

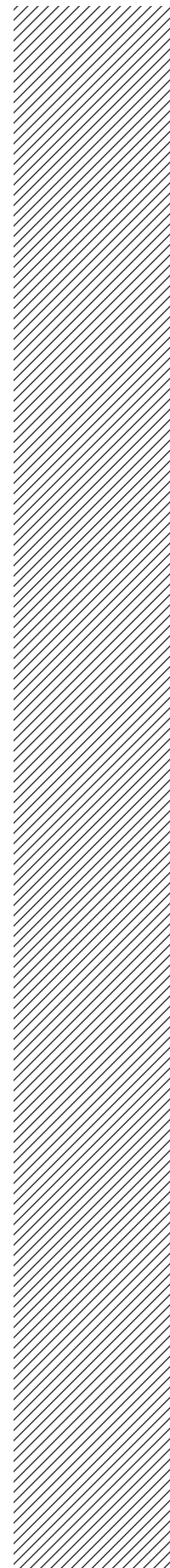


📖 ÉTUDE

# LES COMMERCES À PARIS EN 2023

INVENTAIRE DES COMMERCES 2023  
ET ÉVOLUTION 2020-2023

JANVIER 2024



Directeur et directrice de la publication : **Alexandre LABASSE**  
**Patricia PELLOUX**

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

Sous la direction de : **Stéphanie JANKEL**

Avec le concours de : **Sidonie STOTZENBACH**

Cartographie et traitement statistique : **Gustavo VELA-BARRON**

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

Mise en page : **Apur**

Photo de couverture : © **Apur - François Mohrt**

[www.apur.org](http://www.apur.org)

23P030340

# Sommaire

INTRODUCTION .....	4
<b>1.   Une évolution de l'offre commerciale depuis 2020 .....</b>	<b>8</b>
60 846 commerces et services commerciaux en rez-de-chaussée des rues parisiennes .....	8
La progression du commerce alimentaire et transformation de la grande distribution .....	12
Les commerces de prêt-à-porter et de chaussures face au commerce en ligne et l'essor de la seconde main .....	19
La résistance des commerces culturels .....	21
Une augmentation moins forte des bars-café et restaurants .....	23
Vers un commerce plus circulaire et serviciel .....	26
Une densité de commerces de rue exceptionnelle .....	29
Des commerces de destination très présents dans le centre de Paris .....	37
Une augmentation modérée de la vacance suite à la crise covid .....	40
Variétés du commerce parisien .....	42
Des magasins en réseaux moins nombreux depuis 2017 .....	58
Des horaires d'ouverture de plus en plus larges .....	64
Des aides publiques pour soutenir les commerces parisiens .....	68
<b>2.   Recueil de cartes par secteur d'activité .....</b>	<b>78</b>
<b>3.   Portrait commercial des 17 arrondissements parisiens .....</b>	<b>110</b>
ANNEXE : TABLEAU DE SYNTHÈSE DES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE BDCOM DE 2000 À 2023 .....	146

---

## INTRODUCTION

---

Un nouveau recensement de tous les locaux situés en rez-de-chaussée à Paris a été réalisé par l'Atelier parisien d'urbanisme en avril 2023, en partenariat avec la Ville de Paris et la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris.

Les enquêtes BDCOM, effectuées tous les 3 ans depuis 2000, permettent de comprendre les tendances de long terme qui traversent le commerce parisien et de suivre les évolutions à une échelle fine, celle du quartier et de la rue. Elles servent aussi de point d'appui depuis 23 ans aux actions publiques mises en œuvre pour soutenir le tissu commercial parisien.

Le recensement lui-même, dont la méthode d'enquête est identique depuis 23 ans, consiste à dénombrer et cartographier à l'adresse tous les locaux en rez-de-chaussée sur rue ayant une vitrine et une entrée sur l'espace public. Les locaux présents dans les galeries et passages couverts, les centres commerciaux, les gares et les marchés couverts au nombre d'une centaine en tout à Paris sont aussi enquêtés.

Les informations relevées concernent la nature du local : commerce, service commercial, débit de boissons ou restaurant, atelier ou bureau ayant pris la place d'une ancienne boutique ou bien encore un local vacant ou en travaux en attente d'une nouvelle occupation.

L'activité exercée est répertoriée selon une nomenclature de 224 postes ainsi que l'enseigne du magasin si elle existe ; enfin, la surface de vente du magasin est estimée selon trois tranches : moins de 300 m<sup>2</sup>, entre 300 et 1 000 m<sup>2</sup> et plus de 1 000 m<sup>2</sup>.

La fonction principale du commerce dans la ville est tout d'abord économique. Il réunit l'offre du producteur et la demande des clients. Grâce au commerçant, le fabricant n'a pas à chercher de nouveaux marchés et le client n'a pas besoin de chercher le fabricant et peut trouver, en boutique, un large assortiment de produits. Cette fonction de distribution est primordiale pour la ville et les habitants. Fonction d'animation également, par les flux de marchandises et par les déplacements de chalands qui viennent acheter. Il est un élément clé de l'urbanité et donne une attirance à la ville.

Au-delà de ces fonctions primordiales, le commerce a aussi une fonction sociale dans le sens où c'est aussi un lieu où les gens se rencontrent. Le lien social assuré par les commerçants est particulièrement important pour les personnes isolées ou les personnes âgées. Les courses de proximité, qui peuvent représenter une part notable des sorties de la semaine, deviennent alors l'occasion d'échanges personnels et d'entraide, voire de liens amicaux.

---

*Une 9<sup>e</sup> enquête  
réalisée par l'Apur  
à pied dans les rues  
de Paris en avril 2023*

---

Par ailleurs, une ville commerçante où les magasins sont ouverts sécurise aussi le quartier où ils sont implantés.

À cet égard, le développement récent du commerce en ligne a un impact sur le commerce physique et notamment certains types de magasins ou activités qui ont disparu presque complètement. Mais l'avenir sera vraisemblablement celui d'une hybridation plus forte entre les différents canaux

de distribution, les commerçants ne vendant que sur internet ouvrant des boutiques physiques alors que le commerce physique se double d'une offre virtuelle. L'aide apportée par la puissance publique à travers la protection et l'aide à l'installation ciblée de commerce peut également favoriser un certain renouveau de l'offre au profit d'une consommation plus diverse et plus soutenable sur le plan environnemental.



Boulevard de Charonne (20<sup>e</sup>)

© Apur





# 1. UNE ÉVOLUTION DE L'OFFRE COMMERCIALE DEPUIS 2020

# 1.

## Une évolution de l'offre commerciale depuis 2020



### 60 846

commerces  
sur **83 154** locaux,  
-1,4 % entre 2020 et 2023

### 60 846 commerces et services commerciaux en rez-de-chaussée des rues parisiennes

En 2023, 83 154 locaux ont été recensés en rez-de-chaussée des rues parisiennes, dont 60 846 sont des commerces, des bars et restaurants et des services commerciaux. Ces 83 154 locaux se répartissent entre 73,2 % de commerces et services (60 846 établissements), 15,9 % de locaux installés dans d'anciennes boutiques qui ne sont pas des commerces et sont des bureaux, des cabinets médicaux ou bien encore des commerces de gros (13 249 locaux) et 10,9 % de locaux vacants (9 059 locaux).

Au sein de ces 83 154 locaux, le **nombre de commerces et services baisse (-842 entre 2020 et 2023 soit -1,4 %)**, ce qui n'entraîne pas une baisse équivalente de la surface commerciale puisque 350 locaux sont « englobés » par un local ou un commerce voisin. Deux locaux sont réunis, les surfaces commerciales restent inchangées malgré la disparition d'un local. **Le nombre de locaux vacants augmente en 3 ans de 0,7 point passant de 10,2 % à 10,9 % de l'ensemble des locaux (+518 locaux)**. L'augmentation de la vacance est liée à la crise sanitaire de la Covid-19.

Enfin, parmi les autres locaux situés en rez-de-chaussée, on observe une baisse du nombre de **commerces de gros**, qui se poursuit (-23 %, -230 magasins environ). Il ne reste plus que 780 de ces locaux dans Paris alors qu'il y en avait 3 400 il y a 20 ans, en 2003. À l'inverse, le nombre de locaux occupés par des **activités médicales est en augmentation** depuis une quinzaine d'années et continue de progresser entre 2020 et 2023, à un rythme un peu moins soutenu cependant qu'auparavant (+4 %, +88 locaux contre +9 % et +183 locaux entre 2017 et 2020).

**Le taux de mutation des commerces s'accélère un peu** par rapport à la période précédente: **12,7 % par an entre 2020 et 2023** contre 10,4 % par an entre 2017 et 2020 et 10,6 % entre 2014 et 2017. Les mutations observées en 2 ans et demi sont principalement des changements d'activités ou d'enseignes (9 400), des réouvertures après un moment de vacance (3 800) ou des transformations vers un autre local d'activité ou vers un local vacant ou en travaux (4 600). Il n'y a que 395 créations nettes et 340 disparitions nettes de commerces.



Les résultats de l'enquête réalisée en 2023 traduisent les nouveaux modes de consommation, les nouveaux besoins services des Parisiens et la transition vers les mobilités douces.

Les baisses traduisent en particulier 3 évolutions majeures :

- **la montée du commerce en ligne** qui impacte notamment les commerces d'équipement de la personne (prêt-à-porter, chaussures, bijouterie) avec une baisse de -8 % soit -621 sur les 7 300 existants ;
- **l'augmentation de la dématérialisation des échanges** qui explique la baisse des agences bancaires, agences de voyages ou d'assurance avec une baisse de 7 % soit -77 agences bancaires sur 1 100 en 2020 ;
- **le fort recul du taux de motorisation** (67 % des ménages parisiens ne possèdent pas de voitures) se traduit par la baisse des garages, concessionnaires et stations-service : -72 établissements sur 830 en 2020 soit une diminution de -9 %.

Concernant les hausses, elles traduisent aussi les grandes évolutions de la société et les nouvelles attentes des métropolitains ; Les 5 faits les plus saillants sont :

- **la forte hausse du commerce alimentaire** qui traduit le souhait des Parisiens de pouvoir faire leurs courses du quotidien à côté de chez eux dans des petits commerces ;
- **la hausse de la restauration** et en particulier de la restauration rapide qui traduit l'attractivité de Paris, avec un nombre d'emplois qui continue de progresser en 2022 et qui excède à la fin de l'année +6,1 % son niveau d'avant crise sanitaire ; un taux de vacance du parc de bureaux très bas dans le QCA (moins de 3 %) ; une population étudiante constante (390 000) et le retour des touristes stimulés par de grands événements (comme la coupe du monde de rugby) ;
- en symétrie du fort recul de la motorisation, le choix des mobilités douces, en particulier du vélo (+27 % de fréquentation annuelle des aménagements cyclables à Paris depuis 2020), se traduit par la **création de nombreux magasins dédiés à la vente et à la réparation de vélos** (69) ;
- **les nouveaux modèles d'exercice collectif de la médecine** en remplacement des cabinets traditionnels en étages se traduisent par la création de cabinets médicaux de plain-pied (+88

cabinets ou laboratoires sur 2 100 en 2020 soit +4 %) ;

- **les préoccupations pour le bien-être sous toutes ses formes** : +283 commerces (instituts de beauté, prothèses auditives, ongleries...) soit +15 %.

Cette enquête, effectuée à distance de la crise sanitaire liée à la Covid-19, permet de constater la solidité du commerce parisien avec une augmentation du nombre de commerces alimentaires et une progression limitée de la vacance après 3 années difficiles marquées par les confinements successifs, les restrictions de déplacement suivies par la crise du pouvoir d'achat commencée au printemps 2022.

Les mesures de soutien mises en place par l'État et la Ville de Paris (exonération de loyers commerciaux, de droits de voirie, droits de terrasses... soutien aux librairies, disquaires, installation sans redevance de terrasses éphémères puis estivales pour les bars et restaurants) ont atténué probablement cette hausse de la vacance des locaux.

## PRINCIPALES ÉVOLUTIONS DU COMMERCE PARISIEN DE 2020 A 2023

### ↑ Principales hausses



**Le commerce alimentaire**

**+310** commerces, **+4 %**



**La santé et le bien-être**

**+283** commerces, **+15 %**



**La restauration**

**+189** cafés, bars et restaurants, **+1 %**



**Les activités médicales**

**+88** cabinets et laboratoires, **+4 %**



**La vente, réparation et location de vélos**

**+69** établissements, **+39 %**

### ↓ Principales baisses



**L'équipement de la personne**

**-621** commerces, **-8 %**



**Les agences bancaires**

**-77** agences, **-7 %**



**Les garages, concessionnaires et stations-service**

**-72** établissements, **-9 %**

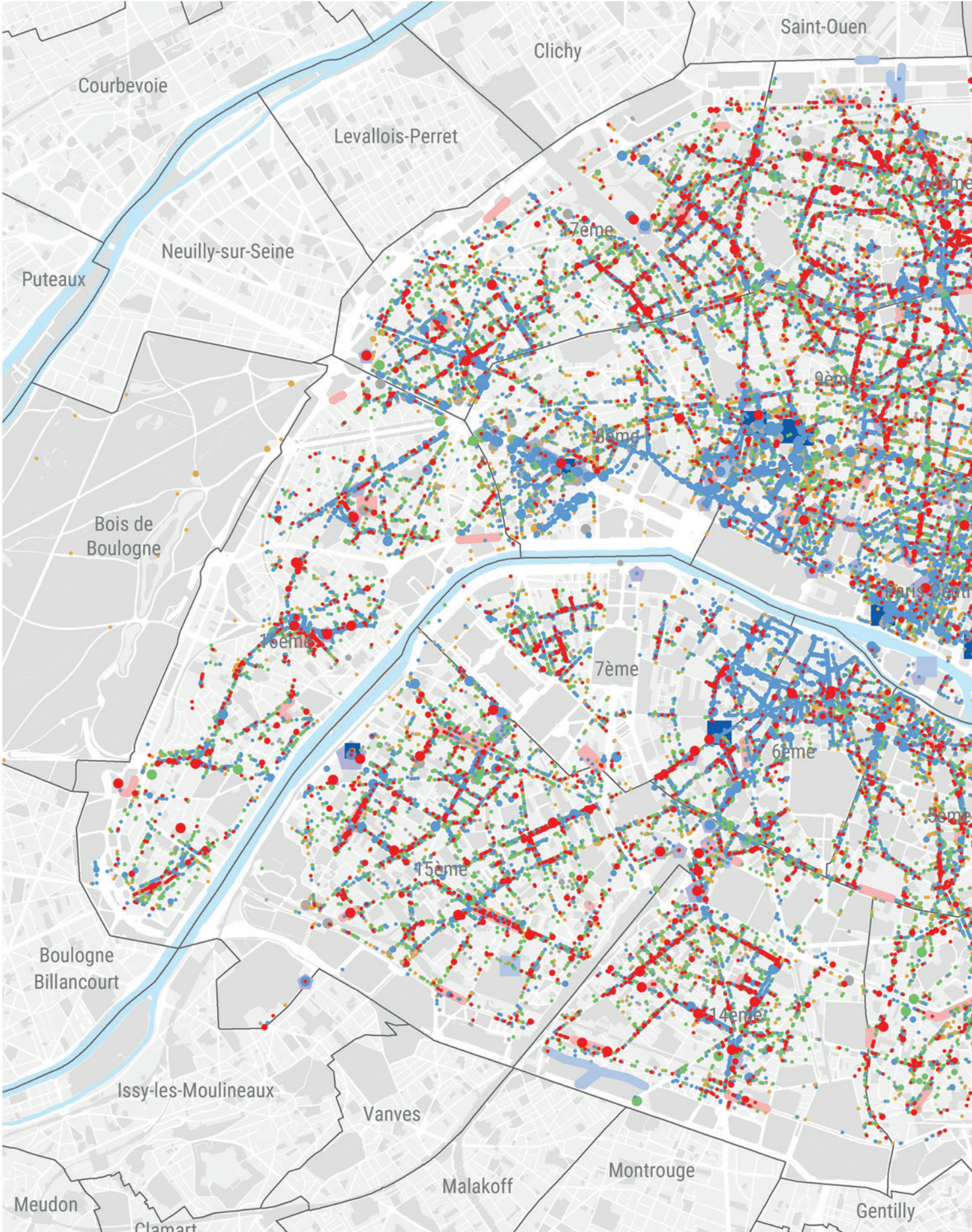


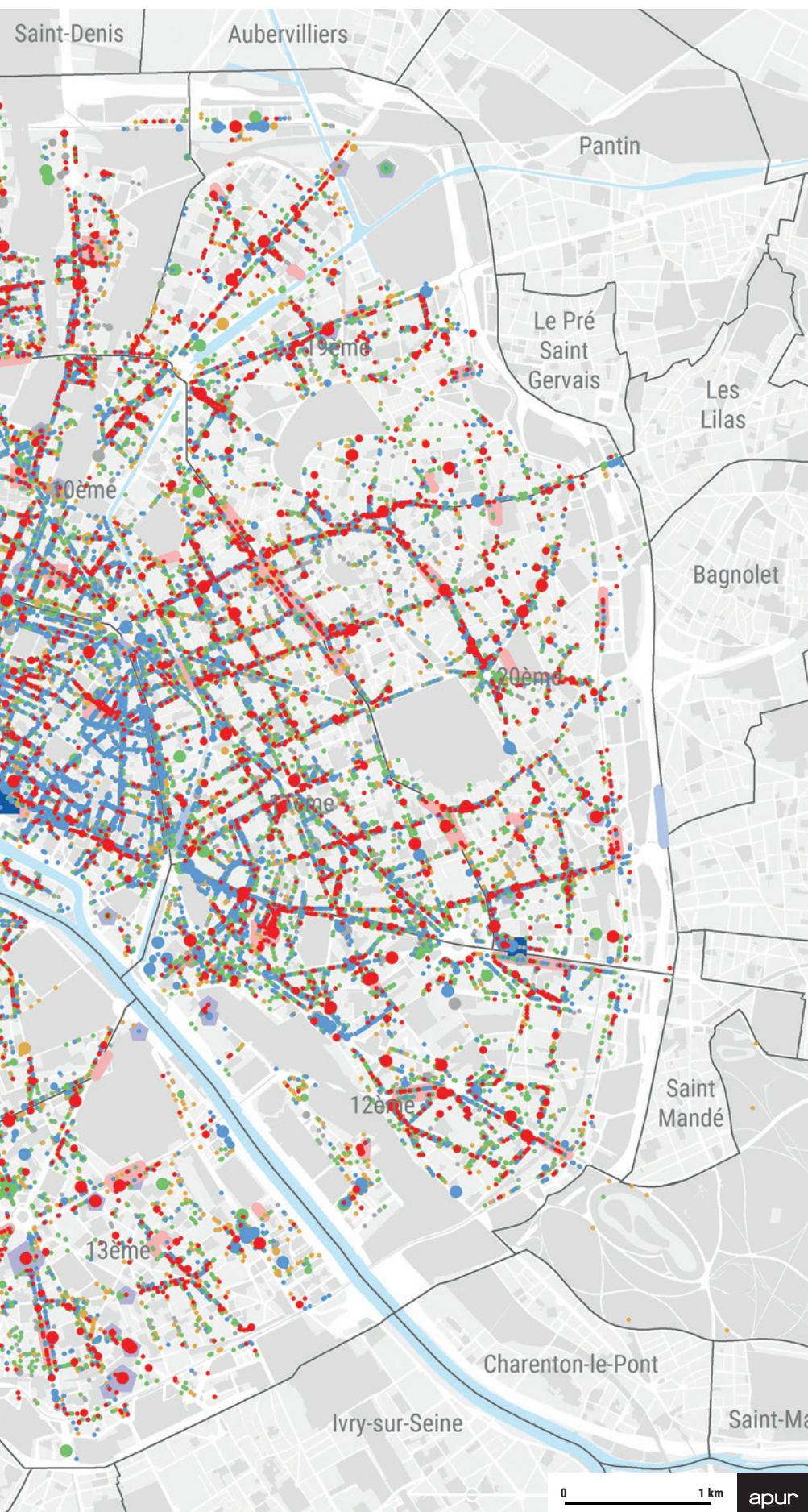
**Le commerce de gros**

**-231** commerces, **-23 %**

Source : Apur, BDCOM 2023

apur





### ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- Concentration commerciale

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

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

#### Type de marché

- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire

■ Principaux équipements

Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)

# La progression du commerce alimentaire et transformation de la grande distribution

On constate **depuis 2 ans et demi une augmentation assez marquée du nombre de commerces alimentaires**. La crise sanitaire et les confinements ont accéléré les évolutions qui étaient déjà en germe. Les Parisiens semblent avoir un peu modifié leurs habitudes de consommation alimentaire et privilégient dorénavant les courses effectuées dans les petits commerces spécialisés où ils trouvent un approvisionnement plus frais et récolté plus localement. Les commerçants, de leur côté, privilégient la qualité et ont développé des services de livraisons qui n'existaient pas avant la crise sanitaire. Le commerce de niche reste vivace grâce aux touristes qui sont de retour dans la capitale à un niveau équivalent à celui d'avant crise (glaciers, pâtisseries). La grande distribution cherche à se réinventer avec de nouveaux concepts et voit stagner le nombre de supérettes et se développer les drive piétons.

## Une hausse des petits magasins alimentaires indépendants

**On recense 8018 commerces alimentaires à Paris en 2023.** C'est le nombre de magasins le plus élevé depuis le début des enquêtes effectuées depuis 20 ans. À l'époque, en 2000, l'effectif s'élevait à environ 7 000 magasins.

**On peut distinguer 3 types de commerces alimentaires :**

• **4 207 magasins spécialisés et « traditionnels ».** Ils ont en commun de ne vendre qu'une seule gamme de produits du quotidien, comme les boulangeries, les boucheries, les poissonneries... Ce sont généralement de petits magasins indépendants. Leur nombre, qui était en légère baisse entre 2000 et 2011, augmente surtout depuis 2020. La surface totale de vente

de ces magasins peut être estimée à 210 000 m<sup>2</sup> sur 958 000 m<sup>2</sup> de surface vente alimentaire en tout <sup>1</sup> ;

• **1 600 commerces spécialisés « de niche »** ne vendent aussi qu'un seul type de produits mais représentent un marché plus restreint et moins essentiel. Ce sont les chocolateries, les glaciers ou la vente de produits régionaux. Ces magasins, de petite taille également, appartiennent souvent, en revanche, à un réseau d'enseignes et ont connu une hausse importante de leur nombre entre 2003 et 2017. La croissance se ralentit un peu depuis cette date, mais reste assez soutenue. La surface de vente totale de ces magasins peut être estimée à 80 000 m<sup>2</sup> ;

• **2 211 commerces généralistes** vendent, en libre-service, un large assortiment de produits alimentaires en y adjoignant des produits d'hygiène et de santé-beauté. Ce sont les 741 supérettes (d'une surface comprise entre 120 et 400 m<sup>2</sup>) et les 346 supermarchés (surface de vente comprise entre 400 et 2 500 m<sup>2</sup>). Avec 16 % du millier de petites alimentations générales (moins de 120 m<sup>2</sup>), ils appartiennent essentiellement à de grands groupes de distribution alimentaire et se sont beaucoup développés - leur nombre a quasiment doublé - jusqu'en 2017. À partir de cette date la croissance du nombre d'établissements se ralentit pour devenir très faible ces trois dernières années ce qui laisse supposer que la grande distribution est sans doute arrivée à la limite de son expansion. La surface de vente totale de ces magasins <sup>2</sup> peut être estimée à 668 000 m<sup>2</sup>.

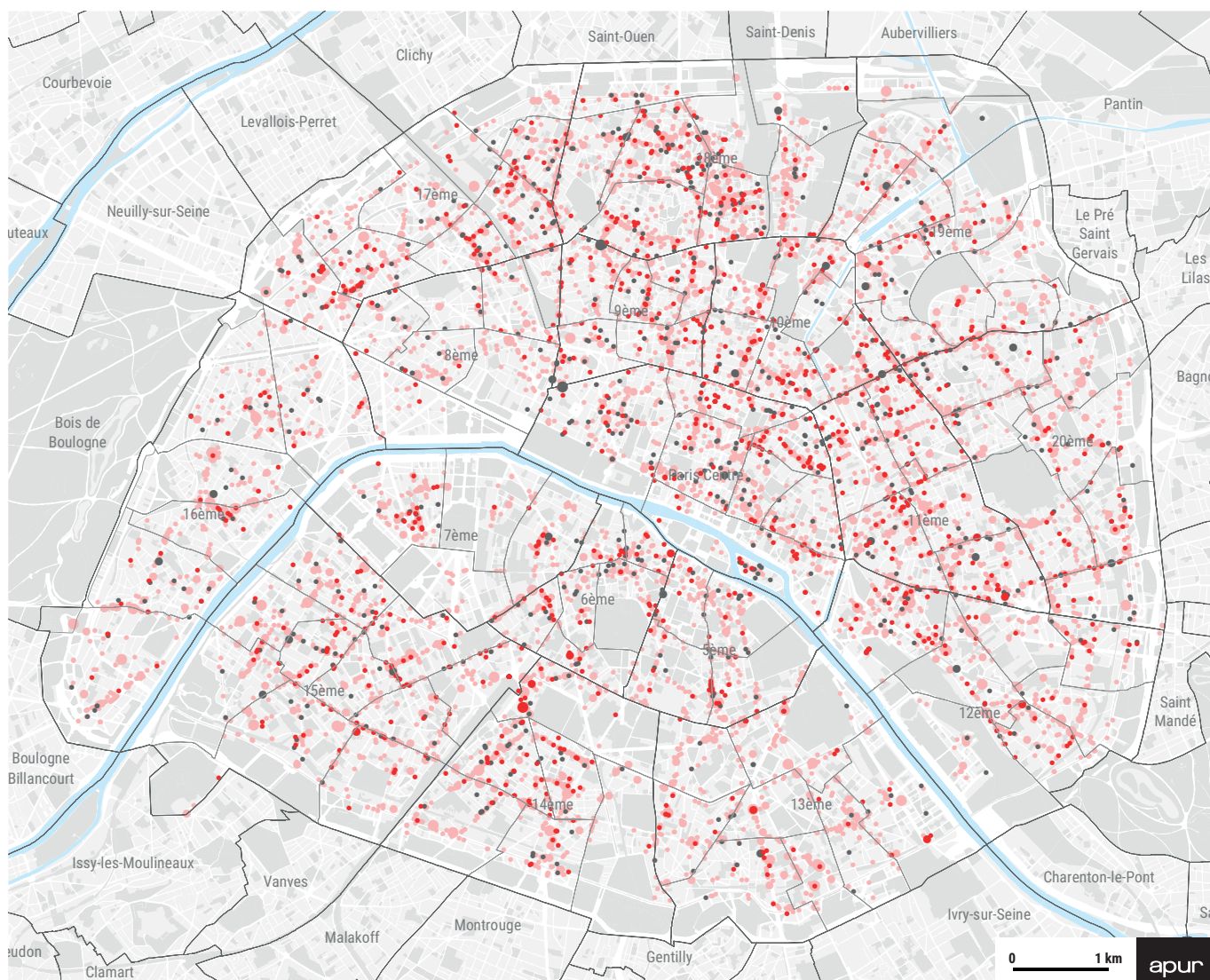
En ce qui concerne les évolutions récentes des commerces alimentaires, entre 2020 et 2023, **on compte +277 commerces alimentaires spécialisés de**

**plus (+5 %)**, notamment +61 cavistes, +55 primeurs, +52 pâtisseries, +46 traiteurs, +24 boulangeries, +21 torrificateurs, +13 fromagers et +8 poissonneries... Il n'y a que les boucheries (-28) et les magasins de produits surgelés (-2) dont le nombre de magasins est en baisse. La surface de vente augmente aussi ; on peut l'estimer à environ +14 000 m<sup>2</sup>.

La carte ci-après permet d'apprécier les changements intervenus en 3 ans. Les nouveaux commerces se localisent surtout sur les voies déjà très denses en commerces de bouche, que l'on peut qualifier de rues « Marchés ». Citons en particulier les rues de Bretagne (3<sup>e</sup>), du Bac et Cler (7<sup>e</sup>), Charonne (11<sup>e</sup>), Aligre (12<sup>e</sup>), Convention (15<sup>e</sup>) ou Levis (17<sup>e</sup>).

<sup>1</sup> — Si l'on considère que la surface moyenne d'un petit commerce spécialisé est de 50 m<sup>2</sup>, alors 4 207 X 50 = 210 000 m<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> — L'Apur dispose de la connaissance de la surface de vente exacte d'un nombre important de commerces supérieur à 300 m<sup>2</sup> (une partie des supérettes, la quasi-totalité des supermarchés, des Monoprix et des hypermarchés). Pour les surfaces de vente des alimentations générales de < 120 m<sup>2</sup>, un ratio de 80 m<sup>2</sup> a été appliqué.



## LES COMMERCES ALIMENTAIRES

Évolution 2020-2023 : +4 %

- Création (1 019)
- Maintien de l'activité (6 999)
- Disparition (709)

### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

Évolution 2020-2023 en nombre : +310

Caviste : +61 / Prime : +55 / Pâtisserie : +52 /  
 Charcuterie-traiteur : +46 / Boulangerie : +24 /  
 Torréfacteur : +21 / Supermarché : +18 /  
 Crèmerie-fromagerie : +13 / Alimentation générale : +10 /  
 Chocolaterie-confiserie : +10 / Glacier : +9 /  
 Poissonnerie : +8 / Supérette spécialisée : +8 /  
 Produit régionaux et étrangers : +5 /  
 Traiteur asiatique : +3 / Supérette : -1 /  
 Vente de produits surgelés : -2 / Boucherie : -28

Source : Apur, BDCOM 2023



Boulangerie Maison Marnay - rue Saint-Martin (Paris Centre)

© Apur - François Mohr

## Un arrêt de l'expansion de la grande distribution à Paris

Les commerces alimentaires généralistes connaissent une progression beaucoup plus limitée que les commerces spécialisés, puisque le nombre de magasins ne s'accroît que de 31 unités entre 2020 et 2023. Il s'agit surtout d'un développement de supérettes et supermarchés spécialisés (vendant par exemple majoritairement des produits alimentaires de pays étrangers) car les enseignes de la grande distribution n'enregistrent pas de gain substantiel. On constate au contraire à la fois un arrêt de son expansion et un mouvement de redistribution des cartes<sup>3</sup> à l'intérieur de celle-ci.

Le groupe « Casino », à travers plusieurs enseignes touchant plusieurs segments de clientèle, tels « Monoprix », « Franprix », « Naturalia », reste l'acteur le plus important du marché de la grande distribution à Paris avec près de 550 magasins, dont 1 hypermarché « Géant Casino »<sup>4</sup>, 58 « Monoprix », 153 supermarchés et 310 supérettes. Sa part de marché, en surface de vente appar-

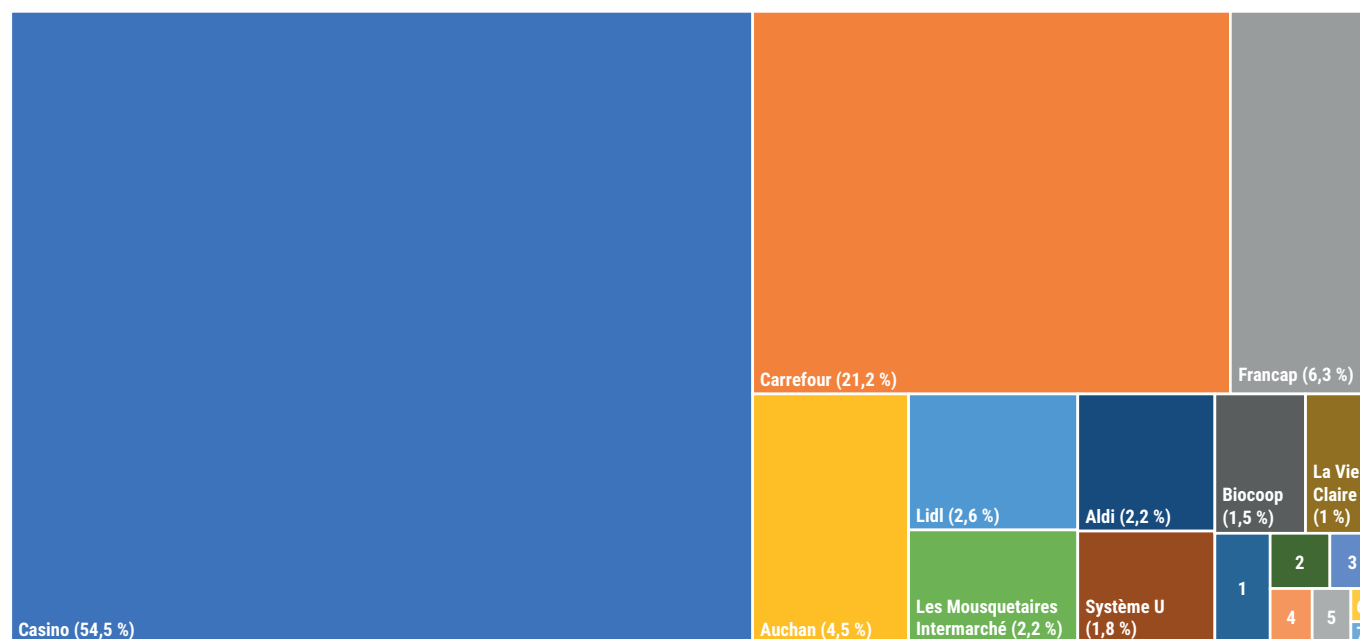
tenant à la grande distribution (54 % en 2023), a diminué de 2 points depuis 2 ans et demi malgré le rachat de plusieurs magasins « Les Nouveaux Robinson » passés sous l'enseigne Naturalia. Il se trouve depuis quelques mois en difficulté financière et va devoir se séparer de 195 points de vente en France de façon échelonnée d'ici 3 ans pour rembourser une partie de sa dette de plus de 6 milliards d'euros.

Le groupe « Casino » est, depuis longtemps à Paris, concurrencé par le groupe « Carrefour » qui possède 21 % des parts de marché en surface de vente (environ 118 000 m<sup>2</sup>) avec 309 magasins dont 2 hypermarchés, 68 supermarchés, 172 supérettes et 67 petites alimentations générales. Le groupe Carrefour a récemment accru ses parts de marché avec le rachat de 30 magasins « Bio C'Bon » en novembre 2020.

« Francap » est le troisième groupe de magasins alimentaires généralistes parisiens. Beaucoup moins présent que « Casino » et « Carrefour », il regroupe 162 magasins, dont 21 su-

**+ 310** commerces alimentaires entre 2020 et 2023 (dont seulement 31 appartiennent à la grande distribution)

### POIDS EN SURFACE DE VENTE À PARIS DES DIFFÉRENTS GROUPES DE LA GRANDE DISTRIBUTION EN 2023



1 : E.Leclerc (0,7 %)

2 : Les nouveaux robinson (0,4 %)

3 : Nous anti-gaspi (0,3 %)

4 : Elan nature (0,3 %)

5 : Hypercacher (0,2 %)

6 : My retail box (0,1 %)

7 : Lagardere travel retail (0,1 %)

Source : Apur, BDCOM 2023

apur

**NOMBRE DE MAGASINS PAR CATÉGORIE ET SURFACE DE VENTE DES GROUPES DE DISTRIBUTION ALIMENTAIRE À PARIS EN 2023**

Enseigne	Hyper-marchés		Monoprix		Supermarchés			Supérettes			Alimentation générale			TOTAL		
	Nb.	m <sup>2</sup>	Nb.	m <sup>2</sup>	Nb.	dont bio	m <sup>2</sup>	Nb.	dont bio	m <sup>2</sup>	Nb.	dont bio	m <sup>2</sup>	Nb.	dont bio	m <sup>2</sup>
Casino	1	7 253	58	110 759	153	8	96 471	310	68	88 745	27	2	2 160	549	78	305 388
Carrefour	2	9 355			68	5	54 712	172	31	49 342	67	0	5 380	309	36	118 789
Françap					21	0	9 537	72	0	20 422	69	0	5 530	162	0	35 489
Auchan					19	0	20 698	14	0	4 545	1	0	100	34	0	25 343
Lidl					15	0	13 379	5	0	1 549				20	0	14 928
Les Mousquetaires Intermarché					11	1	9 382	10	0	3 080				21	1	12 462
Aldi					13	0	9 630	6	0	2 729				19	0	12 359
Système U					11	0	7 390	9	0	2 699				20	0	10 089
Biocoop					3	3	1 208	23	23	6 440	7	7	560	33	33	8 208
La vie claire					3	2	1 235	16	16	4 850				19	18	6 085
E.Leclerc	1	2 500			1	0	1 450	0	0	0				2	0	3 950
Les nouveaux robinson					0	0	0	7	7	2 100				7	7	2 100
Nous anti-gaspi					1	0	150	4	0	1 200	2	0	160	7	0	1 510
Elan nature					2	2	1 000	2	2	500				4	4	1 500
Hypercacher					2	0	800	2	0	440	2	0	160	6	0	1 400
My retail box					0	0	0	0	0	0	6	2	480	6	2	480
Lagardere travel retail					0	0	0	2	0	300				2	0	300
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>19 108</b>	<b>58</b>	<b>110 759</b>	<b>323</b>	<b>21</b>	<b>211 466</b>	<b>654</b>	<b>147</b>	<b>188 941</b>	<b>181</b>	<b>11</b>	<b>13 250</b>	<b>1 220</b>	<b>179</b>	<b>560 380</b>

Source : Apur, BDCOM 2023

**3** – Les différentes enseignes de la grande distribution sont concurrentes entre elles mais peuvent s’allier ou s’associer pour s’approvisionner en commun au sein de centrales d’achat qui sont aujourd’hui de niveau européen. Les accords d’achats entre enseignes portent principalement sur les produits alimentaires sous marques de distributeurs et de fabricants.

**4** – Hypermarché « Géant Casino » de 7 253 m<sup>2</sup> de surface de vente dans la galerie Masséna, 98 boulevard Masséna, Paris 13<sup>e</sup>.

**5** – Le Monde, 21 mars 2020, « Les dessous du rachat de Leader Price par Aldi ».

permarchés et 72 supérettes sous les enseignes « Coccinelle », « G20 » ou « Diagonal ». Sa part de marché en surface de vente est d’environ 6 %, globalement égale à celle qu’il avait en 2020.

On dénombre ensuite **une quinzaine de distributeurs dont la part de marché en nombre de surface de vente varie de 5 % à moins de 1 %**. Certains, très présents en province, ne se sont implantés à Paris que récemment et peinent à créer un réseau complet de magasins. Le groupe « **E.Leclerc** » par exemple, premier en France, ne dispose que de 2 magasins à Paris. Les enseignes des « Mousquetaires-Inter-

marché », 3<sup>e</sup> en France, ne possède que 21 magasins à Paris. Enfin, le groupe « **Auchan** », 5<sup>e</sup> en France, n’a implanté que 34 magasins à Paris. Une enseigne allemande de discount, « **Aldi** » s’est fortement développée depuis 2020, date à laquelle elle ne possédait qu’un magasin. Elle en possède 19 en 2023. Elle rattrape ainsi sa rivale « **Lidl** », implantée depuis le début des années 2000 qui possède actuellement 20 magasins. Afin de développer un réseau de magasins rapidement en France et à Paris, la stratégie de « Aldi » a été de racheter au groupe « Casino »<sup>5</sup>, fin 2020, pour plus de 700 millions d’euros les 545 magasins « Leader Price », dont 15 à Paris.

## Le développement des « drives piétons »

Certains distributeurs adoptent une stratégie de développement basée sur le commerce en ligne pour capter les courses alimentaires des Parisiens : les groupes « Auchan » et « E.Leclerc » qui sont, comme on l'a vu, encore peu présents à Paris ont choisi d'ouvrir des « drive piétons solos » beaucoup plus faciles à implanter car ne nécessitant qu'une surface réduite, moins de 100 m<sup>2</sup> généralement, permettant aux clients de venir retirer leur commande effectuée en ligne quelques heures auparavant.

**En proposant le même choix de produits que dans un supermarché, voire un hypermarché, par le nombre de références proposées à un prix souvent inférieur, le distributeur prend facilement des parts de marché à la concurrence et peut se constituer un réseau de points de retrait à un coût relativement réduit.**

Ce concept de « drive piéton solo » se différencie des drives piétons accolés à un magasin, généralement une supérette ou un supermarché où une caisse, parmi d'autres, est dédiée au retrait des achats commandés par internet. Ce type de « drive piétons accolés » avait été déjà mis en place précédemment par les 2 groupes dominants la grande distribution à Paris dans 80 magasins pour « Carrefour » et 50 magasins pour « Casino ». Les « drive piétons solos », apparus, eux en 2018, ont été plus particulièrement installés par « E. Leclerc » (13 points de retrait en 2020 et 19 en 2023) et surtout « Auchan » (1 seul point de retrait en 2020 et 30 en 2023). De leur côté les 2 acteurs dominants ne possèdent que 8 points de retrait indépendant d'un magasin pour « Carrefour » et 1 seul pour « Casino ». Par ailleurs « Delipop » est une nouvelle enseigne qui propose une prise en charge logistique des commandes passées auprès des « Monoprix », de « Carrefour » ou « d'Intermarché » qu'elle met à disposition dans son propre réseau de « drives piétons » entièrement robotisés. À ce jour, on en compte 7 à Paris.

Parce qu'ils sont petits et qu'il peut y avoir quelques centaines de commandes par jour par point de retrait, la logistique des « drives piétons solos » implique que les commandes soient préparées en périphérie de Paris dans des entrepôts assez grands (plusieurs milliers de m<sup>2</sup>) et livrées en camion au moins 6 fois par jour. **Ce mode de distribution peut ainsi s'avérer funeste pour les centres-villes à cause de la multiplication de rotations de camions et par les stationnements souvent effectués en pleine voie pour décharger les marchandises.** Il pose aussi la question de la valeur de l'espace public et son utilisation. Paradoxalement, certains clients viennent aussi en voiture pour venir chercher leur commande, celle-ci étant souvent trop lourde ou encombrante pour la ramener à pied.

## Les hauts et les bas du « quick commerce »

**Un autre concept a connu un développement très rapide à Paris ces dernières années, avec la livraison à domicile de denrées alimentaires et de grande consommation de façon ultra rapide, c'est-à-dire en un quart d'heure à partir de l'envoi de la commande en ligne.** Il s'agit des *dark stores*<sup>6</sup> apparus discrètement en 2015 et dont le véritable essor a eu lieu en 2020-2021 au moment de la crise sanitaire due à la Covid-19. Leur développement a, en effet, été favorisé par les restrictions de déplacements et les confinements propices aux achats en ligne. Les acteurs de ce concept ont mis en place un système logistique basé sur des petits entrepôts, surnommés *dark stores*, où un nombre limité de produits, les plus couramment achetés, sont entreposés. Contrairement à une épicerie traditionnelle, le *dark store* n'est pas accessible à la clientèle, mais uniquement aux préparateurs des commandes qui prélèvent les produits parmi les rayons. La commande assemblée est ensuite livrée en scooter ou à vélo au domicile du client.

---

**+ 67** drive piétons à Paris en 2023

---

<sup>6</sup> — Apur, « Drive piétons, dark kitchens, dark stores. Les nouvelles formes de la distribution alimentaire à Paris », <https://www.apur.org/fr/nos-travaux/drive-pietons-dark-kitchens-dark-stores-nouvelles-formes-distribution-alimentaire-paris>, février 2022.



## 60 dark stores en 2022, 8 en 2023

Ayant connu une expansion fulgurante, puisqu'on dénombrait une soixantaine de locaux début 2022, remplaçant d'anciens commerces, la situation des *dark stores* s'est assombrie brutalement en 2023. Leur première difficulté a été de trouver un modèle économique rentable. Cela tient tout d'abord au prix réel de la livraison qui est de l'ordre de 15 à 20 euros à Paris. Même en envisageant des livraisons multiples à chaque trajet, il faut une moyenne de 100 à 150 euros de marchandises vendues pour que le vendeur puisse disposer d'une marge, ce qui est rarement le cas puisque le panier moyen se situe aux alentours de 30 euros<sup>7</sup> pour les *dark stores*. De surcroît, une concurrence effrénée pour les parts de marché est apparue entre la dizaine d'acteurs qui se sont tous implantés en même temps à Paris, dans les mêmes quartiers, à un moment où la demande était encore faible. Il en est résulté des faillites, des rachats et finalement l'arrêt des financements quasi gratuits qui accompagnait cette expansion. Enfin, l'inflation apparue au cours de 2022 a interrompu définitivement les apports

financiers et la plupart des acteurs ont dû arrêter leur activité.

Le coup de grâce est intervenu par la décision du Conseil d'État du 23 mars 2023, repris par un décret du gouvernement<sup>8</sup> confirmant l'interprétation de la Ville de Paris concernant la nature des *dark stores* : ce sont des entrepôts et non des commerces ; à ce titre ils doivent demander un changement de destination s'ils s'installent à la place d'un commerce ou d'un bureau. Enfin, dans le PLU parisien, les entrepôts n'ont pas le droit, pour des raisons de sécurité notamment, de s'installer en rez-de-chaussée des immeubles d'habitation.

Aujourd'hui il n'y a plus qu'un protagoniste à Paris, « Flink » qui opère à partir de 8 entrepôts. Quelques acteurs de la livraison à domicile plus anciens comme « Deliveroo » et « Uber Eats » ont récupéré une partie de ce marché laissé libre par les *dark stores* en s'associant avec les enseignes de la grande distribution comme Auchan, Carrefour, Monoprix, Franprix. Leurs livraisons se font en 30 minutes environ.

7 — Lumière sur les *dark stores*, Eulalie Creusé, Hugo Hebel, Baptiste Jablonski, Maryam-Sadat Samaei, Thiago Turri-Tavares, mai 2022. Une Dark Store Gorillas a déclaré un panier moyen de 27 €, un local Flink 30-35 €, un entrepôt Frichi 18 € le soir et 35 € la journée.

8 — Décret n° 2023-195 du 22 mars 2023 et arrêté du 22 mars 2023 NOR : TREL2233598A qui ont donné une nouvelle définition aux nombreuses sous-destinations. Les deux textes sont parus au Journal Officiel du 24 mars, permettant la régulation de ces locaux par l'intermédiaire des plans locaux d'urbanisme (PLU).



Ancien « dark store » vacant depuis l'été 2022 - 123, boulevard Brune (14<sup>e</sup>)

© Apur - Bruno Bouvier

## Le « tassement » du bio

L'enquête 2023 montre un « tassement » des magasins « bio » à Paris. On en dénombre 518 en 2023 contre 530 en 2020. Alors qu'ils avaient un rythme de croissance fort (+56 % entre 2014 et 2017 puis +54 % entre 2017 et 2020), les commerces proposant ou utilisant des produits « bio » affichent une baisse de leurs effectifs lors de l'enquête 2023 avec 12 établissements de moins, soit -2 %.

**La majorité des commerces « bio » relève du secteur alimentaire (les trois quarts des magasins « bio » en 2023, soit 386 établissements) au sein duquel une hausse s'observe (+12 établissements):** +25 boulangeries,

+6 primeurs, +4 cavistes, mais -26 supérettes, sur 175 recensées en 2020. Du fait de l'inflation et de la crise du pouvoir d'achat amorcée dès le printemps 2022, 11 supérettes ont adapté leur offre alimentaire et ne sont plus entièrement bio, 7 autres se transforment en une autre activité et 10 autres étaient vacantes en avril 2023 ou étaient en travaux.

**Les autres secteurs d'activité bio enregistrent une diminution du nombre de leurs effectifs de -24 unités** avec des baisses observées pour la restauration (-9 établissements) ou encore la santé-beauté (parapharmacies avec -14 magasins).



Rue Montorgueil (Paris Centre)

© Apur - François Mohrt

## LES MAGASINS « BIO » EN 2023

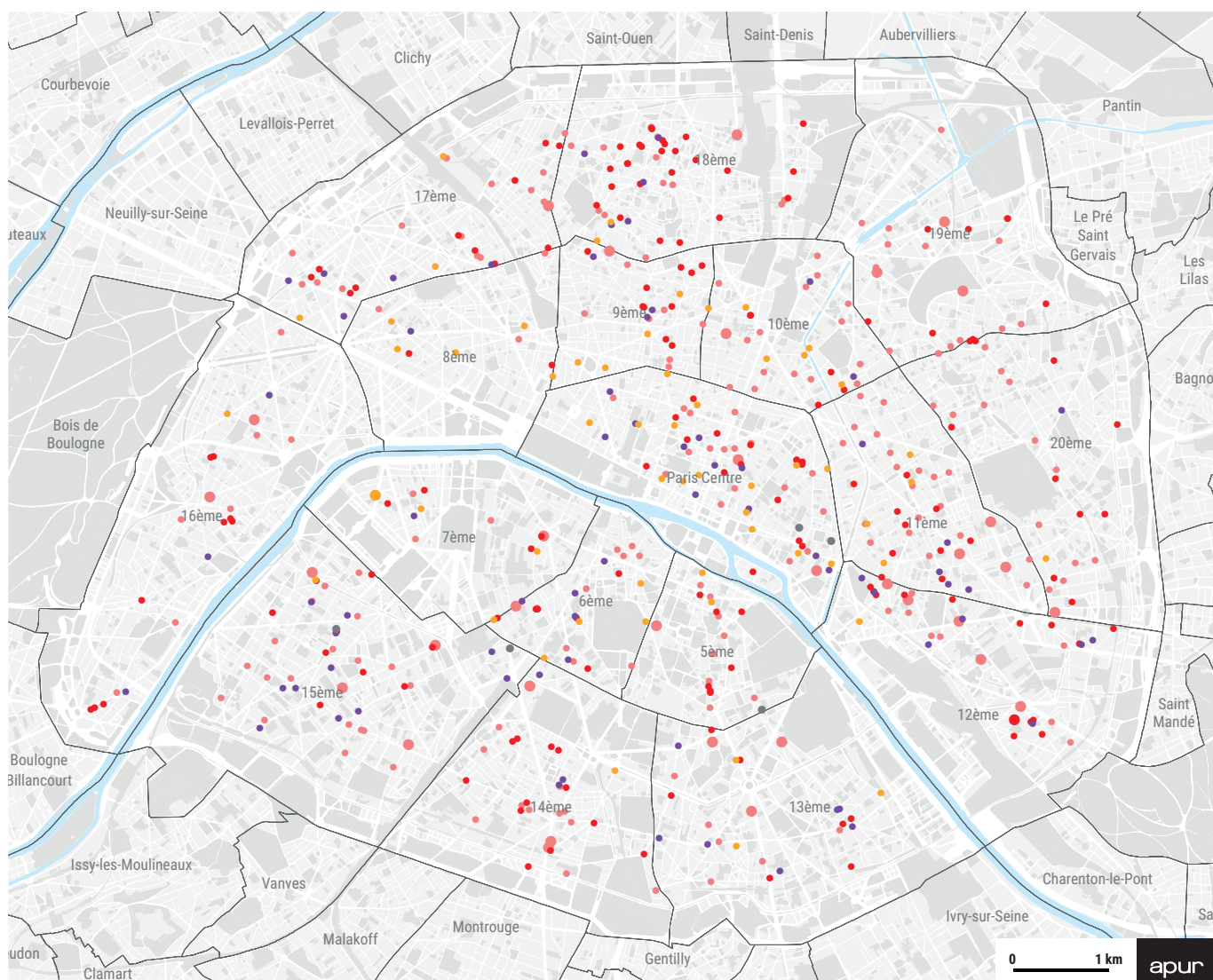
### Type de commerce (518)

- Alimentaire généraliste (221)
- Alimentaire spécialisé (165)
- Santé-beauté, coiffeurs, instituts de beauté (70)
- Restauration (57)
- Autres activités (5)

### Taille du commerce

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>

Source : Apur, BDCOM 2023



- **433** commerces d'équipement de la personne entre 2014 et 2017

- **1 106** entre 2017 et 2020

- **621** entre 2020 et 2023

## Les commerces de prêt-à-porter et de chaussures face au commerce en ligne et l'essor de la seconde main

Depuis près d'une dizaine d'années maintenant, les commerces d'équipement de la personne subissent de plus en plus directement la concurrence du e-commerce dont le chiffre d'affaires n'a cessé d'augmenter (+14 % entre 2021 et 2022, soit 147 milliards d'euros de vente de produits et services; +15 % entre 2020 et 2021, soit 129 milliards d'euros; +8,5 % entre 2019 et 2020, soit 112 milliards d'euros).

Alors que leurs effectifs progressaient à Paris jusqu'en 2014, les commerces d'équipement de la personne (habillement, chaussures, bijoux) connaissent depuis lors une baisse de leurs implantations à un rythme élevé: -5 %, soit -433 établissements entre 2014 et 2017, suivie d'une accélération de cette baisse entre 2017 et 2020 pour atteindre -13 %, soit -1 106 établissements, qui se poursuit à un rythme un peu moins élevé entre 2020 et 2023: -9 %, soit -621 établissements. Ces disparitions de magasins sont la traduction des successions de redressements et/ou liquidations judiciaires recensées pour de nombreuses enseignes d'habillement ou de la chaussure comme Camaïeu qui

possédait 15 boutiques à Paris en 2020 et plus aucune en 2023, André (9 boutiques en 2020 contre 6 aujourd'hui), San Marina (6 magasins contre 1 seul en 2023), La Halle (5 magasins contre 1 seul en 2023).

103 procédures collectives ont été recensées en France, par Knight Frank<sup>9</sup>, dans le commerce de détail et la restauration entre 2020 et août 2023, ce qui correspond à 80 enseignes, avec une augmentation significative de ces procédures en 2023 (32 à fin août) comparée à celles enregistrées en 2021 (16) et 2022 (20). Le secteur de l'habillement et de la chaussure, particulièrement touché, totalise le plus grand nombre de ces procédures depuis 2020, soit 44 % de l'ensemble des enseignes (35 sur 80) et 55 % du parc total de magasins (4 800 points de vente sur 8 800 dont 31 % situés dans des rues commerçantes, 30 % en centres commerciaux, 37 % en retail park<sup>10</sup>). Le secteur représente surtout 53 % du total des liquidations prononcées depuis 2020. La majorité de ces 4 800 points de vente sont toujours ouverts mais les dépenses de consommation des ménages, contraintes par la si-

9 — Knight Frank, « Le marché immobilier des commerces en France », septembre 2023. <https://www.knightfrank.fr/research/le-marche-immobilier-des-commerces-france-2023-10545.aspx>

10 — En français « parc d'activités commerciales » à ciel ouvert, le retail park comporte au moins 5 unités locatives et une SHON de 3 000 m<sup>2</sup> minimum. Sa gestion est réalisée de façon globale, pour les charges et les aménagements à venir notamment. Les petits retail park font entre 3 000 et 10 000 m<sup>2</sup>, les grands sont supérieurs à 10 000 m<sup>2</sup>.



