins alimentaires (+14%) ou encore la restauration (+12,1%). La forte augmentation du secteur du bricolage s'explique par le faible effectif concerné alors que les deux autres (alimentaire et restauration) sont plus significatifs.

## 3. Les voies où le commerce en réseau est le plus « concentré »

Le commerce organisé en réseau représente en moyenne 25,7% des commerces et services commerciaux implantés sur les voies de la BDRues en 2009. Ce taux est toutefois très variable d'une voie à l'autre, toutes n'ont pas la même attractivité et les enseignes sont plus attirées par certaines et hésitent à s'implanter sur d'autres.

Les voies où les réseaux commerciaux sont les plus présents correspondent d'une part aux **grands pôles commerciaux d'attraction majeurs** comme pour le boulevard Saint-Michel (où les réseaux représentent 38% des commerces et services), l'avenue des Champs-Élysées (41%), la rue de Rivoli (45%) ou la rue de Rennes (57% et 3<sup>e</sup> voie où les réseaux sont les plus implantés) et correspondent d'autre part aux **principaux axes commerciaux** de la capitale comme l'avenue du Général Leclerc (49%), la rue du Commerce (58% et 2<sup>e</sup> voie où les réseaux sont proportionnellement les plus nombreux) ou encore la rue de Passy où les réseaux commerciaux représentent plus de 2 commerces sur 3 (69% et plus forte proportion de réseaux).

Parmi les voies commerçantes étudiées, près de la moitié (20 sur 43) possède une part de commerces et services appartenant à un réseau supérieure à la moyenne des voies (25,7%). Les écarts sont très importants au sein de ce panel puisque la part des commerces organisés en réseau varie de 4% sur la rue du Faubourg Saint-Denis à 69% sur la rue de Passy.

Comme nous le rappelions au début de ce rapport, l'enquête réalisée en juin 2009 arrive quelques mois après le début de la crise économique mondiale débutée au second semestre de l'année 2008. Des questions se posent quant à la réaction des commerces face à l'arrivée de cette crise, a-t-elle déjà un impact visible pour les commerces implantés sur les voies commerçantes ? La structure commerciale des voies est-elle affectée fortement par les difficultés engendrées par le contexte économique ? Le développement des réseaux commerciaux subit-il un coup d'arrêt ?

Les évolutions observées laissent penser que les effets de cette crise ont commencé à se faire sentir sur le tissu commercial des voies commerçantes parisiennes. En effet, **le nombre de locaux occupés par des commerces et services commerciaux est en diminution (-25 établissements)**, notamment sur les voies dont l'attractivité est très forte. Les locaux dans lesquels s'exercent un autre type d'activité (activités médicales, bureaux, stockage en boutique...) enregistrent également une diminution de leur nombre (-19 unités) mais cette fois sur les voies de quartier qui semblent plus fragiles. Ce mouvement de baisse des commerces et services commerciaux prolonge la tendance observée au cours de la période précédente alors que la baisse des autres types d'activités est inverse de l'évolution de l'année passée qui révélait une légère progression de leur effectif.

La structure générale de l'armature commerciale des 43 voies commerçantes ne semble pas être complètement bouleversée par cette période de crise, certains secteurs d'activités paraissent plus sensibles comme la restauration (-11 établissements) et surtout les commerces de mode (-4 établissements) pour lesquels les évolutions sont plus généralement orientées à la hausse.

**L'évolution à la hausse des réseaux commerciaux (+90 établissements entre juin 2008 et juin 2009)** pour la quasi totalité des secteurs d'activités semble signifier que ces derniers ne sont pas affectés par la crise en cours, ou bien pas encore. Les services et agences connaissent une très forte progression des réseaux commerciaux depuis 2008 (près de la moitié des 90 nouveaux établissements apparus le sont dans ce secteur), de même que la restauration qui pourtant enregistre une diminution globale du nombre de ses locaux sur les 43 voies étudiées.

La crise économique débutée à la fin de l'année 2008 paraît avoir un début d'impact plutôt négatif sur l'activité commerciale enregistrée sur les 43 voies commerçantes. La diminution des commerces et services commerciaux accompagnée de la hausse des locaux vacants traduit la situation difficile rencontrée par les commerçants au moment de l'enquête du mois de juin 2009. La prolongation de la crise sur la fin de l'année 2009 laisse penser que la situation est susceptible de perdurer quelques mois encore pour les commerces implantés sur ces voies. Une amélioration n'est toutefois pas à exclure lorsque l'on voit les réseaux commerciaux continuer de se développer.

Les mois à venir en cette fin d'année 2009 et ceux du premier semestre 2010 confirmeront ou non la tendance observée de baisse des commerces et services commerciaux. La prochaine enquête prévue au mois de juin 2010 permettra de mesurer le réel impact de la crise économique mondiale dont les effets semblent devoir se prolonger au moins pendant la totalité de l'année 2010.

## IV. ANNEXES

### 1. Nombre de commerces par voies et secteurs d'activités en juin 2009

	Alimentaire	Habillement	Santé Beauté	Maison	Culture Loisirs	Bricolage	Services Agences	Auto Moto	Restauration	Hôtels	Locaux vacants	Autres locaux	TOTAL
Voies alimentaires	559	287	95	85	134	42	394	5	405	34	95	110	2 245
Voies à très forte attractivité	37	398	70	44	159	1	136	9	133	20	82	21	1 110
Voies inter arrondissements	311	583	127	99	156	35	470	19	376	36	94	129	2 435
Voies de quartier	407	374	147	127	200	55	778	59	520	57	183	412	3 319
<b>TOTAL</b>	<b>1 314</b>	<b>1 642</b>	<b>439</b>	<b>355</b>	<b>649</b>	<b>133</b>	<b>1 778</b>	<b>92</b>	<b>1 434</b>	<b>147</b>	<b>454</b>	<b>672</b>	<b>9 109</b>

Voies Alimentaires	Alimentaire	Habillement	Santé Beauté	Maison	Culture Loisirs	Bricolage	Services Agences	Auto Moto	Restauration	Hôtels	Locaux vacants	Autres locaux	TOTAL
Rue Montorgueil 1 <sup>er</sup> -2 <sup>e</sup>	30	11	3	0	5	2	6	0	26	1	1	3	88
Rue de Bretagne 3 <sup>e</sup>	33	2	3	5	3	4	13	0	14	0	5	18	100
Rue Mouffetard 5 <sup>e</sup>	39	26	6	2	8	3	7	0	57	2	5	1	156
Rue Cler 7 <sup>e</sup>	27	13	3	8	5	3	12	0	8	2	0	1	82
Rue Cadet 9 <sup>e</sup>	20	4	1	3	2	2	5	0	13	2	2	3	57
Rue Fbg St Denis 10 <sup>e</sup>	63	37	8	14	28	3	64	0	82	7	13	17	336
Rue d'Aligre 12 <sup>e</sup>	55	6	3	3	2	2	10	0	15	1	5	4	106
Rue Rendez-Vous 12 <sup>e</sup>	25	6	2	4	3	1	21	1	5	1	2	10	81
Rue Daguerre 14 <sup>e</sup>	44	17	6	3	7	2	25	0	29	5	4	10	152
Rue R. Losserand 14 <sup>e</sup>	49	14	14	8	15	7	64	1	39	5	11	17	244
Rue de Lévis 17 <sup>e</sup>	38	49	10	6	13	3	14	0	8	1	9	2	153
Rue du Poteau 18 <sup>e</sup>	31	23	9	5	6	2	21	2	19	2	6	3	129
Rue Belleville 19 <sup>e</sup> -20 <sup>e</sup>	70	46	18	16	25	6	84	1	58	0	24	15	363
Rue d'Avron 20 <sup>e</sup>	35	33	9	8	12	2	48	0	32	5	8	6	198
<b>TOTAL</b>	<b>559</b>	<b>287</b>	<b>95</b>	<b>85</b>	<b>134</b>	<b>42</b>	<b>394</b>	<b>5</b>	<b>405</b>	<b>34</b>	<b>95</b>	<b>110</b>	<b>2 245</b>