Rue Debelleyme (Paris Centre)



Magasin Camaïeu à céder suite à sa fermeture - rue Neuve Tolbiac (13<sup>e</sup>)

tuation inflationniste des derniers mois, risque d'orienter leurs choix vers des postes de dépenses prioritaires (logement, alimentation...). À Paris, nombre de ces magasins n'ont pas encore trouvé preneur et viennent gonfler l'effectif des locaux laissés vacants en rez-de-chaussée des immeubles, le risque étant de voir leur nombre progresser dans les prochains mois du fait des nouveaux redressements et liquidations en cours (Jennyfer, Naf Naf, Sergent Major...).

### L'essor de la vente de vêtements de seconde main

Parallèlement à ces fermetures de magasins d'équipement de la personne, **les magasins de vente de vêtements de seconde main**, les friperies, se développent (+67 magasins, soit +28 % entre 2020 et 2023) **ainsi que la place de plus en plus importante occupée par les ventes réalisées en ligne de vêtements de seconde main sur des sites comme « Le Bon Coin » ou « Vinted »**, qui concurrencent les acteurs plus anciens utilisant cette pratique depuis plus longtemps comme Emmaüs ou le Secours Populaire. Signe du très fort engouement actuel pour la seconde main, ces deux derniers sites internet sont d'ailleurs aux 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> places du classement réalisé par la Fevad <sup>11</sup> au 2<sup>e</sup> trimestre 2023 sur les sites les plus visités en France. Ces sites ont

conclu des accords avec la grande distribution : « Vinted » utilise un service de consignes automatiques (« Vinted Go ») au sein des magasins Monoprix permettant de récupérer/déposer les vêtements issus des transactions entre clients (voir photo).

Le développement de la vente de vêtements d'occasion a profité de la période de crise sanitaire durant laquelle la consommation de biens neufs s'est fortement ralentie, notamment l'habillement, car les magasins dits « non essentiels » étaient fermés. Elle est aussi la conséquence indirecte de l'augmentation du télétravail : les actifs éprouvent moins la nécessité de porter des vêtements neufs. Les confinements successifs pendant la crise sanitaire se sont traduits par une moindre consommation des ménages et sans doute aussi une prise de conscience des questions environnementales et la volonté de mieux prendre en compte l'économie circulaire notamment dans le secteur de l'habillement, fortement polluant. Ce changement de mentalité entraîne des comportements d'achats différents, plus orientés vers l'occasion, moyen pour les jeunes générations de dépenser moins au moment où la crise du pouvoir d'achat prend la suite de la crise sanitaire. Une récente enquête réalisée au cours de l'année 2022, indiquait ainsi

que 39 % des Français ont acheté des habits de seconde main et 47 % en ont vendu au même moment <sup>12</sup>.

### La croissance de la seconde main est aussi le fait des grandes enseignes.

Elles développent cette activité sous forme de corner dans les 58 magasins Monoprix depuis mars 2022 ou les boutiques Kiabi. Le créneau plus haut de gamme, celui du luxe et des créateurs est aussi concerné, avec l'ouverture d'une surface de 650 m<sup>2</sup> au 7<sup>e</sup> étage du Printemps Haussmann dédiée depuis fin 2021 à la seconde main ou bien le 3<sup>e</sup> étage du magasin Coupole des Galeries Lafayette. Enfin, sous la forme de plateforme numérique comme l'enseigne Zara qui depuis l'été 2023 propose à ses clients d'acheter, de vendre, de donner ou de faire réparer des vêtements. La limite est que seuls les produits de la marque Zara sont acceptés sur la plateforme.

<sup>11</sup> – Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance), « Top 20 sites applications « E-commerce » les plus visités en France – 2<sup>e</sup> trimestre 2023 », Médiamétrie x Fevad.

<sup>12</sup> – <https://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/1521711-comment-la-mode-de-seconde-main-est-elle-devenue-tendance/>



Rue Saint-Denis (Paris Centre)



Consigne automatique Vinted Go dans un magasin Monoprix - avenue de France (13<sup>e</sup>)

*Le nombre de  
librairies augmente  
dans les  
arrondissements  
périphériques  
(+15 entre 2020  
et 2023)*

## La résistance des commerces culturels

L'art, les livres, les journaux, la papeterie et les arts graphiques, la musique, les films, les collections (monnaies, médailles, timbres, autographes...) sont les principaux biens culturels vendus par les commerces dits culturels dont Paris est, sans doute, la capitale. C'est en effet à Paris que l'on recense le plus grand nombre de librairies et de cinémas que n'importe quel autre endroit dans le monde. Mais **presque tous ces commerces sont, depuis plus de 20 ans, concurrencés, à des degrés divers, par la vente en ligne et la dématérialisation**. Le nombre de commerces culturels parisiens, plus de 4300 en l'an 2000 a décru d'un tiers et s'établit à 2900 environ en 2023. La baisse du nombre de magasins, modérée jusqu'à 2005, s'accroît.

### La résistance des librairies parisiennes, le déclin des disquaires

Depuis les années 1970, les librairies ont été relativement préservées de la concurrence de la grande distribution qui a ouvert, dans ses hypermarchés, un rayon culturel. Le prix unique du livre institué en 1982 a permis la préservation de la densité de lieux de dis-

tribution et le nombre d'hypermarchés à Paris est resté très limité. C'est moins le cas dans le reste de la France, la part de marché en valeur de ces grandes surfaces dans la vente de livres est de l'ordre de 19 % en 2022.

Mais au même moment, l'ouverture de grands magasins multi spécialistes culturels comme la « FNAC », « Virgin Mégastore » ou « Cultura » a porté un premier coup aux libraires, disquaires ou vendeurs de films, DVD. En France, ces magasins multi spécialistes ont atteint une part de marché de 28 % des ventes en 2022 <sup>13</sup>. Aujourd'hui il n'y a plus que 7 « FNAC » ouvertes à Paris qui représentent une surface de vente de 35 662 m<sup>2</sup>. Les « Virgin Mégastore » ont fait faillite en 2013 et « Cultura » n'a plus de magasin parisien depuis 2020.

Toutefois, la concurrence la plus forte est celle de la vente en ligne et de ses sites internet marchands (« Amazon.fr », « fnac.com », « chapitre.com », etc.). En 20 ans, l'achat en ligne de livres est devenu un acte de consommation courante grâce à l'importance de l'offre (« Amazon » propose actuel-

13 — Kantar Worldpanel 2022.



Rue Monge (5<sup>e</sup>)

© Apur - François Mohrt



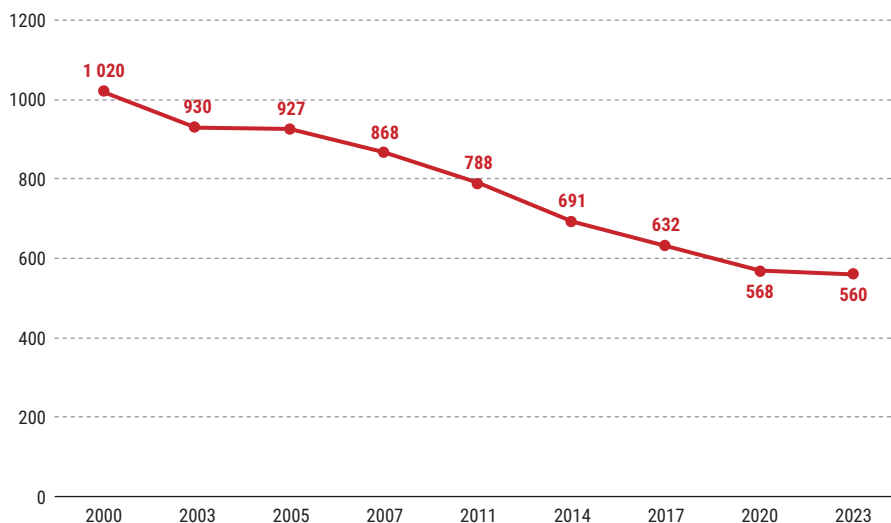
Rue du Roi de Sicile (4<sup>e</sup>)

© Apur - François Mohrt

lement 20 millions de titres), au gain de temps et à la possibilité d'un achat selon le principe d'internet, c'est-à-dire à tout moment, en tous lieux et quel que soit l'instrument (ordinateur, tablette, mobile...). Ces avantages concurrentiels couplés à la promesse d'une livraison à domicile rapide ne sont pas demeurés sans impact sur les ventes en librairies <sup>14</sup>. Alors que la vente en ligne de livres ne représentait que 10 % en 2009, elle atteint 20 % en 2017. En 2022, elle est de 23 %, part qu'elle avait déjà atteinte en 2020, année marquée par la pandémie de la Covid-19 et les longues semaines de fermeture des librairies, en 2021 cette part était un peu redescendue.

On comprend que malgré la progression de la vente en ligne, dont la part a doublé en 10 ans, **la réduction drastique des achats dans les petites librairies de quartier n'a pas eu totalement lieu**. En effet, afin d'affronter le commerce en ligne, **nombre de librairies se sont digitalisées** ce qui facilite la gestion des stocks et a surtout œuvré à la création de sites marchands mutualisés qui donne la possibilité de géolocaliser un livre chez un libraire adhérent pour se le faire envoyer. Ces sites fédèrent maintenant un grand nombre de librairies indépendantes : 1050 librairies dont 240 à Paris sont inscrites sur « Placedeslibraires.fr », 400 librairies sur « leslibraires.fr » et 90 librairies dont 10 à Paris sur « Librest ». L'accueil et l'échange sont également au cœur des services proposés par les librairies de quartier qui sont de véritables commerces de proximité où l'on peut créer des liens. Animations et conférences, séances de dédicaces avec des auteurs, débats, ateliers, sont autant de manières de marquer une différence et d'ajouter une plus-value au simple acte de vente. **On constate un nouvel engouement après la crise sanitaire et les restrictions dues aux confinements. Le nombre de librairies augmente dans les arrondissements pé-**

## ÉVOLUTION DU NOMBRE DE LIBRAIRIES À PARIS ENTRE 2000 ET 2023



Source : Apur, BDCOM 2023

**riphériques** (+15 librairies entre 2020 et 2023 contre -19 entre 2017 et 2020 dans les arrondissements 12 à 20). Dans les arrondissements centraux le nombre de librairies continue de baisser mais sur à un rythme moins soutenu qu'avant (-23 librairies entre 2020 et 2023 contre -45 entre 2017 et 2020 dans les arrondissements 1 à 11). La baisse semble enrayée dans certains arrondissements du centre comme les 7<sup>e</sup> et 10<sup>e</sup> où l'on compte une librairie de plus.

Pour les disquaires, la situation est bien différente. Dans un premier temps, à l'instar des librairies, les disquaires ont eu à subir une concurrence de la grande distribution et des grands magasins multi spécialistes ; mais l'affrontement a été plus rude car les disquaires n'avaient pas l'avantage d'un prix unique du disque comme ce qui existait depuis 1981 pour les livres. Contrairement aux livres, le support de la musique a connu plusieurs transformations, du disque vinyle au CD en passant par la cassette audio. Mais à vrai dire, le déclin brutal des ventes de disques/CD/cassettes est d'abord le fait du téléchargement, avant que ce mode de consommation de musique ne soit lui-même supplanté et marginalisé par l'écoute en « streaming » ce qui a fait

passer la musique d'un bien culturel à un service. Par conséquent, à partir de 2005, le nombre de disquaires a brutalement chuté à Paris (-50 % de magasins entre 2005 et 2014, -42 % supplémentaires entre 2014 et 2023). Alors que l'on dénombrait 266 disquaires en 2005, il n'y a en a plus que 75 en 2023.

Depuis le milieu des années 2010, on assiste cependant à un retour en vogue des disques vinyles qui a sans doute permis à un petit réseau de disquaires indépendants de rester en activité. Mais le disque vinyle apparaît aujourd'hui comme un objet de collection disposant d'un marché très restreint.

**14** — Afin de soutenir les librairies, le Gouvernement a pris un arrêté publié au Journal officiel le 7 avril 2023, et qui s'applique depuis le 7 octobre. Désormais, la livraison de livres neufs coûte 3 € de frais de port pour toute commande comprenant un ou plusieurs livres et dont la valeur d'achat en livres neufs est inférieure à 35 €.

**15 419** bars, cafés  
et restaurants en  
rez-de-chaussée  
dans les rues  
parisiennes en 2013  
**+ 189** entre 2020  
et 2023

## Une augmentation moins forte des bars-café et restaurants

Alors que l'évolution du nombre de bars, cafés et restaurants était de +4 % à +5 % entre les enquêtes réalisées de 2011 à 2020, **ce secteur enregistre un léger fléchissement de sa progression entre 2020 et 2023** (+1,2 %, soit +189 établissements contre +4,3 %, soit +632 établissements entre 2017 et 2020).

**Les bars et restaurants** qui représentent 1 établissement sur 4 de l'ensemble des commerces et services commerciaux (15 419 établissements sur 60 846 à Paris) **ont souffert lors de la période de Covid-19 du fait des confinements successifs** et ont dû s'adapter à une nouvelle demande. Les conséquences de cette période se font sentir avec plusieurs mois de décalage et se traduisent par plusieurs tendances : **la restauration traditionnelle qui progressait de +5 % à +6 % depuis 2011 connaît une évolution inverse entre 2020 et 2023, avec une diminution de -2 %** (-105 établissements); **les brasseries qui étaient restées stables entre 2017 et 2020 enregistrent une diminu-**

**tion plus forte de leurs effectifs sur la dernière période avec une baisse de -3 %, soit -93 établissements.** Ces deux évolutions s'expliquent notamment par le développement du télétravail pendant et après la crise sanitaire qui a entraîné des conséquences négatives dans les quartiers d'affaires où l'activité des cafés et restaurants s'est trouvée impactée selon une enquête menée par la CCI Paris-Ile-de-France en septembre 2022 <sup>15</sup>.

Au sein du secteur de **la restauration, la restauration rapide apparaît une nouvelle fois la plus dynamique avec une augmentation à 2 chiffres entre 2020 et 2023** (+10 %, soit +352 établissements) qui prolonge celles enregistrées lors des périodes précédentes (+11 %, soit +378 établissements entre 2017 et 2020, +12 %, soit +350 établissements entre 2014 et 2017). Parmi les 4 027 établissements de restauration rapide en 2023, seuls 748 (19 %) appartiennent à un réseau d'enseigne, la très grande majorité de ces établissements sont donc détenus par des commerçants indépendants. Ce sont ces établissements de restauration rapide indépendants qui progressent le plus (+347 établissements) entre 2020 et 2023 alors que ceux appartenant à un réseau d'enseignes n'enregistrent que 5 nouveaux établissements.

Au niveau géographique, **cette forte progression de la restauration rapide est particulièrement visible à Paris Centre qui concentre près d'un tiers du solde total des 352 nouveaux établissements, soit +32 %** (+112 restaurants), évolution portée en partie par le retour des touristes internationaux dont le recours à cette activité est important. D'autres arrondissements comme les 9<sup>e</sup>,

15 — Enjeux Ile-de-France n° 241, février 2023, « Cafés et restaurants franciliens : une reprise freinée par d'importantes difficultés de recrutements », CROCIS.



© Apur - François Mohrt

Rue Pierre Lescot (Paris Centre)

11<sup>e</sup> et 15<sup>e</sup> accueillent plus de 45 nouveaux restaurants de type rapide, soit des progressions de 13 % pour chacun d'entre eux. Même si la restauration rapide augmente fortement à Paris, certains arrondissements n'enregistrent pas la même dynamique, c'est le cas pour les 5<sup>e</sup>, 7<sup>e</sup>, 8<sup>e</sup>, 12<sup>e</sup> et 17<sup>e</sup> où cette activité est stagnante voire en léger recul.

La carte ci-après indique la **proportion d'établissements de restauration rapide par rapport au total des restaurants**. À Paris, la moyenne, est de presque 1/3<sup>e</sup>. Il y a 20 ans elle n'en représentait que 1/5<sup>e</sup>. Cette part varie sensiblement selon les quartiers : Elle se situe en deçà de 20 % dans les quartiers aisés de l'ouest parisien (Saint-Germain des Prés, le 7<sup>e</sup>

arrondissement, Le Triangle d'Or dans le 8<sup>e</sup>, Duplex-La Motte Piquet dans le 15<sup>e</sup>, La Muette et Auteuil dans le 16<sup>e</sup>). Elle se situe au-delà de 40 %, à la fois dans des quartiers touristiques et commerçants (Rennes dans le 6<sup>e</sup>, Saint-Philippe du Roule dans le 8<sup>e</sup>, Opéra-Chaussée d'Antin dans le 9<sup>e</sup>), les quartiers de gares (Pasteur-Montparnasse dans le 15<sup>e</sup>, Europe dans le 8<sup>e</sup>, Saint-Vincent de Paul dans le 10<sup>e</sup>) et dans les quartiers populaires (Porte Saint-Denis et Grange aux Belles dans le 10<sup>e</sup>, Charles Hermite, porte Montmartre et Goutte d'Or dans le 18<sup>e</sup>, Pont de Flandre et Place des Fêtes dans le 19<sup>e</sup>, Saint-Blaise dans le 9<sup>e</sup>), ou encore dans les nouveaux quartiers comme à Bibliothèque (13<sup>e</sup>) et à Martin Luther King (17<sup>e</sup>).

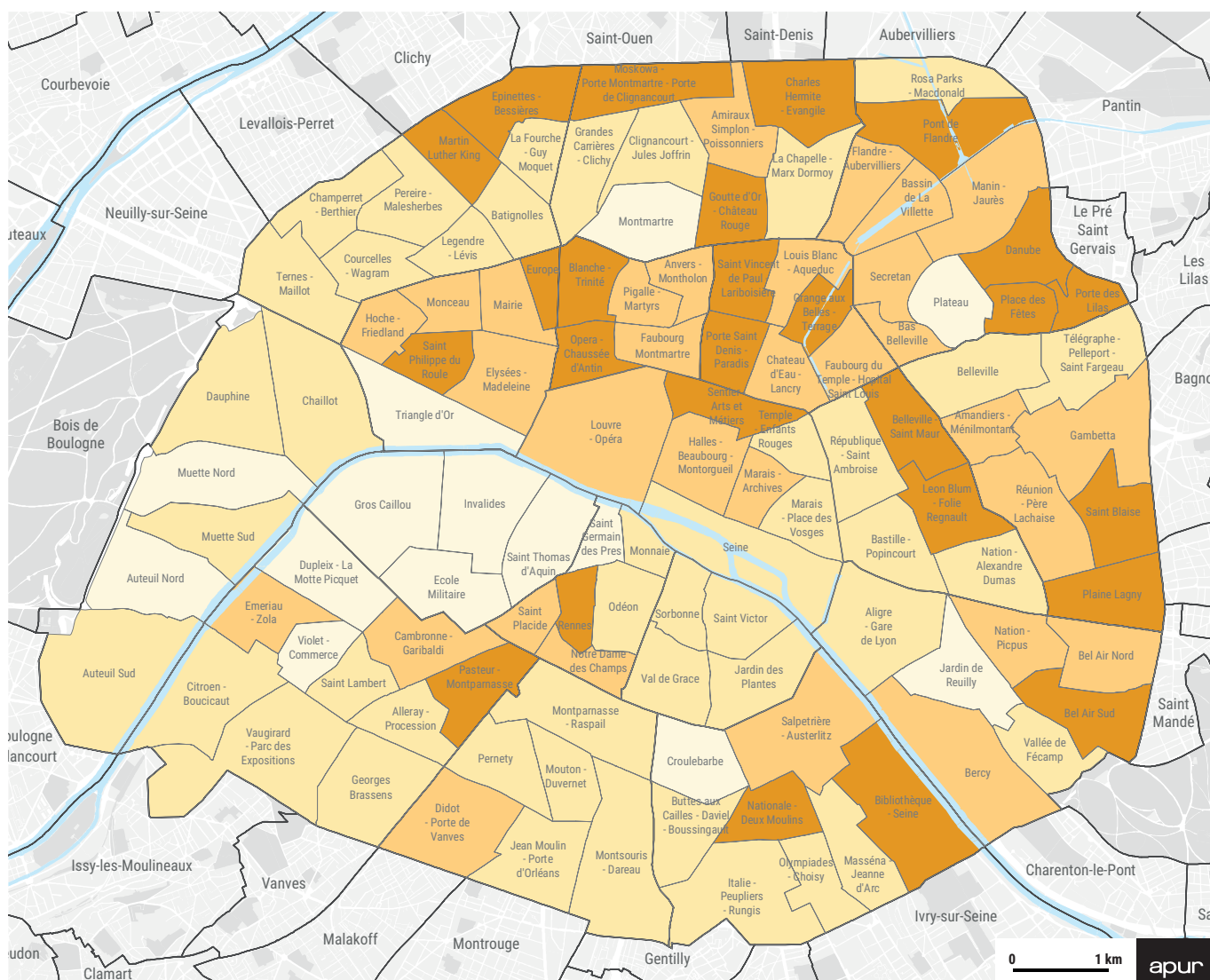
### RESTAURATION RAPIDE PAR CONSEIL DE QUARTIER

Taux de restaurants de type rapide dans l'ensemble des restaurants

- Moins de 20 %
- De 20 à 30 %
- De 30 à 40 %
- 40 % ou plus

Moyenne Paris : 30,5%

Source : Apur, BDCOM 2023





S'agissant du nombre de restaurants de type rapide pour 1000 habitants dont la moyenne est de 1,9 à Paris, les quartiers du Centre de Paris ressortent très fortement car ils sont à la fois très touristiques et moins denses en population (Opéra-Chaussée d'Antin: 25,2 restaurants rapides pour 1000 habitants, Saint-Philippe du Roule: 22,3, Élysées-Madeleine: 17,3 ou Louvre-Opéra: 13,2). C'est dans le 16<sup>e</sup> arrondissement que les restaurants de type rapide sont les moins nom-

breux pour 1000 habitants (Auteuil et La Muette: 0,1 à 0,5) ou dans des quartiers très résidentiels comme Jardin de Reuilly (12<sup>e</sup>), Danube (19<sup>e</sup>).

Le secteur de la restauration, malgré la légère diminution de la restauration traditionnelle et des brasseries, connaît depuis quelques années une nouvelle tendance, le développement des restaurants et bars en étage, autrement dénommés rooftops (voir encadré).

## Les rooftops

Les locaux recensés lors des enquêtes BDCOM ne concernent pas ceux situés en étage ou en sous-sol à l'exception des locaux installés dans les concentrations commerciales qui comprennent parfois étages et sous-sols comme le Forum des Halles, Beaugrenelle ou Italie Deux.

Une tendance récente a vu se multiplier les bars, restaurants situés dans des étages élevés et offrant une vue sur les monuments parisiens les plus emblématiques (Tour Eiffel, Notre-Dame, Arc de Triomphe...) ou les quartiers touristiques (Montmartre). Ils sont dénommés rooftops pour indiquer leur positionnement en étages souvent élevés et être repérés par la nombreuse clientèle touristique séjournant à Paris. Plus d'une cinquantaine de ces rooftops ont été recensés par une recherche complémentaire sur internet.

Les arrondissements où les rooftops sont les plus nombreux sont Paris Centre et le 16<sup>e</sup> (8 établissements chacun, soit 15 % du total, dont ceux de l'hôtel Cheval Blanc au sommet de la Samaritaine, le bar à cocktails situés sur les toits du BHV pour Paris Centre ou encore le restaurant-bar de la piscine Molitor, le restaurant-bar à cocktail sur le toit de l'hôtel Peninsula dans le 16<sup>e</sup>. Le 15<sup>e</sup> arrondissement vient compléter le podium avec 7 établissements (13 % du total parisien) dont le restaurant situé au 56<sup>e</sup> étage de la Tour Montparnasse et le « Rooftop Grenelle » en bords de Seine. Ces rooftops sont assez souvent implantés dans les étages supérieurs des hôtels qui peuvent ainsi rentabiliser leurs toitures en proposant ce type de lieux avec des vues parfois surprenantes comme celui du « Too Hôtel » situé dans l'une des tours Duo (13<sup>e</sup> arrondissement).



Vue sur la Tour Eiffel depuis le TOO Tac Tac « rooftop » - rue Bruneseau (13<sup>e</sup>)

# Vers un commerce plus circulaire et serviciel

863 commerces « émergents » se sont installés à Paris entre 2020 et 2023. Reflet des nouvelles aspirations des Parisiens et des évolutions de la société, ce sont des activités peu présentes ou n'existant pas autrefois qui se sont développées rapidement depuis quelques années. C'est tout d'abord l'accroissement important de certains établissements liés à **la forme et au bien-être**. Cet ensemble d'activités qui comprend notamment les instituts de beauté, les ongleries mais aussi la vente de pro-

thèses auditives ou la vente de CBD a vu l'installation de 550 nouveaux établissements surtout dans le centre et l'ouest de Paris. **97 nouveaux magasins de vente et de réparation de vélos** accompagnent les nouvelles mobilités plus douces et plus actives. **Les magasins de vente de vêtements de seconde main**, connaissent un nouvel essor (création de 112 magasins) en parallèle des ventes très importantes qui se font sur internet avec « Vinted » ou « Leboncoin ».

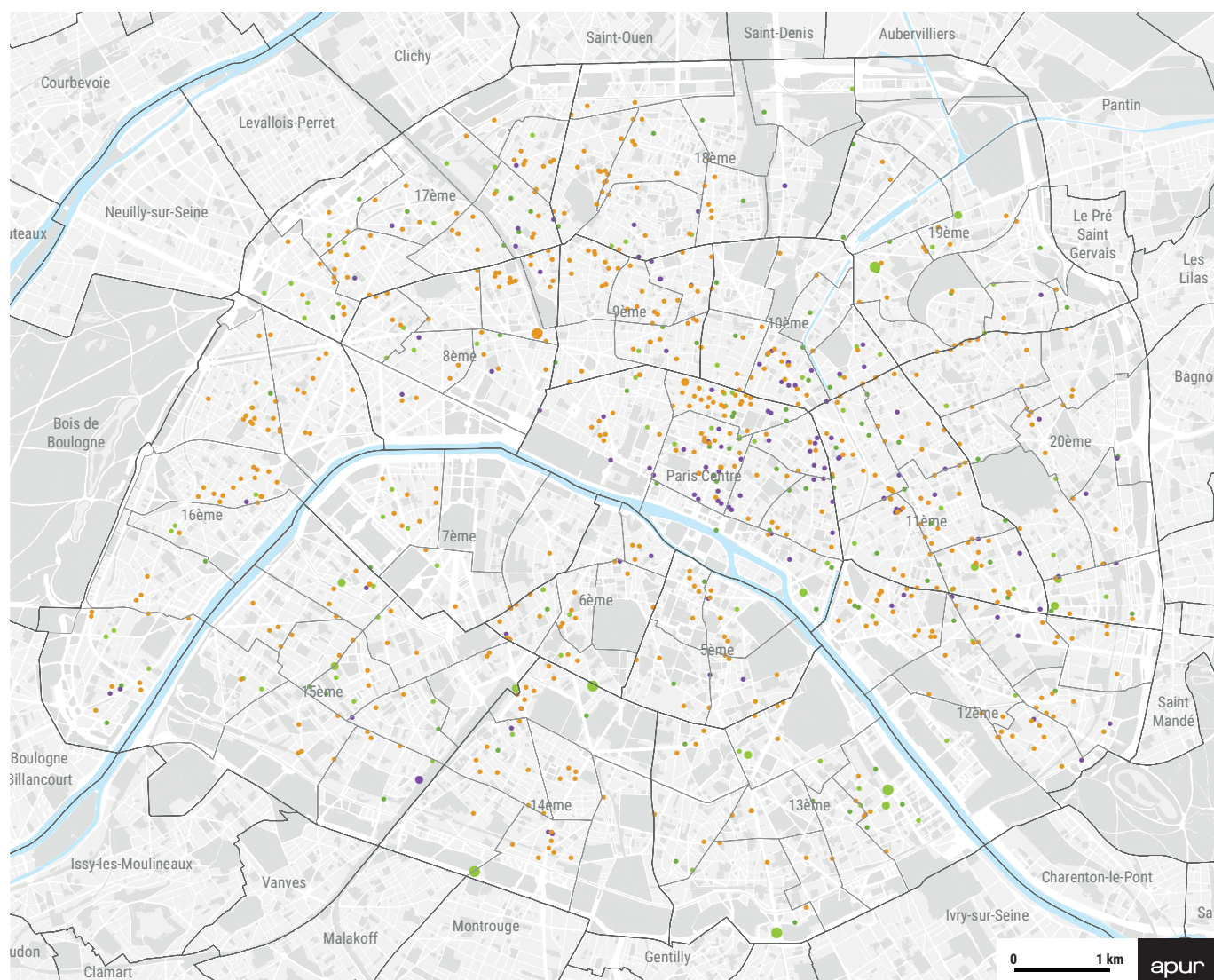
## LES COMMERCES ÉMERGENTS

- Vélo
- Salle de sport
- Seconde-main (friperie)
- Santé - Bien-être (instituts de beauté, ongleries, tatouage, vente de prothèses auditives, vente de CBD)

### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

Source : Apur, BDCOM 2023





Avenue de France (13<sup>e</sup>)

© Apur - François Mohrt

**+ 112** magasins de vente de vêtements de seconde main et de plus en plus d'enseignes qui proposent des lieux d'achat de produits d'occasion dans leurs magasins

La seconde main dans le secteur de l'habillement est en plein essor, mais ce n'est pas seul type de commerce témoignant d'un nouvel attrait des clients pour une nouvelle façon de consommer. Les enjeux environnementaux et, plus récemment, le retour de l'inflation a incité les ménages à changer leurs comportements d'achat et à s'orienter vers l'économie circulaire.

Certains acteurs de la grande distribution se sont engagés dans cette voie, à l'instar de quelques enseignes d'hypermarchés, qui n'hésitent pas à proposer des lieux d'achat/vente de produits d'occasion (vélos, électroménager, téléphones, livres...) à côté de leurs surfaces alimentaires. Ils y trouvent un intérêt car la majorité des vendeurs des produits d'occasion se font payer sous forme de bons d'achat qu'ils dépensent dans le magasin voisin appartenant à ce même acteur de la grande distribution.

Non seulement les magasins physiques se lancent dans l'aventure mais également les e-commerçants qui voient dans ce canal de distribution une nouvelle façon de vendre leurs produits. Ils viennent ainsi se positionner sur le créneau de la revente qu'occupaient seuls jusqu'alors des sites comme « Leboncoin », « Back

Market » ou « Vinted » qui ont pris une longueur d'avance sur les acteurs historiques de la vente de produits.

La demande de plus en plus pressante de la part des consommateurs de disposer d'une telle offre a agi comme un moyen de pression auprès des distributeurs qui ne peuvent aujourd'hui plus ignorer cette attente. La vente de produits de seconde main n'est d'ailleurs pas le seul objectif que se fixent **les enseignes**, elles **insistent** depuis quelques années **sur l'aspect durable et les possibilités de réparation des produits vendus**. L'économie circulaire devient un enjeu majeur de la lutte que se livrent les distributeurs pour capter des parts de marché. Certaines grandes enseignes comme Décathlon avec son « Trocathlon » ou « Ikea » avec « son Coin des bonnes affaires » interviennent depuis plusieurs années sur ce marché de la seconde main, longtemps mal perçu par la clientèle mais qui aujourd'hui bénéficie d'un engouement et est même devenu une tendance à la mode. L'exemple le plus flagrant est celui de l'habillement où le côté « vintage » des vêtements est largement mis en avant par les magasins et explique la multiplication des friperies le long des linéaires commerciaux.

**L'hybridation croissante des magasins favorise le développement de la seconde main qui va de plus en plus côtoyer les produits neufs** sur les présentoirs et permettre à la clientèle de s'orienter vers l'article correspondant le mieux à son pouvoir d'achat.

**La téléphonie mobile se prête particulièrement bien aux concepts de la seconde main de réparation.** L'usage quotidien de téléphones mobiles favorise un taux de casse élevé qui entraîne un recours à des services de réparation disponibles dans les quelques 561 petits réparateurs présents dans tous les quartiers. Une enquête réalisée par « Kantar », en mars 2023, indique que 21 % des téléphones mobiles achetés par les Français sont déjà reconditionnés ou d'occasion. 59 % des Français déclarent qu'ils achèteront, à l'avenir, un appareil reconditionné plutôt que neuf. La motivation première est le prix (66 %) et la volonté de favoriser le recyclage et le réemploi (43 %). Avec la crise du pouvoir d'achat, 66 % des Français sont intéressés pour acheter à l'avenir des articles électroniques reconditionnés.

**Plusieurs d'aides**, notamment gouvernementales, ont vu le jour, depuis quelques mois/années, **pour favori-**

**ser la réparation afin de prolonger la durée de vie des objets du quotidien.** C'est le cas du « **bonus réparation** » mis en place le 15 décembre 2022 pour 73 types d'appareils électriques et électroniques (téléphones, appareils ménagers, téléviseurs, ordinateurs, appareils photos, outillages, jouets...). Ce « **bonus réparation** » prend la forme d'une remise de 15 à 60 euros selon le type d'appareil à réparer, via un fond de 410 millions d'euros. Une centaine de magasins sont agréés à Paris pour effectuer ces réparations. Un autre dispositif concernant la réparation de vêtements et de chaussures vient de voir le jour le 7 novembre 2023. Selon le même principe, une remise est accordée pour refaire une couture, réparer un accroc à un vêtement ou effectuer un ressemelage de chaussures chez l'un de la cinquantaine de couturiers ou cordonniers agréés actuellement.

Dans le prolongement de la seconde main, la location de matériel ou d'articles est un nouveau créneau dans lequel les commerçants peuvent se lancer, à l'image de ce que font déjà des enseignes comme Décathlon ou Fnac Darty qui proposent ce type de services. Le commerce serviciel est sans aucun doute l'évolution de l'activité commerciale des années à venir.

---

*L'hybridation croissante des magasins favorise le développement de la seconde main qui va de plus en plus côtoyer les produits neufs*

---



Rue de l'Ouest (14<sup>e</sup>)

© GIE Paris Commerces

# Une densité de commerces de rue exceptionnelle

## Le nombre et la densité de commerces par habitant les plus forts

mettre en vis-à-vis les différentes densités commerciales qui existent entre Paris et les grandes villes de l'Hexagone.

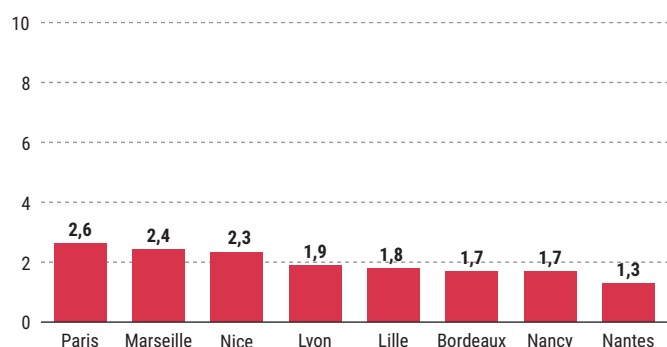
Seuls les équipements liés à l'activité commerciale ont été retenus pour réaliser cette comparaison des densités de différents types de commerces par rapport à la population résidente de Paris et de 7 villes françaises. La densité de population de ces 7 grandes villes varie dans une fourchette allant de 1 à 4 comparée à Paris. Les villes avec les-

**16** — La BPE 2021 utilisée ici diffère de ses millésimes précédents par l'utilisation de la source SIRUS à la place de SIRENE, ce qui a conduit à une baisse importante du nombre d'équipements de la BPE 2021 par rapport à 2020 (environ 460 000 équipements), notamment pour les nomenclatures comprenant les restaurants, les maçons, les plâtriers-peintres et les agences immobilières dont certaines n'avaient pas d'activités économiques réelles et ont donc été retirées du fichier.

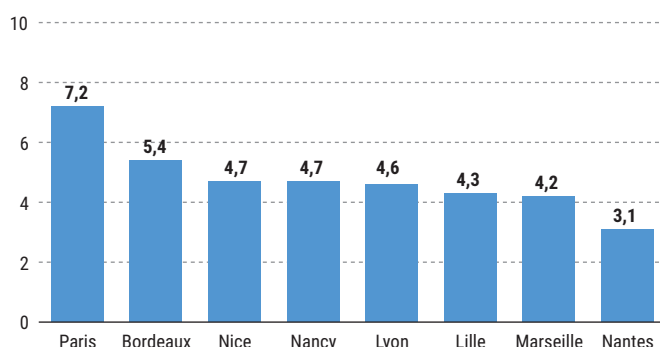
Les recensements des commerces ou des locaux en pied d'immeuble dans les grandes villes françaises ne sont pas systématiques ou quand ils existent, ne suivent pas forcément les mêmes règles que celui réalisé à Paris, ce qui rend les correspondances malaisées. Afin de pallier ce problème de comparaisons, la « Base Permanente des Équipements »<sup>16</sup> (BPE), de l'Insee, est utilisée ici pour

### NOMBRE DE COMMERCES POUR 1 000 HABITANTS EN 2021

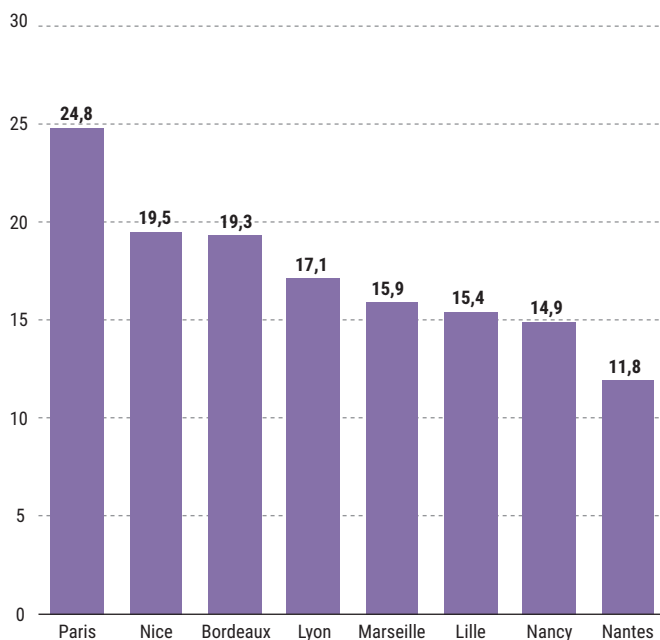
#### Commerces alimentaires



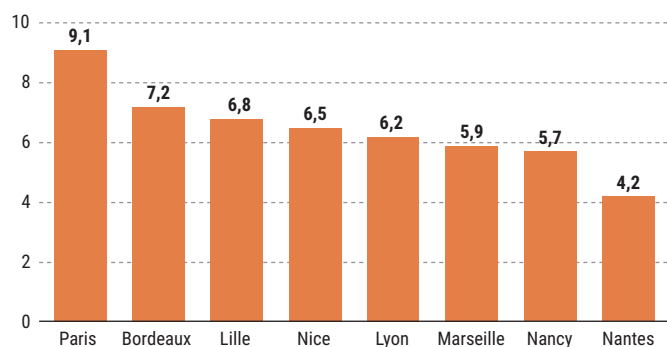
#### Commerces non alimentaires



#### Total commerces et services commerciaux



#### Restauration



Source : Insee, Base permanente des équipements 2021, traitement Apur

quelles cette comparaison est réalisée sont Lyon, Marseille (uniquement les 11 premiers arrondissements), Nancy, Lille, Nice, Bordeaux et Nantes.

**Cet exercice de comparaison confirme la densité commerciale très élevée dont bénéficie Paris par rapport aux autres centres-villes des grandes villes.**

Cette offre commerciale s'explique par le nombre d'habitants (2,15 millions de résidents), par le flux quotidien d'actifs qui viennent travailler, de l'ordre du million également, la présence des étudiants qui viennent suivre leurs cours, enfin, par les touristes revenus après la période difficile due à la pandémie de Covid-19. D'après l'étude du géographe Jacques Levy et du spécialiste des mobilités Jean Coldefy <sup>17</sup>, un indicateur nouveau est à disposition qui permet de connaître la présence effective des personnes par rapport à la population résidente sur la totalité du territoire français à l'échelle de l'IRIS : « l'habitant.année ». Paris présente de ce point de vue un pouvoir d'attraction exceptionnel et, en particulier, certains quartiers qui peuvent culminer à 500 000 « habitants.année » par km<sup>2</sup> alors que la densité résidentielle de Paris intra-muros est de l'ordre de 20 000 habitants au km<sup>2</sup>. Quatre quartiers ressortent particulièrement : Opéra/Grands Magasins, Champs-Élysées, Les Halles, Saint Michel/Saint Germain. Ce sont pour certains d'entre eux des quartiers d'affaires, ce sont surtout des quartiers commerçants.

**La restauration, secteur le plus représentatif de la forte densité du commerce parisien**

La densité d'établissements par habitants la plus forte à Paris, par rapport aux grandes villes françaises, concerne le secteur de la restauration pour lequel sont dénombrés 9,1 établissements pour 1 000 habitants alors qu'on en comptabilise 7,2 à Bordeaux, 6,8 à Lille et jusqu'à deux fois moins à Nantes (4,2 restaurants pour 1 000 habitants). L'écart est parfois important entre les arrondissements parisiens avec des parts 4 à 5 fois plus élevées que la moyenne pour certains comme les 1<sup>er</sup> (48,2 restaurants pour 1 000 habitants), 2<sup>e</sup> (42,5 pour 1 000) et 8<sup>e</sup> (34,4 pour 1 000). Ces densités sont 5 à 7 fois plus fortes que pour la ville de Bordeaux (7,2 restaurants pour 1 000 habitants) qui est la deuxième où ce secteur est le plus représenté.

Le commerce non alimentaire (habillement, chaussures, décoration de la maison, santé-beauté, culture-loisirs, bricolage, services...) est le deuxième secteur ayant une forte densité à Paris. On compte 7,2 commerces pour 1 000 habitants contre seulement 5,4 à Bordeaux ou 4,7 à Nice et Nancy.

Un seul secteur est plus représenté dans une autre ville que Paris, il s'agit des services commerciaux qui sont plus densément présents à Nice de quelques unités avec un taux de 6

*La densité de l'offre commerciale à Paris s'explique par : le nombre d'habitants (2,15 millions), le flux quotidien d'actifs (environ 1 million), les étudiants qui viennent y étudier et les touristes*

**COMPARAISON DE DEUX ARRONDISSEMENTS PARISIENS AVEC DES VILLES AYANT LA MÊME POPULATION**

	Paris Centre	Nancy	15 <sup>e</sup> arr.	Lille
Population en 2020	99 626	104 403	229 472	236 234
Superficie en km <sup>2</sup>	5,59	15,01	8,48	34,83
Densité de population	17 822	6 956	27 060	6 782

**Nombre de commerces pour 1 000 habitants en 2021**

	Paris Centre	Nancy	15 <sup>e</sup> arr.	Lille
Commerces alimentaires	2,6	1,7	2,1	1,8
Commerces non alimentaires	7,2	4,7	4,3	4,3
Services commerciaux	5,9	2,7	4,4	2,5
Restauration	9,1	5,7	5,3	6,8
<b>TOTAL commerces et services commerciaux</b>	<b>24,8</b>	<b>14,9</b>	<b>16,1</b>	<b>15,4</b>

Source : Insee, Base permanente des équipements 2021, traitement Apur

17 – Jacques Levy, Jean Coldefy, Sébastien Piantoni et Julien François, Who lives where ? Counting, locating and observing France's real inhabitants, ScienceAdvances, juin 2023.

## COMPARAISON DU COMMERCE PARISIEN AVEC D'AUTRES GRANDES VILLES HEXAGONALES

	Paris	Lyon	Marseille	Nancy	Lille	Nice	Bordeaux	Nantes
Population en 2020	2 145 906	522 228	567 813	104 403	236 234	343 477	259 809	320 732
Superficie en km²	105,4	47,9	82,6	15,0	34,8	71,9	49,4	65,2
Densité de population	20 360	10 909	6 871	6 956	6 782	4 776	5 264	4 920

### Nombre de commerces pour 1 000 habitants en 2021

	Paris	Lyon	Marseille	Nancy	Lille	Nice	Bordeaux	Nantes
<b>Commerces alimentaires, dont :</b>	<b>2,6</b>	<b>1,9</b>	<b>2,4</b>	<b>1,7</b>	<b>1,8</b>	<b>2,3</b>	<b>1,7</b>	<b>1,3</b>
Hypermarché	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Supermarchés et supérettes	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
Épicerie	0,9	0,6	0,8	0,4	0,6	0,8	0,5	0,3
Boulangerie	0,8	0,7	0,8	0,7	0,6	0,7	0,6	0,5
Boucherie charcuterie	0,3	0,3	0,4	0,2	0,3	0,4	0,3	0,2
Produits surgelés	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Poissonnerie	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
<b>Commerces non alimentaires, dont :</b>	<b>7,2</b>	<b>4,6</b>	<b>4,2</b>	<b>4,7</b>	<b>4,3</b>	<b>4,7</b>	<b>5,4</b>	<b>3,1</b>
Librairie papeterie journaux	0,6	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,4	0,3
Magasin de vêtements	2,6	1,6	1,5	1,9	1,7	1,4	2,1	1,1
Magasin d'équipements du foyer	0,3	0,2	0,1	0,3	0,3	0,3	0,3	0,1
Magasin de chaussures	0,4	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
Magasin d'électroménager et audio-vidéo	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0
Magasin de meubles	0,3	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,1
Grande surface de bricolage	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Magasin d'articles de sport et de loisirs	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1
Magasin de revêtements murs et sols	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Droguerie quincaillerie bricolage	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0
Parfumerie	0,6	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
Horlogerie-Bijouterie	0,4	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	0,1
Fleuriste	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,4	0,3	0,2
Magasin d'optique	0,6	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2
Pharmacie	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,5	0,4	0,3
<b>Services commerciaux, dont :</b>	<b>5,9</b>	<b>4,3</b>	<b>3,5</b>	<b>2,7</b>	<b>2,5</b>	<b>6,0</b>	<b>4,9</b>	<b>3,3</b>
École de conduite	0,1	0,2	0,2	0,4	0,2	0,3	0,2	0,2
Agence immobilière	3,3	2,7	1,8	1,3	1,4	3,5	3,0	2,2
Blanchisserie-Teinturerie	0,4	0,2	0,2	0,0	0,2	0,3	0,3	0,1
Soins de beauté	1,3	0,9	1,0	0,8	0,6	1,6	1,1	0,5
Agence de voyages	0,6	0,4	0,2	0,2	0,3	0,4	0,3	0,2
<b>Restauration</b>	<b>9,1</b>	<b>6,2</b>	<b>5,9</b>	<b>5,7</b>	<b>6,8</b>	<b>6,5</b>	<b>7,2</b>	<b>4,2</b>
<b>TOTAL commerces et services commerciaux</b>	<b>24,8</b>	<b>17,1</b>	<b>15,9</b>	<b>14,9</b>	<b>15,4</b>	<b>19,5</b>	<b>19,3</b>	<b>11,8</b>

Source : Insee, Base permanente des équipements 2021, traitement Apur

**Note de lecture :** Le fichier de la BPE comptabilise 53 126 commerces et services commerciaux en 2021, un chiffre moins élevé que les 60 846 recensés au moment de l'enquête BDCOM effectuée en avril 2023. Le taux de commerces et services calculé à partir de la BPE est de 24,8 pour 1 000 habitants, moins élevé de 3 points que celui calculé pour la BDCOM qui est de 28,4.

services commerciaux pour 1 000 habitants contre 5,9 à Paris, 4,9 à Bordeaux et 4,3 à Lyon.

En ce qui concerne les commerces alimentaires, l'écart entre Paris et les grandes villes est moins important, voire assez proche puisque l'on compte 2,6 commerces pour 1 000 habitants en 2021 à Paris contre 2,4 à Marseille, 2,3 à Nice et 1,9 à Lyon.

Certains arrondissements parisiens peuvent être comparés avec les centres d'autres villes hexagonales comme Paris Centre avec Nancy pour des populations respectives d'environ 100 000 habitants et 104 000 habitants ou encore le 15<sup>e</sup> arrondissement avec Lille dont les populations respectives sont d'environ 230 000 et 236 000 habitants.

Concernant Paris Centre et Nancy, la densité de population est 2,6 fois plus élevée dans l'arrondissement parisien comparé à celle calculée pour la ville de Nancy. Les densités commerciales par habitant des 4 secteurs d'activité analysés sont plus fortes de 2 à 6 fois en faveur de l'arrondissement parisien par comparaison avec Nancy ; les commerces alimentaires sont deux fois plus nombreux (3,9 commerces pour 1 000 habitants contre 1,7), la restauration (27,5 commerces contre 5,7) et les services (12,4 contre 2,7) près de cinq fois plus implantés et les commerces non alimentaires (27,9 contre 4,7) six fois plus présents à Paris Centre qu'à Nancy.

Le constat est identique entre le 15<sup>e</sup> arrondissement parisien et la ville de Lille concernant la densité de population, 4 fois plus forte dans le 15<sup>e</sup> comparée à celle de Lille, mais légèrement différent entre les densités calculées dans les secteurs. La densité de commerces alimentaires et non alimentaires pour 1 000 habitants est



Rue Saint-Martin (Paris Centre)

© Apur - François Mohrt



Boulevard de Sébastopol (Paris Centre)

© Apur - François Mohrt

relativement proche entre le 15<sup>e</sup> et Lille (respectivement 2,1 contre 1,8 pour l'alimentaire et 4,3 pour le non alimentaire dans le 15<sup>e</sup> et à Lille), elle est plus importante pour les services pour lesquels la densité dans le 15<sup>e</sup> est nettement plus élevée (4,4 contre 2,5) ; au contraire, la densité pour la restauration est plus forte à Lille que dans le 15<sup>e</sup> (6,8 restaurants pour 1 000 habitants à Lille contre 5,3 dans le 15<sup>e</sup> arrondissement).



### Paris, moteur du commerce métropolitain

Cette forte densité commerciale pour 1 000 habitants comparée aux grandes villes hexagonales se confirme si l'on observe les données disponibles pour les différents territoires de la Métropole du Grand Paris (MGP). Alors que l'on dénombre 24,8 commerces et services commerciaux pour 1 000 habitants à Paris, ce chiffre n'est que de 9,3 commerces dans le reste de la MGP (hors Paris) avec un maximum de 12,2 commerces à Paris Ouest La Défense, soit deux fois moins qu'à Paris.

La densité de commerces par habitant est à chaque fois plus élevée à Paris que dans les autres territoires de la MGP, quel que soit le secteur d'activité analysé. La densité dans la

restauration, avec 9,1 établissements pour 1 000 habitants, est près de trois fois plus forte que la moyenne calculée dans les autres territoires de la MGP (3,2 établissements pour 1 000 habitants), Plaine Commune étant celui où le secteur de la restauration est le plus notable avec une moyenne de 4,4 établissements pour 1 000 habitants, deux fois moins qu'à Paris.

Les commerces non alimentaires (habillement, chaussures, décoration de la maison, santé-beauté, culture-loisirs, bricolage, services...) enregistrent une densité 3,5 fois moins forte dans la MGP (hors Paris) que celle calculée à Paris (7,2). Aucun des 11 autres territoires de la MGP n'atteint le seuil de 3 commerces pour 1 000 habitants, soit moins de la moitié de la densité parisienne.

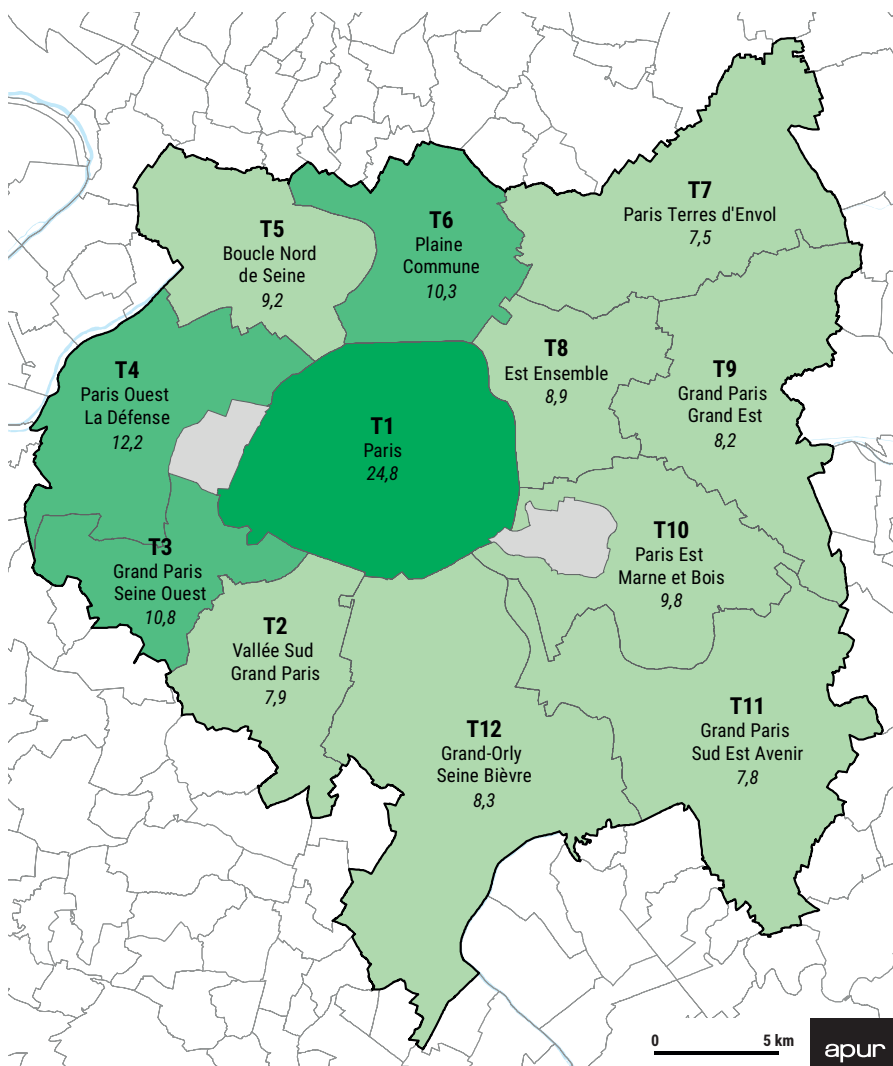
#### DENSITÉ DE COMMERCES DANS LA MÉTROPOLÉ DU GRAND PARIS, EN 2023

Nombre de commerces pour 1 000 habitants

- Moins de 10
- De 10 à 20
- 20 commerces ou plus

Total MGP : 13,9  
Total MGP hors Paris : 9,3

Source : Insee, Base Permanente des Equipements 2021  
Traitement : Apur



Les services commerciaux sont également plus implantés à Paris que dans les 11 autres territoires de la MGP avec une densité de 5,9 services pour 1 000 habitants contre 2,5 en moyenne. Seuls les territoires de Paris Ouest La Défense et Grand Paris Seine Ouest enregistrent une densité approchante, avec respectivement 4,1 et 3,9 services pour 1 000 habitants.

C'est pour les commerces alimentaires que l'écart est le moins important entre la densité parisienne et celle des autres territoires de la MGP puisque l'on comptabilise 2,6 commerces pour 1 000 habitants à Paris contre 1,6 en moyenne dans la MGP (hors Paris) avec une densité assez forte calculée à Plaine Commune, où l'on trouve 2,3 commerces alimentaires pour 1 000 habitants.

## DENSITÉ DE COMMERCES ET DE SERVICES COMMERCIAUX DANS LA MÉTROPOLE DU GRAND PARIS

		Population en 2020	Superficie en km <sup>2</sup>	Densité de population	Commerces et services commerciaux pour 1 000 habitants
T1	Paris	2 145 906	105,4	20 360	24,8
T2	Vallée Sud Grand Paris	404 033	47,36	8 531	7,9
T3	Grand Paris Seine Ouest	318 815	36,49	8 737	10,8
T4	Paris Ouest La Défense	561 626	59,29	9 473	12,2
T5	Boucle Nord de Seine	450 306	49,69	9 062	9,2
T6	Plaine Commune	447 927	47,4	9 450	10,3
T7	Paris Terres d'Envol	369 069	78,07	4 727	7,5
T8	Est Ensemble	435 582	39,18	11 117	8,9
T9	Grand Paris Grand Est	402 844	71,55	5 630	8,2
T10	Paris Est Marne et Bois	510 531	56,33	9 063	9,8
T11	Grand Paris Sud Est Avenir	321 769	99,8	3 224	7,8
T12	Grand-Orly Seine Bièvre	718 211	123,68	5 807	8,3
<b>Total MGP</b>		<b>7 086 619</b>	<b>814,24</b>	<b>8 703</b>	<b>13,9</b>
<b>Total MGP (hors Paris)</b>		<b>4 940 713</b>	<b>708,84</b>	<b>6 970</b>	<b>9,3</b>

### Détail de la densité de commerces et de services commerciaux

		Commerces alimentaires	Commerces non alimentaires	Services commerciaux	Restauration
T1	Paris	2,6	7,2	5,9	9,1
T2	Vallée Sud Grand Paris	1,2	1,7	2,6	2,4
T3	Grand Paris Seine Ouest	1,3	2,3	3,9	3,3
T4	Paris Ouest La Défense	1,3	2,8	4,1	3,9
T5	Boucle Nord de Seine	1,6	1,9	2,4	3,3
T6	Plaine Commune	2,3	2,1	1,5	4,4
T7	Paris Terres d'Envol	1,5	1,9	1,6	2,5
T8	Est Ensemble	1,9	1,8	1,7	3,6
T9	Grand Paris Grand Est	1,4	2,0	2,2	2,6
T10	Paris Est Marne et Bois	1,6	2,2	3,2	2,7
T11	Grand Paris Sud Est Avenir	1,2	1,9	2,2	2,5
T12	Grand-Orly Seine Bièvre	1,8	1,6	1,9	3,1
<b>Total MGP</b>		<b>1,9</b>	<b>3,6</b>	<b>3,5</b>	<b>5,0</b>
<b>Total MGP (hors Paris)</b>		<b>1,6</b>	<b>2,0</b>	<b>2,5</b>	<b>3,2</b>

Source : Insee, Base permanente des équipements 2021, traitement Apur

*La densité de commerces alimentaires varie de 1 à 3 pour 1 000 habitants selon les arrondissements*

### **Le 8<sup>e</sup> et Paris Centre, arrondissements les plus denses en commerces et services**

Les arrondissements du centre ouest de Paris (Paris Centre, 6<sup>e</sup>, 7<sup>e</sup>, 8<sup>e</sup> et 9<sup>e</sup>) apparaissent comme les plus denses en commerces pour 1000 habitants quel que soit le type de commerce analysé. Cet état de fait s'explique par 2 phénomènes qui se conjuguent : à la fois la forte densité de commerces et la plus faible densité de population dans ces arrondissements centraux que dans le reste de Paris.

**La densité de commerces alimentaires varie de 1 à 3 pour 1 000 habitants selon les arrondissements**, elle va de 5,1 commerces pour 1000 habitants dans le 8<sup>e</sup> arrondissement à 1,7 commerce dans le 13<sup>e</sup>. Les arrondissements centraux sont ceux où la densité de commerces alimentaires est plus forte que la moyenne parisienne, qui est de 2,6 commerces pour 1000 habitants, seuls les 18<sup>e</sup> et 11<sup>e</sup> affichent une densité plus forte que la moyenne parisienne (3,3 commerces pour 1000 habitants).

**L'écart est le plus important entre les arrondissements pour les commerces non alimentaires, il varie de 1 à 17** (variation de 1 à 6 pour la moyenne Paris) entre le 8<sup>e</sup> arrondissement où l'on recense 42,3 commerces pour 1000 habitants contre seulement 2,5 commerces dans le 20<sup>e</sup>. Ce sont également les arrondissements centraux qui proposent les plus fortes densités de commerces non alimentaires par habitant, les commerces de ce type y étant particulièrement bien implantés pour répondre à l'attente des nombreux touristes et actifs y travaillant quotidiennement.

Le secteur de **la restauration est très densément représenté dans les arrondissements centraux** avec une part qui oscille de 1 à 8 selon les arrondissements (l'écart va de 1 à 4 avec la moyenne parisienne). Cette part atteint 34,4 commerces pour 1000 habitants dans le 8<sup>e</sup> et seulement 4,3 commerces dans le 20<sup>e</sup> avec une moyenne de 9,1 commerces pour 1000 habitants à Paris.

Comme pour les différents secteurs d'activités pris séparément, l'ensemble des commerces et services commerciaux affiche des densités les plus fortes dans les arrondissements du centre de Paris où les flux simultanés de touristes, actifs du quotidien et étudiants sont un atout pour l'implantation des commerces et services commerciaux.

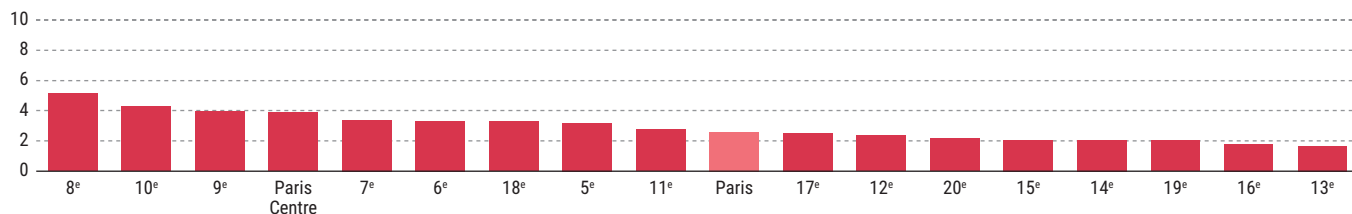


© Claudio Freitas

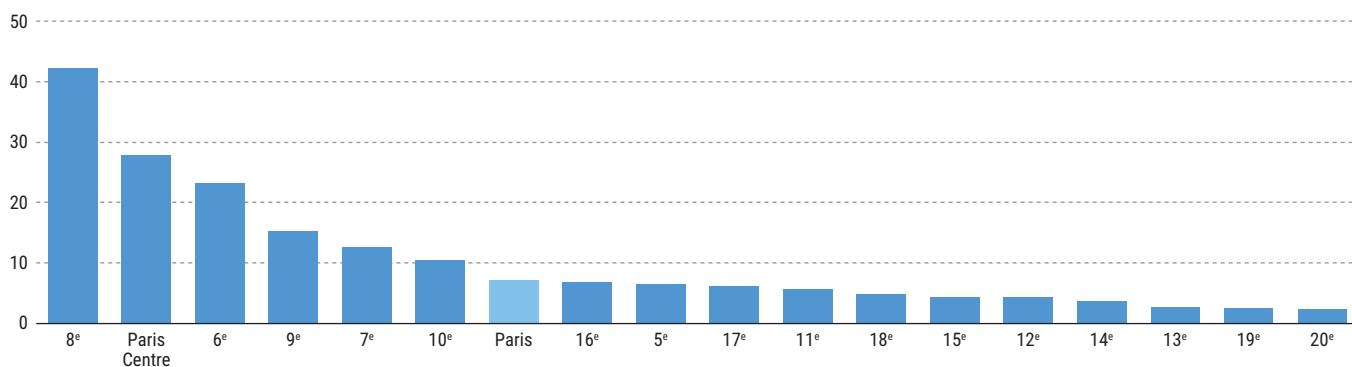
Poissonnerie - rue des Gravilliers (3<sup>e</sup>)

## NOMBRE DE COMMERCES POUR 1 000 HABITANTS PAR ARRONDISSEMENT EN 2021

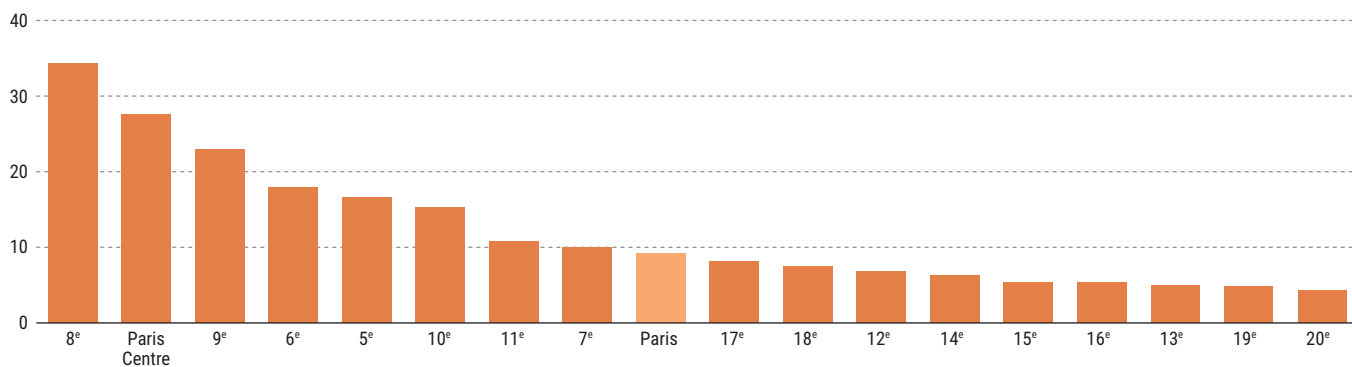
### Commerces alimentaires



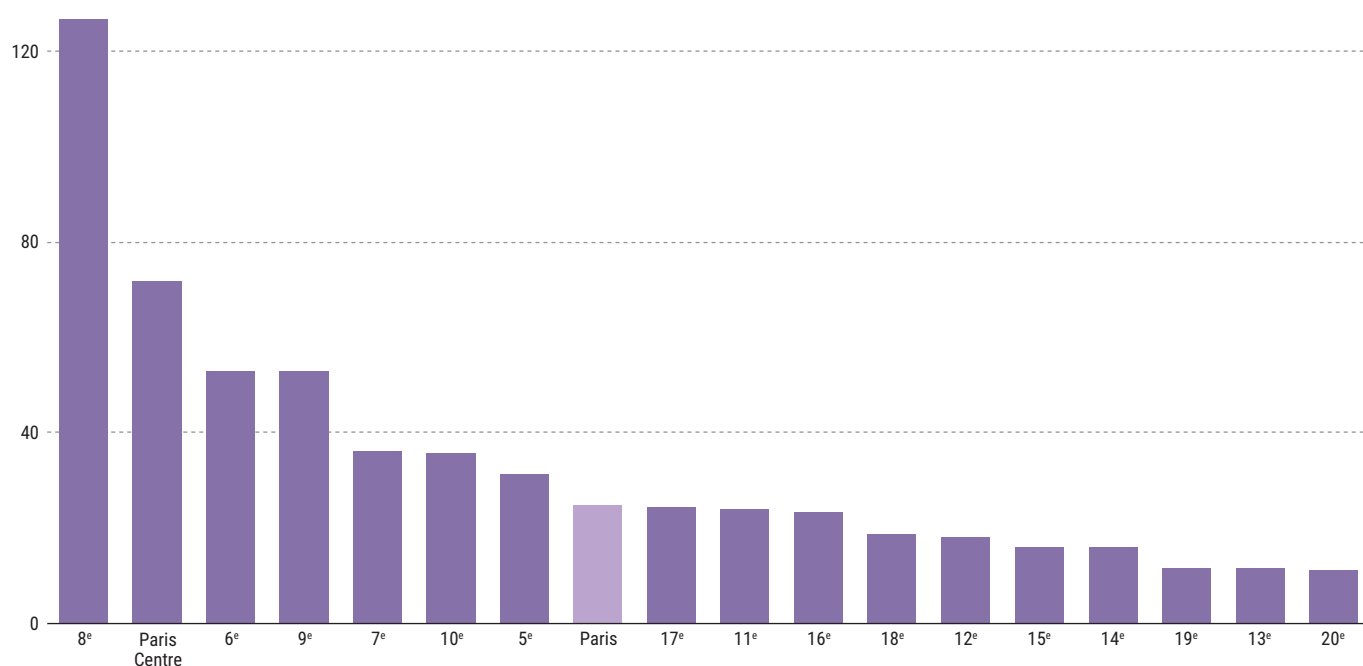
### Commerces non alimentaires



### Restauration



### Total commerces et services commerciaux



Source : Insee, Base permanente des équipements 2021, traitement Apur

## Des commerces de destination très présents dans le centre de Paris

La densité commerciale est très forte à Paris et cela en dépit de la baisse de la population observée ces dernières années<sup>18</sup>.

Le commerce parisien peut se répartir en 4 grandes catégories : commerces du quotidien ou de proximité, commerces de destination, restauration ; la quatrième catégorie sensiblement moins nombreuse correspond aux établissements hôteliers.

### La moitié des commerces à Paris sont des commerces de destination

Parmi les 60 846 commerces et services commerciaux recensés en avril 2023, **les commerces du quotidien, ou de proximité sont un peu plus de 14 700**, soit 24,2 % du total. Les achats effectués dans ces commerces sont fréquents, il s'agit souvent de petits achats de tous les jours ou de courses de la semaine. Les déplacements engendrés ne sont pas longs (ils excèdent rarement 10 à 15 minutes). Ils recouvrent des activités variées telles que boulangeries, boucheries, cavistes, supérettes et supermarchés pour le secteur alimentaire, les pharmacies, la vente de journaux en kiosque ou magasin, les tabacs, cafés, fleuristes pour les achats non alimentaires, mais aussi des services comme les agences bancaires, laveries et coiffeurs.

**Les commerces de destination** sont deux fois plus nombreux que ceux du quotidien. On en dénombre 29 200 en 2023, soit 48,1 % des commerces et services commerciaux à Paris. Les achats effectués dans ces commerces sont occasionnels et souvent planifiés. Ils entraînent des déplacements supérieurs à 15 minutes en dehors des trajets ha-

bituels, le consommateur recherche la diversité et la variété de l'offre. ils correspondent à des activités comme les pâtisseries, chocolatiers, les boutiques de prêt-à-porter, de chaussures, les magasins de meubles, les parfumeries, galeries d'art, agences immobilières...

La troisième grande catégorie est celle de **la restauration qui compte près de 15 000 établissements**, soit 25 % des commerces et services commerciaux parisiens.

La quatrième et dernière catégorie est celle des **hôtels** avec plus de 1 900 établissements recensés, soit 3,2 % du total, répartis entre hôtels de tourisme, hôtels meublés et auberges de jeunesse.

### De nombreux commerces de proximité dans les arrondissements périphériques

**La part des commerces du quotidien** dans le total des commerces, services commerciaux, cafés et restaurants, **varie selon les arrondissements**, plus forte que la moyenne parisienne dans les arrondissements périphériques (12<sup>e</sup> au 20<sup>e</sup>) comparée aux arrondissements centraux. Les arrondissements où la part des commerces de proximité est forte sont les 13<sup>e</sup>, 14<sup>e</sup>, 16<sup>e</sup>, 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> (supérieure ou égale à 30 %), elle est plus proche de la moyenne (24 %) dans les 12<sup>e</sup>, 15<sup>e</sup>, 17<sup>e</sup> et 18<sup>e</sup>. Il s'agit des arrondissements les plus peuplés, là où les Parisiens résident. À l'inverse, les arrondissements centraux ont une part de commerces du quotidien plus faible, notamment Paris Centre, les 6<sup>e</sup>, 8<sup>e</sup> et 9<sup>e</sup> avec la proportion la plus basse pour le 6<sup>e</sup> arrondissement avec seulement 13 % de commerces de proximité, soit 11 points de moins que la moyenne parisienne.

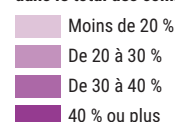
18 — <https://www.apur.org/fr/nos-travaux/etude-dynamiques-demographiques-grand-paris-tendances-pre-crise-sanitaire>

Entre 2020 et 2023, on constate une très légère augmentation (+0,3 %) du taux de commerces de proximité par rapport aux autres activités. Cela s'explique par la bonne santé du commerce alimentaire, compensée par la fermeture d'un certain nombre d'agences bancaires ainsi que de certains services à la personne (cordonneries, blanchisseries...). Ce taux est stable dans le centre ouest de Paris, là où les commerces de proximité sont moins nombreux en proportion. On constate souvent une forte augmentation de ce taux dans de nombreux quartiers périphériques (11<sup>e</sup>, 17<sup>e</sup>, 18<sup>e</sup>, 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup>) très dense en habitants...

**Les commerces de destination dont la part est de 48 % de l'ensemble des commerces et services à Paris** sont, en revanche, plus implantés dans les arrondissements centraux et plus particulièrement à Paris Centre, les 6<sup>e</sup> et 7<sup>e</sup> mais aussi dans le 16<sup>e</sup> (51 %), avec un maximum de 62 % pour le 6<sup>e</sup>, soit 14 points de plus que la moyenne parisienne. Ces arrondissements attirent une clientèle à la fois métropolitaine mais également internationale pour les commerces d'équipement de la personne (habillement, chaussures, meubles...) avec les très nombreux touristes qui viennent flâner dans ces quartiers très animés. Au contraire,

### TAUX DE COMMERCES DE PROXIMITÉ PAR CONSEILS DE QUARTIER

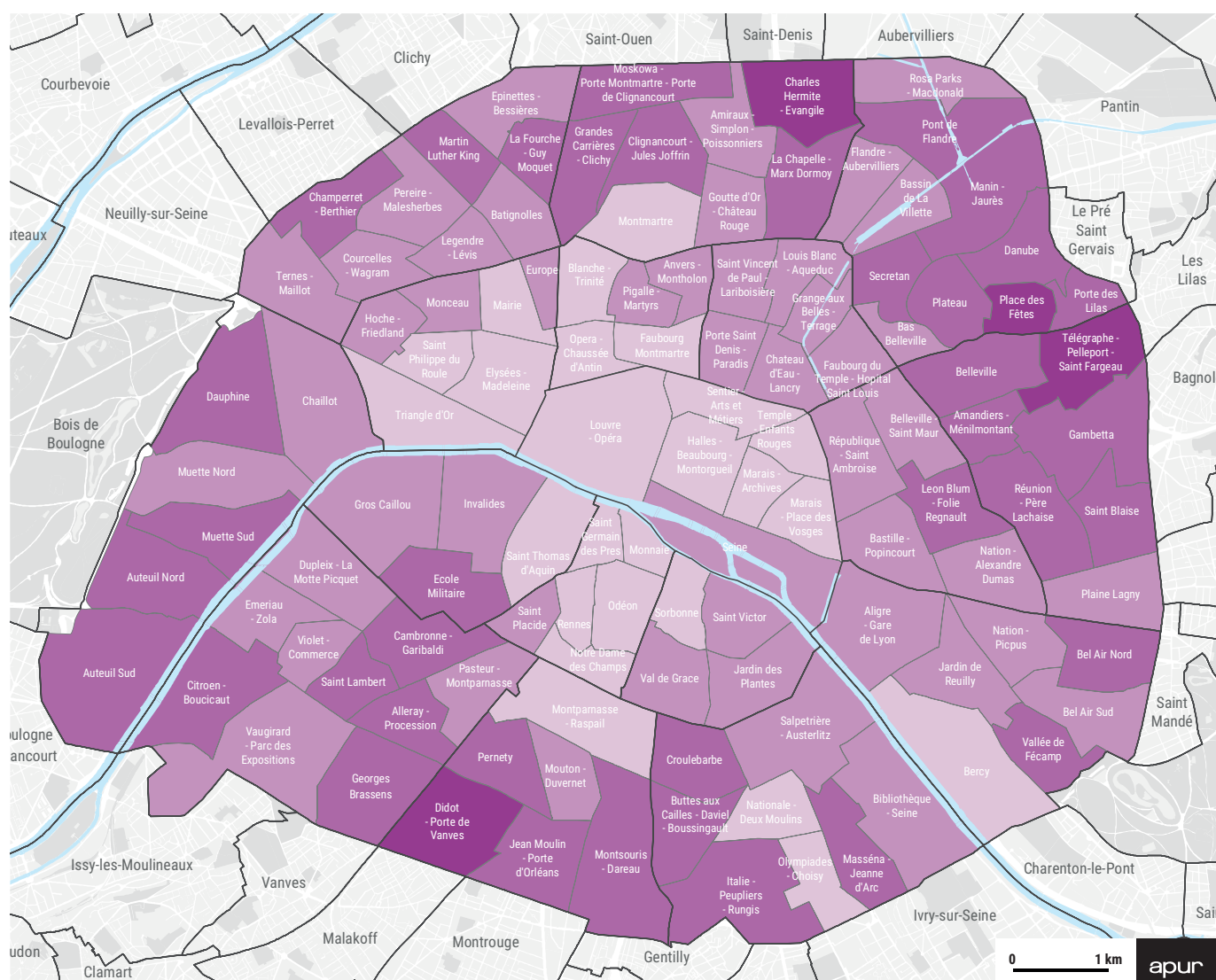
Taux de commerces de proximité\* dans le total des commerces



Moyenne Paris : 24,2 %

\*Commerces de proximité : commerces proches de chez soi où l'on se rend plusieurs fois par semaine. Par exemple : les commerces alimentaires, les pharmacies et les services à la personne (blanchisseries, coiffeurs, agences bancaires...)

Source : Apur, BDCOM 2023



certains arrondissements enregistrent une moindre part de commerces de destination, c'est le cas pour les 5<sup>e</sup>, 9<sup>e</sup> avec 5 points de moins que la moyenne à Paris, la plus faible part s'observant dans le 19<sup>e</sup> avec 39 % de commerces de destination, soit 9 points de moins que la moyenne calculée à Paris.

La troisième grande catégorie de commerces, celle de la **restauration**, enregistre ses proportions les plus élevées plutôt parmi les arrondissements centraux parisiens, 3 points de plus que la moyenne (25 %) pour Paris Centre, les 8<sup>e</sup>, 10<sup>e</sup> et 11<sup>e</sup> (28 %) et une part en-

core plus forte pour le 9<sup>e</sup> (32 %) avec un maximum pour le 5<sup>e</sup> avec 33 % où cette activité est historiquement très implantée notamment du fait de la présence de nombreux étudiants qui arpentent les rues piétonnes de la rue Mouffetard à la place de la Contrescarpe. Les arrondissements périphériques, mais aussi les 6<sup>e</sup> et 7<sup>e</sup> pour la rive gauche, enregistrent une plus faible part de commerces liés à la restauration, principalement les 15<sup>e</sup>, 17<sup>e</sup>, 18<sup>e</sup>, 20<sup>e</sup> (autour de 22 %) et un minimum pour le 16<sup>e</sup> où cette part n'est que de 16 %, soit 9 points de moins que la moyenne parisienne.

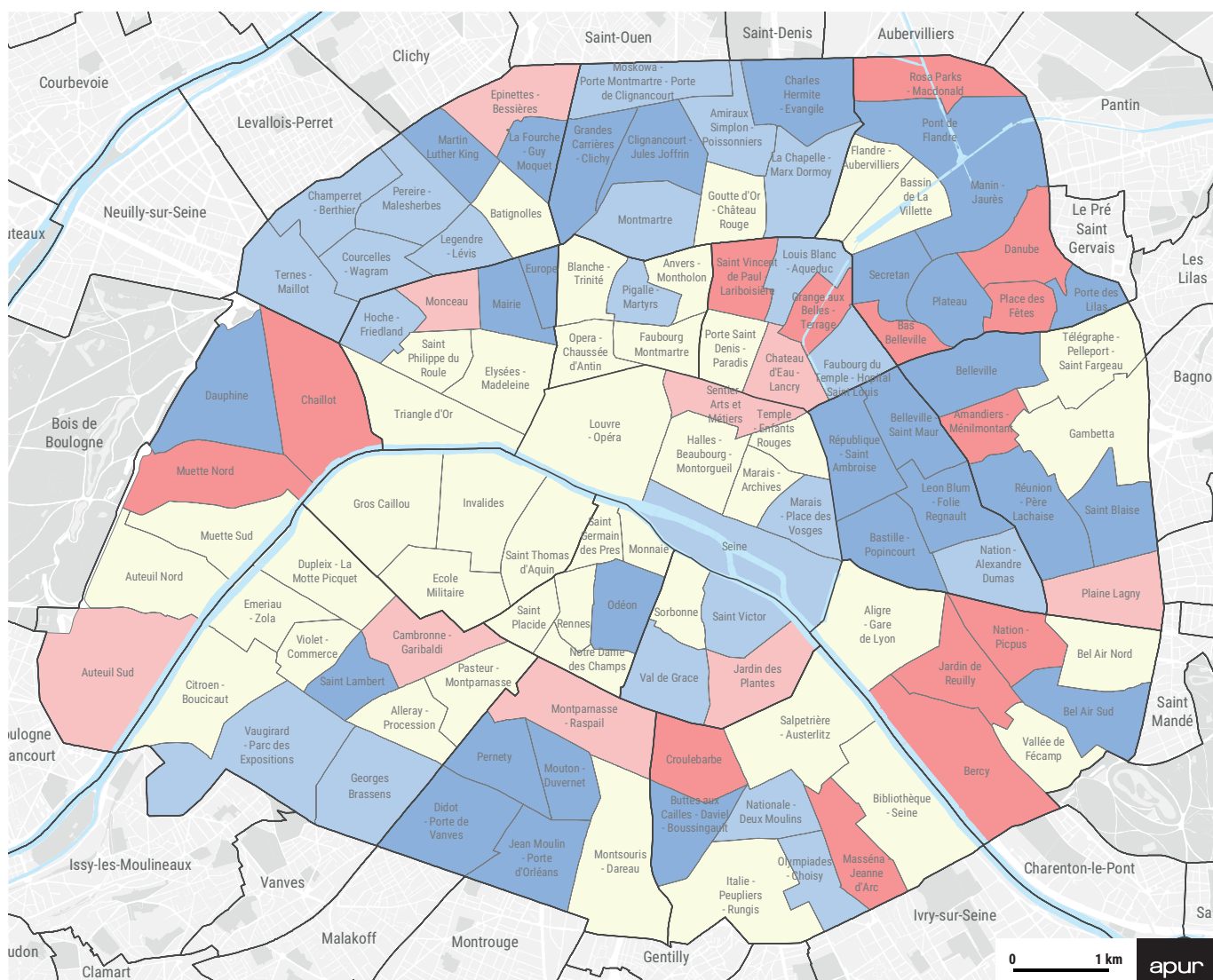
### ÉVOLUTION DU TAUX DE COMMERCES DE PROXIMITÉ PAR CONSEILS DE QUARTIER

Évolution du taux de commerces de proximité dans le total des commerces entre 2020 et 2023

- Forte diminution (-1 ou moins)
- Diminution (-1 à -0,5)
- Stabilité (-0,5 à +0,5)
- Augmentation (+0,5 à +1)
- Forte augmentation (+1 ou plus)

Moyenne Paris : +0,3 %

Source : Apur, BDCOM 2023



# Une augmentation modérée de la vacance suite à la crise covid

Alors que le précédent taux de vacance avait été calculé juste avant le deuxième confinement d'octobre 2020, celui de l'enquête 2023 reflète précisément la situation d'après Covid-19 et la fin des différents plans d'aides dont avaient pu bénéficier un certain nombre de commerces. **Le taux de vacance en 2023 est de 10,9 %** des locaux alors qu'il était de 10,2 % en octobre 2020, soit une hausse mesurée comparée à la période difficile écoulée (+0,7 point).

## La vacance des locaux, plus faibles dans les quartiers aisés

Au total en avril 2023, 9 059 locaux sont vides alors qu'ils étaient 8 541 en octobre 2020, soit **+518 nouveaux locaux vacants**. Parmi ces locaux vacants, il est possible de distinguer **les locaux qui sont en travaux** au moment de l'enquête, ce qui laisse présager de l'arrivée d'une nouvelle activité très prochainement. Au sein des 9 059 locaux vacants recensés en 2023, 1 565 étaient en travaux, soit 17 %. Lors de l'enquête précédente de 2020, le nombre de locaux en travaux était un peu plus restreint (15 %).

Représentée à l'échelle des conseils de quartiers, qui correspondent peu ou prou à une échelle de quartier vécu par les habitants au quotidien, la carte ci-après dessine une vacance commerciale plus élevée dans les quartiers périphériques du nord-est de Paris. La vacance des locaux est importante, souvent supérieure à 16 %, dans nombre de quartiers du nord de Paris, notamment dans le 18<sup>e</sup>.

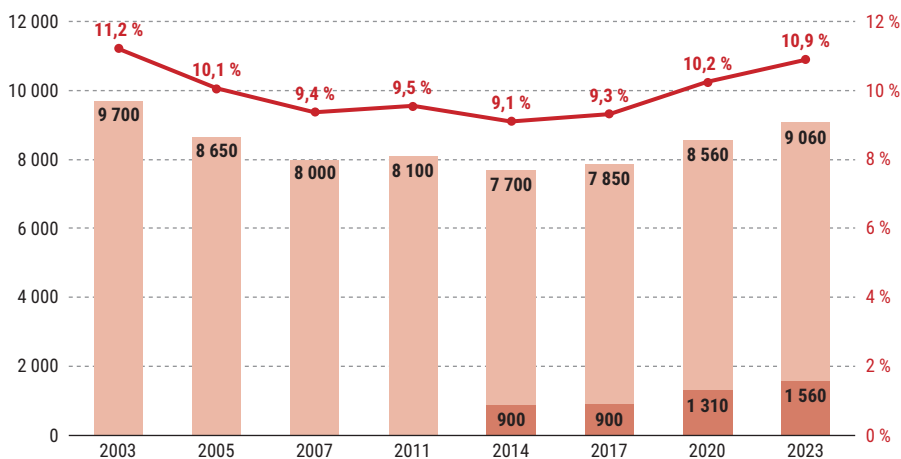
**La part des locaux vacants est faible** (moins de 8 %) dans les quartiers résidentiels les plus aisés comme les 6<sup>e</sup>, 7<sup>e</sup> et 16<sup>e</sup> arrondissements et le Marais. Dans les quartiers populaires de l'est, la situation est plus contrastée mais toujours avec une part plus impor-

TAUX DE VACANCE EN 2020 ET 2023 ET ÉVOLUTION DU TAUX DE VACANCE

	2023	2020	Évolution 2020-2023
1 <sup>er</sup>	11,8 %	11,2 %	0,6
2 <sup>e</sup>	14,2%	14,2%	0,0
3 <sup>e</sup>	12,9%	11,9%	1,0
4 <sup>e</sup>	9,0%	10,0%	-1,0
5 <sup>e</sup>	9,3%	9,1%	0,2
6 <sup>e</sup>	8,1%	7,8%	0,3
7 <sup>e</sup>	7,3%	7,0%	0,3
8 <sup>e</sup>	11,9%	10,4%	1,5
9 <sup>e</sup>	12,4%	10,1%	2,3
10 <sup>e</sup>	12,0%	13,0%	-1,0
11 <sup>e</sup>	11,5%	10,6%	0,9
12 <sup>e</sup>	8,1%	8,0%	0,1
13 <sup>e</sup>	10,4%	9,4%	1,0
14 <sup>e</sup>	9,5%	8,8%	0,7
15 <sup>e</sup>	9,3%	9,1%	0,2
16 <sup>e</sup>	7,4%	8,0%	-0,6
17 <sup>e</sup>	11,0%	9,5%	1,5
18 <sup>e</sup>	14,3%	11,8%	2,5
19 <sup>e</sup>	11,9%	12,1%	-0,2
20 <sup>e</sup>	12,3%	12,0%	0,3
<b>Paris</b>	<b>10,9 %</b>	<b>10,2 %</b>	<b>0,7</b>

Source : Apur, BDCOM 2023

NOMBRE DE LOCAUX VACANTS DEPUIS 2003



Source : Apur, BDCOM 2023

■ Nombre de locaux vacants ■ Dont nombre de locaux en travaux

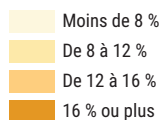


tante de locaux vacants, sauf au sud du 20<sup>e</sup> (Plaine-Lagny). Dans les autres parties de la Capitale (Quartier Central des Affaires, quartiers centraux et reste de la Rive Gauche) la part des locaux vacants est proche de la moyenne parisienne (10,9 %).

en lien avec un accroissement du télé-travail. Dans les quartiers touristiques, la situation varie d'un quartier à l'autre avec une hausse de la vacance à Montmartre, près de l'Opéra ou des Champs Élysées alors que la vacance recule dans le Marais, aux Halles ou à Saint-Germain-des-Prés. Le recul de la vacance est une des conséquences d'un embourgeoisement récent ou en cours dans certains quartiers des 10<sup>e</sup> et 11<sup>e</sup> (Sentier, Château d'Eau, Faubourg du Temple, Bas Belleville...). Enfin, dans les quartiers du nord de Paris, la vacance progresse (Épinettes, Porte Montmartre, Amiraux-Simplon, Pont de Flandre...).

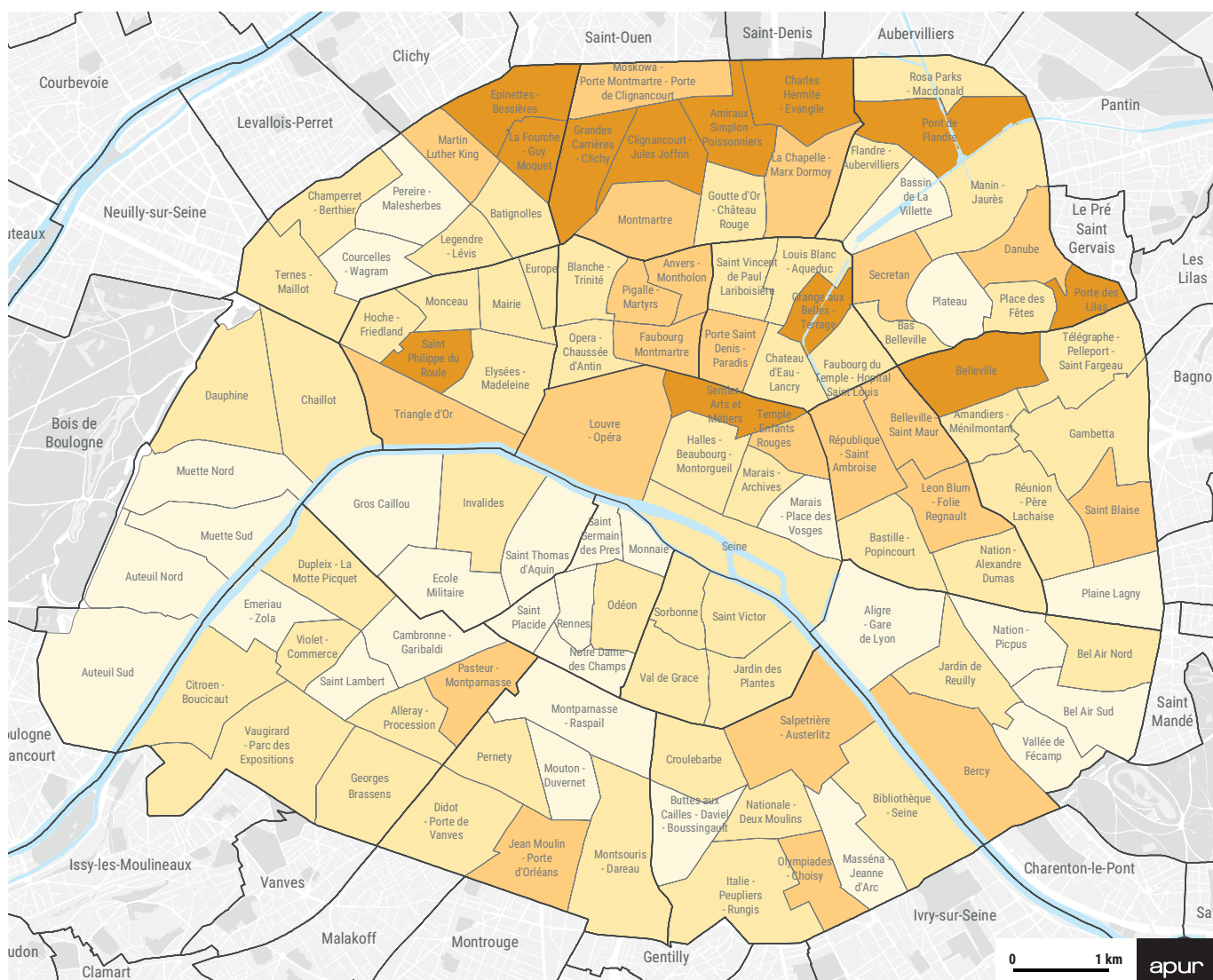
### TAUX DE VACANCE PAR CONSEILS DE QUARTIER

Part des locaux vacants dans le total des locaux en RDC en 2023



Moyenne Paris : 10,9 % %

Source : Apur, BDCOM 2023



# Variétés du commerce parisien

## Un appareil commercial essentiellement constitué de locaux sur rue

La principale caractéristique du commerce parisien est qu'il est implanté depuis toujours en rez-de-chaussée des immeubles. Les commerces et services commerciaux sont ainsi très facilement accessibles pour la très grande majorité des habitants ou visiteurs. En 2023, plus de 58 000 d'entre eux, soit **96 %**, sont situés au pied des immeubles, le long des voies parisiennes. 9 300 se situent en angle de deux rues (16 % des locaux sur rue). C'est un espace recherché car il est plus visible et reçoit plus de flux piétonnier qu'un milieu de rue. Il est plus accessible car plus proche du réseau principal, il offre un choix plus rapide d'orientation (alors qu'un magasin de milieu de rue n'a que la façade à l'opposé à proposer). Un local en angle peut accueillir une plus grande vitrine et donc une meilleure visibilité. Les plus présentes en angle sont les agences bancaires (58 % d'entre elles

sont en angle), les brasseries (55 %), les boulangeries et les pharmacies (42 %). 700 autres commerces et services se situent en cour d'immeuble où l'on peut accéder aisément c'est-à-dire sans composer de code pour entrer. Ces espaces plus retirés ont été investis majoritairement par les galeries d'art (74), les cours de formation professionnelle ou de loisirs (44), les salles de sport (42). On y trouve aussi 27 coiffeurs et 20 instituts de beauté.

Parmi tous ces commerces et services commerciaux, environ 450 sont implantés, non pas au pied des immeubles mais sur l'espace public, sur les trottoirs et dans des jardins ou bois. Ce sont surtout 370 kiosques à journaux (parmi ceux-ci 42 sont vacants). mais également une soixantaine de kiosques qui font de la petite restauration, qui vendent des fleurs ou qui servent de billetterie... Dans 7 autres kiosques s'est installée l'enseigne de conciergerie « Lulu dans ma rue » qui propose des services du quotidien à la population locale.



Rue du Pont Louis-Philippe (Paris Centre)



Commerces et touristes à proximité de la Tour Eiffel - rue Saint-Dominique (7<sup>e</sup>)

© Apur - David Bourreau



Rue Montorgueil (Paris Centre)

© Apur - François Mohrt



Caviste - rue Marsoulan (12<sup>e</sup>)

© Apur - JC Bonijol



Rue Monge (5<sup>e</sup>)

© Apur - François Mohrt

### Une majorité de petits commerces

La très grande majorité des commerces parisiens (hors les locaux liés à l'hébergement) occupent de petites surfaces, d'une surface moyenne de vente de l'ordre de 50 m<sup>2</sup>, ils représentent 97 % de l'ensemble des locaux recensés. Un peu plus de 1200 établissements (2 %) ont une surface commerciale comprise entre 300 et 1000 m<sup>2</sup>; enfin, plus de 400 établissements (1 %) ont une surface supérieure ou égale à 1000 m<sup>2</sup>. Parmi cette dernière catégorie d'établissements se trouvent les 2 plus grandes surfaces commerciales présentes à Paris, les Grands Magasins des Galeries Lafayette (77 400 m<sup>2</sup>) et du Printemps (55 100 m<sup>2</sup>) tous deux implantés sur le boulevard Haussmann, accompagnés de 4 autres Grands Maga-

sins dont la Samaritaine (38 800 m<sup>2</sup>) qui a réouvert ses portes en juin 2021, du BHV-Le Marais (35 300 m<sup>2</sup>) de la rue de Rivoli, du Bon Marché (34 000 m<sup>2</sup>), seul magasin sur la rive gauche, et enfin le Printemps (10 900 m<sup>2</sup>) situé sur le Cours de Vincennes. Les 6 adresses de Grands Magasins parisiens totalisent une surface commerciale de 251 500 m<sup>2</sup> qui a augmenté depuis la dernière enquête de 2020 du fait de la réouverture en 2021 de la Samaritaine, fermée depuis 2005. La grande distribution alimentaire et ses différents formats de vente (hypermarchés, supermarchés, supérettes, Monoprix) est présente sur une surface totale d'environ 560 000 m<sup>2</sup>. Pour leur part, les 3 532 magasins de prêt-à-porter encore présents le long des voies parisiennes, malgré leur forte diminution, cumulent 304 000 m<sup>2</sup> de surfaces commerciales.

## Les passages couverts et les galeries marchandes, héritage du XIX<sup>e</sup> siècle

L'alignement des magasins le long des rues, au rez-de-chaussée, reste toujours le principe de localisation des commerces parisiens et seulement un peu plus de 10 % des surfaces de vente (environ 600 000 m<sup>2</sup>) ou 4 % des locaux (2 600) se situent dans des passages couverts, des galeries ou des centres commerciaux. Cette proportion de commerces « à couvert » est beaucoup plus importante dans le reste de la Métropole.

Les passages couverts sont un héritage patrimonial de la première moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, percés à l'intérieur des îlots et couverts d'une verrière afin de protéger les chalandes des intempéries. Bordés de boutiques, ces passages ont représenté une grande nouveauté commerciale pour l'époque. Ils deviennent très vite à la mode, les grands cafés s'y installent. La quasi-totalité de ces passages se situe rive droite, de

part et d'autre des Grands Boulevards, dans les 2<sup>e</sup>, 9<sup>e</sup> et 10<sup>e</sup> arrondissements. En 1850, il y en avait environ 150. Mais par la suite de nombreux passages disparaissent avec les travaux du Baron Haussmann et la création des Grands Magasins qui leur fait concurrence. C'est seulement à partir des années 1970 qu'ils sont redécouverts et restaurés. On n'en dénombre plus qu'une vingtaine aujourd'hui qui regroupent 427 locaux. Si l'on met de côté les 122 locaux du passage du Caire (2<sup>e</sup> arrondissement), qui est en train de se transformer (les 70 commerces de gros de textile ou d'habillement présents en 2020 ne sont plus que 16 en 2023, 28 s'étant transformés en commerce d'équipement de la personne), on y rencontre surtout des commerces non alimentaires, culturels, spécialisés (173 soit 41 % du total) et des bars, brasseries et restaurants (78 soit 18 % du total) et peu de commerces alimentaires (une dizaine). Le taux de vacance y est plus bas que celui de Paris (9,1 % contre 10,9 %).

### LES PASSAGES COUVERTS

	Arr.	Alimentaire	Non alimentaire	Service	Café-restaurant	Hôtel	Local vacant	Autre local	TOTAL
Galerie Vero-Dodat	1 <sup>er</sup>		17	2	2			0	21
Village Saint-Honoré	1 <sup>er</sup>		10	1				1	12
Passage du Grand Cerf	2 <sup>e</sup>		21	4	2		2	4	33
Galerie Vivienne	2 <sup>e</sup>	2	26	2	5		2		37
Galerie Colbert	2 <sup>e</sup>				2			2	4
Passage Choiseul/ Sainte-Anne	2 <sup>e</sup>	1	16	7	20	1	4	7	56
Passage des Panoramas	2 <sup>e</sup>	4	13	3	24		12	10	66
Passage du Bourg l'Abbé	2 <sup>e</sup>	1	4	2	3		1		11
Passage du Ponceau	2 <sup>e</sup>		1	5	2		5	9	22
Passage Vendôme	3 <sup>e</sup>		3	4	2		2	3	14
Passage de l'Ancre	3 <sup>e</sup>			1	1		2	8	12
Village Royal (Cité Berryer)	8 <sup>e</sup>		12	1	1		2		16
Galerie de la Madeleine	8 <sup>e</sup>		8	0			2		10
Passage Jouffroy	9 <sup>e</sup>	2	15	3	2	2	1	1	26
Passage Verdeau	9 <sup>e</sup>		17	2	3		2		24
Passage du Prado	10 <sup>e</sup>		3	23	3	1	1	2	33
Passage de l'Industrie	10 <sup>e</sup>		5	1		1		6	13
Passage Brady	10 <sup>e</sup>	2	2	6	6		1	0	17
<b>TOTAL</b>		<b>12</b>	<b>173</b>	<b>67</b>	<b>78</b>	<b>5</b>	<b>39</b>	<b>53</b>	<b>427</b>

Source : Apur, BDCOM 2023

### LES PASSAGES COUVERTS, GALERIES MARCHANDES, CENTRES COMMERCIAUX ET GARES

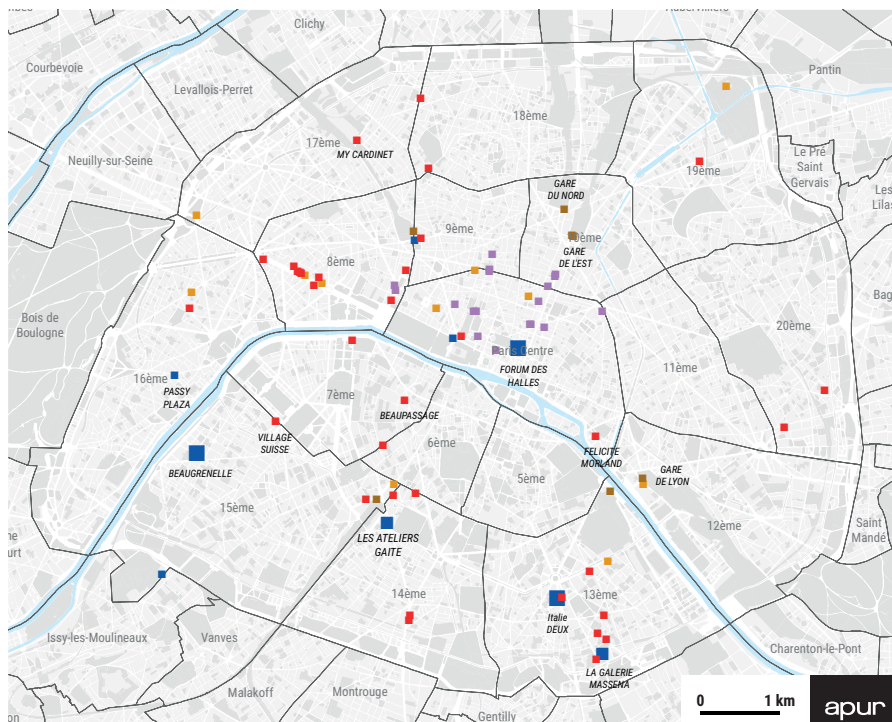
**Type de concentration**

- Centre commercial
- Galerie marchande
- Galerie / Centre en travaux
- Gare
- Passage couvert

**Taille de la concentration**

- Petite
- Moyenne
- Grande

Source : Apur, BDCOM 2023



Passage du Grand Cerf (2<sup>e</sup>)



Galerie Vivienne (2<sup>e</sup>)



Galerie Vivienne (2<sup>e</sup>)

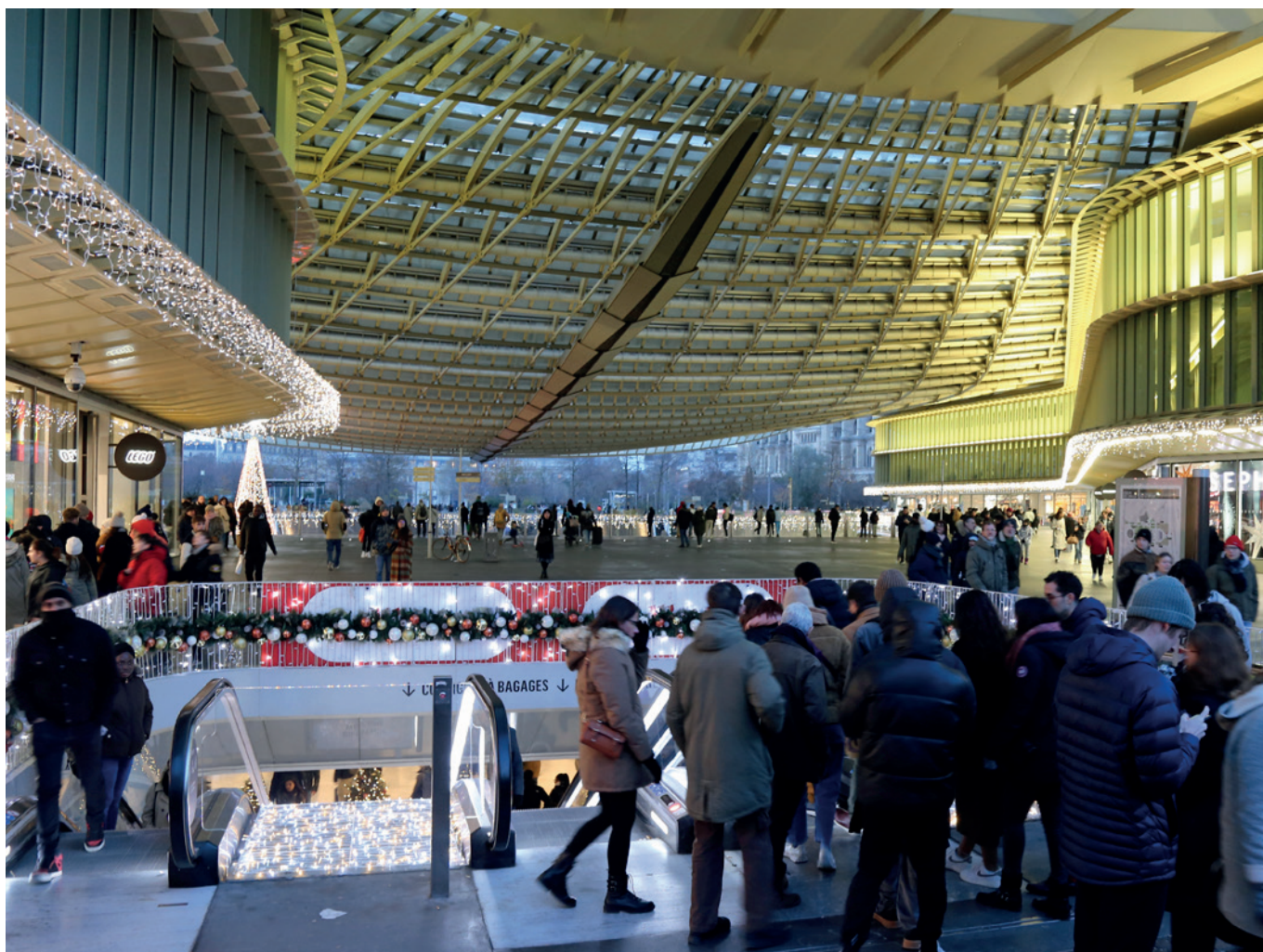
## LES GALERIES MARCHANDES

	Arr.	Alimentaire	Non alimentaire	Service	Café-restaurant	Hôtel	Local vacant	Autre local	TOTAL
Galerie du Palais Royal	1	1	46		9		7	8	71
Felicite Morland	4	2	3		3	1		0	9
Le Sevrien	6		5	9			5	9	28
Terminal Air France	7		1	1	2			1	5
Beaupassage	7	1	1	1	8		1	1	13
Galerie du Claridge	8		2						2
Galerie des Arcades	8	1	28	3	3		5		40
Galerie des Champs	8	1	5	2	4		5	2	19
Berri - Washington	8			2	10	1	1		14
Passage Marignan	8		1	2			1		4
Galerie du Colisée	8		1	6	1			9	17
Galerie Royale	8		6		1		2		9
Marche de La Madeleine	8		3		10		1		14
Drugstore Publicis	8	5	4	1	2				12
Galerie du 92 rue Saint-Lazare	9		3	3	1		1	2	10
Les Boutiques de Paris-Est	10	2	5				1		8
Antoine et Cléopâtre	13	1	1	3	1		2	7	15
Mercure	13	2	1	6	9		4	3	25
Oslo	13	5	22	7	14		10	2	60
Kiosque de Choisy	13	2	1		5		1		9
Village 13	13	1	3				1	2	7
Stadium	13	1	2	2	3		1	1	10
Galerie Marchande 101	14	1	1	2			7	4	15
Le Square	14	1	4	8	1		3	3	20
Les Parnassiens	14		2	3	5			1	11
Le Passage Montparnasse	14		2	6				22	30
Galerie Falguière Vaugirard	15	3	2	9	11		3	3	31
Village Suisse	15		87	17				16	142
Galerie Saint-Didier	16	6	10	7	1		2	1	27
My Cardinet	17		5	3	1			1	10
Les Arcades de Montmartre	18		2	1	1	2			6
Galerie du 102 av. de Saint-Ouen	18	3	8	8	1		5	1	26
Galerie Le Belvédère	19	1		4			2	11	18
Galerie du 41 rue Mouraud	20	5		2	2		6	1	16
Galerie Avron-Ormeaux	20			8			1	4	13
<b>TOTAL</b>		<b>45</b>	<b>267</b>	<b>126</b>	<b>109</b>	<b>4</b>	<b>78</b>	<b>115</b>	<b>766</b>

Source : Apur, BDCCom 2023

**Les galeries marchandes** sont plus récentes, quelques-unes ont été construites au début du XX<sup>e</sup> siècle ou Entre les Deux Guerres, comme la galerie des Arcades sur l'avenue des Champs-Élysées, mais la plupart datent des années 1970 et font souvent partie d'un grand ensemble immobilier résidentiel ou de bureaux édifiés à cette époque (comme les galeries Mercure, Oslo, Stadium...) dans le quartier des Olympiades du 13<sup>e</sup> arrondissement. **On en dénombre 35, plutôt situées dans les arrondissements de l'ouest ou périphériques (8<sup>e</sup>, 13<sup>e</sup>, 14<sup>e</sup>, 20<sup>e</sup>).**

**Elles regroupent 551 commerces.** Ce sont davantage des galeries de "proximité" pour les habitants du quartier car elles abritent proportionnellement plus de commerces alimentaires (45) et des services commerciaux (126) que les passages couverts. On y dénombre aussi des commerces non alimentaires (126) et un peu moins de bars et restaurants (109). Le taux de vacance y est un peu plus élevé qu'à Paris (13,1 %). Certaines ont profité des périodes plus calmes à la suite de la crise sanitaire pour effectuer des travaux de rénovation et présentent aujourd'hui un aspect plus agréable.