Voies à très forte attractivité	Alimentaire	Habillement	Santé Beauté	Maison	Culture Loisirs	Bricolage	Services Agences	Auto Moto	Restauration	Hôtels	Locaux vacants	Autres locaux	TOTAL
Rue de Rivoli 1 <sup>er</sup> -4 <sup>e</sup>	13	115	26	22	68	0	28	1	41	7	39	2	362
Bd Saint Michel 5 <sup>e</sup> -6 <sup>e</sup>	7	50	13	2	45	1	35	3	38	7	6	12	219
Rue de Rennes 6 <sup>e</sup>	9	119	16	10	12	0	34	0	12	3	2	1	218
Av Champs Elysées 8 <sup>e</sup>	8	114	15	10	34	0	39	5	42	3	35	6	311
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>	<b>398</b>	<b>70</b>	<b>44</b>	<b>159</b>	<b>1</b>	<b>136</b>	<b>9</b>	<b>133</b>	<b>20</b>	<b>82</b>	<b>21</b>	<b>1 110</b>

Voies inter arrondissements	Alimentaire	Habillement	Santé Beauté	Maison	Culture Loisirs	Bricolage	Services Agences	Auto Moto	Restauration	Hôtels	Locaux vacants	Autres locaux	TOTAL
Rue des Rosiers 4 <sup>e</sup>	7	36	4	2	5	0	2	0	13	0	5	2	76
Bd de Magenta 10 <sup>e</sup>	42	76	10	9	32	4	93	2	27	10	14	16	335
Rue Oberkampf 11 <sup>e</sup>	43	23	11	14	8	6	37	2	74	1	12	18	249
Rue de la Roquette 11 <sup>e</sup>	47	39	11	10	11	5	45	3	68	3	8	48	298
Rue de Tolbiac 13 <sup>e</sup>	40	12	16	16	18	4	93	5	56	4	13	18	295
Av Général Leclerc 14 <sup>e</sup>	20	79	16	16	25	4	44	2	23	3	10	11	253
Rue du Commerce 15 <sup>e</sup>	22	82	14	2	12	1	16	0	7	2	0	0	158
Rue de Passy 16 <sup>e</sup>	12	108	17	8	9	1	16	0	6	2	5	1	185
Av de Clichy 17 <sup>e</sup> -18 <sup>e</sup>	32	86	14	14	21	4	59	2	58	7	16	7	320
Av St Ouen 17 <sup>e</sup> -18 <sup>e</sup>	46	42	14	8	15	6	65	3	44	4	11	8	266
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>583</b>	<b>127</b>	<b>99</b>	<b>156</b>	<b>35</b>	<b>470</b>	<b>19</b>	<b>376</b>	<b>36</b>	<b>94</b>	<b>129</b>	<b>2 435</b>

Voies de quartier	Alimentaire	Habillement	Santé Beauté	Maison	Culture Loisirs	Bricolage	Services Agences	Auto Moto	Restauration	Hôtels	Locaux vacants	Autres locaux	TOTAL
Rue du Quatre Septembre 2 <sup>e</sup>	1	4	3	1	7	0	21	0	18	0	5	1	61
Rue Réaumur 2 <sup>e</sup> -3 <sup>e</sup>	5	2	1	1	5	1	20	1	22	0	10	109	177
Rue Monge 5 <sup>e</sup>	33	29	9	16	20	10	60	2	30	5	5	7	226
Rue Vignon 8 <sup>e</sup> -9 <sup>e</sup>	7	25	6	3	1	0	11	0	15	1	3	8	80
Rue Fbg Poissonnière 9 <sup>e</sup> -10 <sup>e</sup>	21	33	5	4	12	4	65	1	58	5	28	36	272
Rue La Fayette 9 <sup>e</sup> -10 <sup>e</sup>	17	47	22	14	24	3	105	8	62	14	19	21	356
Rue Fbg Saint Martin 10 <sup>e</sup>	41	17	8	6	11	5	57	6	52	4	20	111	338
Rue Fbg du Temple 10e-11 <sup>e</sup>	39	73	10	10	16	3	21	1	39	3	12	11	238
Rue Saint Charles 15 <sup>e</sup>	36	32	12	11	10	2	44	2	31	6	10	17	213
Avenue de Versailles 16 <sup>e</sup>	44	15	11	17	19	6	66	18	36	1	8	8	249
Rue de la Jonquière 17 <sup>e</sup>	15	4	3	2	5	1	39	0	20	4	5	12	110
Rue Marx Dormoy 18 <sup>e</sup>	19	15	6	8	10	1	25	1	23	1	4	7	120
Rue Ordener 18 <sup>e</sup>	35	30	18	9	20	6	87	3	43	5	13	18	287
Avenue Secrétan 19 <sup>e</sup>	25	19	8	1	8	5	22	1	10	2	19	5	125
Rue des Pyrénées 20 <sup>e</sup>	69	29	25	24	32	8	135	15	61	6	22	41	467
<b>TOTAL</b>	<b>407</b>	<b>374</b>	<b>147</b>	<b>127</b>	<b>200</b>	<b>55</b>	<b>778</b>	<b>59</b>	<b>520</b>	<b>57</b>	<b>183</b>	<b>412</b>	<b>3 319</b>