Forum des Halles (1<sup>er</sup>)

© Apur - François Mohrt

## **9 centres commerciaux seulement dans Paris mais avec un rayonnement important**

**Les 9 centres commerciaux** parisiens se présentent parfois comme des assemblages de plusieurs galeries avec un ou plusieurs magasins « locomotives » de plusieurs milliers de m<sup>2</sup>. À l'instar des galeries des années 1970, les centres commerciaux ont, pour la plupart, été implantés au moment de la construction d'un ensemble immobilier comme les centres Italie Deux ou Beaugrenelle ou de la restructuration d'un quartier comme le Forum des Halles ou le Centre Maine Montparnasse. Mais à la différence de celles-ci, les centres commerciaux ont une attraction commerciale qui va bien au-delà du quartier où ils sont situés. Le plus important, le Forum des Halles, à la jonction de plusieurs lignes de métro et de RER a un rayonnement régional, Italie Deux et Beaugrenelle ont aussi une chalandise qui va au-delà de l'arrondissement où ils sont situés. Parfois, un grand magasin s'est implanté en son sein (Galeries Lafayette à Beaugrenelle par exemple). **Les centres commerciaux parisiens regroupent 608 locaux avec une surreprésentation de commerces non alimentaires (61 % des locaux), principalement d'équipement de la personne et liés à la culture et aux loisirs.** Le taux de vacance (14,8 %) est assez important. Certains centres commerciaux semblent à la peine à cause du manque de clientèle touristique due à la pandémie comme au Carrousel du Louvre (un quart des locaux sont vacants) et d'autres qui se sont bien rétablis comme Beaugrenelle (seulement 6 % de vacance).

**Une dizaine de galeries et centres commerciaux sont actuellement en rénovation ou en attente de travaux** (Maine Montparnasse, Galerie 66, Boom Boom Villette...). 456 locaux, dont 60 % sont vacants ont été comptabilisés dans ces espaces. Dans certains cas, la galerie ou le centre sont entièrement réaménagés et l'emprise des anciennes cellules va être entièrement revue.

## **La transformation du commerce dans les grandes gares parisiennes**

**Les 6 grandes gares parisiennes se sont profondément transformées récemment ou sont en train de le faire** (Gare du Nord, Austerlitz). Cantonnées longtemps à un rôle unique de transit très important, puisqu'elles voient passer chaque jour entre 50 000 et 450 000 voyageurs et navetteurs, les gestionnaires des gares ont souhaité les moderniser en exploitant mieux leur potentiel commercial. La gare du Nord a été la première à être réaménagée en 2001 comme un centre commercial ; suivront la gare de l'Est en 2007, la gare Saint Lazare en 2012 et la gare Montparnasse en 2021. On dénombre actuellement 284 commerces dans les gares. On y constate, encore plus que dans les centres commerciaux, une offre très uniforme avec une duplication des mêmes types de magasins des mêmes chaînes. Il n'y a que très peu de magasins indépendants. Par exemple, on retrouve 9 fois la boulangerie « Paul », 4 fois les parfumeries « Sephora » ou « L'Occitane en Provence » ou 4 fois le magasin de sous-vêtements « Etam lingerie ».

## **Une centaine de boutiques dans le métro**

Le réseau de métro, principalement souterrain, est utilisé chaque année par environ 2 milliards de personnes. Les commerçants ont, depuis longtemps, cherché à capter cette clientèle de transit avec à une offre spécifique. **En avril 2023, on y dénombre 102 boutiques. 53 stations sur 248 du réseau parisien intramuros possèdent au moins une ou plusieurs boutiques,** mais celles-ci se localisent avant tout dans les grandes stations de correspondances comme Gare de Lyon (28 boutiques), Charles de Gaulle-Étoile (11), Saint-Lazare (11), Châtelet-Les-Halles (10), Nation (10), ou Opéra (10). Le type de local que l'on rencontre le plus souvent est un comptoir de restauration rapide qui vend des sandwiches, des viennoiseries et des boissons. On en dénombre 38 dans tout le réseau parisien (35 en 2020). Certaines stations en possèdent plusieurs comme à Gare de Lyon (9). La mode, les bijouteries fantaisie et accessoires de mode constituent le deuxième type de commerce rencontré (24 boutiques), puis les services commerciaux du quotidien (21 boutiques).



### LES GALERIES ET CENTRES COMMERCIAUX EN RESTRUCTURATION

	Arr.	Alimentaire	Non alimentaire	Service	Café-restaurant	Hôtel	Local vacant	Autre local	TOTAL
Marché Saint-Honoré	1		1	0			7	0	8
Passage des Princes	2		1	0			9	0	10
Passage du Caire	2	4	29	9	6	1	33	40	122
Élysées 26	8		0	0			18	0	18
Galerie 66	8		3	1	4		27	4	39
Galerie Gamma	12		6	1	3		15	4	29
Ctre com. du Square Dunois	13		1	4	1		14	6	26
Maine-Montparnasse	15		10	0	3		41	1	55
Galerie Victor Hugo	16		2	0			32	0	34
Palais des Congrès	17	1	25	3	3		36	0	68
Boom Boom Villette	19		1	3			43	0	47
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>	<b>79</b>	<b>21</b>	<b>20</b>	<b>1</b>	<b>275</b>	<b>55</b>	<b>456</b>

Source : Apur, BDCCom 2023

### LES CENTRES COMMERCIAUX

	Arr.	Alimentaire	Non alimentaire	Service	Café-restaurant	Hôtel	Local vacant	Autre local	TOTAL
Forum des Halles	1	4	100	5	11		28	3	151
Carrousel du Louvre	1	4	23	3	5		13	1	50
Passage du Havre	9	1	33	2	3		1	0	40
Italie 2	13	7	89	11	8	1	22	1	139
La Galerie Masséna	13	8	13	7	5		8	3	44
Les Ateliers Gaité	14	3	15	2	17		6	0	43
Passy Plaza	16	2	17	1	1		3	0	24
Aquaboulevard	15	1	2	4	2		3	2	14
Beaugrenelle	15	3	77	5	12	0	6	0	103
<b>TOTAL</b>		<b>33</b>	<b>369</b>	<b>40</b>	<b>64</b>	<b>1</b>	<b>90</b>	<b>10</b>	<b>608</b>

Source : Apur, BDCCom 2023

### LES GARES

	Arr.	Alimentaire	Non alimentaire	Service	Café-restaurant	Hôtel	Local vacant	Autre local	TOTAL
Gare Saint-Lazare	8	7	52	9	12		8	1	89
Gare du Nord	10	4	19	2	10		18	2	55
Gare de L'Est	10	6	23	4	10		6	0	49
Gare de Lyon	12	4	19	0	16	1	9	1	50
Gare d'Austerlitz	13		2	1	1		10	0	14
Gare Montparnasse	15	12	44	5	21		12	2	96
<b>TOTAL</b>		<b>33</b>	<b>159</b>	<b>21</b>	<b>70</b>	<b>1</b>	<b>63</b>	<b>6</b>	<b>353</b>

Source : Apur, BDCCom 2023

## En complément des commerces alimentaires, les marchés couverts et découverts

Les 10 marchés couverts et les 73 marchés découverts qui maillent le territoire parisien sont des véritables lieux de convivialité dans les quartiers où ils sont implantés. Ils sont un complément aux commerces sédentaires et parfois une des seules possibilités de s'approvisionner en denrées alimentaires fraîches dans certains quartiers peu pourvus en commerces du quotidien. Dans les quartiers plus denses en commerces de proximité, Ils viennent compléter l'offre proposée et ont un effet attractif qui profite souvent aux autres commerces de bouche.

**Les marchés alimentaires de plein air sont au nombre de 73 en 2023; parmi eux, 5 sont des marchés de produits biologiques (Raspail, Brancusi, Batignolles, Père Chaillet/place Léon Blum et dans la Halle Aubervilliers au Centquatre, 19<sup>e</sup>).** En général, les marchés alimentaires de plein air se tiennent au moins deux fois par semaine, sauf le lundi, ce qui veut dire qu'entre 22 et 31 marchés sont actifs chaque jour dans les différents quartiers. Ils participent de la démarche des consommateurs, de plus en plus importante, de se nourrir avec des produits frais dont la production est locale ou tout au moins la plus proche du

lieu de vie. la Direction de l'Attractivité et de l'Emploi de la Ville de Paris comptabilise en tout près de 2200 stands <sup>19</sup>. 1993 sont des stands alimentaires, dont 667 de primeurs et maraîchers, 207 de bouchers, charcutiers et rôtisseurs, 234 de poissonniers, 133 de fromagers et crémiers, 63 de boulangers et pâtisseries, 384 de traiteurs et 305 commerçants vendant d'autres types de produits alimentaires (régionaux et étrangers, boissons...). On peut ajouter à ces stands alimentaires, 106 emplacements de vente de fleurs qui contribuent à animer ces marchés découverts. 69 stands de produits non alimentaires sont aussi présents : prêt-à-porter, vente de tapis, petit mobilier, articles de brocante, articles ménagers...

L'importante offre alimentaire proposée sur les marchés de plein air est complétée par celle fournie sur les 10 marchés couverts parisiens. Le nombre d'emplacements au sein de ces marchés se situe autour de 220 dont plus 68 % concernent des produits alimentaires (149 unités dont 29 primeurs, 20 bouchers, charcutiers ou marchands de volaille, 21 poissonniers, 16 crémiers et surtout 51 traiteurs ou commerces proposant des produits régionaux). On dénombre aussi 19 fleuristes (dont 10 se situent dans le Marché aux Fleurs Élisabeth II sur l'Île de la Cité) 7 services commerciaux à la

**19** — Pour connaître le nombre réel de forains, il convient de diviser par 4 ou 5 les effectifs annoncés ici car un très grand nombre de commerçants sont présents sur 2, quelquefois 3 marchés différents par semaine.



Marché - cours de Vincennes (12<sup>e</sup>)



Marché - cours de Vincennes (12<sup>e</sup>)

personne (4 cordonniers, 1 magasin de retouches de vêtements, 1 blanchisserie et 1 tapissier). On recense enfin une vingtaine de bars et restaurants, surtout de la restauration rapide.

En plus des marchés à majorité alimentaire, il existe 3 marchés aux puces ouverts tous les week-ends et le lundi (sauf celui de Vanves).

- le marché aux puces de Vanves (14<sup>e</sup>), situé autour de la porte de Vanves est lui aussi spécialisé dans l'antiquité et la brocante. Plus modeste, il rassemble 380 stands ;
- le marché aux puces de Montreuil (20<sup>e</sup>), à la porte de Montreuil, réunit 300 stands de bibelots, petit mobilier, fripes, livres d'occasion et la plus grande gamme de petit outillage à bas prix.

Notons aussi le marché des livres anciens et d'occasion qui se réunit tous les week-ends sous la Halle aux Chevaux qui borde le jardin Georges Brassens (15<sup>e</sup>). Également les 2 marchés de l'art et de la création, tous les samedis sur le boulevard Richard Lenoir (11<sup>e</sup>) où 150 artistes et artisans exposent leurs créations et tous les dimanches sur le boulevard Edgar Quinet (14<sup>e</sup>).

## LES MARCHÉS COUVERTS ET DÉCOUVERTS

### Marchés couverts

- Alimentaire (10)
- Non alimentaire (3)

### Marchés découverts

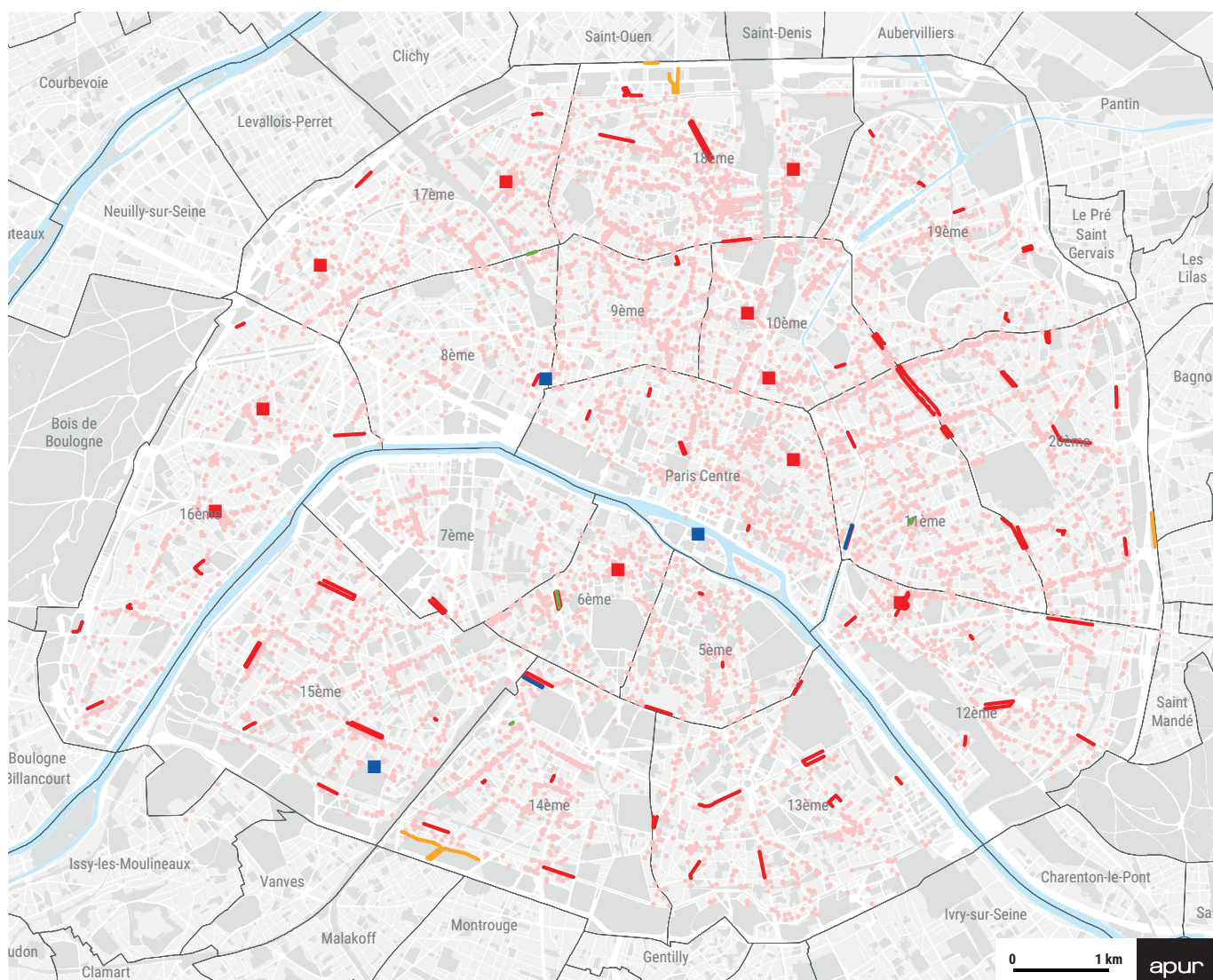
- Alimentaire (69)
- Bio (4)
- Non alimentaire (2)
- Marché aux puces (4)

### Commerces alimentaires

- Spécialisé et généraliste (8 018)

Sources : Ville de Paris - Apur, BDCOM 2023

- le marché aux puces de Saint-Ouen, dont une petite partie se situe à Paris (18<sup>e</sup>), et principalement sur la commune de Saint-Ouen regroupe 12 marchés couverts limitrophes ou qui se succèdent. C'est la plus importante concentration d'antiquaires et de brocanteurs au monde (2000 stands et boutiques) qui forment un ensemble pittoresque et convivial et qui reçoit plus de 5 millions de visiteurs par an ;



## Des panneaux publicitaires numériques de plus en plus nombreux derrière les vitrines des magasins parisiens

Depuis une quinzaine d'années, des magasins installent derrière leurs vitrines des panneaux publicitaires numériques. Ces panneaux, par leurs vidéos dynamiques, captent plus facilement l'attention des passants que ceux qui sont en papier et statiques. Des informations défilent en continu, de jour comme de nuit (sauf entre 1h. et 6h. du matin depuis le décret du 5 octobre 2022) et créent une certaine pollution visuelle en plus de la consommation d'énergie. Celle-ci a été estimée par l'Ademe <sup>20</sup> à environ 20 500 kWh pour 10 ans d'utilisation 18 heures par jour, soit l'équivalent de la consommation annuelle de 4 ménages français.

Souvent, ces panneaux attirent l'attention pour des produits vendus à l'inté-

rieur du commerce, mais ils font également la promotion d'autres produits qui n'ont aucun rapport avec l'activité exercée par le magasin et deviennent ainsi une source de revenus supplémentaire pour l'établissement. La perception des rez-de-chaussée de l'appareil commercial parisien est transformée et se pose la question de la bonne insertion des panneaux publicitaires dans le paysage de la rue.

L'enquête BDCCom réalisée au mois d'avril 2023 distingue 2 types de panneaux publicitaires numériques, les petits panneaux dont la surface d'affichage est inférieure ou égale à 2 m<sup>2</sup> et les grands panneaux publicitaires avec une surface égale ou supérieure à 2 m<sup>2</sup>. Pour chaque commerce sont relevés la taille et le nombre de panneaux publicitaires numériques installés juste derrière la vitrine du magasin.

20 – <https://www.actu-environnement.com/media/pdf/news-36209-Etude-ademe-impact-ecrans-publicite.pdf>

### GÉOGRAPHIE DES PANNEAUX PUBLICITAIRES NUMÉRIQUES

Arr.	Commerces et services commerciaux en 2023	Petits panneaux (<=2 m <sup>2</sup> )		Évolution 2020-2023 (en nombre) des petits panneaux (<=2 m <sup>2</sup> )	Grands panneaux (>2 m <sup>2</sup> )	
		Nombre	Nombre pour 1 000 commerces et services		Nombre	Nombre pour 1 000 commerces et services
Paris Centre	8 157	573	70	21 %	76	9
5 <sup>e</sup>	2 347	187	80	24 %	2	1
6 <sup>e</sup>	2 929	234	80	55%	7	2
7 <sup>e</sup>	2 063	118	57	51%	21	10
8 <sup>e</sup>	3 131	182	58	69%	52	17
9 <sup>e</sup>	3 486	225	65	29%	41	12
10 <sup>e</sup>	3 592	135	38	*ND	7	2
11 <sup>e</sup>	4 653	280	60	96 %	13	3
12 <sup>e</sup>	3 251	327	101	160 %	6	2
13 <sup>e</sup>	2 563	255	99	75%	12	5
14 <sup>e</sup>	2 752	197	72	114%	5	2
15 <sup>e</sup>	4 576	329	72	48%	25	5
16 <sup>e</sup>	3 261	252	77	114%	8	2
17 <sup>e</sup>	4 406	270	61	155%	25	6
18 <sup>e</sup>	4 745	218	46	49%	13	3
19 <sup>e</sup>	2 269	126	56	45%	3	1
20 <sup>e</sup>	2 665	208	78	69%	4	2
<b>PARIS</b>	<b>60 846</b>	<b>4 116</b>	<b>68</b>	<b>68 %</b>	<b>320</b>	<b>5</b>

Source : BDCCom 2023

\*ND : Non disponible du fait d'effectifs 2020 non représentatifs

### Une diffusion des petits panneaux numériques vers les arrondissements périphériques

En 2023, 4 116 petits panneaux publicitaires numériques sont comptabilisés derrière les vitrines de 3 383 commerces et services commerciaux distincts et 320 grands panneaux répartis au sein de 245 commerces différents ; un même local pouvant accueillir à la fois des petits et grands panneaux.

La moyenne parisienne, respectivement 70 panneaux dans l'arrondissement contre 68 en moyenne à Paris, les 5<sup>e</sup> et 6<sup>e</sup> arrondissements enregistrent une proportion plus forte de panneaux numériques, soit 80 panneaux chacun. En termes d'effectifs, les arrondissements où les panneaux sont les plus nombreux sont Paris Centre avec 573 petits panneaux, les 15<sup>e</sup> avec 329 panneaux et le 12<sup>e</sup> avec 327. Les activités où l'on trouve le plus de commerces ayant des panneaux sont les agences immobilières avec 610 panneaux, soit 15 % du total des petits panneaux, les agences bancaires avec 367 panneaux (9 %), les pharmacies avec 340 panneaux (8 %), les salons de coiffure avec 241 panneaux (6 %), les cavistes avec 191 panneaux (5 %), les opticiens avec 147 panneaux (4 %) et les parfumeries avec 101 panneaux (2 %).

#### LES PANNEAUX NUMÉRIQUES

##### Taille du panneau

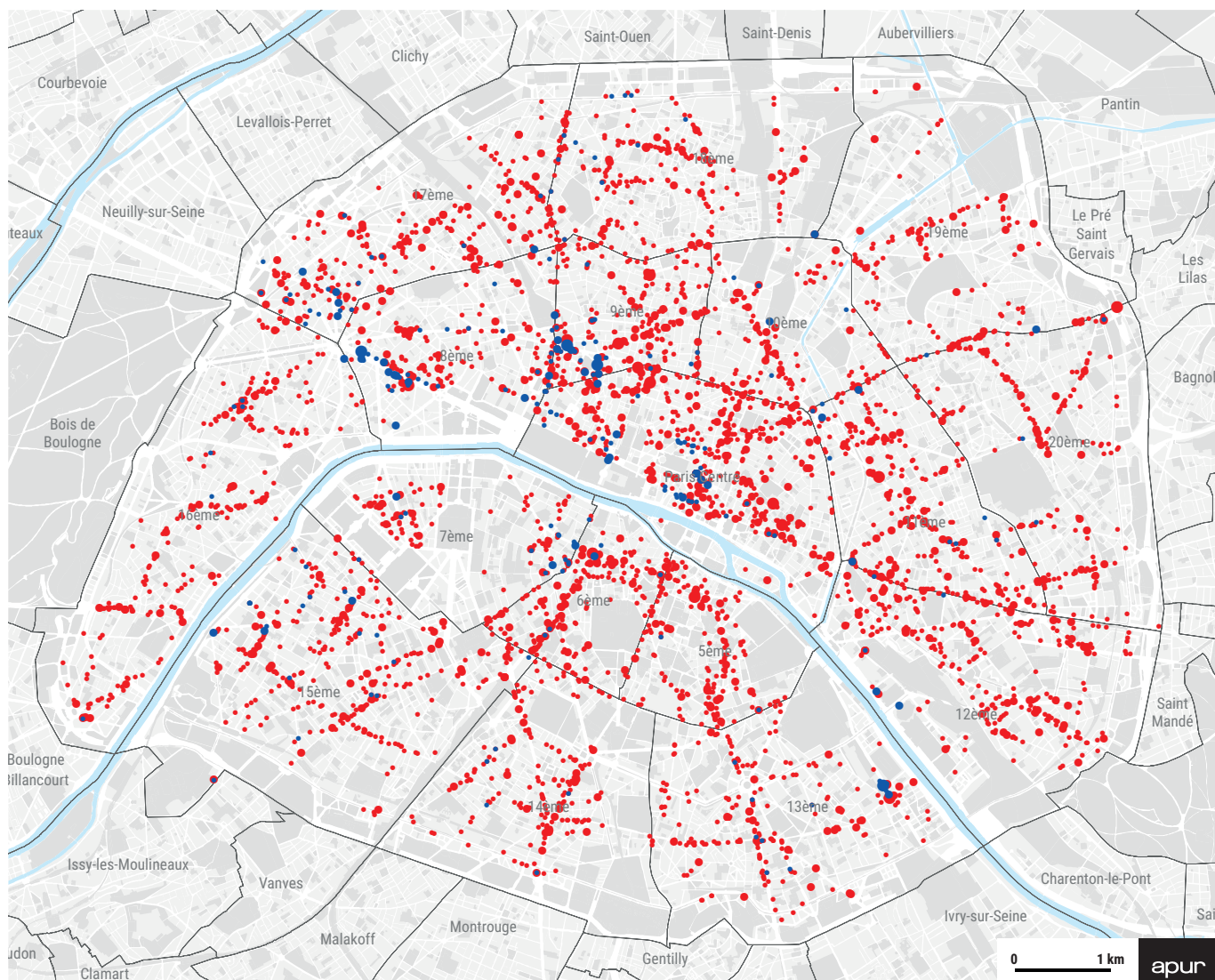
- Grand (> 2 m<sup>2</sup>)
- Petit (< 2 m<sup>2</sup>)

##### Nombre de panneaux par local

- 1 panneau
- De 2 à 4 panneaux
- 5 panneaux ou plus

Source : Apur, BDCCom 2023

Les arrondissements centraux de Paris, les plus denses en commerces et services et dont les rues sont les plus arpentées par la clientèle touristique connaissent des situations variables quant à la présence des panneaux publicitaires numériques. Alors que Paris Centre voit sa moyenne de panneaux pour 1 000 commerces et services se rapprocher de la



**Le recensement de l'implantation de ces panneaux publicitaires numériques derrière les vitrines des commerces parisiens en 2023 montre une hausse sensible de ceux-ci depuis 3 ans : entre 2020 et 2023, on constate une augmentation globale de 63 % du nombre de petits panneaux publicitaires numériques<sup>21</sup>, leur effectif passant d'un peu plus de 2 400 en 2020 à près de 4 000 en 2023. L'arrondissement où leur nombre augmente le plus vite est le 12<sup>e</sup> avec une progression de +160 %, soit 201 panneaux supplémentaires qui viennent s'ajouter aux 126 déjà implantés en 2020, suivis du 17<sup>e</sup> (+155 %, soit +164 panneaux) et des 14<sup>e</sup> et 16<sup>e</sup> avec des hausses respectives de +114 % chacun.**

### **Champs-Élysées et Forum des Halles, des lieux privilégiés par les grands panneaux**

Les grands panneaux publicitaires numériques d'une surface supérieure à 2 m<sup>2</sup> sont pour une grande majorité d'entre eux implantés dans les arrondissements du centre et de l'ouest de Paris. C'est notamment dans Paris Centre et le 8<sup>e</sup> qu'ils sont les plus nombreux avec respectivement 76 et 52 panneaux recensés. Paris Centre accueille à lui seul près d'un quart (24 %) des grands panneaux publicitaires numériques dont 60 % sont installés sur 2 sites en particulier, le Forum des Halles avec une trentaine de panneaux et la rue de Rivoli qui en accueille une quinzaine. De son côté, le 8<sup>e</sup> regroupe 16 % des grands panneaux dont la moitié (26 sur 52) est implantée le long de l'artère la plus connue des touristes étrangers, les Champs-Élysées, où la taille des locaux et leur grande hauteur permettent une installation aisée de grands panneaux numériques. La moyenne de grands panneaux pour 1 000 commerces et services est la plus élevée dans les 8<sup>e</sup> et 9<sup>e</sup> avec 17 et 12 panneaux, soit trois et deux fois plus que la moyenne parisienne qui est de 5 panneaux. On trouve ensuite le 7<sup>e</sup> et Paris Centre avec respectivement 10 et 9 panneaux pour 1 000 commerces

et services. **Une activité est particulièrement adepte de l'installation de grands panneaux publicitaires numériques, il s'agit des pharmacies qui en accueillent 55, soit 17 % de l'ensemble des grands panneaux.** Elles profitent, pour certaines d'entre elles, des grandes surfaces commerciales dont elles disposent pour faire la publicité des produits qu'elles proposent. Les autres activités où les grands panneaux sont fortement présents sont les parfumeries et les boutiques de prêt-à-porter mixte avec 22 et 21 panneaux, soit 7 % du total. Viennent ensuite les magasins d'habillement et chaussures de sport avec 19 panneaux, soit 6 %, les boutiques de prêt-à-porter femme avec 17 panneaux, soit 5 %, celles de prêt-à-porter homme avec 16 panneaux, soit 5 % également ou encore les opticiens avec 15 panneaux, soit un peu moins de 5 % du total des grands panneaux. Le regroupement des différents commerces de prêt-à-porter (femme, homme, enfant, mixte, lingerie) amène à un total de 62 grands panneaux publicitaires numériques, soit près de 20 % du total de ces grands panneaux à Paris. On peut supposer que sans la crise qui traverse ce secteur de l'habillement depuis plusieurs mois maintenant, leur nombre aurait été encore plus important.

**Les évolutions observées pour les grands panneaux montrent que leur progression est moindre comparée à celle des petits panneaux puisqu'elle est de +12 % entre 2020 et 2023**, ils passent d'environ 280 unités à près de 320 en 2023. L'arrondissement où ils augmentent le plus est le 11<sup>e</sup> avec +117 %, soit +7 panneaux, suivis par les 13<sup>e</sup>, 16<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> où leur nombre est doublé avec respectivement +6, +4 et +2 panneaux. À l'inverse, certains arrondissements enregistrent des baisses du nombre de grands panneaux, -5 dans le 18<sup>e</sup>, -4 dans Paris Centre, -3 dans le 8<sup>e</sup> et -2 dans les 5<sup>e</sup>, 7<sup>e</sup> et 14<sup>e</sup>, compensées par une hausse plus forte des petits panneaux dans ces mêmes arrondissements.

**21** – L'exercice réalisé porte sur l'ensemble des arrondissements parisiens à l'exception du 10<sup>e</sup> pour lequel les données de 2020 n'étaient pas assez robustes pour calculer des évolutions.

**LES ACTIVITÉS QUI ACCUEILLENT LE PLUS GRAND NOMBRE DE PANNEAUX PUBLICITAIRES NUMÉRIQUES, EN 2023**

Petits panneaux (<=2 m <sup>2</sup> )			
Code activité	Libellé activité	Nombre	
SB101	Agence immobilière	610	14,8 %
SB201	Banque - Caisse d'épargne	367	8,9 %
CC101	Pharmacie	340	8,3 %
SA201	Coiffure	241	5,9 %
CA111	Commerce détail de boissons	191	4,6 %
CC301	Opticien	147	3,6 %
CC202	Parfumerie - Produits de beauté	101	2,5 %
<b>TOTAL Paris</b>		<b>4 116</b>	<b>100,0 %</b>

Source : BDCom 2023

Grands panneaux (>2 m <sup>2</sup> )			
Code activité	Libellé activité	Nombre	
CC101	Pharmacie	55	17,2 %
CC202	Parfumerie - Produits de beauté	22	6,9 %
CB107	Prêt-à-porter Mixte	21	6,6 %
CB111	Sport - Habillement et chaussures	19	5,9 %
CB104	Prêt-à-porter Femme	17	5,3 %
CB105	Prêt-à-porter Homme	16	5,0 %
CC301	Opticien	15	4,7 %
<b>TOTAL Paris</b>		<b>320</b>	<b>100,0 %</b>

Source : BDCom 2023



© Apur - Bruno Bouvier



© Apur - Bruno Bouvier

## La nouvelle mode des façades « fleuries »

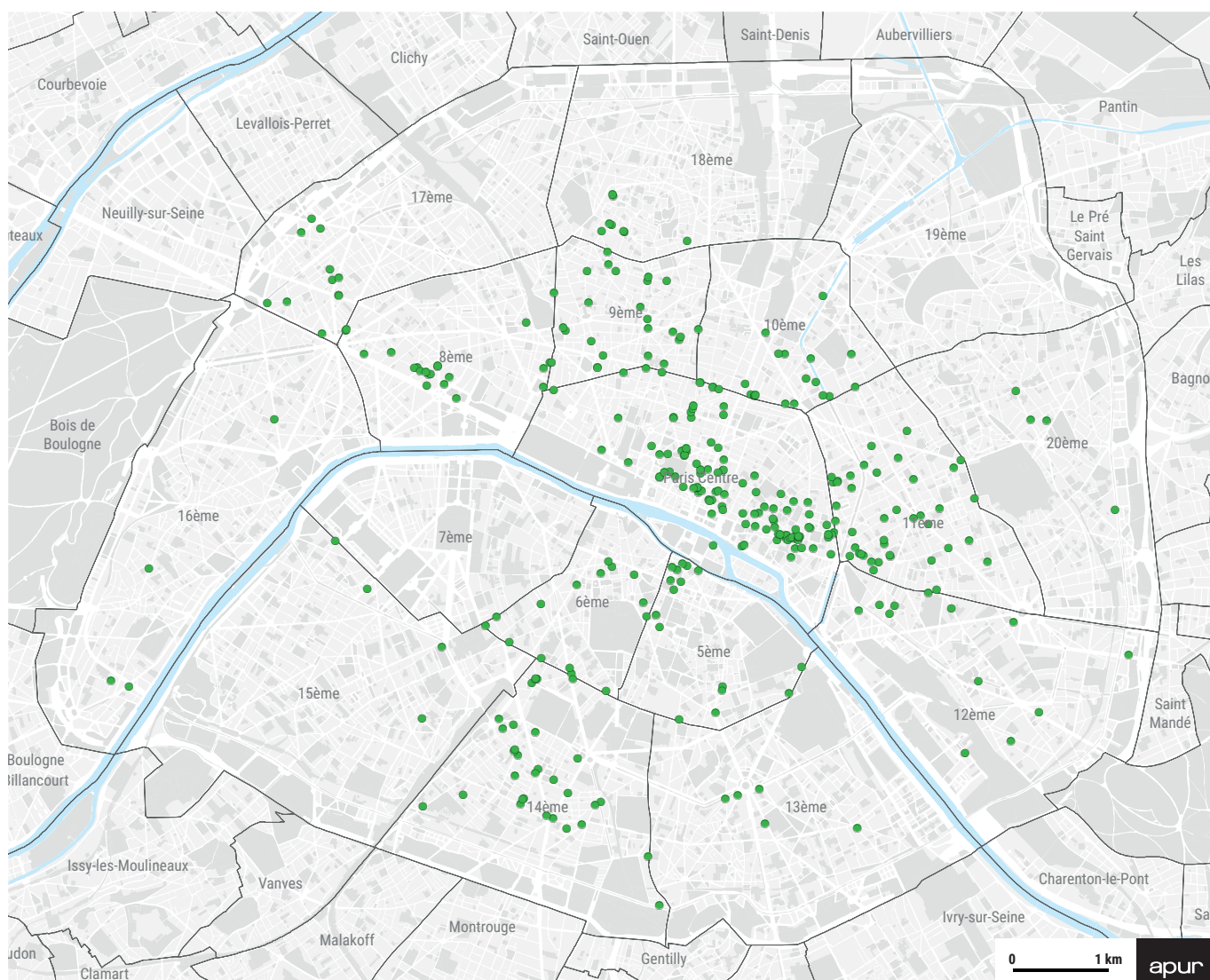
Depuis une demi-douzaine d'années, on voit prospérer du feuillage et des fleurs en matière synthétique sur les façades des bars, cafés, brasseries, restaurants ou tout simplement commerces parisiens. La tendance a connu un coup de fouet lors de la fin des confinements liés à la crise sanitaire et avec le retour des touristes à Paris. **En avril dernier, 325 établissements avaient ainsi décoré leurs façades**, notamment à Paris Centre (111 soit 34 % du total), dans le 11<sup>e</sup> (41 soit 13 % du total) et dans le 14<sup>e</sup> (31 soit 10 % du total). Ce sont principa-

lement les bars et les restaurants (220 façades « fleuries » soit 68 % du total) qui se sont emparés de cette nouveauté afin de doper leur fréquentation. Les clients se font prendre en photo en terrasse ou devant l'établissement et la font paraître sur les réseaux sociaux, ce qui augmente considérablement la visibilité du commerce. On retrouve ces décorations, à un degré moindre cependant, sur les magasins d'équipement de la personne (21 soit 6 % du total) et, assez curieusement, sur les vitrines de fleuristes (14 soit 4 % du total). Les autres types de commerces ont encore peu utilisé cette façon de se rendre plus visible.

### LES LOCAUX AVEC UNE FAÇADE « FLEURIE » À PARIS EN 2023

Local avec une façade de feuillage et fleurs en matière synthétique

Source : Apur, BDCOM 2023







Brasserie - rue Rambuteau (1<sup>er</sup>)

© Apur - JC Bonjijol



Rue des Hospitalières Saint-Gervais (Paris Centre)

© Apur - François Mohrt

# Des magasins en réseaux moins nombreux depuis 2017

## 40 % des surfaces de vente de Paris appartiennent à des réseaux d'enseigne

Les commerces à Paris sont très majoritairement constitués d'artisans et commerçants indépendants (plus de 3 établissements sur 4). Le quart restant de commerces, soit exactement 23 %, est composé de commerces appartenant à des réseaux commerciaux, ce qui signifie qu'ils bénéficient de relations privilégiées entre eux comme le fait, notamment, de pouvoir s'approvisionner auprès de centrales d'achats communes. Après avoir progressé de 300 à 400 établissements chaque jusqu'en 2014, les commerces en réseaux ont vu leurs effectifs se stabiliser entre 2014 et 2017 (hausse d'un peu plus de 30 commerces seulement). **Depuis 2017, le nombre de commerces en réseaux décroît assez fortement puisque l'on enregistre une diminution an-**

nuelle de leurs effectifs de plus de 200 établissements entre 2017 et 2020 et 250 établissements par an entre 2020 et 2023.

**Alors qu'ils représentent moins d'un commerce sur quatre, les réseaux commerciaux sont nettement plus importants en termes de surfaces de vente puisqu'ils totalisent 38 % de l'ensemble de celles-ci, soit 1,6 fois plus que leur part en effectifs.** La surface de vente estimée des commerces et services commerciaux en 2023 <sup>22</sup> est d'environ 6,5 millions de m<sup>2</sup> à Paris et celle calculée pour les commerces et services en réseaux d'environ 2,45 millions de m<sup>2</sup>, soit un peu moins de 38 % de la surface totale estimée (37,7 %). Les chaînes qui proposent les surfaces de vente les plus notables sont la soixantaine de magasins Monoprix qui occupent une surface de vente d'environ

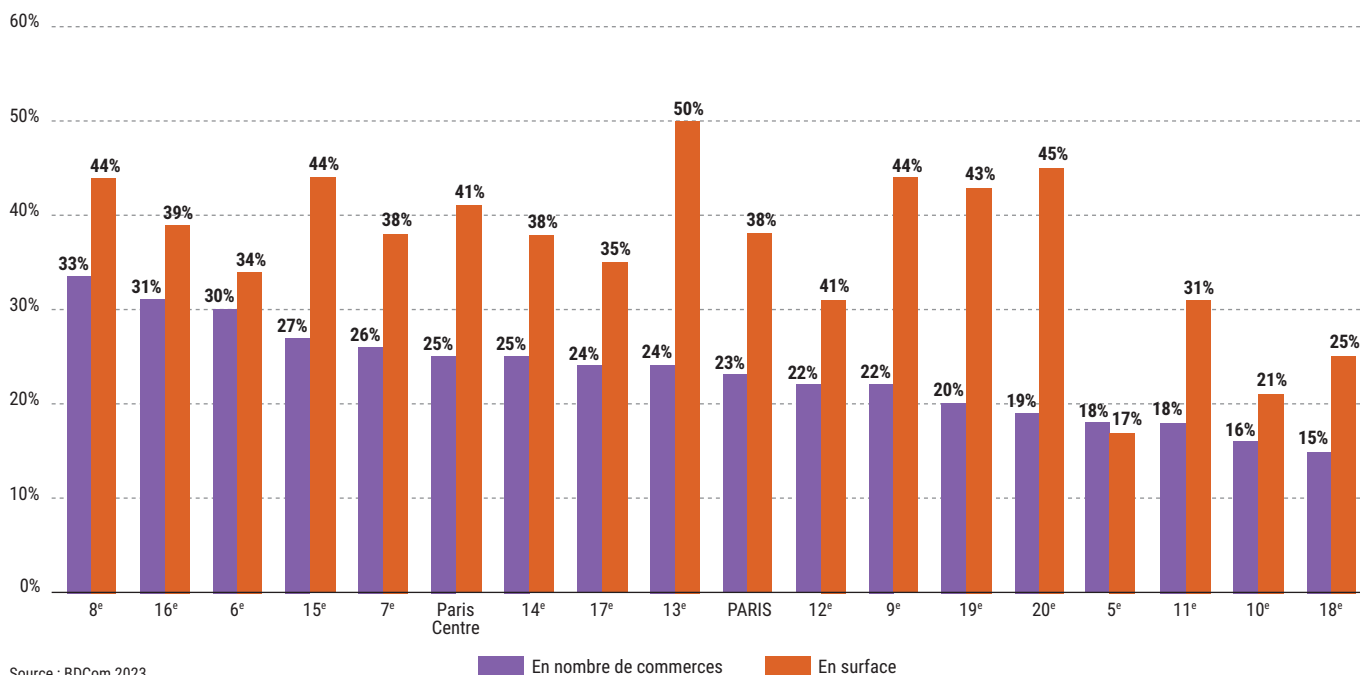
**22** — La surface de vente estimée correspond à un calcul réalisé pour le fichier BDCCom : pour les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup>, la surface de 50 m<sup>2</sup> leur est attribuée ; la grande majorité de ceux de plus de 300 m<sup>2</sup> a une surface exacte issue de différentes sources (passages en CDAC, relevés terrain, surfaces affichées dans les revues spécialisées et articles de presse...). Ces chiffres ne comprennent pas les surfaces de réserves, stockage... qui peuvent parfois faire doubler la surface totale d'un commerce.

## NOMBRE ET PART DES COMMERCES EN RÉSEAUX PAR SECTEURS D'ACTIVITÉ, EN 2023

	TOTAL commerces et services commerciaux à Paris en 2023...			Nombre de réseaux commerciaux distincts
	TOTAL	...dont rattachés à des réseaux		
		Nombre		
<b>Commerces de détail</b>	<b>27 150</b>	<b>8 379</b>	<b>31 %</b>	<b>2 186</b>
Grands magasins	10	10	100 %	5
Alimentaire	8 018	2 727	34 %	408
Équipement de la personne	6 690	2 888	43 %	960
Santé-Beauté	3 015	886	29 %	188
Équipement de la maison	2 620	659	25 %	249
Culture et loisirs	5 166	676	13 %	234
Bricolage-Jardinage	872	163	19 %	48
Auto-Moto	759	370	49 %	94
<b>Restauration</b>	<b>15 419</b>	<b>1 346</b>	<b>9 %</b>	<b>442</b>
<b>Hôtels</b>	<b>1 930</b>	<b>249</b>	<b>13 %</b>	<b>87</b>
<b>Services commerciaux</b>	<b>16 347</b>	<b>4 150</b>	<b>25 %</b>	<b>739</b>
Services aux particuliers	12 439	1 988	16 %	525
Agences	3 908	2 162	55 %	214
<b>TOTAL locaux commerciaux</b>	<b>60 846</b>	<b>14 124</b>	<b>23 %</b>	<b>3 454</b>

Source : BDCCom 2023

## PARTS DES RÉSEAUX COMMERCIAUX À PARIS, EN 2023, PAR ARRONDISSEMENT



Source : BDCCom 2023

**Note de lecture :** dans le 8<sup>e</sup> arrondissement, 33% des commerces et services commerciaux font partie d'un réseau d'enseignes en nombre de commerces, ce qui représente 44% des surfaces de vente de l'arrondissement. Le 13<sup>e</sup> est le seul arrondissement où la surface occupée par les réseaux totalise plus de la moitié des surfaces de vente.

111 000 m<sup>2</sup>, vient ensuite l'enseigne alimentaire Franprix avec ses 305 magasins soit environ 93 000 m<sup>2</sup> suivis par les deux Grands Magasins des Galeries Lafayette (76 000 m<sup>2</sup> environ) et du Printemps (61 000 m<sup>2</sup> environ). Étant donné que, globalement, le nombre de magasins en réseaux a diminué, la surface commerciale a diminué aussi entre 2020 et 2023.

### Forte proportion de réseaux dans l'alimentaire généraliste et l'équipement de la personne

La part de commerces appartenant à des réseaux varie selon les secteurs d'activités comparée à la moyenne parisienne de 23,2 %. Quelques-uns enregistrent des taux plus de deux fois supérieurs à celui calculé à Paris comme les commerces auto-moto ou encore les agences avec respectivement 49 % et 55 % d'établissements liés à un réseau d'enseignes. Certains ont une forte proportion de commerces en réseaux, c'est le cas de l'équipement de la personne (habillement, chaussures, bijoux) avec 43 % et cela malgré les nombreuses fermetures de magasins

de prêt-à-porter appartenant à des chaînes recensées au cours des mois écoulés, le cas aussi du secteur des commerces alimentaires où la part des réseaux est supérieure à un tiers (34 %) de la totalité des magasins en 2023 ou encore les magasins liés à la santé-beauté (29 %). D'autres secteurs enregistrent une part de réseaux proche de la moyenne parisienne comme le bricolage-jardinage (19 %) ou l'équipement de la maison (25 %) et, inversement, quelques secteurs d'activité ont un taux de réseaux commerciaux relativement peu élevé comme les cafés et restaurants (9 %) même si leur appartenance à un réseau est parfois difficile à identifier, les commerces culturels et de loisirs (13 %), les services aux particuliers (16 %).

Un peu moins de 3 500 réseaux d'enseignes distincts ont pu être recensés en rez-de-chaussée des rues parisiennes en 2023, 200 de moins que ceux identifiés en 2020, soit une diminution de -6 %. Certains secteurs sont particulièrement concernés par cette baisse, en premier lieu les commerces

d'équipement de la personne dont le nombre de réseaux diminue de plus de 90 enseignes (41 % du total des baisses enregistrées) mais aussi les services aux particuliers dont l'effectif des réseaux baisse de près de 50 enseignes (21 % du total).

Parmi les enseignes d'équipement de la personne qui disparaissent des rues parisiennes entre 2020 et 2023, celles du prêt-à-porter sont particulièrement touchées comme « Camaïeu » qui possédait 15 magasins en 2020 et plus aucun depuis sa disparition en octobre 2022, « Oliver Grant » qui avait 7 boutiques ou encore « Guerrida » avec 4 magasins et d'autres enseignes bien connues comme « Celio Club », « Z », « Brice »... Les enseignes de chaussures connaissent la même trajectoire avec de nombreuses fermetures parmi lesquelles « La Halle aux Chaussures » et « Salamander » avec 3 boutiques qui disparaissent et d'autres comme « François Pinet », « La Chausseria »...

Les enseignes de services aux particuliers qui disparaissent concernent d'une part les services de loisirs avec l'enseigne de salle de sport « Health City » dont les 5 salles sont remplacées par une nouvelle enseigne « Ritm » ou encore l'enseigne « Centre Epsilon » (cours scolaires/parascolaires) et d'autre part les soins du corps avec la fermeture des 4 instituts de beauté « Dr Pierre Ricaud » mais aussi d'autres enseignes comme « Beauty Girl », « Charly's Cils », « Coiff & Co », « Diminu'tifs » avec chacune 2 établissements qui ferment leurs portes.

Les enseignes les plus implantées en rez-de-chaussée à Paris sont les établissements « Franprix » du groupe « Casino » avec 305 magasins recensés en 2023, presque deux fois plus que les cavistes à l'enseigne « Nicolas » (156 établissements) qui arrivent en deuxième position suivie de près par les magasins à l'enseigne « Carrefour City » (144 établissements). Viennent ensuite quatre enseignes avec des

effectifs assez proches, « La Poste » (141), « BNP Paribas » (140), « Société Générale » (138) et « LCL » (136) complétés pour les enseignes avec plus de 100 magasins par les surgelés « Picard » (121). Les enseignes qui perdent le plus d'établissements entre 2020 et 2023 sont « BNP Paribas » qui ont fermé 23 agences bancaires, les parfumeries « Marionnaud » (-14 boutiques), « AXA Assurances » avec -13 agences et « La Poste » avec -12 agences. Un certain nombre de réseaux d'enseignes ont tendance à revoir leur modèle d'implantation et n'hésitent pas à fermer plusieurs établissements et à en ouvrir à d'autres endroits qu'ils jugent plus stratégiques même si c'est en nombre moins important.



Rue de Rivoli (Paris Centre)

## - 257 magasins en réseau entre 2020 et 2023

### Une part de réseaux variable selon les arrondissements

La part des réseaux d'enseignes, en effectifs, est en moyenne à Paris de 23 %. Les arrondissements où cette part est élevée sont généralement ceux où les enseignes d'équipement de la personne (habillement, chaussures, bijoux) sont fortement implantées. C'est le cas des 3 arrondissements où la proportion de réseaux est la plus forte. L'arrondissement où les réseaux sont les plus nombreux en proportion est le 8<sup>e</sup>, avec un tiers de réseaux parmi l'ensemble des commerces et services (soit 33 %), 10 points de plus que la moyenne (près des deux-tiers des commerces d'équipement de la personne sont en réseaux, 65 %) vient ensuite le 16<sup>e</sup> avec 31 % de commerces en réseaux (avec 57 % des commerces d'équipement de la personne en réseaux) et le 6<sup>e</sup> arrondissement, où les réseaux représentent 30 % des commerces et services (57 % des commerces d'équipement de la personne en réseaux). À l'opposé, les arrondissements où les réseaux commerciaux sont les moins présents sont les 18<sup>e</sup> et 10<sup>e</sup> avec respectivement 15 % et 16 % de réseaux commerciaux.

### La baisse du nombre de magasins en réseaux se poursuit

L'évolution des réseaux commerciaux à Paris montre la poursuite de leur diminution observée pour la première fois entre 2017 et 2020. En progression constante entre 2003 et 2014 et passant de 18,7 % à 24,7 %, les réseaux commerciaux ont vu leur part rester stable entre 2014 et 2017 autour de 25 % pour diminuer pour la première fois entre 2017 et 2020, passant de 24,8 % à 23,9 %. **Cette baisse se prolonge entre 2020 et 2023 puisque leur part passe de 23,9 % à 23,2 % en 2023.** Cette baisse est à mettre en relation avec les nombreuses fermetures des boutiques de prêt-à-porter ces dernières années, concurrencées par les ventes en ligne, mais les fermetures de nombreuses agences bancaires, de voyages, appartenant souvent à des réseaux d'enseignes. Alors que la progression annuelle des réseaux était comprise entre 2 % et 3 % entre 2003 et 2014, elle a été presque nulle entre 2014 et 2017 pour entamer une baisse de -1,5 % entre 2017 et 2020 qui s'est accentuée sur la dernière période 2020-2023 : -1,7 %.

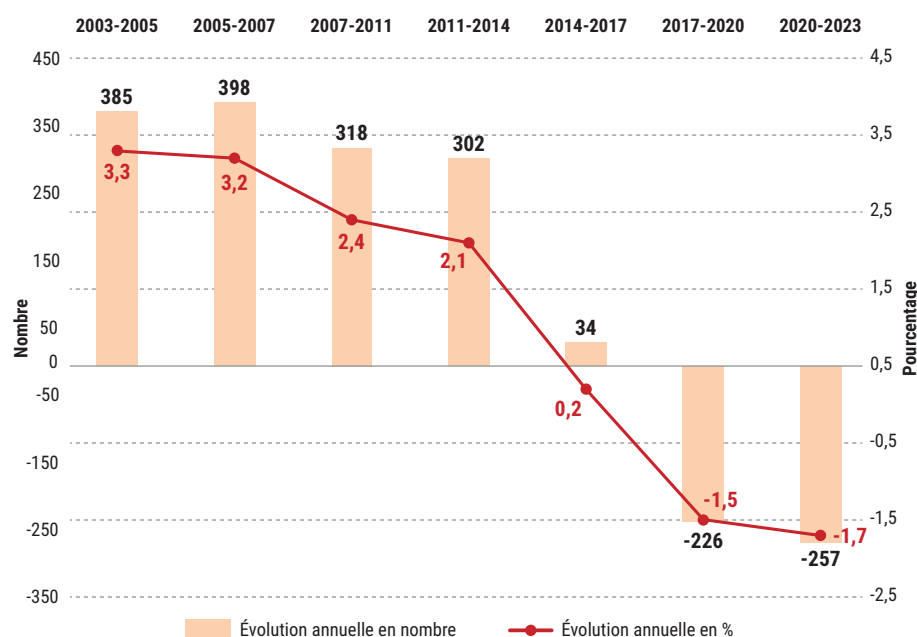
Les magasins d'habillement qui avaient atteint un effectif maximum de près de 6000 établissements entre 2011 et 2014 sont redescendus à 4400 établissements en 2023, soit une diminution de plus d'un quart de leurs effectifs en moins de 10 ans. Or la proportion des réseaux dans l'habillement est montée jusqu'à 47,4 % en 2017 pour redescendre aujourd'hui à 46,6 %.

### Évolution des commerces en réseaux par secteurs d'activité

La diminution des réseaux commerciaux s'observe sur l'ensemble des voies parisiennes. Les 10 voies où la part des réseaux diminue le plus entre 2020 et 2023 sont présentées dans le tableau ci-contre (seules celles où le nombre de réseaux commerciaux est supérieur ou égal à 50 unités en 2020 ont été retenues pour cet exercice).

La baisse la plus forte de commerces en réseaux s'observe sur la rue des Francs Bourgeois (3<sup>e</sup>-4<sup>e</sup>). Elle est de -6

### ÉVOLUTIONS ANNUELLES DES COMMERCES EN RÉSEAUX (EN NOMBRE ET POURCENTAGE)



Source : BDCOM 2023

**Note de lecture :** entre 2020 et 2023 à lieu, chaque année, une perte de 257 commerces et services en réseaux, soit une diminution annuelle moyenne de -1,7% de l'ensemble de leurs effectifs sur la même période.