Source : BDRues 2009

## 2. Évolutions observées entre juin 2008 et juin 2009 par catégories de voies

	Alimentaire	Habillement	Santé Beauté	Maison	Culture Loisirs	Bricolage	Services Agences	Auto Moto	Restauration	Hôtels	Locaux vacants	Autres locaux	TOTAL
Voies alimentaires	5	4	3	-9	-8	4	1	-1	2	-1	-7	1	-6
Voies à très forte attractivité	2	-16	2	-1	1	0	-4	0	-14	0	22	2	-6
Voies inter arrondissements	2	7	3	-5	-1	0	8	-6	-1	-3	-12	4	-4
Voies de quartier	2	1	3	-8	-6	-2	10	-2	2	1	9	-26	-16
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>-4</b>	<b>11</b>	<b>-23</b>	<b>-14</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>-9</b>	<b>-11</b>	<b>-3</b>	<b>12</b>	<b>-19</b>	<b>-32</b>

Voies Alimentaires	Alimentaire	Habillement	Santé Beauté	Maison	Culture Loisirs	Bricolage	Services Agences	Auto Moto	Restauration	Hôtels	Locaux vacants	Autres locaux	TOTAL
Rue Montorgueil 1 <sup>er</sup> -2 <sup>e</sup>	1	3	0	0	-2	0	-1	0	0	0	-1	-1	-1
Rue de Bretagne 3 <sup>e</sup>	1	1	0	3	-1	0	-1	0	-2	0	1	-3	-1
Rue Mouffetard 5 <sup>e</sup>	1	-3	0	0	-2	1	0	0	0	0	3	0	0
Rue Cler 7 <sup>e</sup>	0	0	1	0	-1	0	0	0	0	0	0	0	0
Rue Cadet 9 <sup>e</sup>	0	-1	0	-1	0	0	0	0	3	0	-2	1	0
Rue Fbg St Denis 10 <sup>e</sup>	3	3	0	-2	0	0	0	0	2	0	-8	0	-2
Rue d'Aligre 12 <sup>e</sup>	-1	2	0	-1	0	1	0	0	0	0	-1	0	0
Rue Rendez-Vous 12 <sup>e</sup>	0	-2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Rue Daguerre 14 <sup>e</sup>	0	3	0	-1	0	0	2	0	1	0	-4	-1	0
Rue R. Losserand 14 <sup>e</sup>	1	-3	0	-2	-1	0	3	-1	0	0	3	0	0
Rue de Lévis 17 <sup>e</sup>	2	-1	0	-1	-1	1	-2	0	-2	-1	3	0	-2
Rue du Poteau 18 <sup>e</sup>	0	0	2	0	0	0	-2	0	0	0	0	0	0
Rue Belleville 19 <sup>e</sup> -20 <sup>e</sup>	-2	2	0	-2	-2	1	2	0	1	0	-3	3	0
Rue d'Avron 20 <sup>e</sup>	-1	0	0	-2	2	0	-1	0	-1	0	1	2	0
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>-9</b>	<b>-8</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>-1</b>	<b>2</b>	<b>-1</b>	<b>-7</b>	<b>1</b>	<b>-6</b>

Voies à très forte attractivité	Alimentaire	Habillement	Santé Beauté	Maison	Culture Loisirs	Bricolage	Services Agences	Auto Moto	Restauration	Hôtels	Locaux vacants	Autres locaux	TOTAL
Rue de Rivoli 1 <sup>er</sup> -4 <sup>e</sup>	0	-6	-1	-1	-1	0	-2	0	-12	0	25	-1	1
Bd Saint Michel 5 <sup>e</sup> -6 <sup>e</sup>	2	-1	2	-1	2	0	0	0	-2	0	-4	2	0
Rue de Rennes 6 <sup>e</sup>	1	0	2	0	-1	0	1	0	1	0	-4	0	0
Av Champs Elysées 8 <sup>e</sup>	-1	-9	-1	1	1	0	-3	0	-1	0	5	1	-7
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>-16</b>	<b>2</b>	<b>-1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>-4</b>	<b>0</b>	<b>-14</b>	<b>0</b>	<b>22</b>	<b>2</b>	<b>-6</b>

Voies inter arrondissements	Alimentaire	Habillement	Santé Beauté	Maison	Culture Loisirs	Bricolage	Services Agences	Auto Moto	Restauration	Hôtels	Locaux vacants	Autres locaux	TOTAL
Rue des Rosiers 4 <sup>e</sup>	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	-4	1	1
Bd de Magenta 10 <sup>e</sup>	-1	3	0	-1	2	0	2	-1	2	0	-7	2	1
Rue Oberkampf 11 <sup>e</sup>	3	-1	0	-1	-1	0	0	-1	0	-1	3	-1	0
Rue de la Roquette 11 <sup>e</sup>	1	1	0	-1	-1	-1	2	0	0	0	0	-3	-2
Rue de Tolbiac 13 <sup>e</sup>	0	-2	1	1	1	0	-2	0	-4	0	3	2	0
Av Général Leclerc 14 <sup>e</sup>	-3	0	1	-2	-3	0	1	-1	2	0	0	4	-1
Rue du Commerce 15 <sup>e</sup>	0	4	-1	-2	0	0	0	0	0	-1	-1	0	-1
Rue de Passy 16 <sup>e</sup>	1	0	0	1	-1	0	0	-1	-1	0	1	-1	-1
Av de Clichy 17 <sup>e</sup> -18 <sup>e</sup>	0	3	0	-1	1	0	1	-1	-2	0	-2	1	0
Av St Ouen 17 <sup>e</sup> -18 <sup>e</sup>	1	-4	1	1	1	1	4	-1	2	-1	-5	-1	-1
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>-5</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>-6</b>	<b>-1</b>	<b>-3</b>	<b>-12</b>	<b>4</b>	<b>-4</b>

Voies de quartier	Alimentaire	Habillement	Santé Beauté	Maison	Culture Loisirs	Bricolage	Services Agences	Auto Moto	Restauration	Hôtels	Locaux vacants	Autres locaux	TOTAL
Rue du Quatre Septembre 2 <sup>e</sup>	0	2	0	0	-1	0	-2	0	2	0	0	-1	0
Rue Réaumur 2 <sup>e</sup> -3 <sup>e</sup>	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	-4	0
Rue Monge 5 <sup>e</sup>	1	2	0	-2	-1	1	-1	0	1	0	0	-1	0
Rue Vignon 8 <sup>e</sup> -9 <sup>e</sup>	-1	-1	0	1	-1	0	0	0	0	0	0	1	-1
Rue Fbg Poissonnière 9 <sup>e</sup> -10 <sup>e</sup>	0	3	0	0	1	0	-5	0	0	0	6	-5	0
Rue La Fayette 9 <sup>e</sup> -10 <sup>e</sup>	1	-2	3	0	0	0	-2	-1	1	1	0	-2	-1
Rue Fbg Saint Martin 10 <sup>e</sup>	0	0	1	0	1	0	5	0	-4	0	4	-12	-5
Rue Fbg du Temple 10 <sup>e</sup> -11 <sup>e</sup>	0	-1	0	0	0	0	1	0	0	0	-1	-1	-2
Rue Saint Charles 15 <sup>e</sup>	-2	1	-1	0	-1	-1	1	0	0	0	5	-2	0
Avenue de Versailles 16 <sup>e</sup>	2	1	-1	-2	0	-1	-1	1	-1	0	1	0	-1
Rue de la Jonquière 17 <sup>e</sup>	-1	-2	0	0	-1	0	4	0	0	0	-4	2	-2
Rue Marx Dormoy 18 <sup>e</sup>	0	0	0	-1	1	0	0	0	1	0	-1	0	0
Rue Ordener 18 <sup>e</sup>	-1	-1	2	1	0	0	4	-1	1	0	-6	0	-1
Avenue Secrétan 19 <sup>e</sup>	2	0	0	-1	0	-1	3	0	-2	0	0	-1	0
Rue des Pyrénées 20 <sup>e</sup>	0	-1	-1	-4	-4	0	2	-1	2	0	4	0	-3
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>-8</b>	<b>-6</b>	<b>-2</b>	<b>10</b>	<b>-2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>-26</b>	<b>-16</b>