## ÉVOLUTION DES COMMERCES EN RÉSEAUX PAR SECTEURS D'ACTIVITÉ

	Nombre de locaux en réseaux								Évolutions annuelles					
	2003	2005	2007	2011	2014	2017	2020	2023	2003 - 2023			2020 - 2023		
									Nb.	%		Nb.	%	
<b>Commerces de détail</b>	<b>6 537</b>	<b>6 975</b>	<b>7 687</b>	<b>8 440</b>	<b>9 165</b>	<b>9 309</b>	<b>8 715</b>	<b>8 379</b>	<b>93</b>	<b>1,4</b>	<b>↗</b>	<b>-336</b>	<b>-3,9</b>	<b>↘</b>
Grands magasins	9	9	8	7	8	8	9	10	0	0,6	→	1	11,1	↑
Alimentaire	1 435	1 572	1 740	1 987	2 260	2 523	2 670	2 727	65	4,5	↗	57	2,1	↗
Équipement de la personne	2 739	2 865	3 120	3 467	3 786	3 778	3 177	2 888	8	0,3	→	-289	-9,1	↓
Santé-Beauté	469	499	610	709	822	869	898	886	21	4,5	↗	-12	-1,3	↘
Équipement de la maison	610	656	697	727	745	724	665	659	2	0,4	→	-6	-0,9	→
Culture et loisirs	659	734	813	818	853	771	734	676	1	0,1	→	-58	-7,9	↓
Bricolage-Jardinage	127	136	165	190	188	178	163	163	2	1,4	↗	0	0,0	→
Auto-Moto	489	504	534	535	503	458	399	370	-6	-1,2	↘	-29	-7,3	↓
<b>Restauration</b>	<b>847</b>	<b>873</b>	<b>987</b>	<b>1 169</b>	<b>1 326</b>	<b>1 369</b>	<b>1 364</b>	<b>1 346</b>	<b>25</b>	<b>3,0</b>	<b>↗</b>	<b>-18</b>	<b>-1,3</b>	<b>↘</b>
<b>Hôtels</b>	<b>244</b>	<b>247</b>	<b>245</b>	<b>246</b>	<b>275</b>	<b>279</b>	<b>267</b>	<b>249</b>	<b>0</b>	<b>0,1</b>	<b>→</b>	<b>-18</b>	<b>-6,7</b>	<b>↓</b>
<b>Services commerciaux</b>	<b>4 101</b>	<b>4 340</b>	<b>4 543</b>	<b>4 693</b>	<b>4 688</b>	<b>4 598</b>	<b>4 398</b>	<b>4 150</b>	<b>2</b>	<b>0,1</b>	<b>→</b>	<b>-248</b>	<b>-5,6</b>	<b>↓</b>
Services aux particuliers	2 044	2 135	2 149	2 179	2 143	2 145	2 092	1 988	-3	-0,1	→	-104	-5,0	↘
Agences	2 057	2 205	2 394	2 514	2 545	2 453	2 306	2 162	5	0,3	→	-144	-6,2	↓
<b>TOTAL locaux commerciaux</b>	<b>11 729</b>	<b>12 435</b>	<b>13 462</b>	<b>14 548</b>	<b>15 454</b>	<b>15 555</b>	<b>14 744</b>	<b>14 124</b>	<b>121</b>	<b>1,0</b>	<b>↗</b>	<b>-620</b>	<b>-4,2</b>	<b>↘</b>

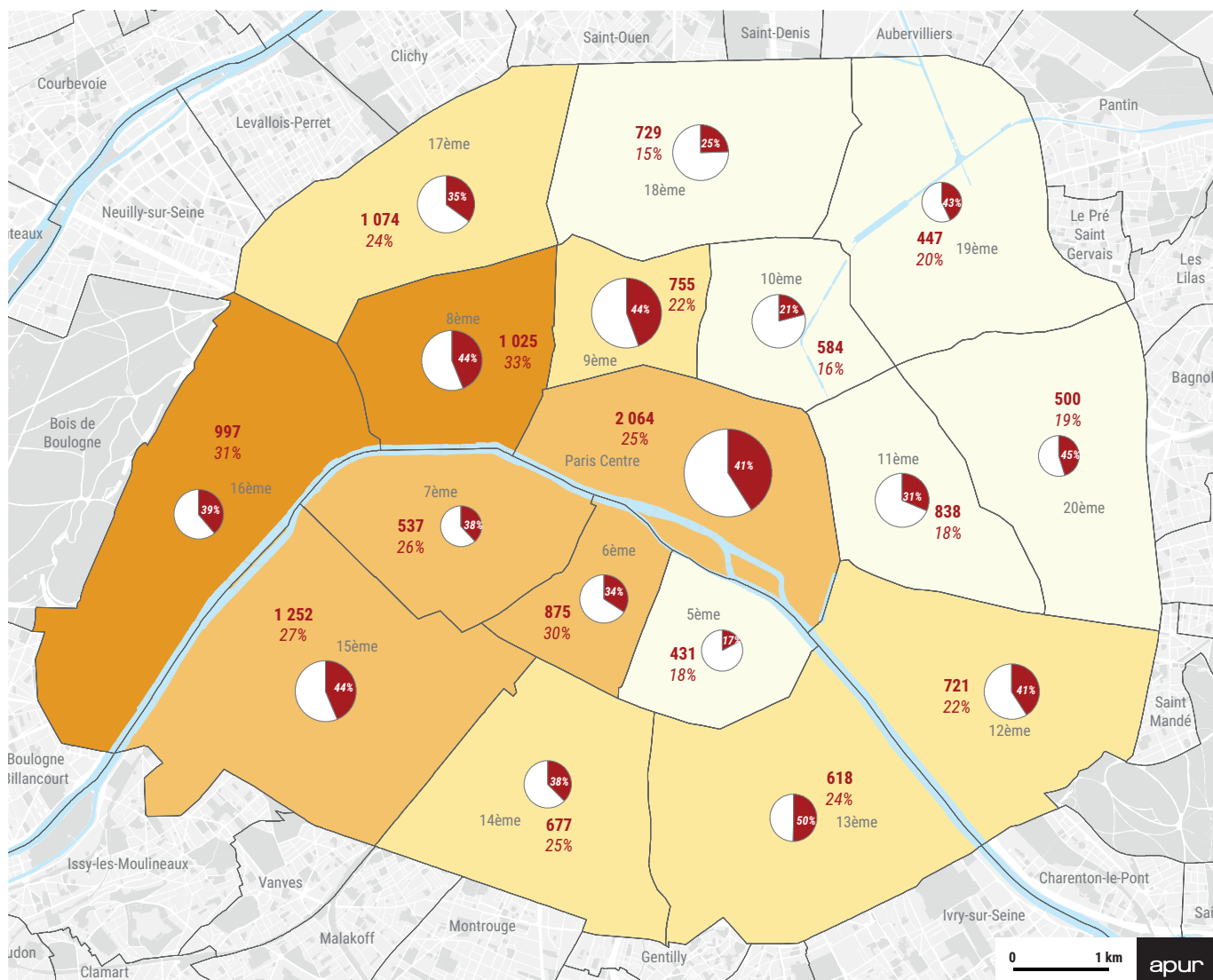
Source : BDCOM 2023

## LES 10 VOIES OÙ LA PART DES RÉSEAUX DIMINUE LE PLUS ENTRE 2020 ET 2023

Arr.	Type de voie	Libellé de voie	Part des réseaux en 2020	Part des réseaux en 2023	Évolution de la part des réseaux 2020-2023 (en points)
3 <sup>e</sup> -4 <sup>e</sup>	rue	FRANCS-BOURGEOIS	76 %	71 %	-6
1 <sup>er</sup> -2 <sup>e</sup> -3 <sup>e</sup> -4 <sup>e</sup>	bd	SÉBASTOPOL	50 %	45 %	-5
3 <sup>e</sup> -4 <sup>e</sup>	rue	TURENNE	28 %	23 %	-4
6 <sup>e</sup> -15 <sup>e</sup>	rue	CHERCHE-MIDI	38 %	34 %	-4
11 <sup>e</sup>	rue	ROQUETTE	31 %	27 %	-4
9 <sup>e</sup> -10 <sup>e</sup>	rue	LA FAYETTE	30 %	26 %	-4
19 <sup>e</sup>	avenue	FLANDRE	31 %	28 %	-3
6 <sup>e</sup> -7 <sup>e</sup> -14 <sup>e</sup>	boulevard	RASPAIL	45 %	42 %	-3
5 <sup>e</sup> -6 <sup>e</sup>	boulevard	SAINT-MICHEL	44 %	41 %	-3
8 <sup>e</sup>	rue	FAUBOURG-SAINT-HONORÉ	42 %	39 %	-3

Source : BDCOM 2023

Note : les voies sur lesquelles existent des concentrations commerciales ne sont pas prises en compte, le poids des réseaux dans ces dernières est souvent important et fausse la part des réseaux des locaux en rez-de-chaussée.



### PART DES COMMERCES EN RÉSEAUX À PARIS, EN 2023

Part des commerces et services en réseau dans le total des commerces et services

- Moins de 20 %
- De 20 à 25 %
- De 25 à 30 %
- 30 % ou plus

XXX Nombre et part des commerces en réseau

Surface commerciale des commerces en réseau\*

\*La taille des cercles est proportionnelle à la surface commerciale totale

Source : Apur, BDCOM 2023

points, la proportion de réseaux sur la rue, passant de 76 % en 2020 à 71 % en 2023 alors que la diminution moyenne à Paris est de -0,7 point. Le taux de réseaux commerciaux reste malgré tout très élevé parmi l'ensemble des commerces de la rue à hauteur de 71 %. Les évolutions moyennes sur les 10 voies sur lesquelles la part des réseaux diminue le plus sont au minimum 5 fois plus fortes qu'à Paris. La baisse la plus importante en valeur absolue sur ces voies est de -13 établissements sur la rue La Fayette (9<sup>e</sup>-10<sup>e</sup>), la deuxième est de -12 établissements sur la rue du Faubourg Saint-Honoré (8<sup>e</sup>) où la part des réseaux a toujours été forte, les rues de Turenne (3<sup>e</sup>-4<sup>e</sup>) et de la Roquette (11<sup>e</sup>) enregistrent, quant à elles, une baisse de -9 établissements en réseaux.

Les 6 premières voies sur lesquelles les diminutions entre 2020 et 2023 sont les plus fortes avaient enregistré une relative stabilité entre 2017 et 2020 avec au maximum 1 point d'écart entre leur taux de réseaux. Au contraire, les 4 dernières avaient déjà enregistré une forte baisse de leur part de réseaux entre 2017 et 2020, -4 points pour l'avenue de Flandre (19<sup>e</sup>) où la part des réseaux passe finalement de 35 % en 2017 à 28 % en 2023, -2 points pour le boulevard Raspail (6<sup>e</sup>-7<sup>e</sup>-14<sup>e</sup>) où les réseaux passent de 48 % en 2017 à 42 % en 2023, -9 points pour le boulevard Saint-Michel (5<sup>e</sup>-6<sup>e</sup>) où les réseaux passent de 53 % en 2017 à 41 % en 2023 et enfin -8 points pour la rue du Faubourg Saint-Honoré où les réseaux passent de 50 % en 2017 à 39 % en 2023.

# Des horaires d'ouverture de plus en plus larges

Il n'existe pas de réglementation particulière concernant les horaires d'ouverture des commerces. Cela signifie que le propriétaire, ou le gérant d'un commerce, peut choisir librement les heures d'ouverture qui conviennent le mieux du lundi au samedi. **Le Code du travail impose un jour de fermeture hebdomadaire qui est généralement donné le dimanche. Cette règle ne concerne que les salariés** et non les commerçants qui exploitent eux-mêmes leur magasin et qui eux peuvent donc ouvrir tous les jours s'ils le souhaitent.

## Plusieurs types de dérogations pour ouvrir le dimanche

Toutefois, un certain nombre de dérogations pour employer les salariés le dimanche se sont cumulées au fil du temps, qui font que de plus en plus de commerces ouvrent effectivement le dimanche. **Dérogations de droit**, tout d'abord, qui enjoignent à ouvrir les établissements dont le fonctionnement est rendu nécessaire par les contraintes de production, de l'activité ou les besoins du public. Cela concerne les boulangeries et les magasins d'alimentation (jusqu'à 13h seulement), mais aussi les bars, cafés, restaurants, hôtels, marchands de tabac auxquels ont été ajoutés les fleuristes, les jardinerie et les magasins de bricolage.

Traditionnellement, les magasins d'alimentation n'ouvraient donc le dimanche matin, mais depuis peu, de plus en plus d'établissements relevant de la grande distribution ouvrent également le dimanche après-midi, au-delà de 13h. **Un relevé des heures d'ouverture et de fermeture, les jours de semaine et le dimanche a donc été effectué** pour la première fois de manière quasi exhaustive lors de la collecte d'avril 2023. La grande majorité des Monoprix ouvrent la semaine à 8h et le dimanche à 9h. La fermeture en semaine intervient

autour de 22h. Le dimanche, quelques-uns ferment à 13h, 1/3 autour de 20h, quelques autres plus tardivement, vers 21h, voire après (4 établissements). Il est vrai que la plupart des Monoprix sont, à présent, équipés de caisses automatiques, ce qui exonère l'emploi de caissiers le dimanche après-midi.

En ce qui concerne les supermarchés (qui possèdent une surface de vente entre 400 m<sup>2</sup> et 2 500 m<sup>2</sup>), une centaine ouvre, en général un peu plus tôt la semaine, vers 7h/7h30, une centaine également vers 8h/8h30, une cinquantaine à 9h. Le dimanche, l'heure d'ouverture est plus tardive, vers 9h, pour 200 d'entre eux. La fermeture, les jours de la semaine intervient entre 21h et 22h. Le dimanche, si une petite quarantaine d'établissements ferment aux alentours de 13h, les autres restent ouverts l'après-midi, jusqu'à 20h ou 21h. À noter que les 28 supermarchés « discount » Lidl et Aldi ferment entre 12h et 12h30 le dimanche après-midi.

Les supérettes (qui possèdent une surface de vente entre 120 m<sup>2</sup> et 400 m<sup>2</sup>) suivent plutôt les rythmes d'ouverture et de fermeture des supermarchés pour la semaine. L'heure d'ouverture dominicale intervient en général à 9h. La fermeture dépend souvent de l'enseigne du magasin : les établissements Bio C'Bon et Biocoop ou La Vie Claire ferment à 12h30/13h, alors que les Carrefour City restent ouverts le dimanche soir pour une vingtaine jusqu'à 20h, pour une cinquantaine jusqu'à 22h et 7 ne ferment qu'à 23h. Il en est de même pour les enseignes Franprix et G20.

Quelques horaires ont été relevés aussi pour les alimentations générales de moins de 120 m<sup>2</sup>. L'amplitude des heures d'ouverture des magasins est nettement plus grande. Si les horaires



## HORAIRES D'OUVERTURE DES MAGASINS DE LA GRANDE DISTRIBUTION (SUPÉRETTES, SUPERMARCHÉS, MONOPRIX ET ALIMENTATIONS GÉNÉRALES)



d'ouverture interviennent globalement comme les supérettes et supermarchés (entre 7h et 8h), la fermeture, les jours de la semaine et le dimanche s'effectue souvent à minuit ou après.

Depuis la loi du 8 août 2016, des **dérogations collectives sont accordées par la Maire de Paris 12 dimanches par an**. Les dates d'ouverture sont négociées, en amont, par branches avec les organisations d'employeurs et d'employés. Ces ouvertures, dont les dates sont différentes selon les branches professionnelles sont en général assez suivies. De nombreux dimanches ouvrables

interviennent au moment des soldes (celles d'hiver ont eu lieu du 11 janvier au 7 février et celles d'été du 28 juin au 1<sup>er</sup> août 2023) ou pour les derniers dimanches de l'année, au mois de décembre, avant les fêtes.

Enfin, depuis la loi du 6 août 2015, les **dérogations géographiques** qui existaient déjà de façon assez réduite sur quelques « zones touristiques », ont été largement agrandies en « **Zones Touristiques Internationales** » (ZTI) et dans les gares et autres zones commerciales, qui concernent aujourd'hui près de 20 % des commerces parisiens.

## 10 ZTI regroupent 10 892 commerces dans Paris

Les « Zones Touristiques Internationales » ont été déterminées par l'État en fonction de leur rayonnement international, de leur affluence exceptionnelle de touristes résidants hors de France et de l'importance de leurs achats. En plus de pouvoir déroger au repos dominical, les magasins ont la possibilité d'ouvrir en soirée jusqu'à minuit.

Il y a 10 ZTI en 2023. Il y en avait 12 en 2015, lors de leur création, mais 2 d'entre elles ont été annulées par le tribunal administratif de Paris.

Les ZTI représentent environ 6 % de la surface de Paris (sans les bois), mais 18 % du nombre de commerces et presque 30 % des surfaces commerciales. 34 % des commerces situés en ZTI appartiennent à un réseau d'enseigne, alors qu'ils ne sont que 23 % à Paris, en moyenne. Plus fortement qu'à Paris, cette part a diminué entre 2020 et 2023 de 2 points en pourcentage (-304 commerces affiliés à un réseau). Cette baisse concerne principalement les magasins d'équipement de la personne (-158 commerces affiliés à un réseau).

On dénombre, 10892 commerces en avril 2023, dans l'ensemble des 10 ZTI. Globalement situées dans le centre de Paris et les quartiers touristiques, les ZTI se caractérisent par une forte sur-représentation des commerces non alimentaires. Ceux-ci représentent 44 % du nombre de locaux contre 23 % en moyenne à Paris. Les cafés et restaurants sont un peu plus nombreux en proportion qu'à Paris (19 %). En revanche les autres types de commerces, notamment ceux du quotidien comme les commerces alimentaires et les services commerciaux, sont moins nombreux en comparaison de la moyenne parisienne. Ce profil assez particulier est même plus prononcé dans certaines zones comme les ZTI Saint-Germain, Rennes-Saint-Sulpice (respectivement 60 % et 53 % de commerces non alimentaires). Cette distorsion se constate de façon encore plus

marquée au sein des différentes catégories commerciales. Parmi les commerces alimentaires, par exemple, on constate une part plus importante de commerces tournés vers les touristes que vers la consommation quotidienne. Les ZTI concentrent par exemple la moitié des glaciers parisiens, 35 % des chocolatiers, 31 % des torrificateurs, mais seulement 5 % des primeurs ou des boucheries et 8 % des boulangeries parisiennes. Pour les commerces de destination, certaines activités apparaissent comme hégémoniques dans les ZTI par rapport au reste de Paris (42 % des parfumeries, 44 % du prêt-à-porter, 46 % des bijouteries de luxe ou fantaisie, 50 % des marchands de chaussures, 50 % des antiquaires et jusqu'à 80 % des créateurs de mode et de haute couture sont établis dans les ZTI).

Les magasins qui appartiennent à un réseau d'enseignes sont aussi plus nombreux, en proportion, qu'à Paris (34 % des commerces en ZTI contre 23 % des commerces à Paris). Cette part peut parfois représenter beaucoup plus que la moitié des commerces dans certaines zones comme à Beaugrenelle (71 %) ou Palais des Congrès (57 %). C'est dans la ZTI Montmartre que cette part est la plus faible (24 %), très proche de la moyenne parisienne.

---

*2 fois plus  
de commerces  
non alimentaires  
dans les ZTI  
qu'à Paris*

---



Touristes à la Butte Montmartre (18<sup>e</sup>)

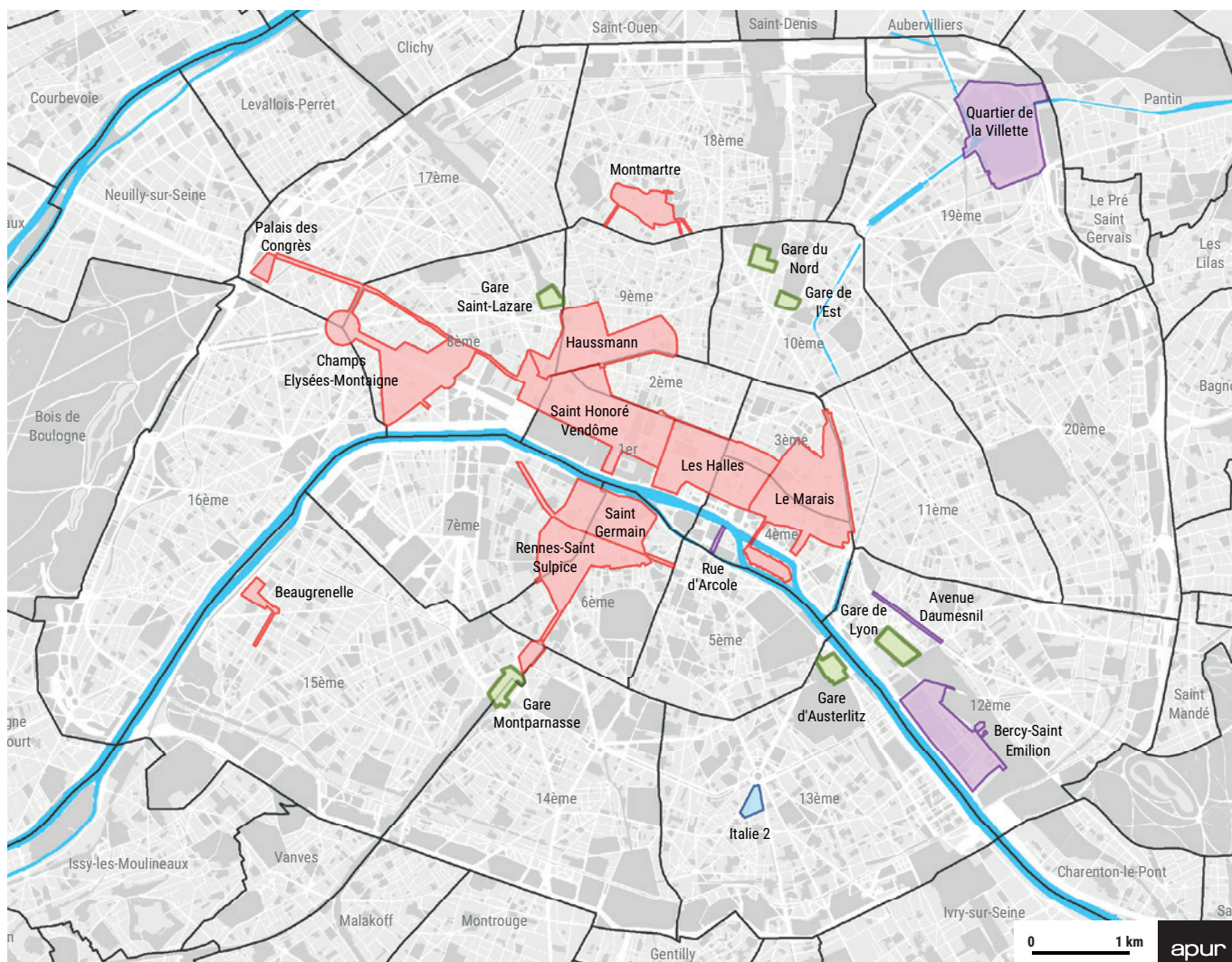
En ce qui concerne les évolutions commerciales, on enregistre, entre 2020 et 2023, une plus forte diminution du nombre de commerces dans les ZTI (-2,1 %) qu'à Paris (-1,4 %). Cette diminution cependant était encore plus forte entre 2017 et 2020 (-4,2 % de diminution dans les ZTI contre -1,8 % à Paris) car le centre et l'ouest de Paris avaient connu une succession de crises "Gilets jaunes" et grèves de transport en 2019, crise sanitaire de la Covid-19 entre mars 2020 et mai 2021). Dans un premier temps, pendant la crise sanitaire, ces quartiers ont été désertés par les touristes et les employés, dont la plupart étaient en télétravail. La sur-représentation de certaines activités, évoquée plus haut, a influé aussi en accentuant à la baisse les évolutions commerciales. Certaines zones ont connu de nombreuses fermetures comme

la ZTI Champs-Élysées-Montaigne (-10,2 % entre 2017 et 2020) ou la ZTI Les Halles (-5,2 % entre 2017 et 2020), mais se sont rétablies depuis et commencent pour certaines d'entre elles à compenser les fermetures antérieures (évolution positive de 1,2 % du nombre de commerces dans la ZTI Les Halles entre 2020 et 2023, par exemple). Le retour de l'activité et des touristes à partir de 2022 ont été bénéfiques à cette reprise. Le taux de vacance est longtemps resté assez bas dans les ZTI pour augmenter assez rapidement entre 2017 et 2020 (+2 points) mais restait cependant au-dessous du taux parisien. En 2023, il est de 11 % soit quasi équivalent au taux parisien, mais le taux de locaux en travaux est de 36 %, plus du double de celui calculé pour tout Paris (17 %), ce qui laisse espérer un retour sur le marché de la plupart de ces 379 locaux.

**TYPE DE PÉRIMÈTRES**

- Zone Touristique Internationale
- Zone Touristique
- Zone Commerciale
- Gare ferroviaire

Sources : Ville de Paris, Apur 2021



# Des aides publiques pour soutenir les commerces parisiens

Il y a quelques dizaines d'années, la puissance publique s'intéressait peu aux commerces. Il s'agissait d'entreprises privées qui ne nécessitaient pas d'être soutenues particulièrement. Mais petit à petit, les collectivités et particulièrement la Ville de Paris se sont rendu compte que les commerces et notamment ceux du quotidien créent une animation, du lien social, jouent un rôle essentiel pour une consommation plus durable et constituent un élément important d'attractivité, de vitalité et d'animation de la ville. La protection du petit commerce indépendant et de proximité à Paris a commencé dans les années 1980, par une quasi-interdiction d'installation d'hypermarchés (on en dénombre que 4 dans tout Paris). Depuis les années 2000, la Ville de Paris mène une politique très volontariste pour protéger le commerce et l'artisanat. Cette politique d'aide suit deux axes principaux : la création de linéaires qui sanctuarisent le commerce et l'artisanat en rez-de-chaussée d'une part, la préemption des locaux d'autre part, dans le but de revitaliser certains quartiers. La crise sanitaire intervenue en 2020 et les restrictions, en termes de confinements et de fermetures obligatoires qu'elle a entraînée, a conduit la Ville de Paris, outre les appuis financiers, à compléter les aides en permettant aux cafés, bars et restaurants très impactés, d'installer des terrasses « éphémères » sur l'espace public et sur les stationnements pour faire revenir les clients plus facilement et plus rapidement. Depuis ce dispositif a été pérennisé sous la forme de terrasses estivales.

## Les protections commerciales du plan local d'urbanisme

La Ville de Paris a été la première collectivité à introduire le principe de linéaires de protections commerciales dans son Plan local d'urbanisme (PLU), en l'occurrence celui de 2006. Il s'agissait d'interdire, sur ces linéaires, les

changements de destination du commerce ou de l'artisanat en une autre destination, ceci dans le but de pérenniser les axes très commerçants qui sont un élément clé de l'attractivité et du dynamisme de la ville. La caractérisation de ces linéaires repose d'ailleurs sur la notion de densité commerciale. De ce fait, le dispositif a été appliqué sur les voies ayant une densité de plus de 10 commerces pour 100 mètres de voie sur une certaine continuité (à Paris dans son ensemble, la densité moyenne est de 4 commerces pour 100 mètres de voie). En 2023, ce linéaire se déploie sur 313 km sur les 1960 km des voies parisiennes (16 %) mais concerne environ 53 % des commerces (soit 32 500 commerces sur 60 846).

Il existe 3 types de protections :

- **la protection simple du commerce et de l'artisanat (PCA)** s'applique sur 276 km de voies où se concentre un peu plus de la moitié des commerces parisiens. Sur ces axes la transformation de surfaces de commerce ou d'artisanat à rez-de-chaussée sur rue en destination autre que le commerce ou l'artisanat est interdite. Depuis 2006, la tendance à la baisse ou à la hausse du nombre de commerces et d'artisans sur les linéaires de la protection simple suit celle de Paris dans son ensemble mais de façon moins marquée ;
- **la protection particulière de l'artisanat (PPA)** s'applique sur 25 km de voies où il y a une forte proportion de commerces artisanaux. Elle concerne environ 4 200 commerces, services commerciaux, bars et restaurants en 2023 sur quelques 70 rues "marchés". En bordure de ces rues, une activité artisanale ne peut être remplacée que par une autre activité artisanale tandis qu'une activité commerciale peut laisser la place, soit à une activité commerciale, soit à une activité artisanale.

---

**313 km** de linéaires de commerces protégés au PLU, soit **53 %** des commerces

---

Il est difficile de dresser un bilan de cette protection car la frontière entre un commerce et un artisan n'est pas toujours certaine et fausse les calculs d'évolution, notamment en ce qui concerne les restaurants (fabrication traditionnelle, effectif inférieur à 10 employés qui conditionne l'inscription au registre des Métiers, notion de fabrication sur place « très fluctuante », espace de préparation plus petite que l'espace de consommation...);

sées, d'Italie, du Général Leclerc, de Flandre, cours de Vincennes...). La PRCA est toujours combinée avec la protection simple, et quelquefois aussi avec la protection particulière de l'artisanat (6 tronçons de rues). La PRCA, outre les interdictions de changement de destination de la PPA et de la PCA, impose qu'en cas de reconstruction ou de réhabilitation lourde d'un immeuble en bordure des voiries repérées, les locaux en rez-de-chaussée sur rue doivent être destinés au commerce ou à l'artisanat. Depuis 2006, Les évolutions sont toujours plus positives qu'à Paris et démontrent l'intérêt de cette protection pour conserver ou implanter de nouveaux commerces ou artisans.

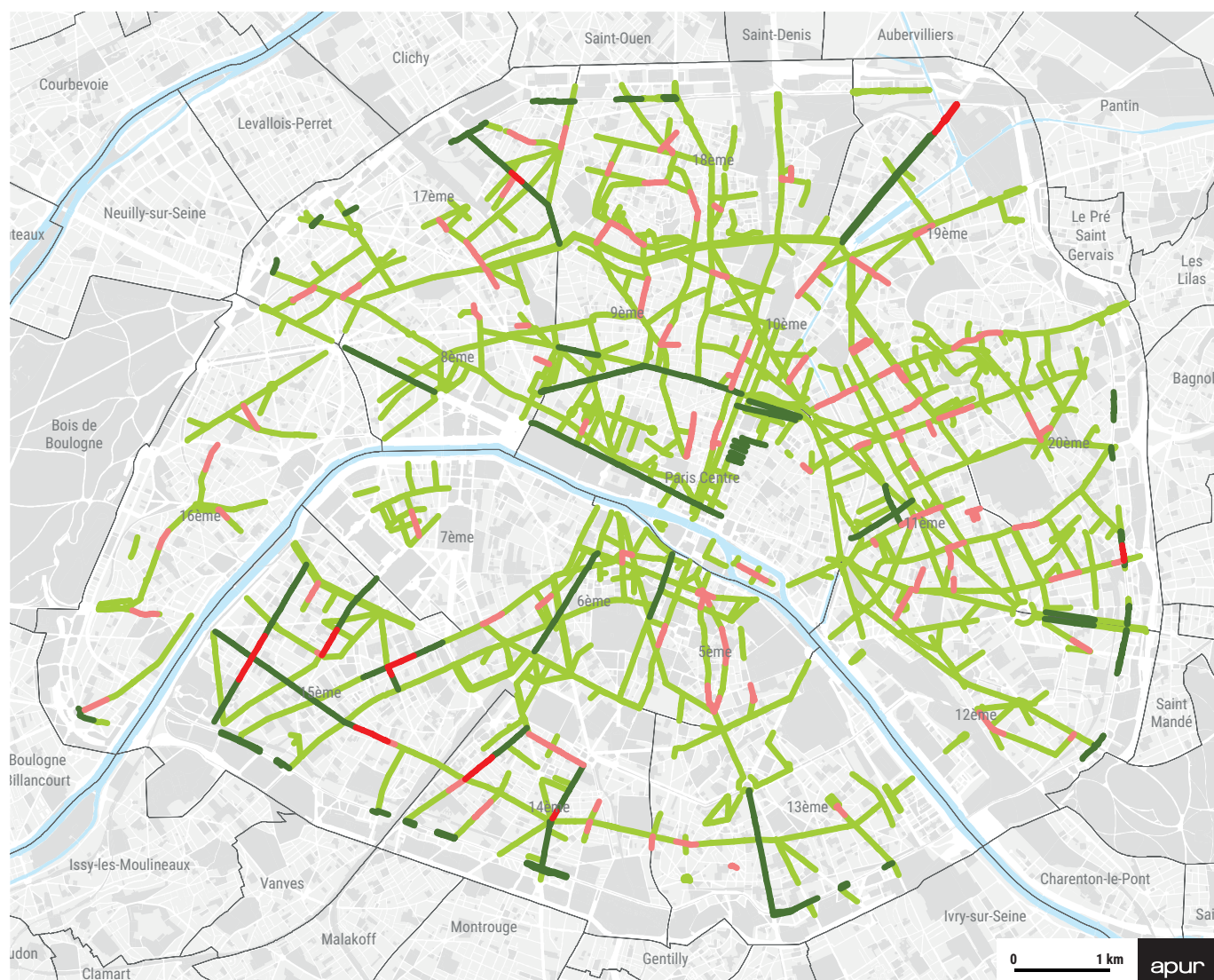
### LES LINÉAIRES PROTÉGÉS AU PLU À PARIS, EN 2023

#### Protection PLU

- PCA (Protection du Commerce et de l'Artisanat)
- PCA - PRCA (Protection Renforcée du Commerce et de l'Artisanat)
- PCA - PPA (Protection Particulière de l'Artisanat)
- PCA - PPA - PRCA

- la protection renforcée du commerce et de l'artisanat (PRCA) s'applique sur 29 km de voies qui représentent quelques 25 grands axes parisiens (Grands Boulevards, rue de Rivoli, boulevard Saint Michel, rue de Rennes, avenue des Champs-Ély-

Sources : Ville de Paris, Apur 2023



## Les actions de la puissance publique pour protéger les commerces culturels

La révision du PLU de Paris votée le 5 juin 2023 par le Conseil de Paris 2023 (non encore entré en vigueur) a permis d'introduire, pour la première fois, en plus des linéaires de protection du commerce et de l'artisanat, des **linéaires de protection des commerces culturels**. Cette protection s'applique à 6 catégories de commerces culturels énumérés à l'art. UG.1.4.2. du projet de PLU bioclimatique. Ce sont les librairies, galeries d'art, vente de livres anciens et autographes, vente de disques, cassettes, CD, DVD, vente d'instruments de musique. Les antiquaires, bien que n'étant pas un commerce culturel à proprement parler, ont été rattachés à cette liste car ceux-ci vendent aussi des œuvres d'art, peintures, sculptures...

Ces 6 activités ont beaucoup diminué depuis 20 ans. Si l'on soustrait les galeries d'art, le nombre des 5 autres sortes de commerces a baissé de plus de moitié. La chute est particulièrement importante pour les librairies, les antiquités et les disquaires. Les galeries d'art étaient plutôt en croissance mais ont commencé à diminuer à partir de 2017.

La nouvelle règle du PLU (art. UG.1.4.2.) dispose que « dans les voies concernées par une protection particulière du commerce culturel, le changement de sous-destination des locaux situés à rez-de-chaussée sur rue relevant des sous-destinations Artisanat et commerce de détail, Restauration ou Commerce de gros, en une sous-destination autre que l'Artisanat et commerce de détail, la Restauration ou le Commerce de gros est interdit. En outre, la transformation de surfaces à rez-de-chaussée sur rue affectées au commerce culturel en une activité autre que le commerce culturel est interdite. » La règle tire sa justification de la notion de densité. Il faut qu'il y ait, en effet, un nombre suffisant et rapproché de commerces culturels à protéger sur un linéaire. Cette densité doit être au moins de 5 commerces culturels pour 100 mètres de voie. C'est la raison pour laquelle le nombre de voies concernées est assez faible (environ 25 rues ou tronçons de rues surtout dans les 5<sup>e</sup> et 6<sup>e</sup> arrondissements) et n'intéresse qu'environ 500 commerces sur les 2 499 présents à Paris en 2023. Par ailleurs le PLU ne s'applique pas dans les PSMV du Marais et du 7<sup>e</sup> arrondissement où l'on trouve de nombreux antiquaires et galeries d'art.

### NOMBRE ET ÉVOLUTION DES 6 CATÉGORIES DE COMMERCES CULTURELS RETENUS DANS LE PROJET DE PLU BIOCLIMATIQUE VOTÉ EN CONSEIL DE PARIS LE 5 JUIN 2023

	2000	2005	2011	2014	2017	2020	2023	Évolution 2000-2023	
Librairie	1 020	927	788	691	632	568	560	-460	-45 %
Galerie d'art	983	1 121	1 276	1 329	1 327	1 270	1 246	263	27 %
Vente de livres anciens - Autographes	146	155	145	133	119	110	101	-45	-31 %
Fabrication et vente d'instruments de musique	193	207	201	185	170	161	148	-45	-23 %
Antiquités	1 014	969	696	585	479	406	369	-645	-64 %
Vente de disques, cassettes, CD, DVD	234	266	163	129	105	98	75	-159	-68 %
<b>TOTAL Paris</b>	<b>3 590</b>	<b>3 645</b>	<b>3 269</b>	<b>3 052</b>	<b>2 832</b>	<b>2 613</b>	<b>2 499</b>	<b>-1 091</b>	<b>-30 %</b>

Source : Apur, BDCOM 2023

Depuis 2006, les linéaires ont été très légèrement prolongés au gré des modifications du PLU, notamment celle de 2016. Dans le projet de PLU bioclimatique voté le 5 juin 2023, les protections commerciales sont renforcées et modifiées. Tout d'abord, il n'y aura plus que 2 sortes de protections, la protection simple du commerce et de l'artisanat et la protection renforcée du commerce et de l'artisanat étant fondues en une seule, sur les mêmes linéaires avec à la fois l'interdiction de changement de destination pour les commerces et l'artisanat et l'obligation de réserver la totalité du rez-de-

chaussée à la fonction commerciale en cas de reconstruction d'un immeuble. Ensuite, le nombre de linéaires a été sensiblement augmenté : 35 km en plus sont prévus qui concernent plus de 3 000 commerces ou artisans. Un total de plus de 36 000 commerces seront protégés, soit 59 % des commerces parisiens. Enfin, dans le but de lutter contre les déserts médicaux et rendre plus accessible l'accès aux soins des Parisiens, il sera possible, pour un médecin ou un dentiste ou un auxiliaire de santé d'ouvrir un cabinet en succédant à la place d'un commerce sur ces linéaires de protection.

**« Paris commerces », nouveau dispositif pour acquérir des locaux dans les quartiers populaires**

Malgré la densité et la diversité très importante de commerces, le territoire parisien présente des quartiers moins bien pourvus en commerces de proximité ou d'autres où la vacance est plus forte qu'ailleurs. Pour remédier à ces difficultés, la Ville de Paris, en plus des protections commerciales inscrites dans le PLU, a mené, depuis 2004, des opérations de revitalisation commerciale dans certains quartiers en s'appuyant sur l'action de la **Semaest**. Trois dispositifs successifs ont été engagés, dont 2 (Vital'quartier 1 et 2) sont aujourd'hui achevés. Le troisième **dispositif a été mis en place en mai 2017 sur 12 périmètres situés dans 8 quartiers périphériques du nord, de l'est et du sud de Paris** où un manque de commerces de proximité a été constaté,

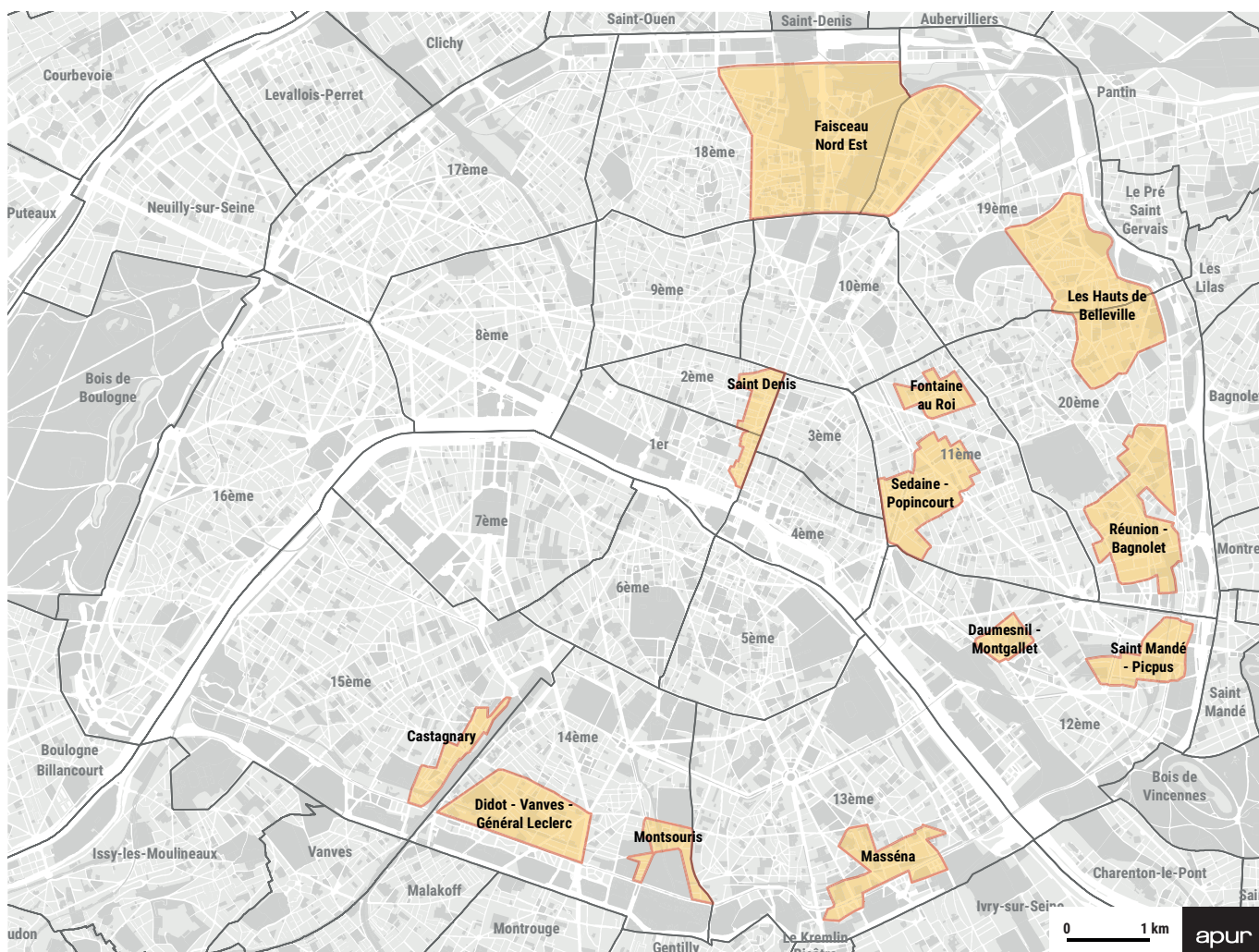
**et 4 quartiers centraux** où il subsistait une certaine mono activité. Ce Contrat de Revitalisation Commerciale et Artisanale a été consenti pour une durée de 12 ans. 122 locaux étaient maîtrisés fin 2022 dont 34 directement acquis par la Semaest et 88 faisant l'objet d'un protocole signé avec les propriétaires privés qui s'engagent à louer leur local à des commerçants ou à des activités de proximité.

Parallèlement, depuis 2017 également, **les 3 principaux bailleurs sociaux de Paris (Paris Habitat, RIVP et Elo-gie-Siem) se sont regroupés au sein d'une structure nouvelle, le GIE Paris Commerces**, chargée de relouer et commercialiser leurs locaux commerciaux ou d'activité redevenus vacants. Depuis 2017, plus de 1 000 locaux ont été reloués (soit environ 250 locaux par an) sur les 7 138 locaux appartenant aux bailleurs. En 2023, 55 % des locaux re-

**PÉRIMÈTRES PARIS'COMMERCES**

- 12 périmètres Paris'Commerces
- Principaux équipements

Source : Ville de Paris, 2020



loués l'ont été à destination de commerçants ou artisans, 17 % à des activités de bureau, 16 % à des associations et 11 % à des activités médicales. Plusieurs axes sont privilégiés par le GIE, les **activités à caractère responsable** (offre alimentaire durable en circuit bio/court, mobilités douces, réemploi, réparation...) qui représentent près de 25 % des locaux reloués en 2023, l'**accompagnement des politiques publiques en faveur de l'emploi** dans les territoires défavorisés, l'implantation d'**activités médicales de secteur 1** en rez-de-chaussée (elles représentent 10 % des relocations en 2023), l'**installation d'activités culturelles** telles que les librairies, galeries d'art (19 % en 2023). L'objectif du GIE est de relouer les locaux à des activités de proximité, les plus diverses que possibles et surtout de qualité.

**Mais pour renforcer ces actions, la Ville de Paris a décidé, le 28 septembre 2023, de réunir et fusionner les 2 organismes, Semaest et GIE Paris Commerces sous le nom de « SEM Paris Commerces ».** La création de ce nouvel opérateur s'accompagne d'un renforcement des moyens financiers, de l'ordre de 200 millions d'euros sur 5 ans, cofinancés par la Ville de Paris et la Banque des Territoires-Caisse des Dépôts et Consignations au sein d'une foncière dédiée. L'objectif est d'implanter des commerces de proximité, de promouvoir l'artisanat, le « fabriqué à Paris », tout en veillant à faciliter l'installation d'activités médicales et de services pour répondre aux besoins des résidents.

Il est prévu que cet opérateur puisse se porter acquéreur par préemption de 40 à 50 locaux commerciaux privés par an sur l'ensemble de Paris. Le but, comme auparavant, est de pouvoir proposer aux porteurs de projet des conditions financières d'installation plus faciles et plus avantageuses que le marché privé : pas de droit d'entrée (pas de porte), pas de frais d'agence, un local rénové et prêt à l'emploi ; mais à travers un guichet unique, ce qui n'était pas le cas jusqu'ici.

### **La possibilité d'installer des terrasses estivales sur l'espace public**

Depuis le XIX<sup>e</sup> siècle, l'une des images les plus fortes de Paris dans le monde est celle de ses terrasses de cafés ou de brasseries. Celles-ci ont commencé à occuper les trottoirs des boulevards quand ils ont été créés ou élargis lors des grands travaux du Baron Haussmann. Les terrasses parisiennes participent à l'attractivité et à la convivialité des cafés et des restaurants en proposant à la clientèle le plaisir de pouvoir consommer en profitant du spectacle de la rue. Pour l'établissement, l'avantage est aussi d'agrandir, parfois de beaucoup, sa surface de vente. La crise sanitaire due à la Covid-19 a été très préjudiciable à ces établissements puisque du fait des confinements et des restrictions, les cafés et restaurants n'ont pu ouvrir que 4 mois en tout en 2020 puis 7 mois seulement en 2021. Afin de les aider, la Ville de Paris a autorisé, à partir du 31 mai 2020, l'installation de « terrasses éphémères » en plus des terrasses « fermées », « ouvertes » et « contre terrasses » qui existaient déjà. En septembre de la même année, plus de 8 500 établissements en avaient au moins déclaré une. Prolongées à partir de 2021 sous l'appellation de « terrasses estivales », elles ont été réglementées et peuvent être installées du 1<sup>er</sup> avril au 31 octobre avec une fermeture obligatoire à 22h pour respecter la tranquillité des riverains. Elles sont soumises à une autorisation que les établissements doivent demander avant l'installation. Les autorisations sont reconduites tacitement chaque année s'il n'y a pas de changement de propriétaire ou des dispositifs exploités. Ces terrasses estivales sont autorisées sur les trottoirs, sur les places de stationnement et sur les terre-pleins, placettes et chaussée des rues piétonnes. Les systèmes de chauffage utilisés en hiver pour chauffer les terrasses, ont été, quant à eux, interdits à partir du 31 mars 2022.

---

*Création de la « SEM Paris Commerces » en septembre 2023 pour implanter des commerces de proximité, et promouvoir l'artisanat du « fabriqué à Paris »*

---



**NOMBRE DE TERRASSES PÉRENNES ET ESTIVALES PAR ARRONDISSEMENT EN 2023**

Arr.	Terrasse fermée pérenne	Terrasse ouverte pérenne	Terrasse estivale sur trottoir	Terrasse estivale sur stationnement	Terrasse estivale sur chaussée
Paris centre	136	1269	323	172	44
5 <sup>e</sup>	108	511	43	68	3
6 <sup>e</sup>	57	296	31	71	4
7 <sup>e</sup>	52	215	25	124	9
8 <sup>e</sup>	123	438	79	235	5
9 <sup>e</sup>	74	612	89	168	17
10 <sup>e</sup>	90	598	146	121	16
11 <sup>e</sup>	79	671	106	244	6
12 <sup>e</sup>	117	491	116	63	22
13 <sup>e</sup>	117	393	88	68	6
14 <sup>e</sup>	105	462	82	109	9
15 <sup>e</sup>	178	579	80	123	7
16 <sup>e</sup>	98	382	43	148	11
17 <sup>e</sup>	135	661	107	204	6
18 <sup>e</sup>	84	583	100	211	24
19 <sup>e</sup>	77	355	81	46	10
20 <sup>e</sup>	70	395	117	48	15
<b>TOTAL Paris</b>	<b>1 700</b>	<b>8 911</b>	<b>1 656</b>	<b>2 223</b>	<b>214</b>

Sources : Open data de la Ville de Paris, 22 août 2023



Rue Saint-Antoine (Paris Centre)

© Apur - François Mohrt

Les informations sur les terrasses pérennes comme estivales sont recensées sur la page open data de la Ville de Paris <sup>23</sup>.

Fin août 2023, environ 13 500 établissements, principalement des cafés ou des restaurants mais aussi des boulangeries et des traiteurs asiatiques possèdent une ou plusieurs terrasses pérennes et/ou estivales.

En ce qui concerne les terrasses pérennes, on dénombre 1700 terrasses « fermées », c'est-à-dire couvertes, closes et souvent largement vitrées, et 8900 terrasses « ouvertes » qui peuvent être délimitées par des écrans latéraux ou des jardinières, souvent protégées des intempéries par un store ou bien sous forme de « contre-terrasse », face à la devanture. Un même établissement peut avoir simultanément ces 3 types de terrasses comptées plusieurs fois selon son emprise. Ces terrasses pérennes sont très nombreuses dans le centre de Paris, particulièrement dans les quartiers piétonniers des Halles et de Beaubourg et Saint-Michel/Saint-Séverin, mais aussi place de la Bastille, le long des Grands Boulevards rive droite et des boulevards Saint-Germain et Montparnasse rive gauche, aux abords des gares et sur certaines petites places souvent piétonnes (place du Bourg Tibourg, place du Marché Saint Honoré, place du Marché Sainte-Catherine, carrefour de l'Odéon...). Dans les quartiers périphériques, l'implantation de ces terrasses pérennes est plus éparse, souvent le long des grands axes et autour des grandes places (boulevard Diderot, place de la Nation dans le 12<sup>e</sup>, avenue de Villiers, place Pereire dans le 17<sup>e</sup>...) et aussi parfois le long de rues « marché » (rue Daguerre, rue Cler...).



Bar-Restaurant - rue des Archives (4<sup>e</sup>)

© Apur - JC Bonjoi

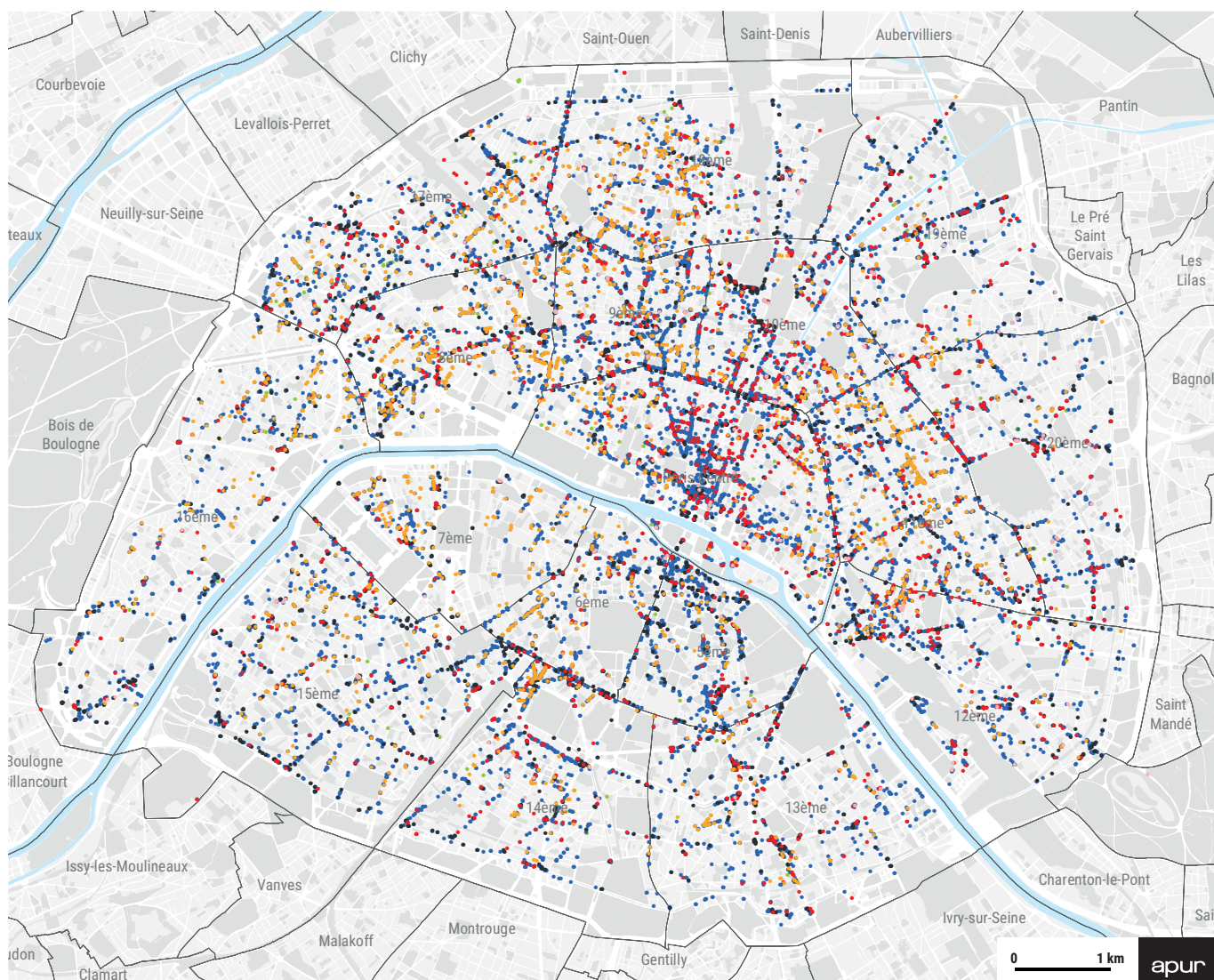
Trois types de terrasses estivales ont été distingués : 1657 terrasses sur trottoir, 2223 terrasses sur stationnement et 214 terrasses sur chaussée ou terre-plein. Comme pour les terrasses pérennes, un seul établissement peut posséder plusieurs terrasses estivales. Les arrondissements où l'on compte proportionnellement le plus de terrasses sur stationnement (plus des 2/3) par rapport au nombre de terrasses estivales sont les 6<sup>e</sup>, 7<sup>e</sup>, 8<sup>e</sup>, 11<sup>e</sup> et 17<sup>e</sup>.