### 3. Nombre de commerces et services commerciaux par voies rattachés à un réseau, juin 2009

LOCAUX EN REZ DE CHAUSSEE	43 voies commerçantes (2009)		
	Nombre de locaux	Dont rattachés à un réseau Nombre	%
<b>Commerces et services</b>	<b>2 746</b>	<b>785</b>	<b>28,6%</b>
Rue Montorgueil (1 <sup>er</sup> et 2 <sup>e</sup> )	84	24	28,6%
Rue de Rivoli (1 <sup>er</sup> et 4 <sup>e</sup> )	321	143	44,5%
Rue du Quatre Septembre (2 <sup>e</sup> )	55	16	29,1%
Rue Réaumur (2 <sup>e</sup> et 3 <sup>e</sup> )	58	16	27,6%
Rue de Bretagne (3 <sup>e</sup> )	77	20	26,0%
Rue des Rosiers (4 <sup>e</sup> )	69	19	27,5%
Rue Monge (5 <sup>e</sup> )	214	55	25,7%
Rue Mouffetard (5 <sup>e</sup> )	150	24	16,0%
Boulevard Saint Michel (5 <sup>e</sup> et 6 <sup>e</sup> )	201	77	38,3%
Rue de Rennes (6 <sup>e</sup> )	215	123	57,2%
Rue Cler (7 <sup>e</sup> )	81	23	28,4%
Avenue des Champs Elysées (8 <sup>e</sup> )	270	111	41,1%
Rue Vignon (8 <sup>e</sup> et 9 <sup>e</sup> )	69	20	29,0%
Rue Cadet (9 <sup>e</sup> )	52	5	9,6%
Rue du Faubourg Poissonnière (9 <sup>e</sup> et 10 <sup>e</sup> )	208	26	12,5%
Rue La Fayette (9 <sup>e</sup> et 10 <sup>e</sup> )	316	71	22,5%
Rue du Faubourg Saint Denis (10 <sup>e</sup> )	306	12	3,9%
Rue du Faubourg Saint Martin (10 <sup>e</sup> )	207	32	15,5%
Boulevard de Magenta (10 <sup>e</sup> )	305	68	22,3%
Rue du Faubourg du Temple (10 <sup>e</sup> et 11 <sup>e</sup> )	215	24	11,2%
Rue Oberkampf (11 <sup>e</sup> )	219	23	10,5%
Rue de la Roquette (11 <sup>e</sup> )	242	54	22,3%
Rue d'Aligre (12 <sup>e</sup> )	97	11	11,3%
Rue du Rendez Vous (12 <sup>e</sup> )	69	18	26,1%
Rue de Tolbiac (13 <sup>e</sup> )	264	68	25,8%
Rue Daguerre (14 <sup>e</sup> )	138	25	18,1%
Avenue du Général Leclerc (14 <sup>e</sup> )	232	113	48,7%
Rue Raymond Losserand (14 <sup>e</sup> )	216	41	19,0%
Rue du Commerce (15 <sup>e</sup> )	158	92	58,2%
Rue Saint Charles (15 <sup>e</sup> )	186	57	30,6%
Rue de Passy (16 <sup>e</sup> )	179	123	68,7%
Avenue de Versailles (16 <sup>e</sup> )	233	61	26,2%
Rue de la Jonquière (17 <sup>e</sup> )	93	9	9,7%
Rue de Lévis (17 <sup>e</sup> )	142	48	33,8%
Avenue de Clichy (17 <sup>e</sup> et 18 <sup>e</sup> )	297	62	20,9%
Avenue de Saint Ouen (17 <sup>e</sup> et 18 <sup>e</sup> )	247	47	19,0%
Rue Marx Dormoy (18 <sup>e</sup> )	109	9	8,3%
Rue Ordener (18 <sup>e</sup> )	256	62	24,2%
Rue du Poteau (18 <sup>e</sup> )	120	23	19,2%
Avenue Secrétan (19 <sup>e</sup> )	101	30	29,7%
Rue de Belleville (19 <sup>e</sup> et 20 <sup>e</sup> )	324	59	18,2%
Rue d'Avron (20 <sup>e</sup> )	184	30	16,3%
Rue des Pyrénées (20 <sup>e</sup> )	404	79	19,6%