---

**13 500** commerces  
avec une terrasse  
pérenne ou estivale  
en août 2023

---

23 – <https://opendata.paris.fr/explore/dataset/terrasses-autorisations/information/?disjunctive.typologie&disjunctive.arrondissement>



### TERRASSES ÉRMANENTES ET ESTIVALES À PARIS, EN 2023

**Type de terrasse**

- Terrasse estivale sur chaussée
- Terrasse estivale sur stationnement
- Terrasse estivale sur trottoir
- Terrasse permanente fermée
- Terrasse permanente ouverte
- Terrasse permanente sur stationnement

Source : Open Data Ville de Paris, 22/08/2023



Restaurant avec terrasse aménagée - rue Brochart (17<sup>e</sup>)

© Apur - David Boureau





## 2. RECUEIL DE CARTES PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

## 2. | Recueil de cartes par secteur d'activité

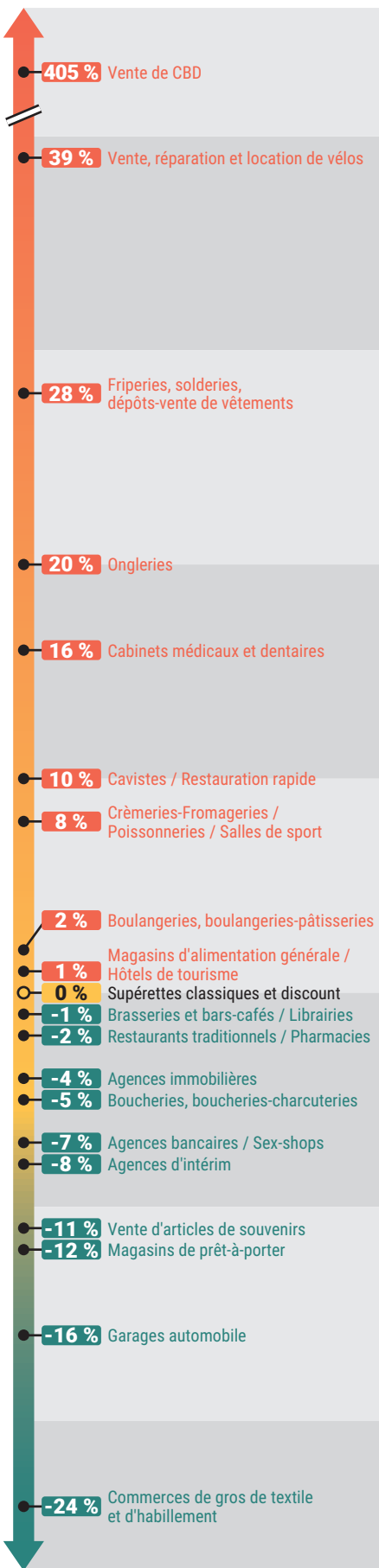
Cette partie présente une série de cartes regroupées par activité ou groupe d'activités. Ces cartes montrent la localisation de certains commerces ou services commerciaux des rues parisiennes. Elles mettent en évidence les effets de concentration (pôles ou regroupements

le long de certaines voies) ou le maillage plus ou moins régulier du territoire. Un code couleur est utilisé pour montrer l'évolution entre 2020 et 2023 et savoir si un établissement a disparu (noir), s'est créé (rouge) ou s'il s'est maintenu avec une activité identique (vert).



Boulangers Vandoren - rue Saint-Lazare (9<sup>e</sup>)

**ÉVOLUTION DU COMMERCE PARISIEN ENTRE 2020 ET 2023**



© GIE Paris Commerces

Magasin Ecox, spécialiste du vélo électrique - boulevard Auguste Blanqui (13<sup>e</sup>)



© Apur - François Mohrt

Supérette - rue Saint-Antoine (Paris Centre)



© Apur - François Mohrt

Sex-Shop - rue Saint-Martin (Paris Centre)



© Apur - François Mohrt

Pharmacie - cours de Vincennes (20<sup>e</sup>)

## Supérettes classiques et discount

Les 677 supérettes, recensées à Paris en 2023, sont des magasins de grande consommation alimentaire avec la vente de quelques produits d'hygiène. Leur objectif est de satisfaire les besoins courants d'une clientèle de voisinage. La surface de vente des supérettes est comprise entre 120 et 400 m<sup>2</sup>. Elles complètent les 323 supermarchés qui vendent le même type d'articles mais sur une surface de vente plus grande (entre 400 et 2 500 m<sup>2</sup>). **Pour la première fois depuis 20 ans la progression très forte du nombre de supérettes (+434, soit +178 % entre 2000 et 2020) marque un coup d'arrêt en 2023.** En lien avec les confinements successifs et les restrictions de circulation, les Parisiens ont davantage privilégié les petits commerces alimentaires spécialisés de leur quartier (primeurs, traiteurs, fromagers...) dont le nombre a augmenté sensiblement. Une

autre concurrence s'exerce aussi depuis peu avec l'implantation massive de drive piétons « solos » (+42 soit +168 % en 3 ans) dans de petits locaux qui ne servent qu'au retrait des courses commandées en amont par internet. En ligne, le choix de produits est beaucoup plus large que dans les supérettes et pour certains articles, les prix proposés sont nettement plus bas car les charges restent faibles par rapport à des produits vendus dans des magasins plus grands avec plus d'employés. Ces changements rapides rebattent les cartes d'un marché jusque-là tenu presque exclusivement par les groupes Casino (314 supérettes Franprix, Naturalia, Monop...), Carrefour (171 supérettes Carrefour City/Express, Bio c'Bon...) et Francap (71 supérettes G20, Cocci Market...). Les groupes Auchan et Leclerc ont ainsi ouvert respectivement 30 et 19 drive piétons « solos » ces dernières années.

677 supérettes,  
recensées à Paris  
en 2023

### SUPÉRETTES CLASSIQUES ET DISCOUNT

Évolution 2020-2023 : - 0,1 %

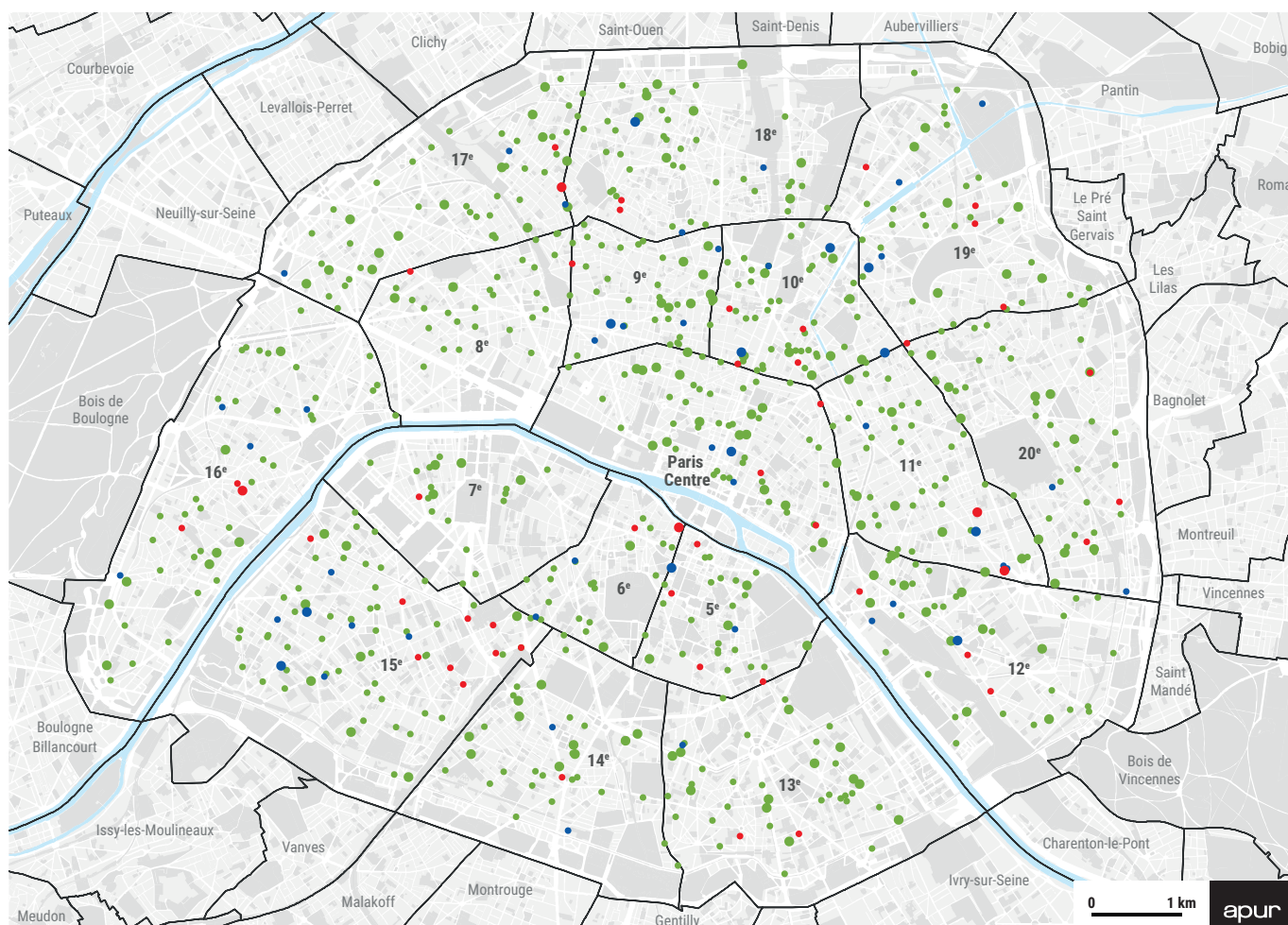
- Maintien de l'activité (629)
- Création (48)
- Disparition (49)

#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CA302, CA303)





# 1 059 magasins d'alimentation générale de moins de 120 m<sup>2</sup> à Paris

## MAGASINS D'ALIMENTATION GÉNÉRALE

Évolution 2020-2023 : + 1 %

- Maintien de l'activité (897)
- Création (162)
- Disparition (152)

### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

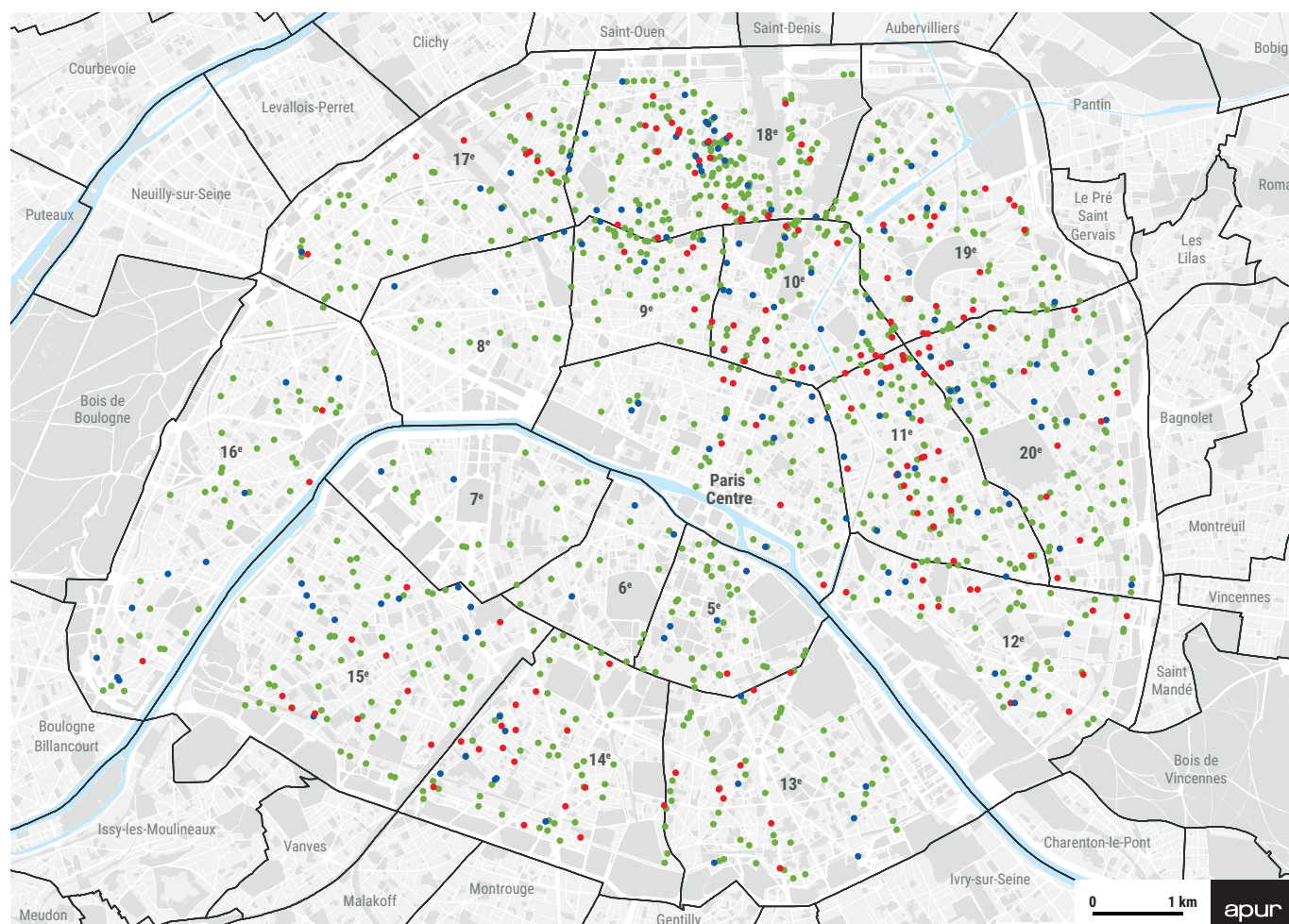
Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CA301)

## Magasins d'alimentation générale

On dénombre 1059 magasins d'alimentation générale de moins de 120 m<sup>2</sup> à Paris. Il s'agit de petites épiceries de quartier qui se sont développées dans la capitale au début du XX<sup>e</sup> siècle. La particularité de ces magasins est de proposer une grande variété de produits d'épicerie et d'alimentation sur un espace assez restreint, d'être ouverts tard dans la soirée, voire toute la nuit, à l'heure où les autres commerces sont fermés et de constituer, ainsi, une solution de dépannage pour les achats. Le nombre des épiceries de quartier a connu un fort accroissement au long du XX<sup>e</sup> siècle. Ces magasins d'alimentation générale de moins de 120 m<sup>2</sup> se sont installés dans tous les quartiers, en particulier ceux du nord-est parisien qui sont

densément peuplés. Depuis une trentaine d'années, ils sont concurrencés par les enseignes de la grande distribution. Cette concurrence s'exerce notamment par l'essor des supérettes, établies sur le même créneau de vente et qui ont élargi, depuis quelques années, leurs horaires d'ouverture en soirée et le dimanche. Elle s'exerce aussi par le rachat de ces petites épiceries par la grande distribution qui en contrôle actuellement environ 200 et se décline sous les enseignes de Carrefour Express, Proxi 8 à huit, Rapid'Market, Cocci Market, Votre Marché, Sitis, Panier Sympa... malgré cette tendance, le nombre de magasins d'alimentation générale reste assez stable depuis 2007 (entre 1010 et 1094 épiceries selon les années).



## Boulangeries et boulangeries-pâtisseries

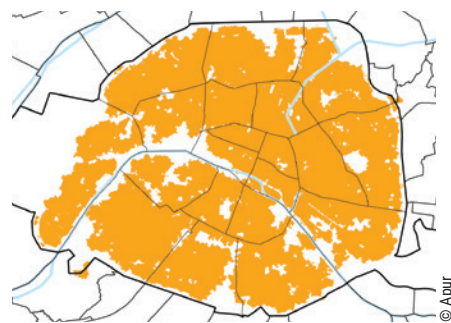
On dénombre 1203 boulangeries et boulangeries-pâtisseries à Paris en 2023. C'est un chiffre globalement stable depuis une vingtaine d'années mais qui augmente depuis 2020 (+24 boulangeries). Leur taux de rotation sur 2 ans et demi est faible (8 % contre 13 % pour tout Paris).

Les boulangers ont, depuis longtemps, su s'adapter aux nouvelles demandes des consommateurs en proposant une offre renouvelée de pains, de sandwiches qui permettent aux travailleurs présents en journée de pouvoir s'alimenter fa-

cilement. Près de 200 d'entre elles ont d'ailleurs aménagé une terrasse devant leur magasin pour favoriser la consommation. Les boulangeries sont implantées selon un maillage très régulier du territoire. On les retrouve dans tous les quartiers et une note de 2020 avait mis en évidence que 92,6 % des Parisiens habitent à moins de 5 minutes à pied d'une boulangerie<sup>1</sup>.

1 — Les commerces du quotidien dans le Grand Paris, Apur, novembre 2020

### ACCESSIBILITÉ PIÉTONNE À 5 MINUTES



### BOULANGERIES ET BOULANGERIES-PÂTISSERIES

Évolution 2020-2023 : + 2 %

- Maintien de l'activité (1 095)
- Création (108)
- Disparition (84)

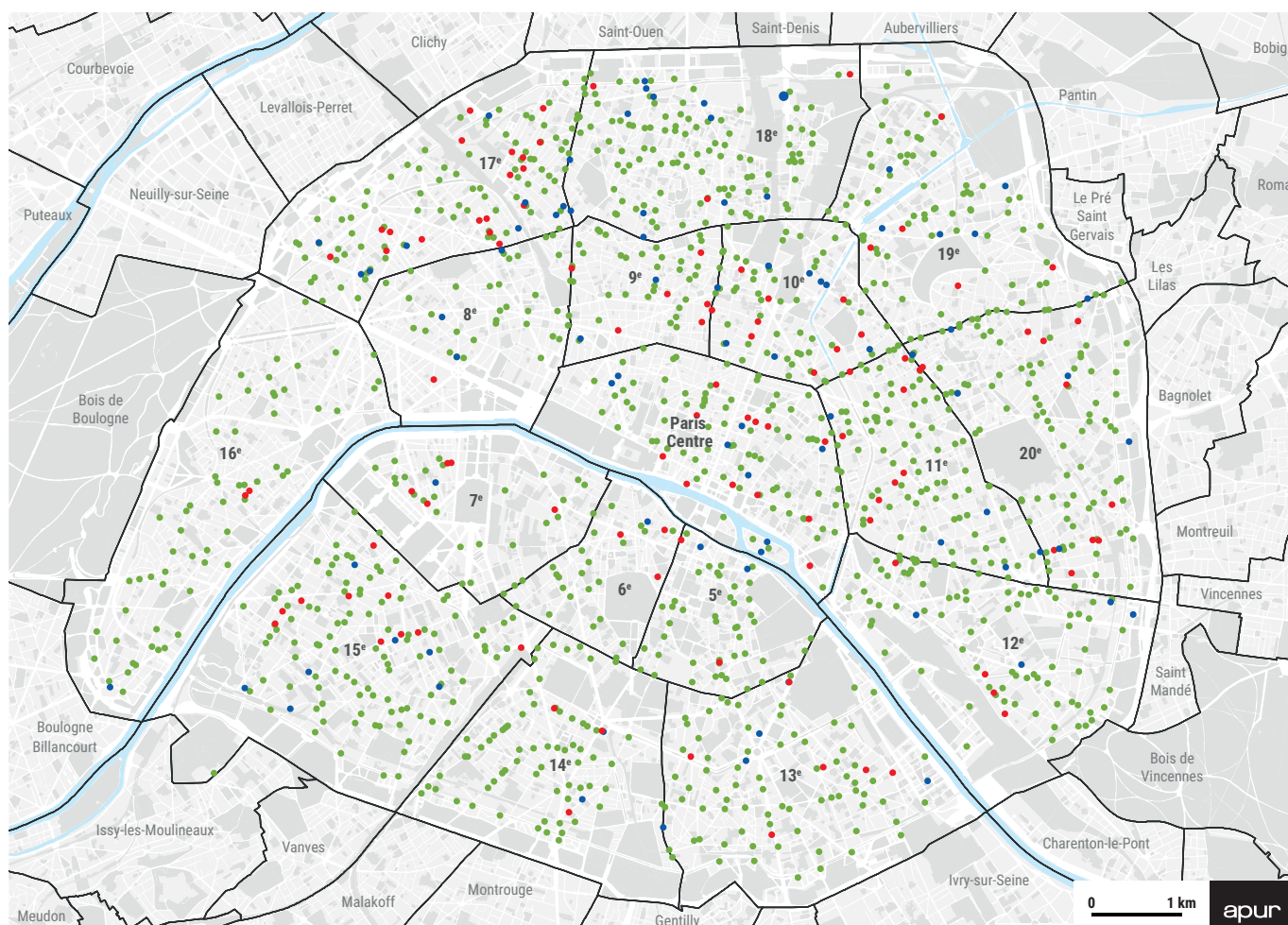
#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

■ Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CA103)

**92,6 %** des Parisiens habitent à moins de 5 minutes à pied d'une boulangerie



**45 %** des boucheries parisiennes ont disparu en 20 ans (-15 par an environ)

## Boucheries et boucheries-charcuteries

Paris a perdu, en 20 ans, 45 % de ses boucheries, soit la disparition d'environ -15 magasins par an. Cette perte s'atténue cependant un peu ces dernières années. On conserve 486 boucheries dans la capitale. En 2 ans et demi, la perte est de -5 % et le taux de rotation reste très modéré (9 %). Cette diminution a plusieurs causes : la moyenne d'âge moyenne des patrons-bouchers est de plus en plus élevée et nombreux sont ceux qui partent à la retraite sans trouver de repreneurs. Les différentes crises sanitaires que la filière a subies au cours des ans (« vache folle », grippe aviaire...) et le moindre engouement des consommateurs pour la viande se ressentent aussi. De plus en plus, la grande distribution concurrence également les boucheries en proposant des rayons

boucherie de mieux en mieux achalandés. Enfin, une augmentation des prix de la viande de 30 % en moyenne en 2022<sup>2</sup> qui découle de la crise du pouvoir d'achat a obligé les clients à réduire leurs achats.

Les boucheries parisiennes sont particulièrement situées dans les rues "marché" qui en possèdent souvent plusieurs (rue Montorgueil, rue de Bretagne, rue Cler, rue du Rendez-Vous, rue de Levis, rue Dejean...). Cette offre en rez-de-chaussée des rues parisiennes est complétée par plus de 200 stands de boucherie, charcuterie ou rôtisserie présents sur les marchés de plein air plusieurs jours par semaine.

2 – Étude Nielsen IQ Bilan consommation 2022

### BOUCHERIES ET BOUCHERIES-CHARCUTERIES

Évolution 2020-2023 : - 5,4 %

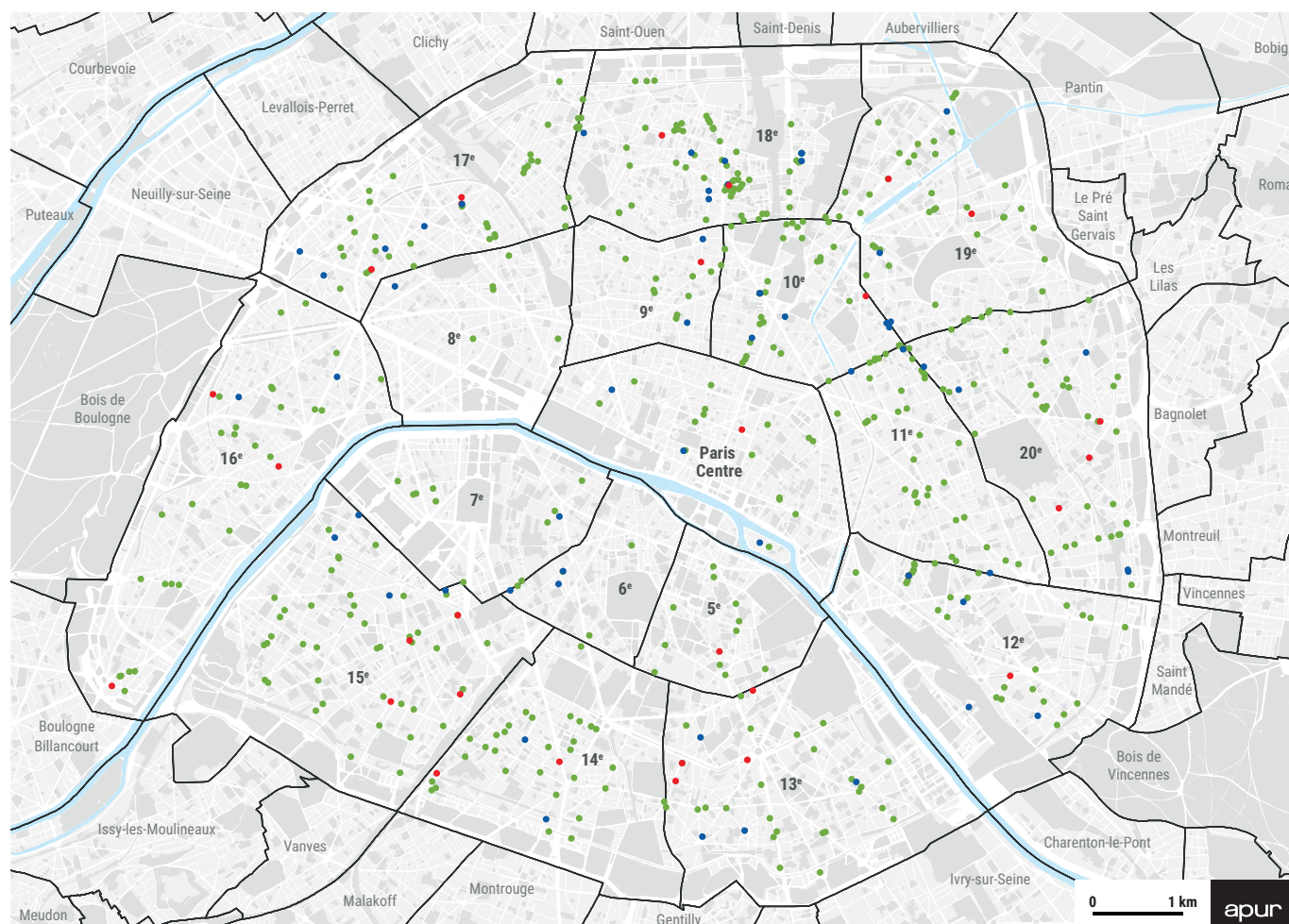
- Maintien de l'activité (457)
- Création (29)
- Disparition (57)

#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CA109)

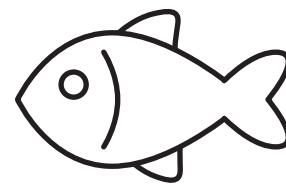


## Poissonneries

Paris ne dispose plus que de **104 poissonneries en rez-de-chaussée des rues parisiennes en 2023**. Celles-ci se situent presque exclusivement dans les rues « marché » de la capitale et sont donc relativement bien réparties sur l'ensemble du territoire. Certains quartiers de l'est de Paris en sont cependant dépourvus. Une vingtaine d'autres poissonneries se situent dans les 11 marchés couverts de la capitale.

Le nombre de poissonneries est globalement stable depuis 20 ans (109 en 2003). Les poissonneries parisiennes sont concurrencées, depuis longtemps, à la

fois par la grande distribution qui propose des rayons "marée" dans leurs Monoprix et supermarchés et par les magasins de produits surgelés qui offrent une grande variété de plats cuisinés de poissons et de crustacés. Par ailleurs, les poissonneries, du fait de leur activité, entraînent certaines nuisances, ce qui pousse certains habitants riverains à encourager leur départ. Cette relative difficulté à se fournir en poissons et crustacés est compensée par les 234 stands de poissonneries présents sur les marchés de plein air qui se tiennent dans tous les quartiers au moins 2 fois par semaine.



### POISSONNERIES

Évolution 2020-2023 : + 8,3 %

- Maintien de l'activité (91)
- Création (13)
- Disparition (5)

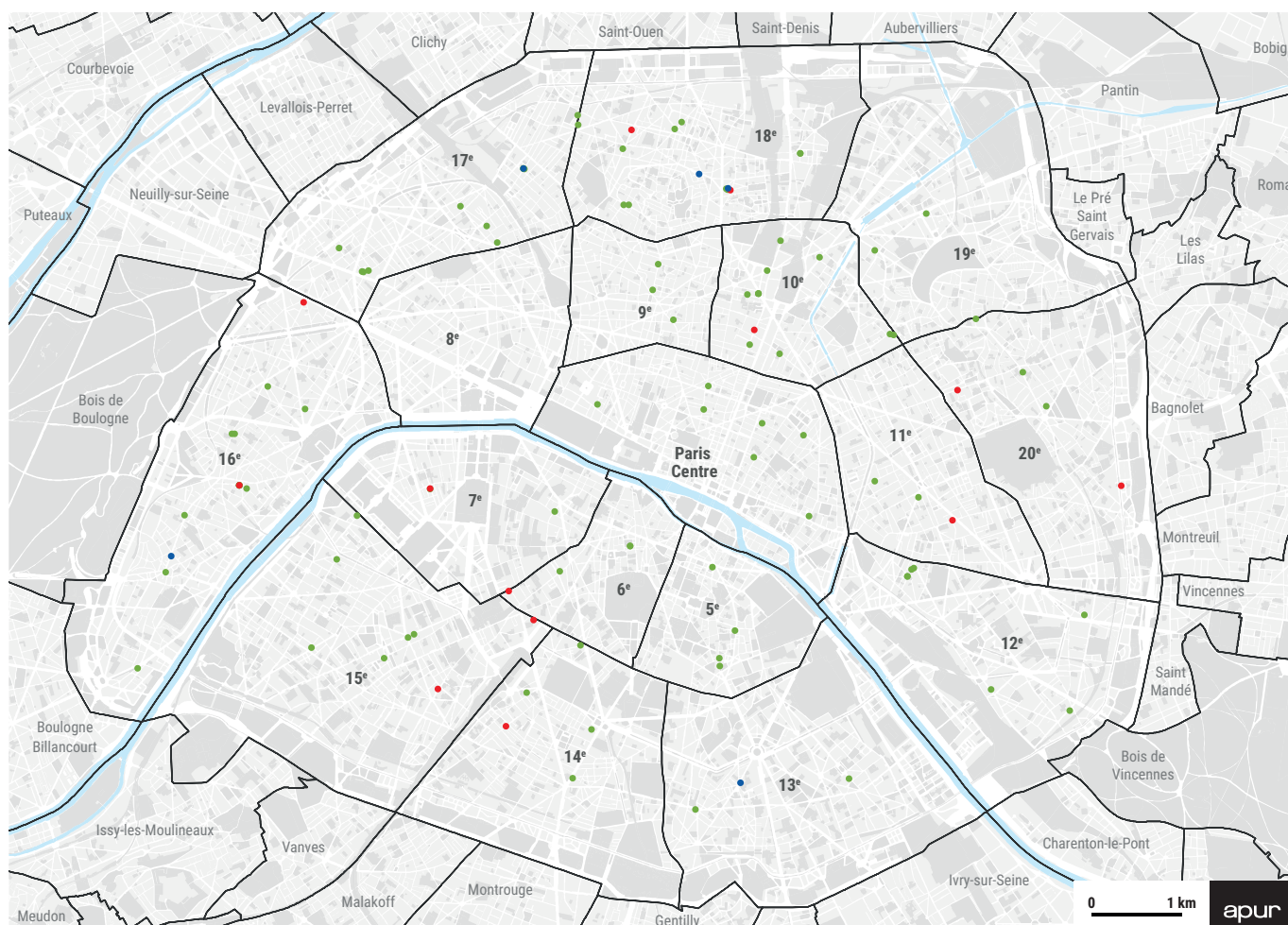
#### Surface du local

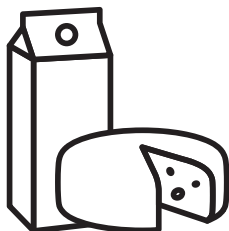
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

■ Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CA110)

## 104 poissonneries à Paris en 2023





## Crémeries et fromageries

**On recense 175 crémeries et fromageries à Paris en 2023.** Le nombre de crémeries augmente régulièrement depuis une douzaine d'années après avoir diminué les 10 années précédentes. C'est une tendance qui se confirme entre 2020 et 2023 ; **13 crémeries ou fromagers en plus se sont installées à Paris, dans tous les quartiers.** On

constate un maillage assez régulier des crémeries mais beaucoup d'entre elles se situent dans les rues "marché" de la capitale (rue Mouffetard, rue des Martyrs, rue d'Aligre, rue Daguerre, rue Poncet...). En plus de ces crémeries, les Parisiens bénéficient des 133 stands de crémeries-fromageries sur les marchés de plein air plusieurs fois par semaine.

### CRÈMERIES ET FROMAGERIES

Évolution 2020-2023 : + 8 %

- Maintien de l'activité (153)
- Création (22)
- Disparition (9)

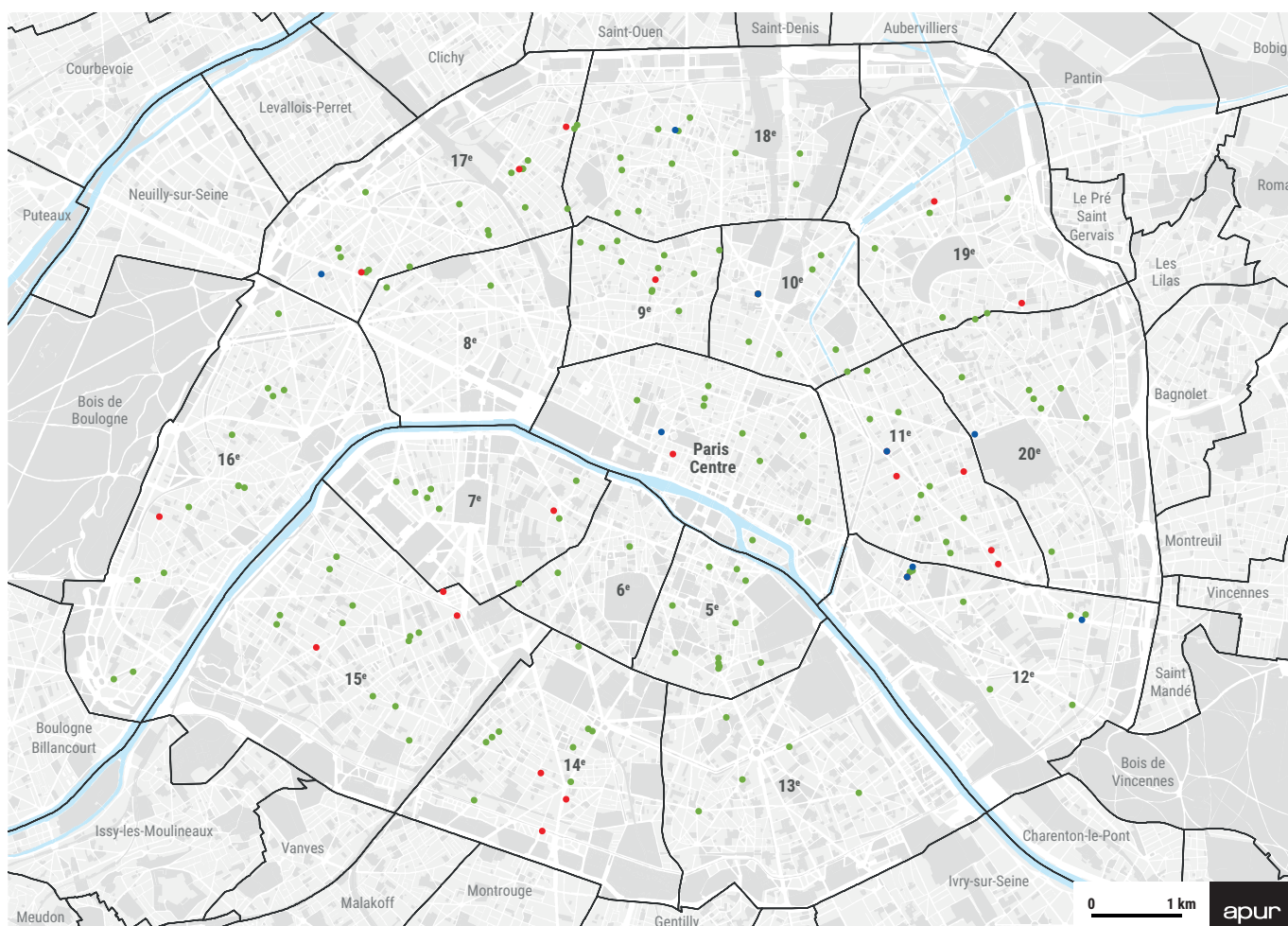
#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CA112)

**+13** crémeries-fromageries installées à Paris entre 2020 et 2023



## Cavistes

Démodés dans les années 1990, les cavistes ont su se rajeunir et se réinventer à l'orée des années 2000 pour séduire de nouveaux consommateurs. L'augmentation du nombre de magasins, de près de 100 % depuis 2000, en témoigne. **Depuis 2020, on en compte 61 de plus.** Le taux de rotation est un peu plus important qu'en moyenne à Paris (15 %), ce qui indique une vitalité assez forte du secteur. Pendant la crise sanitaire et la fermeture des bars et des restaurants, les cavistes ont connu une forte augmentation de leurs ventes qui s'est maintenue depuis. **En 2023, on dénombre ainsi 681 cavistes à Paris, soit**

plus que dans n'importe quelle autre ville au monde. Les magasins se situent dans tous les quartiers, à l'exception des quartiers les populaires, dans le nord-est de la capitale. D'ailleurs, la hausse des années 2000-2010 a été plus importante dans les quartiers qui ont vu leur population changer, comme les 3<sup>e</sup>, 10<sup>e</sup>, 11<sup>e</sup> arrondissements. **42 % des magasins appartiennent à un réseau d'enseigne.** Le plus important est constitué par les établissements Nicolas (156 boutiques) suivi d'assez loin par Le Repaire de Bacchus (31 boutiques) et Nysa (34 boutiques) qui progresse d'année en année depuis sa création en 2006.



# 681

cavistes en 2023

### CAVISTES

Évolution 2020-2023 : + 9,8 %

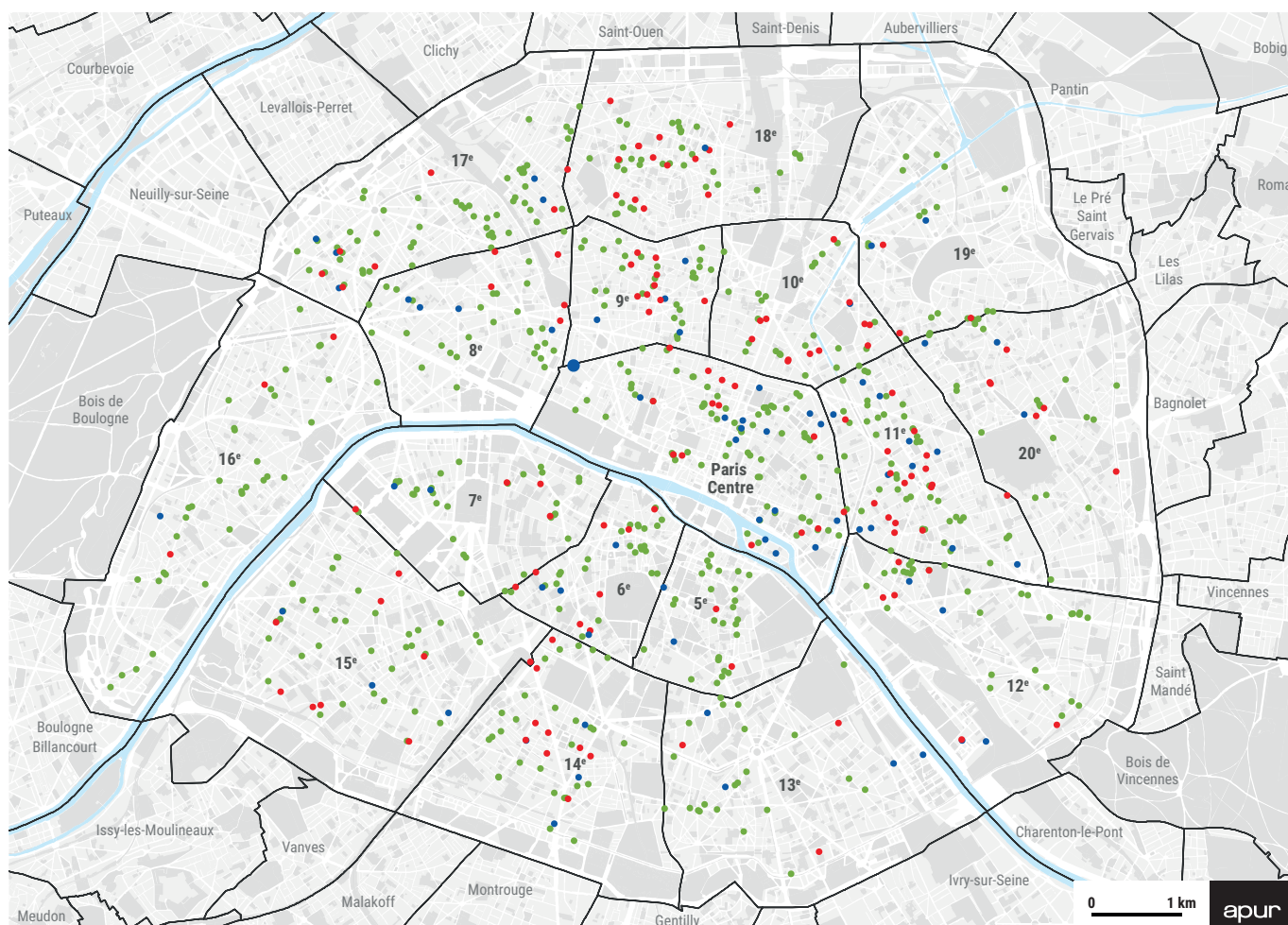
- Maintien de l'activité (549)
- Création (132)
- Disparition (71)

#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CA111)





**-100**

restaurants traditionnels  
en moins depuis 2020

**RESTAURANTS TRADITIONNELS**

Évolution 2020-2023 : - 1,6 %

Maintien de l'activité (5 643)

Création (630)

Disparition (735)

**Surface du local**

○ Moins de 300 m<sup>2</sup>

○ De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>

○ 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CH101 À CH109)

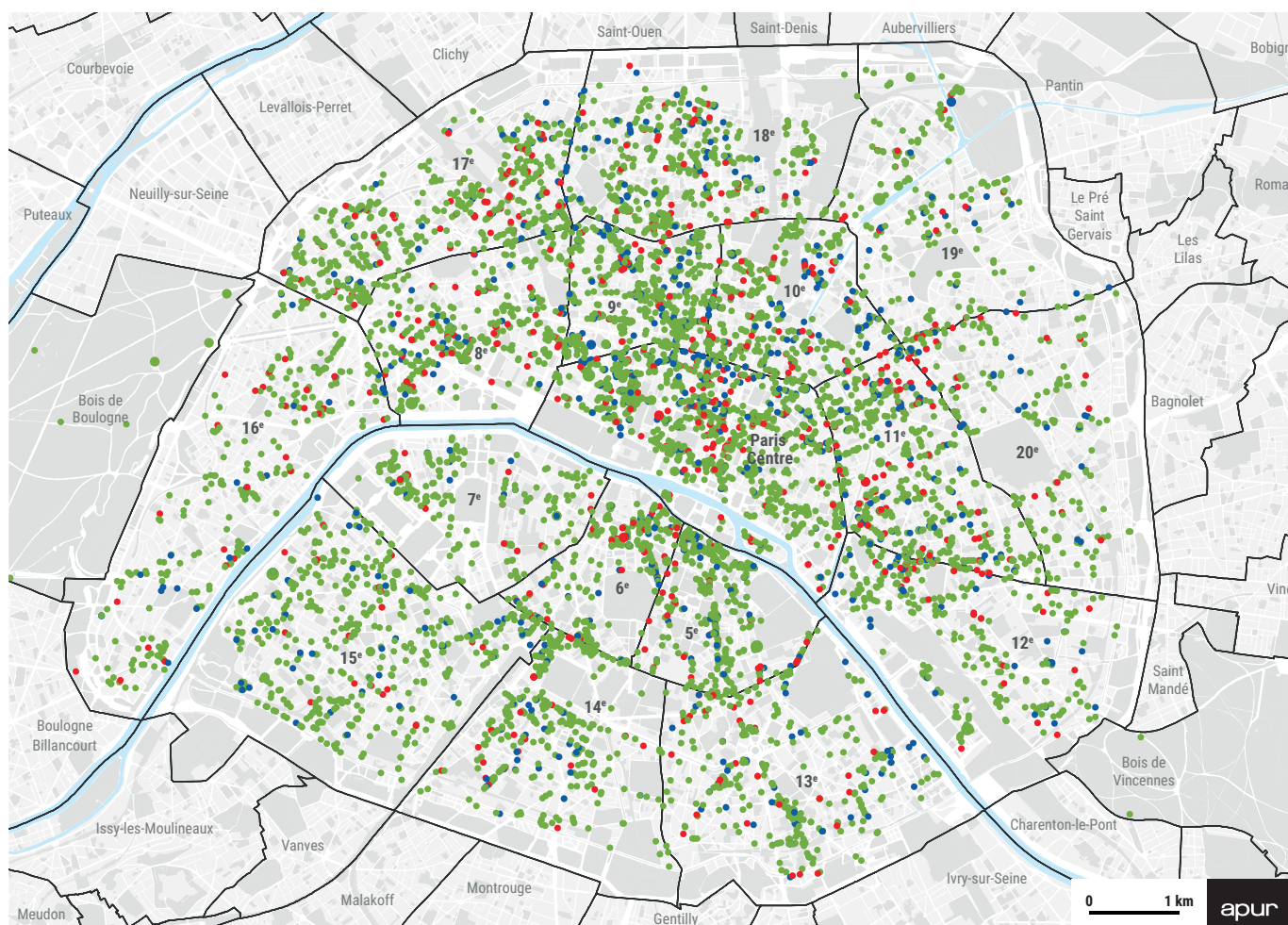
**Restaurants traditionnels**

Les 6273 restaurants de type traditionnel présents à Paris en 2023 se caractérisent, contrairement à la restauration de type rapide ou aux brasseries, par la mise en place de services sur des plages horaires fixes, généralement le midi et le soir, séparés par une pause au cours de laquelle l'établissement ferme ses portes. Implantés sur l'ensemble du territoire parisien, ces restaurants sont surtout regroupés au sein de polarités touristiques ou de fort passage comme à Montparnasse, Saint-Germain ou le long des avenues d'Ivry et de Choisy sur la rive gauche ou encore dans le secteur des Halles, des Grands Boulevards, à Pigalle ou aux abords des Champs-Élysées sur la rive droite.

Le nombre de restaurants traditionnels, qui était en constante augmentation depuis plus de 20 ans, subit **depuis 2020 une baisse d'une centaine d'établissements, notamment ceux proposant**

**de la cuisine française ou de pays européens.** Fortement touchés par les périodes de fermeture imposées et les mesures de restriction liées à la crise sanitaire de la Covid-19 en 2020 et 2021, les restaurants ont dû s'adapter. Afin de poursuivre une partie de leur activité durant cette période, ils ont développé des formules de plats à emporter ou de livraisons mais une partie d'entre eux n'ont pas eu cette possibilité, les plongeant dans de lourdes difficultés. Le remboursement des prêts mis en place par la puissance publique peut s'avérer aussi difficile. Enfin, 30 % des Français<sup>3</sup> déclarent ne sortir plus que rarement au restaurant en raison de l'augmentation du coût des repas due à l'inflation.

3 — Étude menée en mars 2023 dans 8 pays par Yougov, auprès de 8 043 répondants et 1 005 répondants en France.



## Brasseries et bars-cafés

On dénombre près de 5 000 brasseries, bars et cafés à Paris en 2023. Ces établissements sont très présents dans le centre et dans les quartiers à la fois denses en habitants et animés de la capitale en raison de la présence d'étudiants, de touristes et d'actifs. La carte fait ressortir certaines rues et certains quartiers qui concentrent de nombreux bars et cafés : rue Saint-Denis, rue de Lappe, rue Oberkampf, rue Saint-Maur..., les quartiers Saint-Michel/Saint-Germain-des-Prés, du faubourg Saint-Antoine faubourg Montmartre / rue Fontaine, de Château Rouge et de la Goutte d'Or et, plus généralement Paris Centre, les 9<sup>e</sup> et 11<sup>e</sup> arrondissements. Le nombre de brasseries et bars-cafés diminue très lentement depuis 20

ans avec une quinzaine d'établissements en moins par an en moyenne. En revanche le taux de rotation de ces établissements est très fort (19 % depuis 2020), ce qui peut indiquer une pérennité incertaine des entreprises. Pendant la crise sanitaire due à la Covid-19, les brasseries, bars et cafés parisiens ont très affecté par les confinements et les couvre-feux. Pour compenser une partie des pertes et permettre aux établissements d'accueillir plus de clients, la Ville de Paris a reformé le règlement des étalages et terrasses en juin 2021 permettant la mise en place de terrasses estivales sur les places de stationnement, les trottoirs entre le 1<sup>er</sup> avril et le 31 octobre. On en compte environ 4 500 en juin 2023.



près de **5 000**  
brasseries, bars et cafés  
à Paris en 2023

### BRASSERIES

Évolution 2020-2023 : -1,2 %

Maintien de l'activité (4 511)

Création (440)

Disparition (501)

#### Surface du local

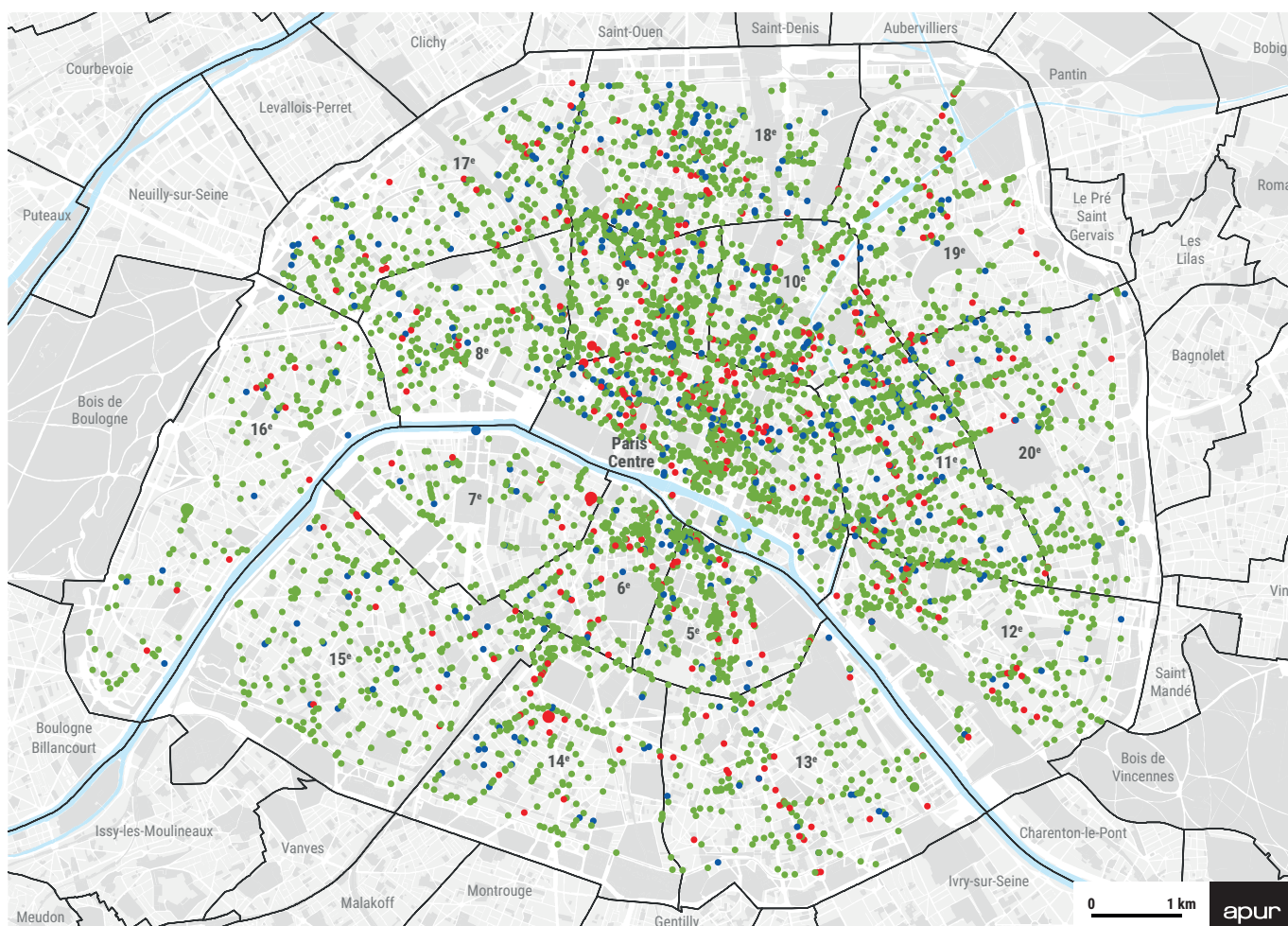
○ Moins de 300 m<sup>2</sup>

○ De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>

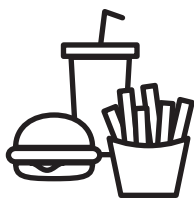
○ 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

■ Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CH201, CH202, CH401, CH402, CH403)







**4 027**

établissements  
de restauration rapide  
à Paris

## Restauration rapide

Contrairement aux brasseries et aux bars-café dont le nombre baisse légèrement, **le nombre de restaurants de type rapide a quasiment doublé depuis 2000**. Pratiques et le plus souvent bon marché, **les 4027 établissements répondent aux attentes de leurs clients** qui souhaitent déjeuner sans perdre de temps et limiter leur dépense. Ces restaurants se situent le long des grands axes animés du centre et des quartiers de bureaux parisiens. Le secteur de la restauration rapide comprend à la fois les grandes chaînes

de restauration avec des grandes chaînes qui maillent le territoire parisien comme « Mc Donald's » (69 restaurants), « Subway » (37 restaurants), « Cojean » (25) ou Prêt-à-Manger (22) et une myriade de petits établissements indépendants. On distingue la restauration rapide assise, où des tables et chaises sont disposées dans l'établissement pour permettre aux clients de consommer assis après avoir commandé à un comptoir et la restauration rapide debout avec des denrées uniquement à emporter.