#### **4. Calcul du taux de rotation 2008-2009 de l'activité commerciale (cf fiches BDRues 2009)**

Le taux de rotation présenté dans les fiches BDRues et BDAxes exprime les mouvements d'activités observés entre deux périodes. Il est calculé selon la formule suivante :

$$\text{Créations} + \text{Suppressions} / 2 \times \text{stock de départ}$$

Dans le but de mieux appréhender la réalité commerciale d'une voie, la rotation étudiée ne concerne pas l'ensemble des mouvements apparus au cours d'une même période, seuls sont pris en compte les changements liés à des activités proprement commerciales. L'univers retenu est volontairement restrictif afin d'être le plus proche possible de la perception de la rue de la part des chalands.

La rotation de l'activité commerciale concerne ainsi les commerces et services commerciaux et le commerce de gros. Ne sont pas retenus les mouvements concernant les autres locaux en rez-de-chaussée (locaux vacants, services aux entreprises, activités médicales, spectacles...).

## V. LES FICHES SYNTHÉTIQUES DES 43 RUES PARISIENNES PAR ARRONDISSEMENTS (CD-ROM)

Rue Montorgueil – 1<sup>er</sup>-2<sup>e</sup>  
Rue de Rivoli – 1<sup>er</sup>-4<sup>e</sup>  
Rue du Quatre Septembre – 2<sup>e</sup>  
Rue Réaumur – 2<sup>e</sup>-3<sup>e</sup>  
Rue de Bretagne – 3<sup>e</sup>  
Rue des Rosiers – 4<sup>e</sup>  
Rue Monge – 5<sup>e</sup>  
Rue Mouffetard – 5<sup>e</sup>  
Boulevard Saint-Michel – 5<sup>e</sup>-6<sup>e</sup>  
Rue de Rennes – 6<sup>e</sup>  
Rue Cler – 7<sup>e</sup>  
Avenue des Champs-Élysées – 8<sup>e</sup>  
Rue Vignon – 8<sup>e</sup>-9<sup>e</sup>  
Rue Cadet – 9<sup>e</sup>  
Rue du Faubourg Poissonniere – 9<sup>e</sup>-10<sup>e</sup>  
Rue La Fayette – 9<sup>e</sup>-10<sup>e</sup>  
Rue du Faubourg Saint-Denis – 10<sup>e</sup>  
Rue du Faubourg Saint-Martin – 10<sup>e</sup>  
Boulevard de Magenta – 10<sup>e</sup>  
Rue du Faubourg Du Temple – 10<sup>e</sup>-11<sup>e</sup>  
Rue Oberkampf – 11<sup>e</sup>  
Rue de La Roquette – 11<sup>e</sup>  
Rue d'Aligre – 12<sup>e</sup>  
Rue du Rendez-Vous – 12<sup>e</sup>  
Rue de Tolbiac – 13<sup>e</sup>  
Rue daguerre – 14<sup>e</sup>  
Avenue du Général Leclerc – 14<sup>e</sup>  
Rue Raymond-Losserand – 14<sup>e</sup>  
Rue du Commerce – 15<sup>e</sup>  
Rue Saint-Charles – 15<sup>e</sup>  
Rue de Passy – 16<sup>e</sup>  
Avenue de Versailles – 16<sup>e</sup>  
Rue de La Jonquière – 17<sup>e</sup>  
Rue de Levis – 17<sup>e</sup>  
Avenue de Clichy – 17<sup>e</sup>-18<sup>e</sup>  
Avenue de Saint-Ouen – 17<sup>e</sup>-18<sup>e</sup>  
Rue Marx Dormoy – 18<sup>e</sup>  
Rue Ordener – 18<sup>e</sup>  
Rue du Poteau – 18<sup>e</sup>  
Avenue Secrétan – 19<sup>e</sup>  
Rue de Belleville – 19<sup>e</sup>-20<sup>e</sup>  
Rue d'Avron – 20<sup>e</sup>  
Rue des Pyrenées – 20<sup>e</sup>



## **Suivi des mutations commerciales sur 43 voies commerçantes (2005-2009)**

### **Rapport 2009 sur les rues commerçantes**

L'enquête sur les 43 voies commerçantes de juin 2009 a été réalisée quelques mois après le début de la crise financière et économique de l'automne 2008. Le temps écoulé n'est pas suffisant pour observer d'éventuels effets de cette instabilité économique au niveau des commerces. Sans doute les évolutions observées suite à l'enquête de juin 2009 apporteront-elles des éléments d'avantage liés aux conséquences directes de la crise.

Les voies commerçantes représentent en juin 2009 un ensemble de 9 109 locaux en rez-de-chaussée sur rue. Entre les mois de juin 2008 et 2009, pas moins de 1 372 changements d'activités ont été recensés, soit 702 disparitions d'activités et 670 créations.

Les principales évolutions recensées au cours de l'année écoulée se traduisent par une diminution des locaux en pied d'immeuble (-32 unités) due à un agrandissement de certains locaux et la disparition d'autres au moment de restructuration. Les commerces et services commerciaux enregistrent une baisse de leur nombre un peu plus soutenue que celle observée l'année écoulée (-25 établissements depuis 2008 contre -22 entre 2007 et 2008); les autres locaux en rez-de-chaussée connaissent également une diminution de leur nombre alors qu'ils croissaient l'année passée (-7 établissements contre +22 entre 2007 et 2008). À l'image de l'année passée, les commerces alimentaires sont plus nombreux (+11 établissements); cette augmentation concerne plus souvent les magasins généralistes que les spécialisés (respectivement +8 établissements contre +3). Ce sont principalement les supérettes (+7 établissements) qui progressent au sein des magasins généralistes alors que les chocolatiers, glaciers et magasins bio concernent l'alimentaire spécialisé.

Les secteurs d'activités dont les effectifs progressent entre juin 2008 et juin 2009 sont les magasins liés à la santé et au bien-être (+11 établissements), les services et agences commerciales (+15 magasins) et de façon plus modeste les boutiques de bricolage (+2 établissements). Au contraire, les secteurs qui connaissent une diminution de leurs effectifs sont les magasins de décoration de la maison (-23 établissements), les boutiques culturelles et de loisirs (-14 établissements), la restauration (-11 établissements), les magasins d'auto-moto (-9 établissements) et dans une moindre mesure les boutiques de mode (-4 établissements). Le nombre de locaux vacants est en augmentation (+12 unités); cette évolution à la hausse est visible sur les voies à très forte attractivité et les voies de quartiers alors que les rues à dominante alimentaire et les voies d'attractivité inter arrondissement enregistrent une baisse de la vacance des locaux.

L'année 2010 qui s'annonce risque d'être le prolongement de la situation rencontrée au cours de 2009; les voies commerçantes ont enregistré une baisse du nombre de locaux implantés avec des situations variées selon les secteurs d'activités. Les enseignes appartenant à un réseau commercial semblent moins affectées. L'enquête qui aura lieu au cours de l'année 2010 permettra d'observer l'impact de la crise débutée fin 2008 et qui s'est prolongée pendant l'année 2009.