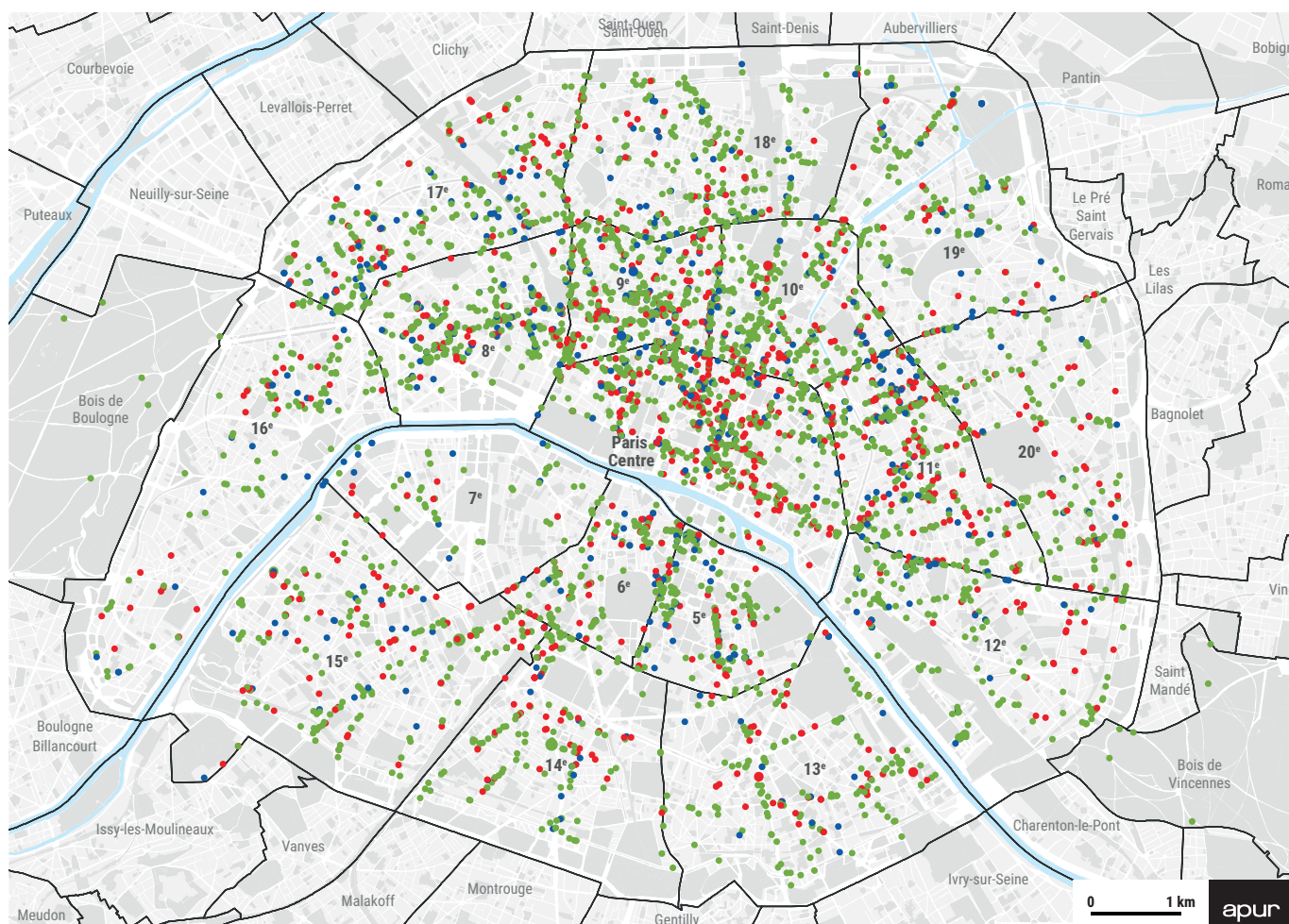
### RESTAURATION RAPIDE DEBOUT ET ASSIS

Évolution 2020-2023 : + 9,9 %

- Maintien de l'activité (3 076)
- Création (928)
- Disparition (568)

■ Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CH302 et CH303)



## Magasins de prêt-à-porter

Les magasins d'habillement de prêt-à-porter regroupent les articles pour femmes, hommes, mixte, enfants, la puériculture et la lingerie. **On dénombre 3 552 de ces magasins à Paris** dont la répartition ne suit pas celle de la population résidente. Ces commerces de destination sont regroupés dans 5 pôles (Les Halles / Rivoli, la rue des Francs Bourgeois et le Marais, Haussmann/Opéra, les Champs-Élysées et Saint Germain/Saint Michel sur la rive gauche) qui recoupent les Zones Touristiques Internationales (ZTI) créées en 2015 et une quinzaine de grandes artères (rue Saint-Dominique, rue du Faubourg Saint-Antoine, rue du

Commerce, rue de Passy...). **Les magasins de prêt-à-porter**, dont le nombre est resté stable (autour de 5 200 établissements) jusqu'en 2014, **subissent depuis lors une concurrence de plus en plus importante du commerce en ligne**. Cet effet de concurrence s'est vraisemblablement aggravé avec la crise sanitaire de la Covid-19. **Plus de 1 600 établissements ont disparu depuis 2014, soit une baisse d'un tiers des magasins**. Cette baisse touche, de manière quasi équivalente les magasins en réseaux (qui en représentent la moitié) que les indépendants. Il en résulte un taux de rotation, assez fort (18 % entre 2020 et 2023).



### MAGASINS DE PRÊT-À-PORTER

Évolution 2020-2023 : -12,3 %

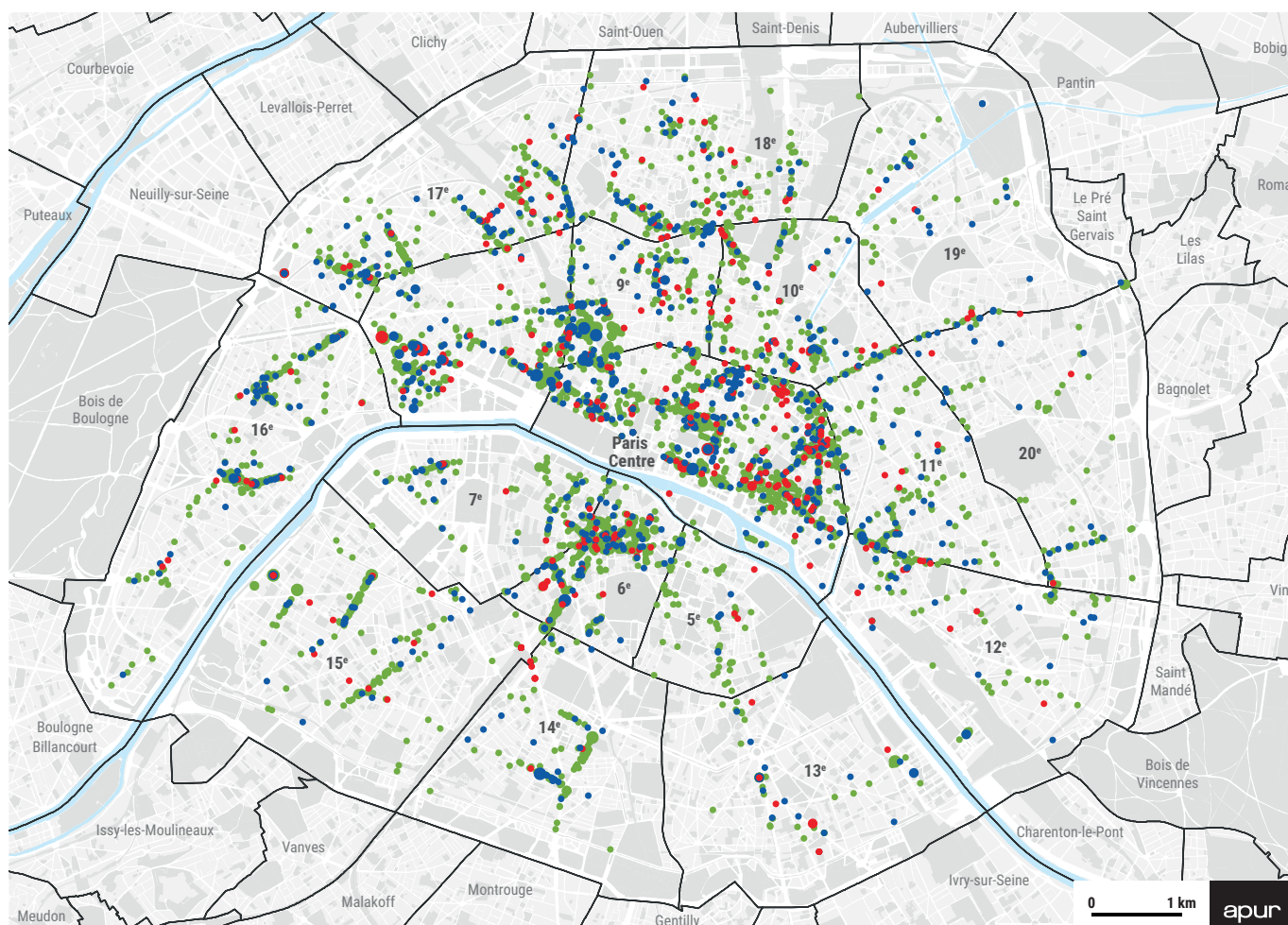
- Maintien de l'activité (3 151)
- Création (381)
- Disparition (875)

#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

■ Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CB104 à CB108, CB110)



## Friperies-solderies-dépôts vente de vêtements



Le marché de la seconde main pour les vêtements et les chaussures est devenu en quelques années un mode de consommation de plus en plus important. Il constitue une concurrence notable pour les commerces physiques de chaussures et de prêt-à-porter neuf. Le fait de faire des économies, d'acheter plus avec le même budget et de donner

une seconde vie aux vêtements sont les principales motivations des consommateurs. D'après l'Institut Enov, les deux tiers des clients achètent directement via internet. Deux sites sont visités en priorité : « Le Bon Coin » et « Vinted ». Cependant **le nombre de magasins de seconde main de vêtements augmente nettement depuis 2020.**

### FRIPERIES - SOLDERIES DÉPÔTS VENTE DE VÊTEMENTS

Évolution 2020-2023 : + 27,6 %

- Maintien de l'activité (197)
- Création (113)
- Disparition (46)

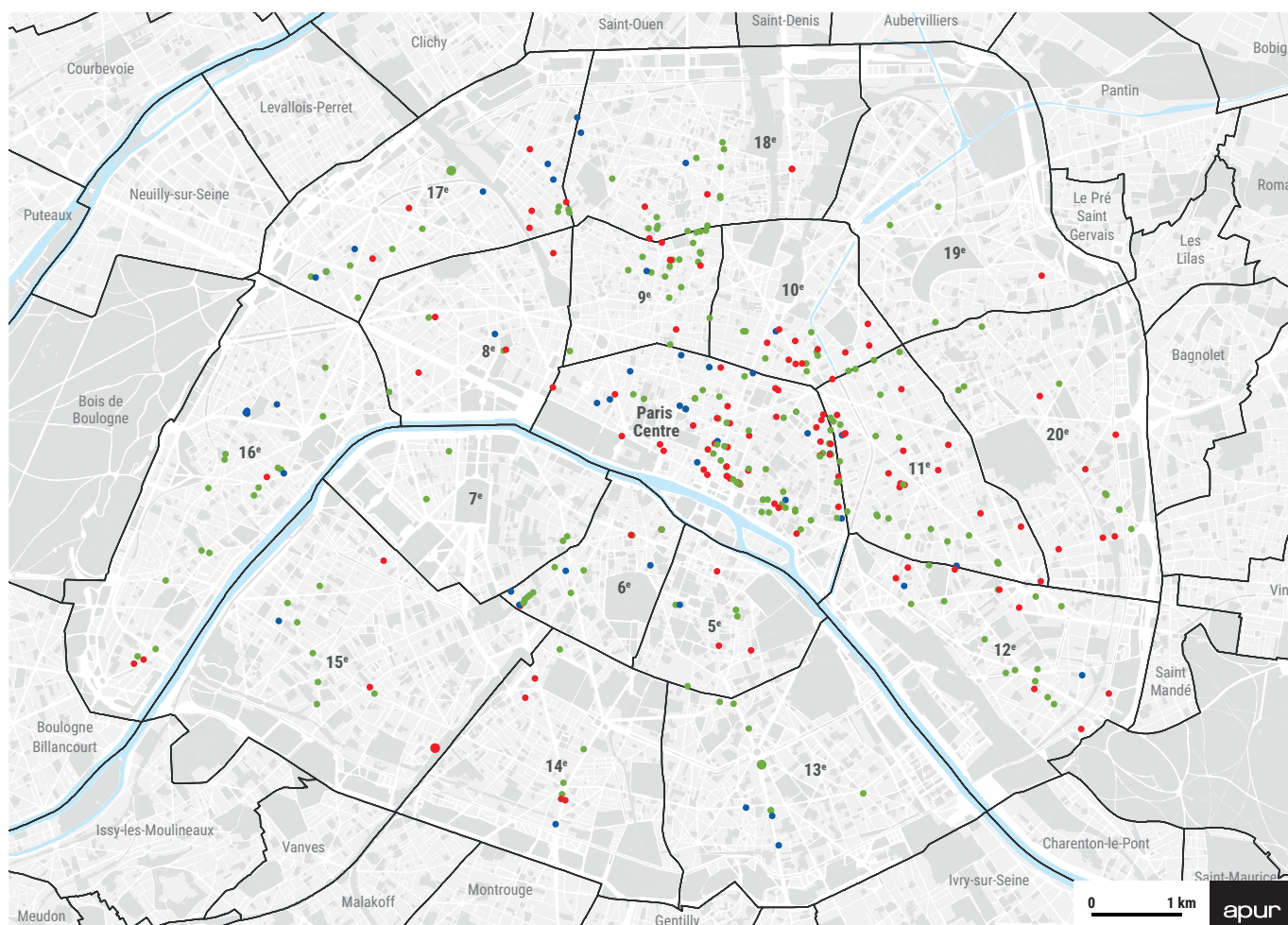
#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CB109)

*+ 27,6 % de friperies, solderies et dépôts-ventes de vêtements à Paris depuis 2020*



## Commerces de gros de textile et d'habillement

Le commerce de gros de textile et d'habillement s'est installé et a prospéré dans le quartier du Sentier à partir du début du XIX<sup>e</sup> siècle. L'âge d'or des années 1960 et 1970 correspond au développement du prêt-à-porter de masse où les grossistes sont capables de répondre immédiatement à une forte demande nationale et internationale. À partir des années 1980, un second pôle apparaît dans le 11<sup>e</sup> arrondissement, dans le quartier des rues Sedaine et Popincourt, qui croît rapidement et concurrence les activités du Sentier qui, elles, commencent à décliner. À partir de 2004, les opérations Vital'Quartier luttent contre la mono activité et favorisent l'installation de commerces de proximité. Dans le même temps, la concurrence des produits importés asiatiques et très bon

marché est très dure. Les quartiers du centre de Paris ne sont plus propices à cette activité et la plupart des grossistes quittent Paris pour s'installer en banlieue, à Aubervilliers ou près de Roissy, dans des locaux plus adaptés. En l'an 2000, on dénombrait 2 206 grossistes dans des boutiques situées en rez-de-chaussée des rues parisiennes, **ils ne sont plus que 429 en 2023, soit une baisse de 80 % de leurs effectifs.** Sur les dernières années, la baisse s'accélère, puisqu'en 6 ans, leur nombre a diminué de plus de la moitié. Les quartiers du Sentier et de Sedaine-Popincourt sont ceux qui, actuellement, se transforment le plus à Paris, avec l'arrivée de nouveaux commerces plus en phase avec les besoins de la population résidente et présente la journée.

**429** en 2023,  
soit **-80 %** en 20 ans

### COMMERCES DE GROS DE TEXTILE ET D'HABILLEMENT

Évolution 2020-2023 : **-23,7 %**

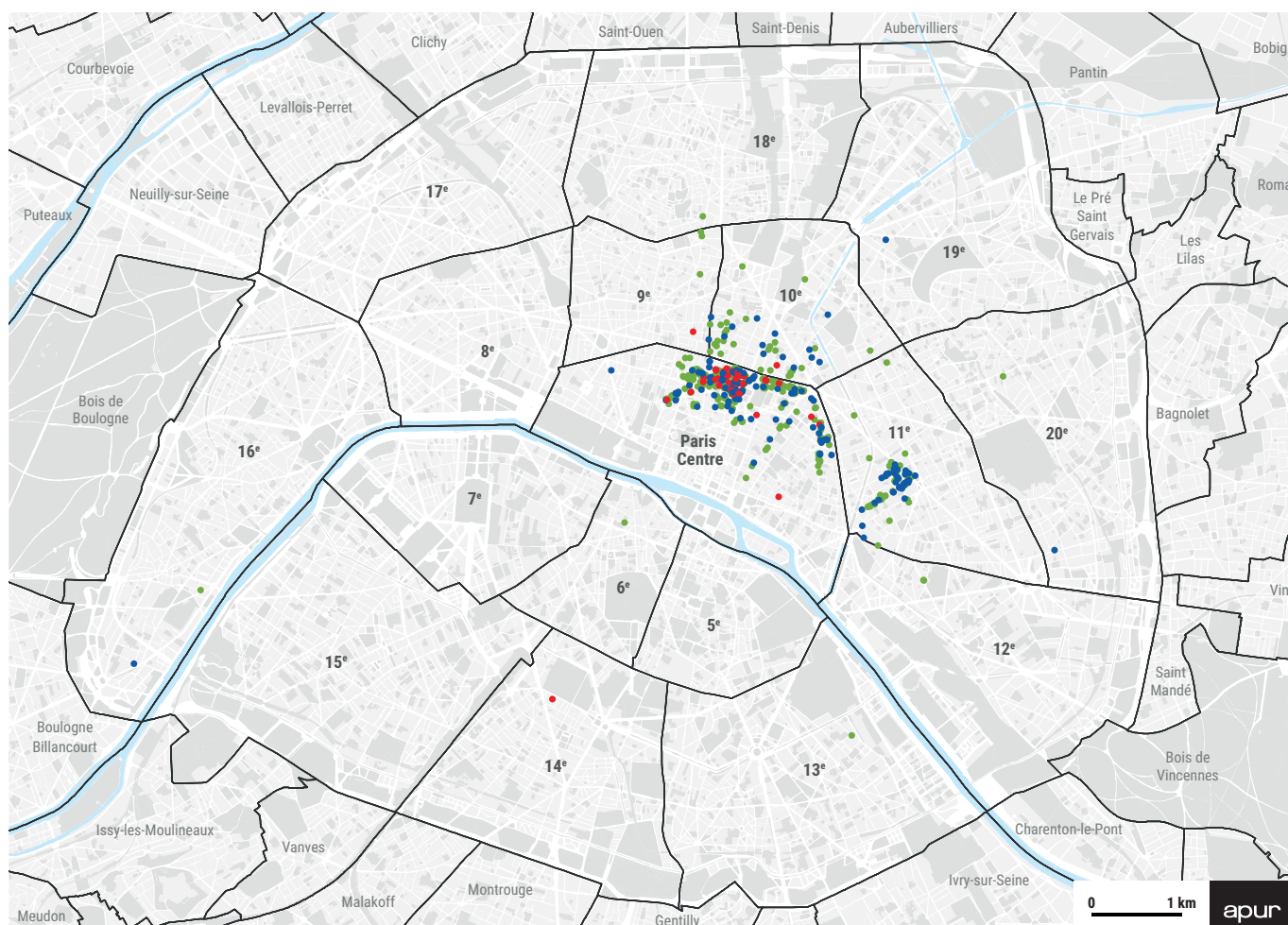
- Maintien de l'activité (383)
- Création (46)
- Disparition (179)

#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

■ Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : AB102, AB103)



Depuis 2020,  
la baisse du nombre  
de librairies  
est enrayée

## Librairies

Paris est la ville au monde qui concentre le plus de librairies. Celles-ci se sont concentrées depuis le XVI<sup>e</sup> siècle dans le Quartier Latin, à cheval sur les 5<sup>e</sup> et 6<sup>e</sup> arrondissements, à proximité de la Sorbonne. Ailleurs, l'implantation est plus éparse. **Le nombre de librairies diminue depuis plus de 20 ans (-46 % soit -460 librairies depuis 2000)** à cause, d'abord, de la concurrence des grandes enseignes de produits culturels (« Fnac », « Virgin »...), puis de celle du commerce en ligne. « Amazon » devient, de fait, le plus grand libraire mondial. S'ajoutent les faibles marges et le coût de l'immobilier parisien qui précipitent les fermetures. Afin d'enrayer cette chute, l'opération Vital'Quartier 2, initiée en 2008, intervient pour maintenir des librairies dans le Quartier Latin en préemptant et rénovant les locaux. De-

puis 2020, la baisse du nombre de librairies semble enrayerée (-3 librairies par an en moyenne sur les 3 dernières années contre une vingtaine par an auparavant). Plusieurs librairies nouvelles s'ancrent dans les quartiers périphériques. Elles développent des rayons spécialisés dans la bande dessinée, les mangas, les livres d'art ou bien encore des livres illustrés pour les plus jeunes. Pour se démarquer des sites de vente en ligne, elles organisent aussi des rencontres, des dédicaces avec des auteurs. De plus en plus de librairies indépendantes, qui sont les plus nombreuses (seules 10 % appartiennent à un réseau d'enseigne), se regroupent, pour mutualiser leurs stocks et proposer, à travers des sites internet, de rechercher, réserver et se faire livrer (réseaux Paris Librairies, Librest, Canal BD...).

### LIBRAIRIES

Évolution 2020-2023 : -1,4 %

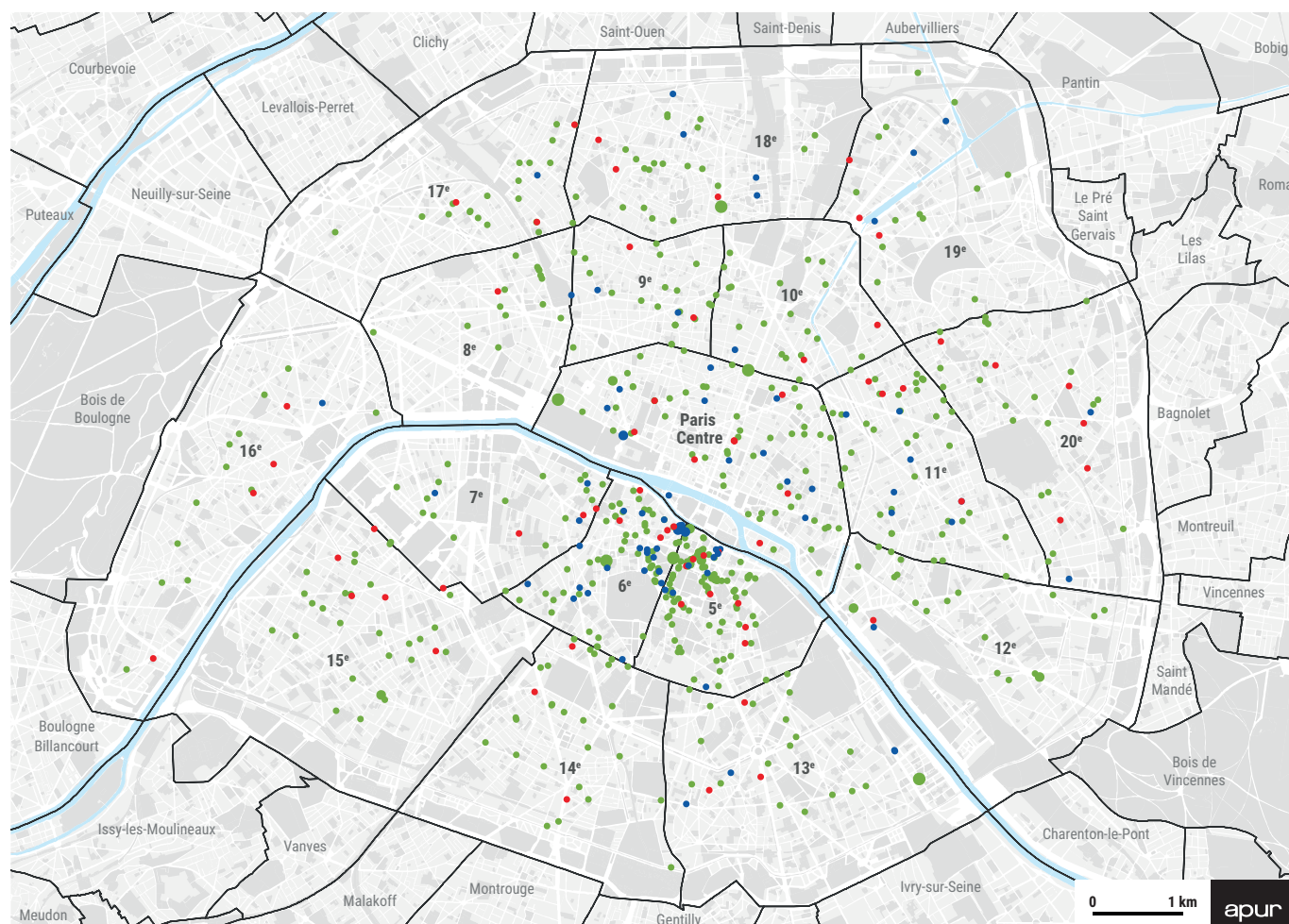
- Maintien de l'activité (493)
- Création (67)
- Disparition (75)

#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

■ Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CE101)



## Hôtels de tourisme

On dénombre 1 732 hôtels de tourisme en 2023 à Paris, ce qui représente environ 85 000 chambres. Les hôtels sont classés en 5 catégories allant de 1 à 5\* (plus les non classés). Les différentes catégories d'hôtels répondent à des localisations particulières. 12 % des hôtels sont non classés ou ont 1\*. Ils sont plutôt petits ayant 30 chambres en moyenne par hôtel. 11 % du parc hôtelier est composé d'hôtels 2\*, de capacité modeste également (43 chambres par hôtel) qui se situent à proximité de gares ou encore d'axes touristiques, tels que les grands boulevards ; beaucoup sont dans le 10<sup>e</sup> et surtout le 9<sup>e</sup> arrondissement. Les hôtels 3\* représentent le segment le plus important de l'offre (39 % des hôtels) et restent de taille assez modérée (55 chambres par hôtel). Les hôtels 4\* totalisent 28 % du parc. Ils se rencontrent aux abords des principaux sites et quartiers touristiques parisiens. En-

fin, les hôtels 5\* (6 % du parc) sont situés presque exclusivement dans le centre-ouest de Paris, en particulier le long de l'axe majeur qui relie le Louvre à la Porte Maillot. D'une taille moyenne élevée (94 chambres par hôtel), on compte 12 palaces parmi eux, dans les 1<sup>er</sup>, 6<sup>e</sup>, 8<sup>e</sup> et 16<sup>e</sup> arrondissements tels que Le Lutétia, Le Bristol, le Crillon, Le George V, Le Mandarin Oriental, Le Meurice, Le Hyatt Paris-Vendôme, le Peninsula, le Plaza Athénée, La Réserve, Le Royal Monceau et le Shangri-La. À noter que le taux d'appartenance des hôtels à une chaîne augmente avec le nombre d'étoiles. Depuis de nombreuses années, les transformations du parc hôtelier parisien vont dans le sens d'une montée en gamme des établissements mais aussi de la création de grands établissements en périphérie de Paris, faisant ainsi augmenter les capacités hôtelières de la capitale en vue de grands événements à venir.

**1 732** hôtels  
de tourisme  
et **85 000** chambres  
à Paris en 2023

### HÔTELS DE TOURISME

Évolution 2020-2023 : +1,1 %

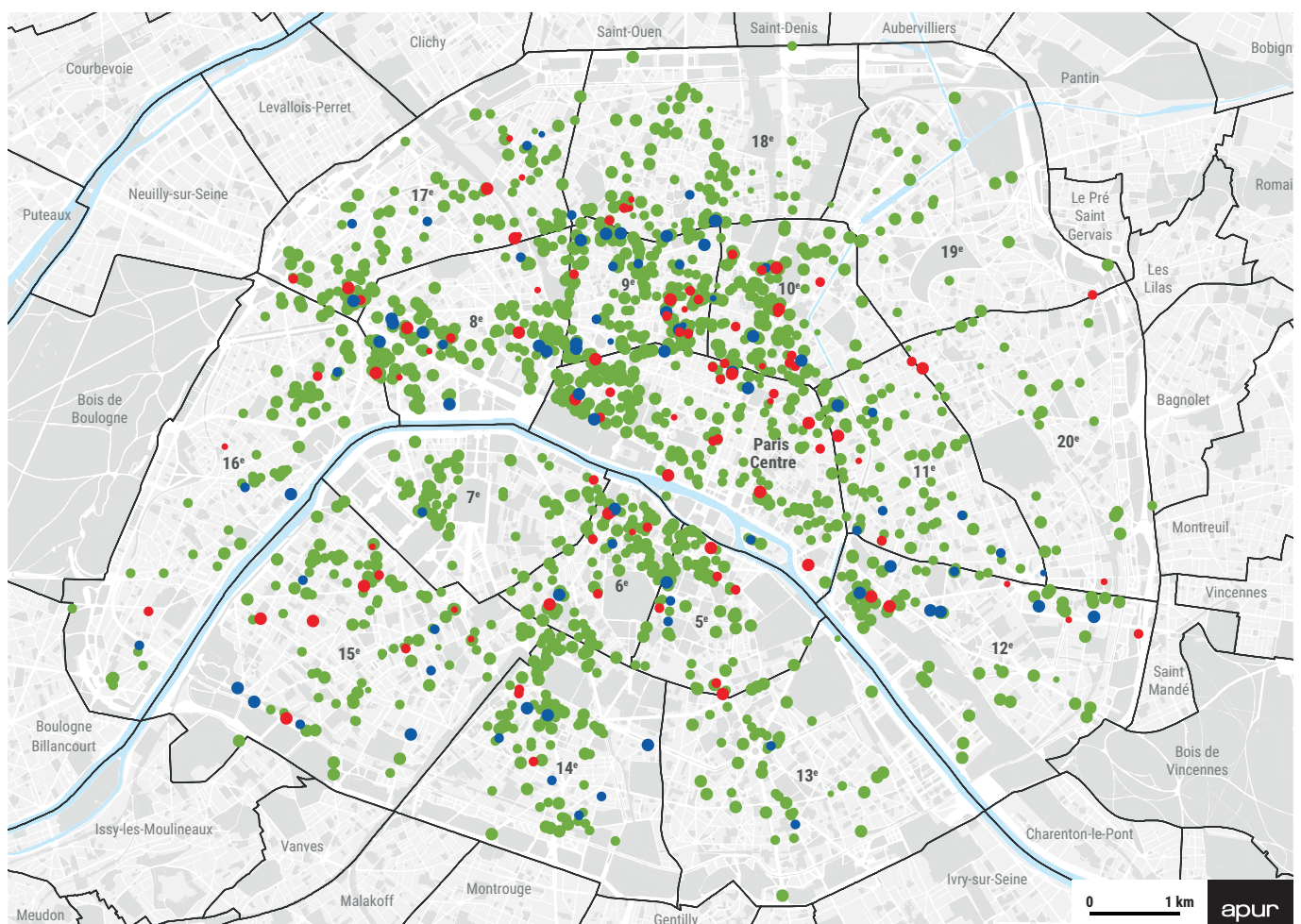
- Maintien de l'activité (1 567)
- Création (102)
- Disparition (84)

#### Surface du local

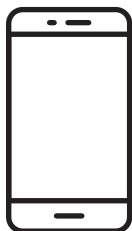
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

■ Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CI101 à CI107)



## Téléphonie



### TÉLÉPHONIE

Évolution 2020-2023 : +0,4 %

- Maintien de l'activité (697)
- Création (142)
- Disparition (139)

#### Surface du local

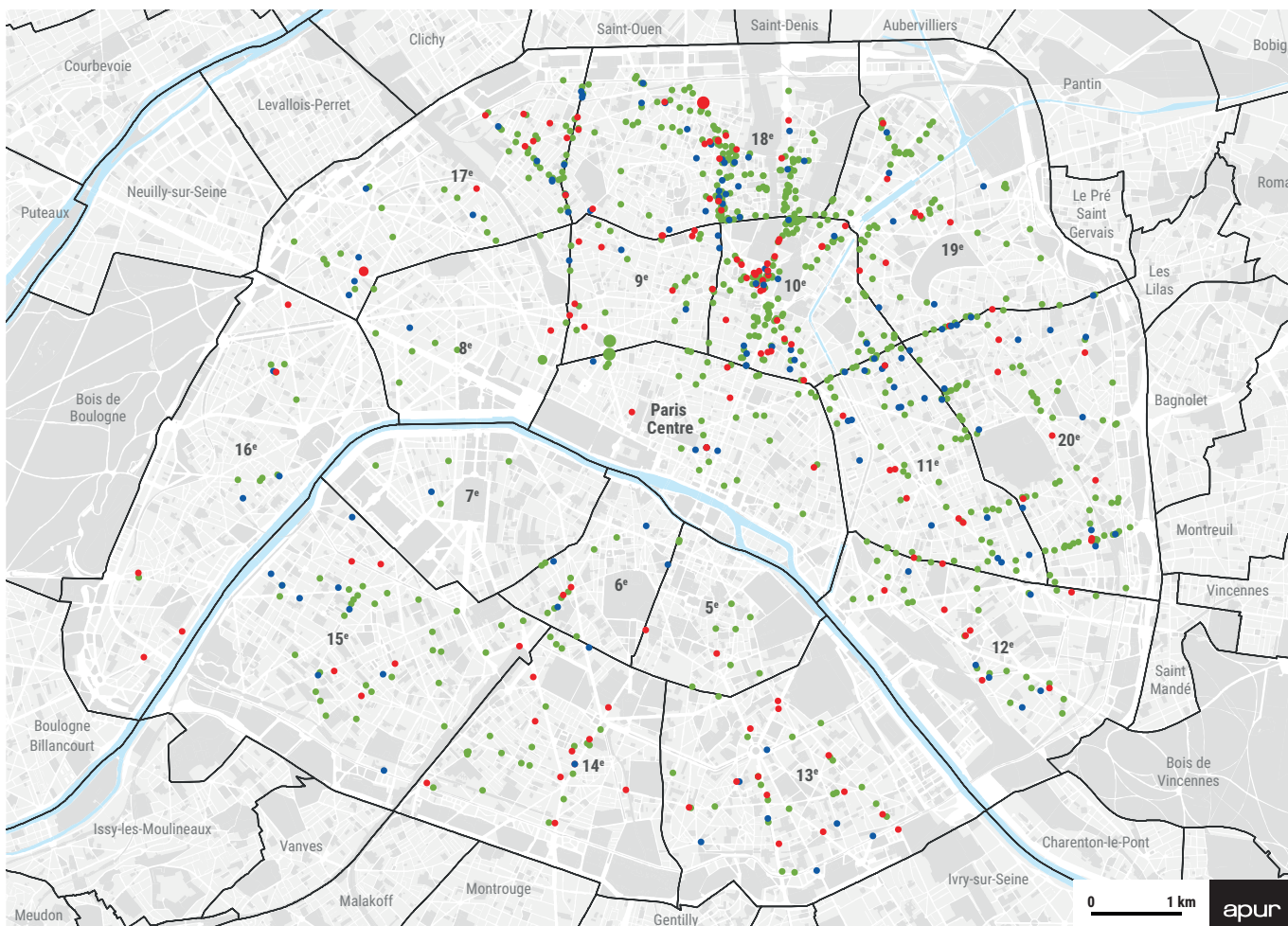
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CE402, CE403, SB303)

La téléphonie mobile est une technologie assez récente qui s'est largement diffusée à la fin des années 1990. **Les magasins de vente de téléphones mobiles et de réparation se sont alors multipliés entre 2000 et 2010, jusqu'à compter plus de 1 000 boutiques à Paris.** Sur les 10 dernières années, le nombre d'agences et de boutiques est resté stable, avec environ **800 unités**. Il faut distinguer, d'une part les **94 agences des grands opérateurs de réseau mobile et magasins de vente des grands constructeurs** et d'autre part les **745 petits réparateurs de téléphone et les vendeurs d'accessoires** comme les étuis de protection et les boutiques d'opérateurs de réseau mobile virtuel qui ne possèdent pas d'infrastructure de réseau propre. Les agences des grands opérateurs font toutes parties d'un réseau d'enseigne comme Orange, SFR, Bouygues Telecom

et Free mobile. Du fait que les clients ont de plus en plus recours à internet pour acheter et ne se rendent plus que rarement en boutique, ces grands opérateurs ont réduit leur réseau d'agences de moitié environ depuis 2014. On constate, en revanche une augmentation des boutiques discount comme Lycamobile ou Lebara qui contrôle plusieurs boutiques commercialisant des services de téléphonie et d'internet mobile internationaux à bas prix au moyen de cartes rechargeables. Alors que les grands opérateurs ont cherché à ouvrir des agences dans tous les quartiers, les boutiques discount se concentrent au plus près de leur clientèle, populaire et souvent d'origine étrangère qui appelle régulièrement leur famille à l'étranger et souhaite en maîtriser le coût et qui habite majoritairement dans les arrondissements du nord-est parisien.



## Pharmacies

On recense 878 pharmacies à Paris, en 2020, qui maillent presque entièrement le territoire puisque 92 % des Parisiens habitent à moins de 5 minutes à pied d'une officine<sup>4</sup>. Les quelque 8 % qui habitent à plus de 5 minutes se localisent principalement dans les nouvelles récentes opérations d'urbanisme comme Paris-Rive-Gauche, Clichy-Batignolles ou Paris-Nord-Est. Les mouvements de fermeture ou d'ouverture du nombre de pharmacies sont très faibles; en 2 ans et demi le taux de rotation est de 3 %. En dehors des nouveaux quartiers, on constate une

diminution, assez lente, de leur nombre depuis 20 ans (-190 officines). Celles qui ferment sont principalement de petites pharmacies qui n'ont pas su s'adapter aux nouvelles demandes de leur clientèle. Il existe, en effet, une demande croissante pour la parapharmacie et pour les produits de bien-être au-delà du soin médical. Les pharmacies qui ouvrent sont, en général, plus grandes et consacrent une surface de rayon plus importante à la parapharmacie.

4 – Les commerces du quotidien dans le Grand Paris, Apur, novembre 2020



### PHARMACIES

Évolution 2020-2023 : -1,8 %

- Maintien de l'activité (859)
- Création (19)
- Disparition (35)

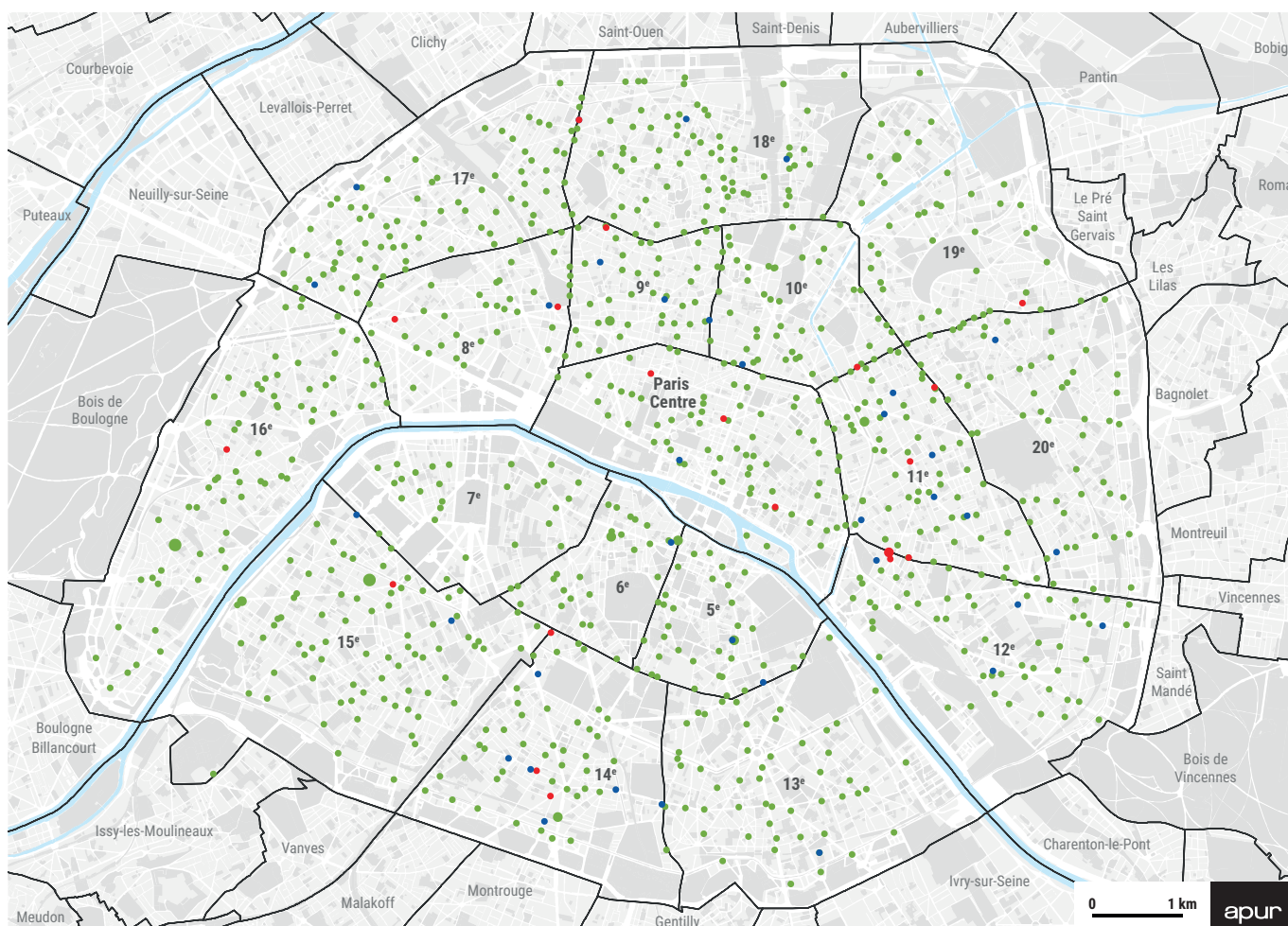
#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

■ Principaux équipements

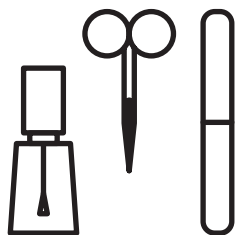
Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CC101)

**878** pharmacies à Paris en 2023  
(190 officines disparues depuis 20 ans)





## Ongleries



Apparue aux États-Unis dans les années 1950 et en Allemagne vers les années 1980, la pose d'ongles connaît un engouement plus récent en France, ce qui explique l'augmentation très forte ces dernières années du nombre d'ongleries. **Depuis 2014, le nombre d'ongleries a plus que doublé.** Le secteur est très dynamique et le taux de rota-

tion, entre 2020 et 2023 s'élève à 19 %. **On recense 565 établissements de ce type en 2023.** Les nouvelles ongleries se localisent surtout dans les quartiers résidentiels pour être au plus près de leur clientèle. On constate cependant que les quartiers du nord-est ou bien le 13<sup>e</sup> arrondissement, plus populaires, sont moins concernés.

### ONGLERIES

Évolution 2020-2023 : +20,2 %

- Maintien de l'activité (409)
- Création (156)
- Disparition (61)

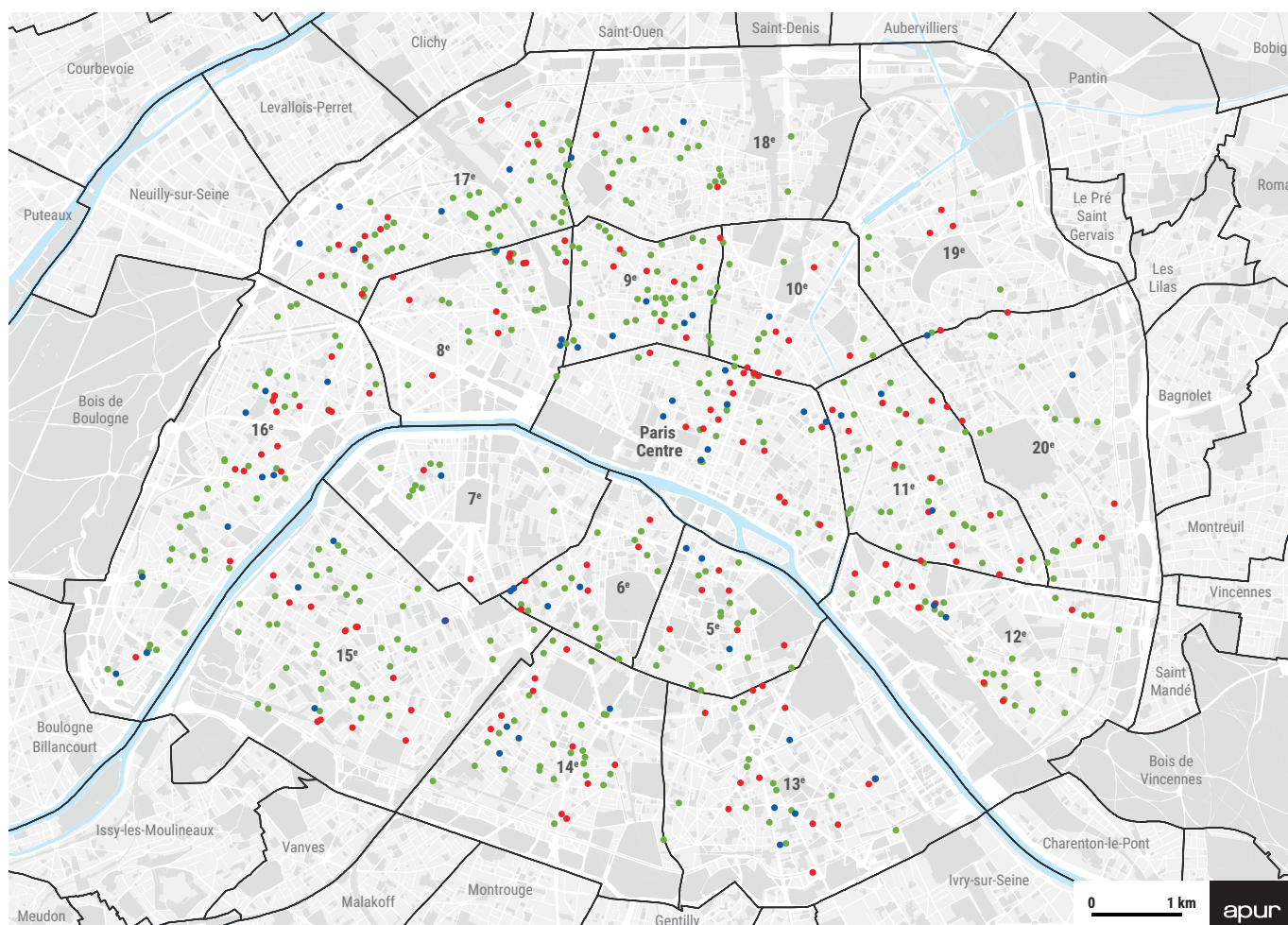
#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : SA203)

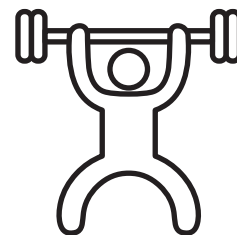
**565** ongleries à Paris en 2023  
(**156** nouvelles boutiques depuis trois ans)



## Salles de sport

Prendre soin de son corps, faire plus attention à sa santé et à son apparence physique sont, depuis une vingtaine d'années, des tendances de fond de la société citadine. Alors que la capitale compte assez peu d'équipements sportifs de plein air ou en gymnases rapportés au nombre d'habitants ou de présents, les Parisiens ressentent la nécessité d'exercer une activité physique régulièrement. Pour répondre à cette demande, **le nombre de salles multisports (195 en 2023) et les salles de sport spécialisées (297 en 2020) s'est multiplié depuis une dizaine**

**d'années** avec le développement d'enseignes comme Body Hit (31 salles à Paris), Basic fit (26 salles), Les Cercles de la Forme (20 salles) ou Neones (18 salles) et des formules d'abonnement bon marché. **Le rythme d'implantation des salles de sport**, très fort depuis 2011 (une trentaine de nouvelles salles de sport chaque année), **s'est ralenti ces dernières années (5 nouvelles salles de sport par an entre 2020 et 2023)**. Les nouvelles salles de sport qui désirent s'implanter doivent, en général, trouver de grands locaux, ce qui n'est pas toujours possible.



### SALLES DE SPORT

Évolution 2020-2023 : +8,4 %

- Maintien de l'activité (387)
- Création (105)
- Disparition (67)

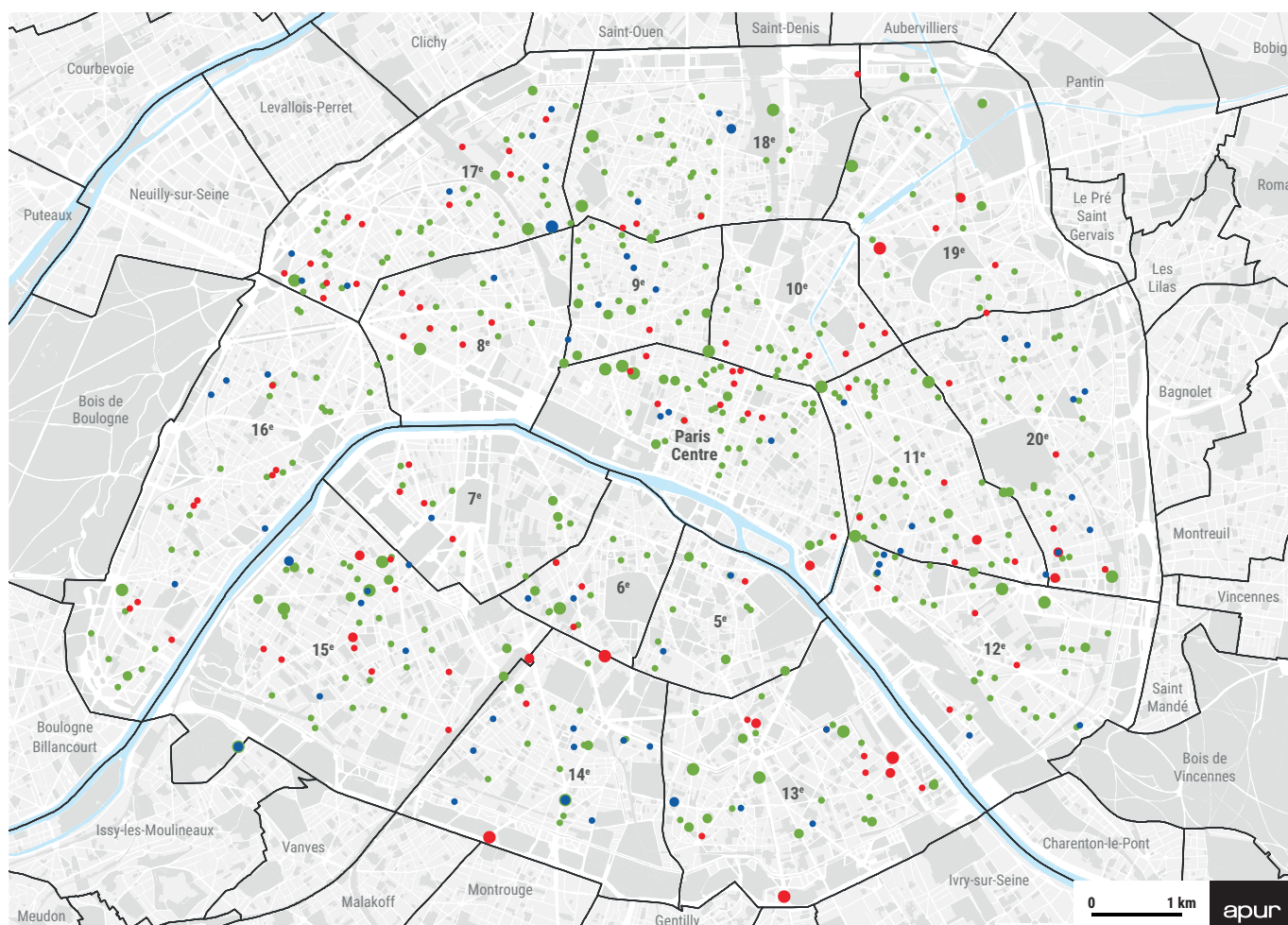
#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

■ Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : SA405, SA406)

**195** salles multisports à Paris en 2023  
(5 nouvelles salles par an depuis 2020)



**247** magasins en 2023 (leur nombre a presque triplé depuis 2014)

**VENTE, RÉPARATION ET LOCATION DE VÉLOS**

**Évolution 2020-2023 : +38,8 %**

- Maintien de l'activité (150)
- Création (97)
- Disparition (28)

**Surface du local**

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

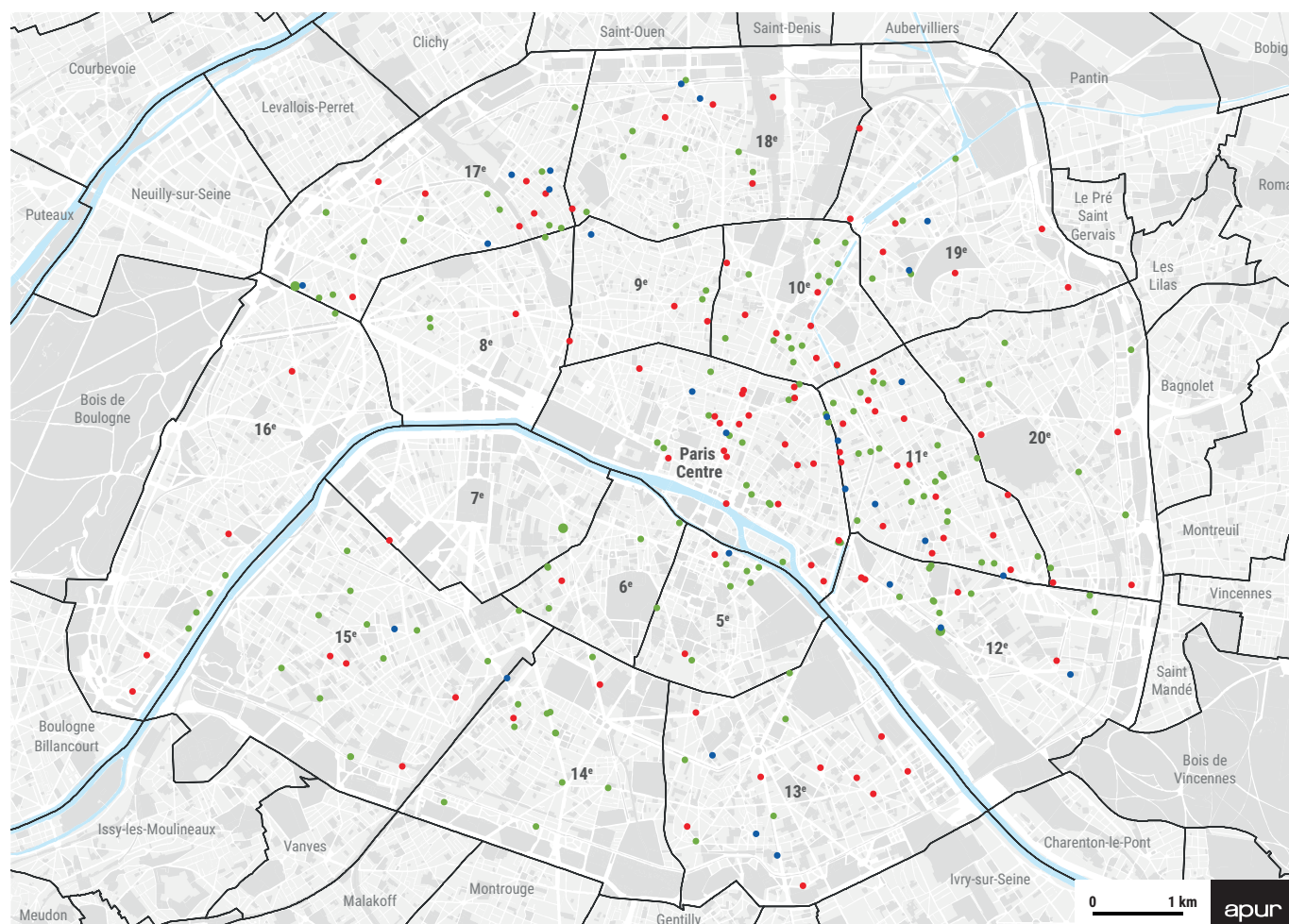
Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CE203)

**Vente, réparation et location de vélos**

Depuis 2014, le nombre de magasins et/ou réparateurs de vélos a presque triplé passant de 86 établissements à 247 aujourd'hui. La pratique du vélo à Paris qui avait nettement décliné dans l'Après-Guerre au profit de l'automobile individuelle, est de nouveau en forte hausse depuis une vingtaine d'années. La municipalité a beaucoup contribué à encourager cette pratique avec la création du système de 20 000 vélos en libre-service Vélib', déployé à partir de 2007 dont 8 000 vélos électriques depuis 2018. Cette offre a encouragé d'autres acteurs à proposer une offre de vélos à louer en « free floating », c'est-à-dire sans borne d'accroche comme Lime, Dott ou Pony. Par ailleurs, parallèlement, la Ville de Paris accroît significativement la mise en place de pistes

cyclables et notamment 60 km de « coronapistes » qui ont été pérennisées. Tout le territoire parisien n'est pas encore couvert par des vendeurs et/ou réparateurs de vélos et certains arrondissements sont moins bien fournis, notamment certains arrondissements de l'ouest ou périphériques (7<sup>e</sup>, 8<sup>e</sup>, 16<sup>e</sup>). D'autres quartiers, au contraire, ont connu de nombreuses implantations, comme dans le 11<sup>e</sup> et le quartier des Batignolles. Alors que l'augmentation du nombre de magasins sur 2 ans et demi est de 39 %, le taux de rotation est assez important (25 %), ce qui indique un dynamisme de ce secteur. Pour l'instant un quart des magasins dépend d'un réseau d'enseigne, les 3 plus implantées sont Exc.fr (9 magasins), Cyclable (8 magasins) et En Selle Marcel (6 magasins).



## Agences d'intérim

Les agences d'intérim, aussi nommées agences de placement ou agences de travail temporaire, sont des agences qui mettent à la disposition des entreprises, des salariés intérimaires pour une durée limitée. Les agences d'intérim peuvent être spécialisées dans un secteur d'activité ou être généraliste. **On recense 233 agences d'intérim dans une boutique en rez-de-chaussée en 2023 à Paris.** Leur localisation est très polarisée dans le 10<sup>e</sup> arrondissement (1/3 des agences), le long du

boulevard Magenta et près des gares de l'Est et du Nord, dans le 11<sup>e</sup>, autour de la place de la Nation et dans le 12<sup>e</sup>, près de la gare de Lyon. Un 4<sup>e</sup> pôle, plus diffus, se situe autour de la gare Saint-Lazare. Les agences d'intérim « physiques » sont de plus en plus concurrencées par les plateformes en ligne mises en place par des startups ou les majors du marché que sont Adecco ou Manpower. De ce fait, **leur nombre baisse régulièrement depuis 2007 (-177 soit -43 %).**



### AGENCES D'INTÉRIM

Évolution 2020-2023 : -7,9 %

- Maintien de l'activité (202)
- Création (31)
- Disparition (51)

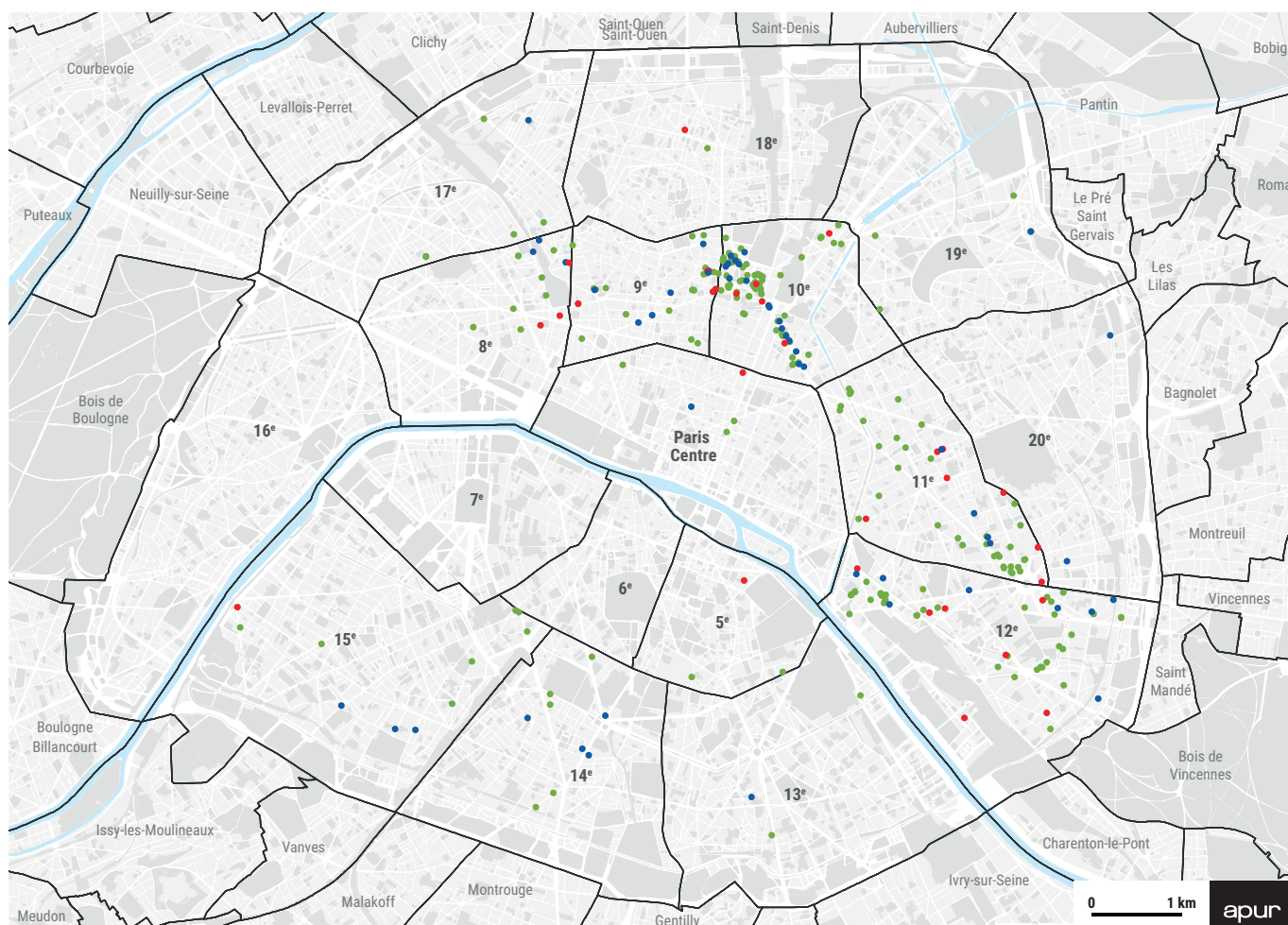
#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

■ Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : SA507)

## 233 agences d'intérim à Paris en 2023 (-177 depuis 2007, soit -43 %)





## Agences immobilières

On recense **1 871 agences immobilières en 2023 à Paris**. Après avoir connu une hausse jusqu'en 2007, leur nombre est relativement stable depuis lors avec une légère baisse à la suite de la crise économique de 2009 rattrapée 10 ans plus tard puis **de nouveau une légère baisse depuis 2020**. En 20 ans, les prix des appartements anciens à Paris ont augmenté beaucoup plus vite que l'inflation pour atteindre 10 310 €/m<sup>2</sup> au 1<sup>er</sup> trimestre 2023 contre 3 660 €/m<sup>2</sup> au 1<sup>er</sup> trimestre 2003, mais depuis 2021 les prix de vente ont tendance à fléchir légèrement à cause de la remon-

tée des taux d'emprunts. **Depuis 2 ans et demi, le nombre d'agences immobilières a augmenté de 4 %, mais le taux de rotation est assez fort, plus de 15 %, ce qui indique une certaine fragilité de la profession**. Celle-ci s'est organisée autour de grands réseaux d'enseignes qui comptent pour plus d'un tiers des agences. Les plus développés sont Century 21 (71 agences), Laforêt Immobilier (55 agences) et Orpi (43 agences). Ces réseaux d'agences maillent tout le territoire parisien avec cependant une préférence pour les quartiers les plus aisés.

### AGENCES IMMOBILIÈRES

Évolution 2020-2023 : **-3,5 %**

- Maintien de l'activité (1 651)
- Création (220)
- Disparition (288)

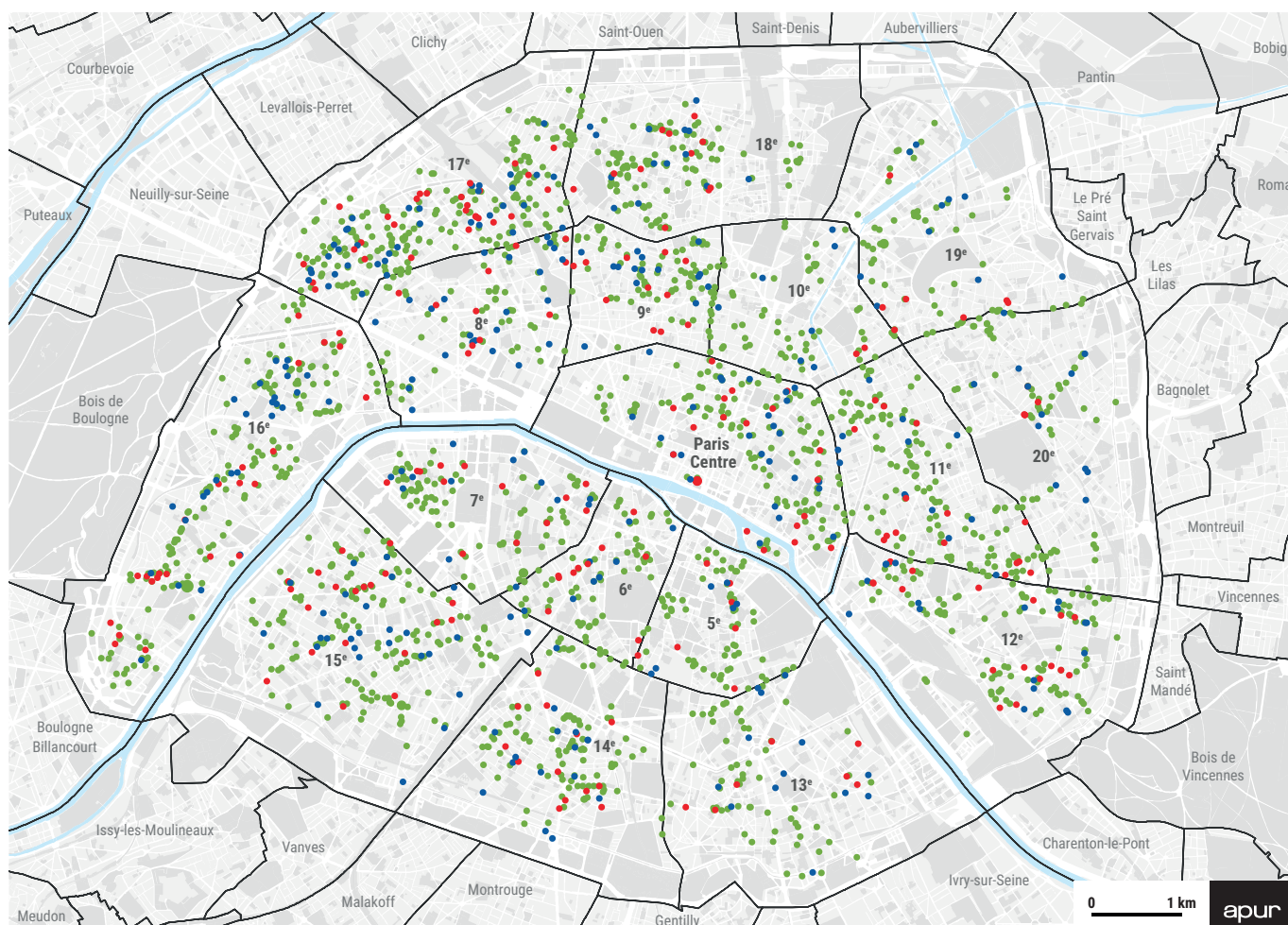
#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

Principaux équipements

Source : Apur - BDCCom 2023  
(code activité : SB101)

**1 871** agences immobilières à Paris en 2023 (en légère baisse depuis 2020)



## Agences bancaires

La forte implantation des agences bancaires à Paris remonte à la fin des années 1960 et le début des années 1970. Le déploiement de ces agences bancaires s'est fait par un maillage de tous les quartiers de Paris, avec une présence encore plus importante le long de quelques grands axes très fréquentés (avenues de l'Opéra, des Gobelins, Victor Hugo, boulevards Magenta, Voltaire, rue Lafayette...). Ces agences bancaires ont alors souvent remplacé les cafés et brasseries autrefois installés à des angles de rues, afin d'être vus de loin. 57 % des agences bancaires se situent à un angle de rue à Paris, ce qui n'est le cas que de 13 % en moyenne pour

les autres locaux en rez-de-chaussée. **Le nombre de ces agences est longtemps resté stable dans la capitale, autour de 1300 unités, mais depuis 2014, on constate une baisse, d'abord modeste, mais qui s'accroît (-77 agences, soit -7 % entre 2020 et 2023).** L'arrivée des banques en ligne et surtout la numérisation massive des échanges monétaires qui évite à la clientèle de se rendre en agence, sont les explications de cette baisse qui risque de s'accroître à l'avenir. Les agences bancaires dépendent pratiquement toutes d'un réseau d'enseignes, les 4 plus implantés à Paris sont, en nombre d'agences, BNP-Paribas (142 agences), la Société Générale (141), LCL (139) et le CIC (99).

**1 300** agences  
à Paris en 2023  
(-7 % entre 2020  
et 2023)

### AGENCES BANCAIRES

Évolution 2020-2023 : -7,1 %

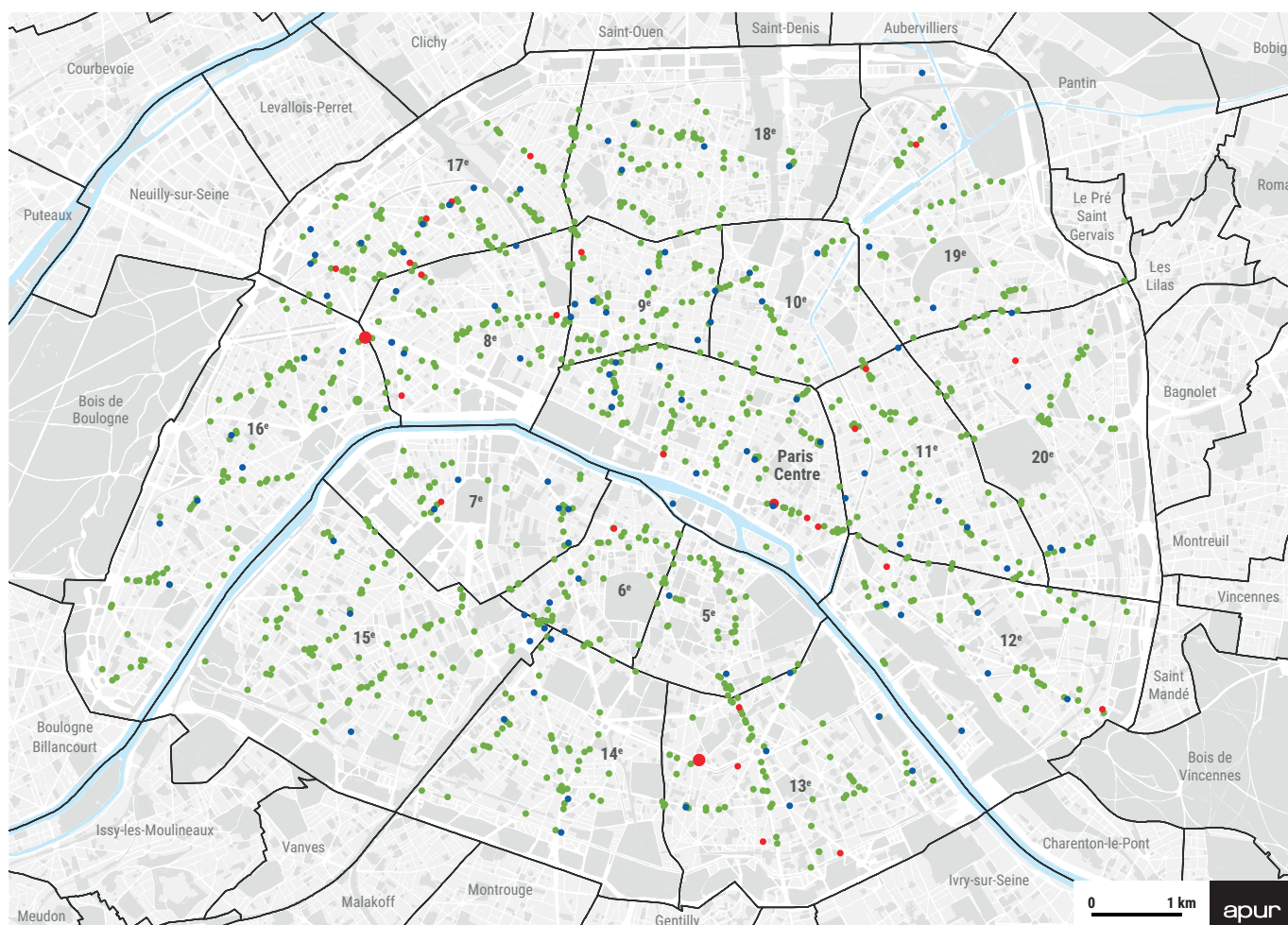
- Maintien de l'activité (978)
- Création (27)
- Disparition (104)

#### Surface du local

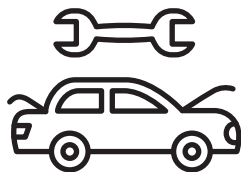
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : SB201)



## Garages automobile



Il reste **173 garages automobile en activité dans Paris en 2023**. Leur nombre a beaucoup diminué depuis 2000 (-279 garages, soit -62 % entre 2000 et 2023), en parallèle de la baisse du taux de motorisation des ménages parisiens qui est passé de 55 % en 1999 à 34 % en 2018. Les garages sont désormais presque absents du centre de la capitale. Avec l'augmentation des prix du foncier et le fait

qu'ils occupent souvent de grandes surfaces, les garages qui ferment, sont recherchés par les investisseurs pour y construire à la place des commerces et des logements plus rentables économiquement. Par exemple, **depuis 2000, une quarantaine de garages ont été transformés en supérette ou en supermarché**, avec souvent des logements en superstructure ou bien ont été remplacés par une dizaine en salles de sport, etc.

### GARAGES AUTOMOBILE

Évolution 2020-2023 : -15,6 %

- Maintien de l'activité (170)
- Création (3)
- Disparition (35)

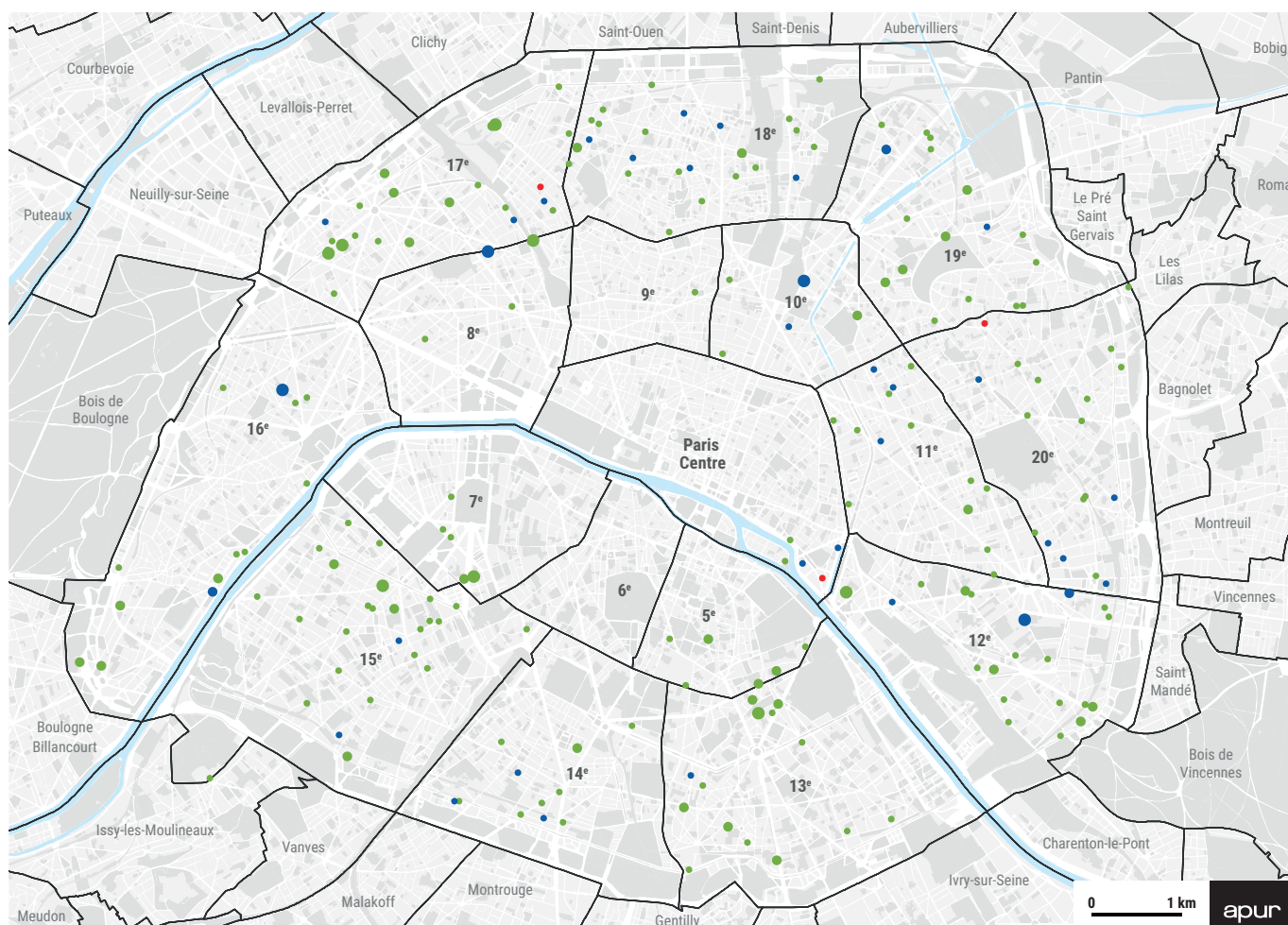
#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CG103, CG104, CG201, CG202)

## 173 garages automobile à Paris en 2023 (-62 % depuis 2000)



## Vente d'articles de souvenirs

Les magasins de souvenirs, auxquels a été ajoutée la vente de bimbeloterie, sont au nombre de 279 en 2023 à Paris. Très liés à l'activité touristique, ils se situent autour des principaux monuments ou des grands musées: rue d'Arcole et quai Saint-Michel, près de Notre-Dame de Paris, sous les arcades de la rue de Rivoli, en face du Louvre, le long de l'avenue de la Bourdonnais, près de la Tour Eiffel et au pied de la Butte Montmartre. Le nombre de magasins de souvenirs s'est accru jusqu'en 2014,

avec l'accroissement continu des touristes étrangers et provinciaux venant visiter la capitale. À partir de cette date, Paris a subi les attentats terroristes et le nombre de ces magasins a commencé à fléchir (-32 entre 2014 et 2017). Les manifestations des « gilets jaunes » puis l'incendie de la Cathédrale Notre-Dame de Paris en avril 2019, enfin la crise sanitaire de la Covid-19 a entraîné la fermeture de 70 établissements supplémentaires entre 2017 et 2020, puis 33 entre 2020 et 2023.



### VENTE D'ARTICLES DE SOUVENIRS

Évolution 2020-2023 : -10,6 %

- Maintien de l'activité (258)
- Création (21)
- Disparition (54)

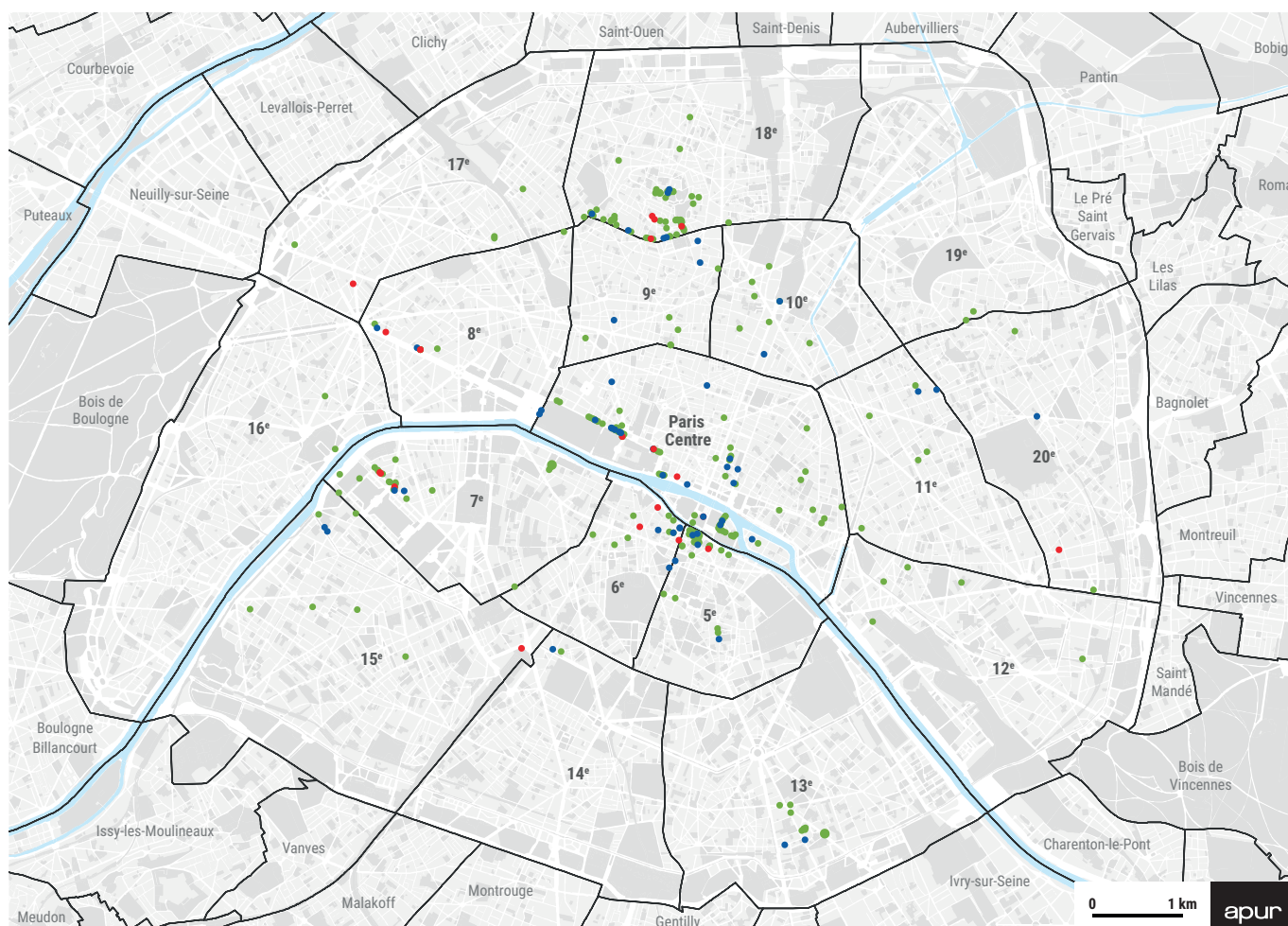
#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

■ Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CE504)

**279** magasins de souvenirs à Paris en 2023  
(103 établissements ont fermé depuis 2017)





# 65 sex-shops à Paris en 2023 (-50 % depuis 2003)

## Sex-shops

65 sex-shops se maintiennent à Paris en 2023. Apparus à la fin des années 1960, les sex-shops se sont localisés principalement à Pigalle, le long de la rue Saint Denis et aux abords des gares. Ils ont connu leur âge d'or dans les années 1980, en vendant des "sex-toys", des préservatifs, des tenues érotiques ou des revues et films pornographiques. Certains établissements proposaient même de visualiser des films sur place, voire des spectacles de strip-tease.

Depuis 2003, où l'on dénombrait encore 132 sex-shops, leur nombre a baissé de plus de moitié. Leur déclin s'explique par l'essor considérable d'internet qui permet aux clients de visionner des films en "streaming" ou

des shows par webcam de façon beaucoup plus discrète. Par ailleurs, les opérations Vital'Quartier 1 et Paris commerces dans le quartier de la rue Saint-Denis ont permis à la Semaest, depuis 2004, de racheter plusieurs sex-shops pour les transformer en commerces de quotidien. On dénombrait 38 sex-shops le long de la rue Saint Denis et aux alentours, en 2003, il n'en reste qu'une dizaine en 2023. Il est difficile de connaître les réseaux d'enseigne qui relient les différents établissements, mais depuis 2007, l'enseigne Passage du Désir a ouvert 6 boutiques à Paris et renouvelle le concept en se positionnant sur la vente d'articles favorisant le bien-être intime du couple.

### SEX-SHOPS

Évolution 2020-2023 : -7,1 %

- Maintien de l'activité (61)
- Création (4)
- Disparition (9)

#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

■ Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CE502)



## Cabinets médicaux et dentaires en rez-de-chaussée

D'après l'Assurance Maladie, environ **9900 médecins libéraux étaient installés à Paris en 2021**, dont 2281 généralistes, 5348 spécialistes et 2124 dentistes. La plupart de ces médecins de ville exercent dans un cabinet médical qui leur appartient ou qu'ils louent et qu'ils équipent du matériel nécessaire pour la consultation des patients. Ces cabinets médicaux se situent encore majoritairement dans des immeubles de logements, dans des appartements en étage, dont tout ou partie ont été déclarés comme locaux professionnels. Depuis quelques années, on observe l'installation de nombreux cabinets médicaux et dentaires dans des locaux en rez-de-chaussée sur rue qui étaient autrefois occupés par des commerces ou des services commerciaux. Il s'agit d'une volonté des médecins d'offrir à leur patientèle un accès plus aisé à leur

cabinet, notamment pour les personnes en situation de handicap qui peuvent avoir du mal à se rendre en étage. Le fait d'être en rez-de-chaussée sur rue leur offre aussi une plus grande visibilité et une vitrine. Enfin, les médecins en étage ont pu également subir une pression de leurs voisins résidents supportant de moins en moins les nuisances dues au va-et-vient des patients sur un horaire étendu. Ces divers éléments expliquent une partie de **la progression de près de 200 % en 23 ans de ces cabinets en rez-de-chaussée sur rue, passant de 311 en 2000 à 891 en 2023**. Ils maillent désormais tout le territoire parisien avec une prédominance dans les quartiers résidentiels. Pour favoriser leur installation en rez-de-chaussée, les cabinets médicaux pourront, quand le PLU bioclimatique s'appliquera, s'installer sur les linéaires protégés.

**+200 %** de cabinets en rez-de-chaussée sur rue depuis 2000 (soit **891** en 2023)

### CABINETS MÉDICAUX ET DENTAIRES EN REZ-DE-CHAUSSÉE

Évolution 2020-2023 : **+15,7 %**

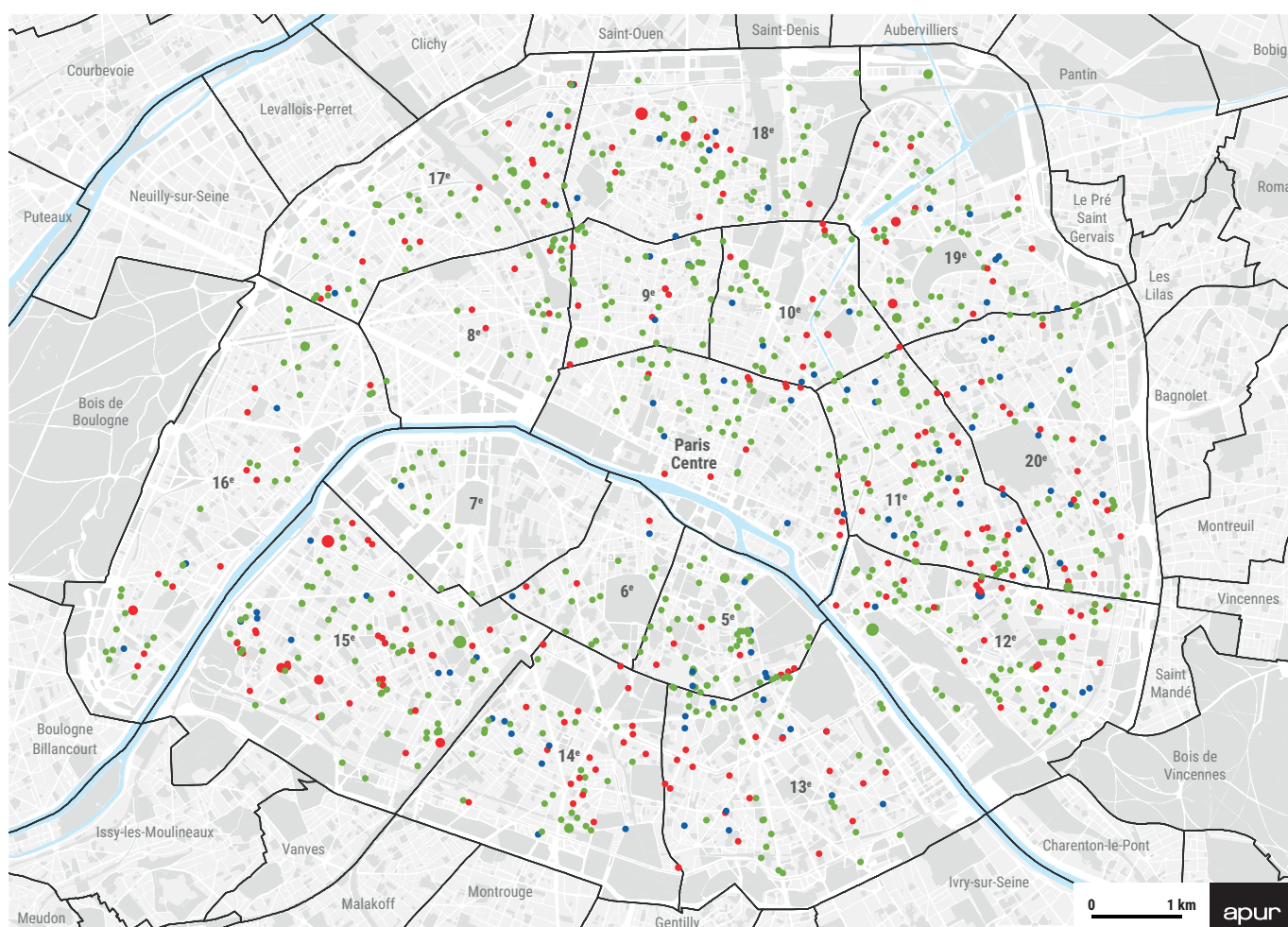
- Maintien de l'activité (665)
- Création (226)
- Disparition (105)

#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : AD101, AD103)



## Vente de CBD

Depuis l'arrêté de 2018 et surtout la loi du 30 décembre 2021, le cannabidiol ou CBD est en vente libre. Le CBD est extrait du cannabis puis purifié, c'est-à-dire nettoyé des composés actifs stupéfiants susceptibles d'être présents, notamment sa substance psychotrope, le THC. Le CBD est commercialisé sous différentes formes (huile, pastilles, gouttes, bonbons, mais aussi liquide pour vapoteuse...) et connaît un grand succès depuis quelques années,

puisque **il existe à Paris 111 boutiques spécialisées dans sa vente en 2023, alors qu'il n'y en avait que 22 en 2020**. Un tiers des magasins sont localisés sur un croissant allant de la place de Clichy au Faubourg-Saint-Antoine, du 9<sup>e</sup> au 11<sup>e</sup> arrondissement. Des enseignes se sont créées et possèdent plusieurs lieux de vente à Paris comme « Deli Hemp » (10), « High Society » (5) ou bien « Le Chanvrier Français » ou Le « Lab du Bonheur » (4 magasins chacun).

### VENTE DE CBD

Évolution 2020-2023 : +404,5 %

- Maintien de l'activité (16)
- Création (95)
- Disparition (6)

#### Surface du local

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

Principaux équipements

Source : Apur - BDCOM 2023  
(code activité : CC203)

**111** boutiques de vente de CBD à Paris en 2023 (seulement **22** en 2020)







### 3. PORTRAIT COMMERCIAL DES 17 ARRONDISSEMENTS PARISIENS



# 3.

# Portrait commercial des 17 arrondissements parisiens

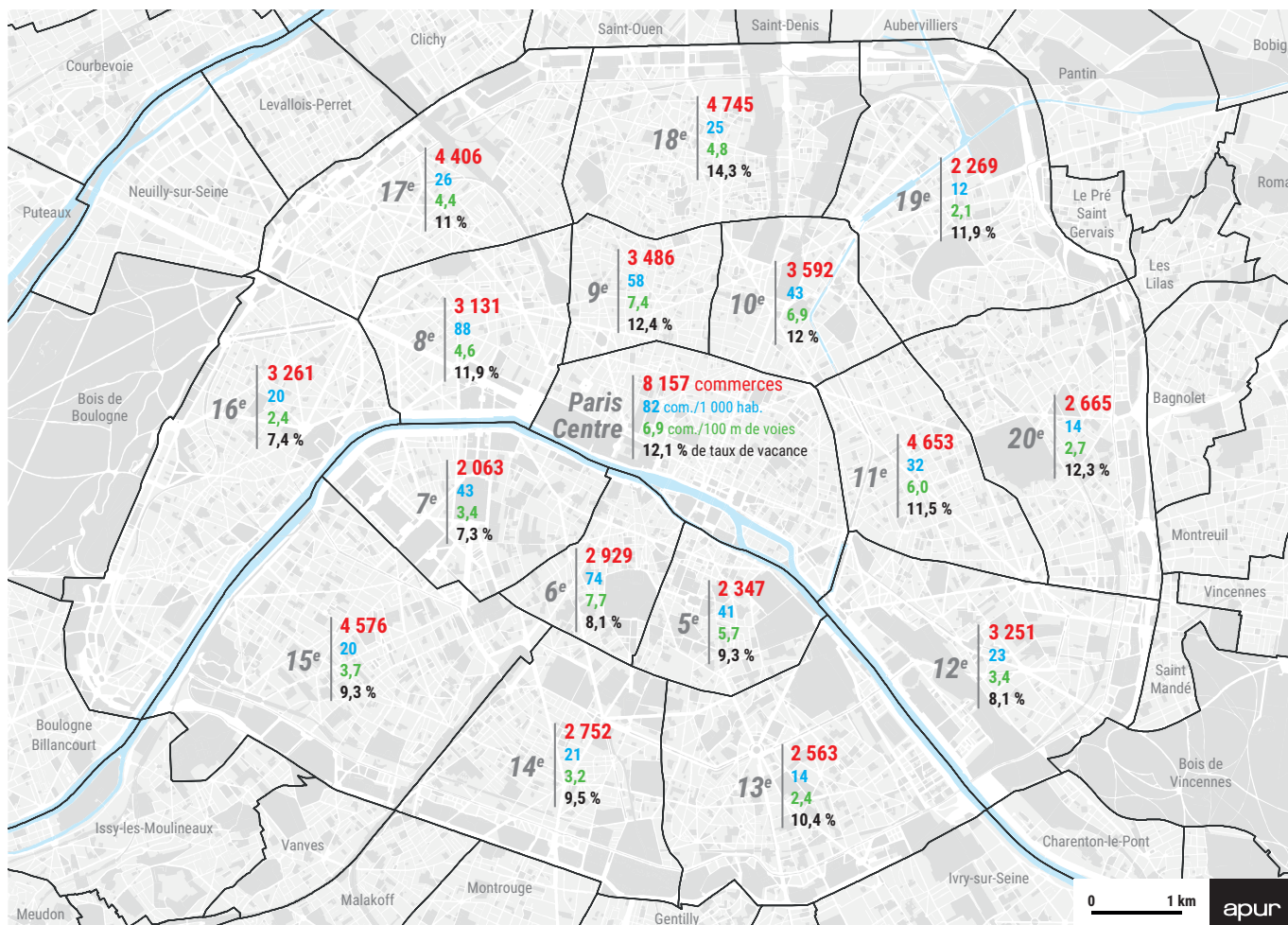
## COMMERCES À PARIS : CHIFFRES CLÉS PAR ARRONDISSEMENTS

**Paris** | 60 846 commerces  
 28 commerces/1 000 hab.  
 4,2 commerces/100 m de voies  
 10,9 % de taux de vacance

Source : Apur - BDCOM 2023

Cette partie présente le portrait commercial de chaque arrondissement où sont indiqués les chiffres clés, la densité de commerces, La proportion et l'évolution par grands types d'activité. Une carte permet de distinguer les rues commerçantes et leurs caractéristiques. On

constate globalement une dichotomie entre les arrondissements centraux très denses en commerces de destination et les arrondissements périphériques, moins denses, mais plus riches d'une offre de proximité.



## Paris centre - 8 157 commerces

### Une densité commerciale trois fois plus élevée qu'à Paris

Paris Centre totalise environ 8 150 commerces et services commerciaux en 2023, soit 82 commerces pour 1 000 habitants, près de trois fois la moyenne calculée pour Paris (28 commerces pour 1 000 habitants).

L'arrondissement est très dense en commerces et se caractérise par une mosaïque de quartiers distincts les uns des autres par leurs spécificités commerciales. L'ouest accueille de très nombreux commerces de destination, tantôt de luxe, autour de la place Vendôme et de la rue de la Paix (bijouteries, joailleries), tantôt des boutiques de haute-couture sur la rue Saint-Honoré.

Le cœur de Paris Centre s'articule autour du Forum des Halles et de la rue de Rivoli, propose une offre importante de magasins de grandes enseignes d'équipement de la personne (prêt-à-porter, chaussures...) dont plusieurs de grande taille (surface de vente supérieure à 1 000 m<sup>2</sup>) mais aussi des commerces de décoration de la maison. La présence de l'UGC Les Halles, cinéma le plus fréquenté au monde en 2022 avec 2,2 millions de spectateurs, conforte la très forte attraction de cette zone centrale de Paris par les Franciliens et les touristes. Fermé depuis 2005, le Grand Magasin emblématique de « La Samaritaine » a rouvert ses portes le 23 juin 2021 après 16 ans de travaux. La Collection Pinault à la Bourse de Commerce est ouverte depuis le printemps 2021 et le Louvre des Antiquaires, fermé depuis l'été 2020, accueillera la future Fondation Cartier.

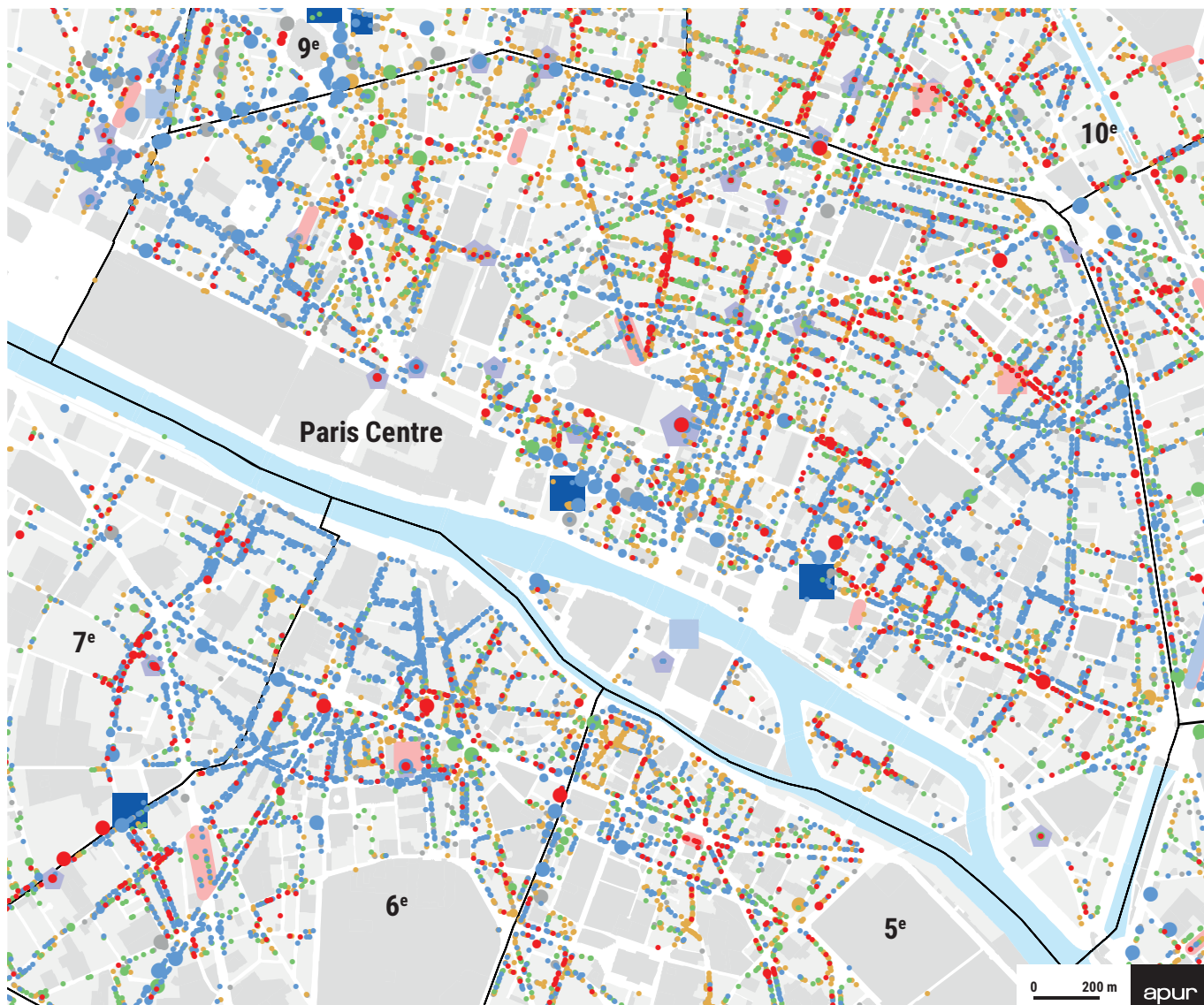
Le nord de l'arrondissement poursuit sa mue avec la disparition progressive du commerce de gros de textile et d'habillement, historiquement implanté, remplacé par d'autres types de commerces de détail sous l'impulsion de l'action menée par la Ville au travers du Contrat de revitalisation artisanale et commerciale Paris'Commerces débuté en 2017 et qui se poursuivra jusqu'en 2029. En vingt années (2003-2023), le commerce de gros a perdu près des trois quarts de ses établissements dans Paris Centre, soit 1 546 magasins et enregistre une baisse de -21 % entre 2020 et 2023 (-141 magasins).

Enfin, le secteur du « Marais », situé à l'est, propose de très nombreux commerces de destination destinés à une population touristique dont l'effectif est à nouveau très important, après une forte diminution observée au moment de la crise de la Covid-19. Le quartier attire également les Parisiens par la présence abondante des enseignes de mode sur la rue des Franc-Bourgeois et avec une tendance récente pour l'implantation de commerces de luxe. Un deuxième Grand Magasin est implanté dans ce secteur, le « BHV/Marais » qui est la locomotive du secteur, le magasin du « Printemps », situé dans le Carrousel du Louvre, a lui fermé ses portes depuis plusieurs mois déjà.

**Le taux de vacance des locaux est plus élevé d'un point dans l'arrondissement que la moyenne calculée à Paris (12,1 % contre 10,9 %) et parmi les plus fort de tous les arrondissements.** Il reste toutefois stable comparé au taux calculé fin 2020 (12 %). Le

nombre des locaux vacants a très peu augmenté entre 2020 et 2023, avec seulement 16 unités supplémentaires principalement sous forme de locaux en travaux alors que les locaux strictement vacants régressent de 5 unités. Cette légère augmentation est 10 fois moins forte que celle qui avait été observée entre 2017 et 2020, juste après le premier confinement (+152 unités). Le retour des touristes après la pandémie explique en partie cette quasi-stabilité car les nombreux commerces qui avaient fermé leurs portes ont retrouvé preneur depuis et permettent au quartier d'être à nouveau très vivant et attractif même si le télétravail a toujours un impact sur la fréquentation quotidienne du quartier.

La densité de population étant moins forte dans Paris Centre qu'ailleurs dans Paris (178 habitants à l'hectare contre 250 à Paris), la part de commerces alimentaires par habitant y est la plus élevée des arrondissements avec 7 commerces alimentaires recensés pour 1 000 habitants contre près de moitié moins en moyenne à Paris (3,7 pour 1 000 habitants). Cette présence toujours notable des commerces alimentaires s'explique par la présence de « rues marché » très fréquentées comme les rues de Bretagne, Montorgueil, Saint-Antoine ou encore la rue Rambuteau mais aussi la tenue de 4 marchés alimentaires découverts et la présence du marché couvert des Enfants Rouges.



## ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- Concentration commerciale

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

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

### Type de marché

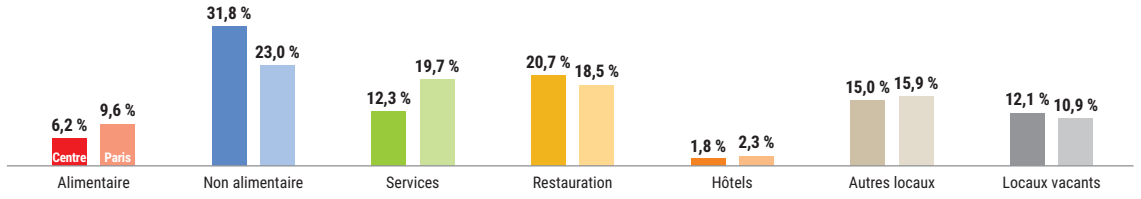
- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)

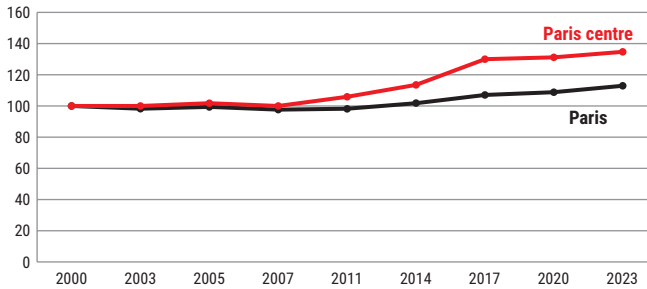
Le premier secteur de Paris, appelé « Paris Centre » comprend les 1<sup>er</sup>, 2<sup>e</sup>, 3<sup>e</sup>, et 4<sup>e</sup> arrondissements de Paris et a été créé par la loi du 27 février 2017 et mis en place lors des élections municipales du 28 juin 2020. Les 4 premiers arrondissements ne sont pas supprimés, mais regroupés en un secteur administratif et électoral unique. Ce secteur est pourvu d'un seul conseil et d'un seul maire d'arrondissement commun aux 4 arrondissements.



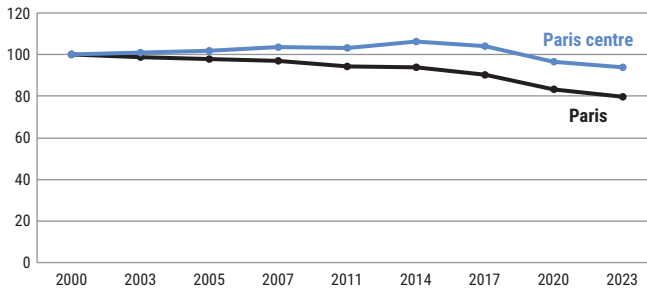
**STRUCTURE COMMERCIALE**



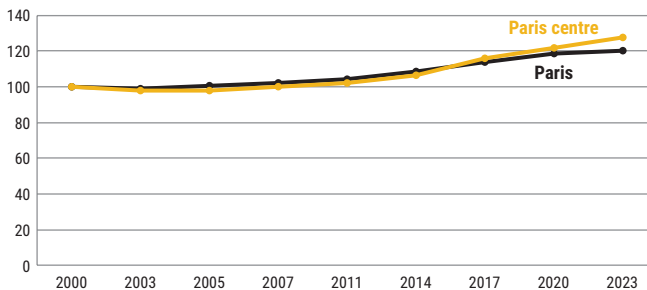
**ALIMENTAIRE**



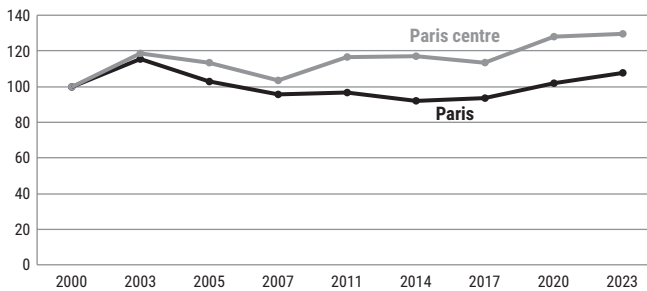
**NON ALIMENTAIRE**



**RESTAURATION**



**LOCAUX VACANTS**



**CHIFFRES CLÉS**

- 11 193** > locaux en rez-de-chaussée
- 8 157** >> commerces et services commerciaux
- 6,9** >>>> commerces et services pour 100 m de voie (4,2 en moyenne à Paris)
- 82** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants (28 en moyenne à Paris)

**Plus grands commerces**

- Samaritaine, 19 rue de la Monnaie, 38 800 m²
- BHV, 52 rue de Rivoli, 35 258 m²
- FNAC, 1 rue Pierre Lescot, 7 734 m²
- Leroy Merlin, 52 rue Rambuteau, 5 800 m²
- Ikea, 21 boulevard de la Madeleine, 4 217 m²
- BHV Homme, 36 rue de la Verrière, 4 000 m²

**Principales galeries et centre commerciaux**

- Forum des Halles, 1 rue Pierre Lescot, 151 boutiques, 76 000 m²
- Carrousel du Louvre, 99 rue de Rivoli, 50 boutiques, 11 000 m²
- Galerie du Palais Royal, 2 galerie de Nemours, 71 boutiques, 6 000 m²
- Passage des Panoramas, 11 boulevard Montmartre, 66 boutiques
- Passage Choiseul - Passage Sainte-Anne, 40 rue des Petits Champs, 56 boutiques
- Galerie Vivienne, 4 rue des Petits Champs, 37 boutiques

**Marchés découverts**

- Saint-Eustache-Les Halles, rue Montmartre, 22 emplacements
- Baudoyer, place Baudoyer, 21 emplacements
- Saint-Honoré, place du Marché Saint-Honoré, 20 emplacements
- Bourse, place de la Bourse, 14 emplacements

**Marchés couverts**

- Enfants Rouges, 39 rue de Bretagne, 18 boutiques
- Marché aux Fleurs, 1 place Louis Léprieu, 21 boutiques

**DENSITÉ COMMERCIALE**

(pour 1 000 habitants)



## 5<sup>e</sup> arrondissement - 2 347 commerces

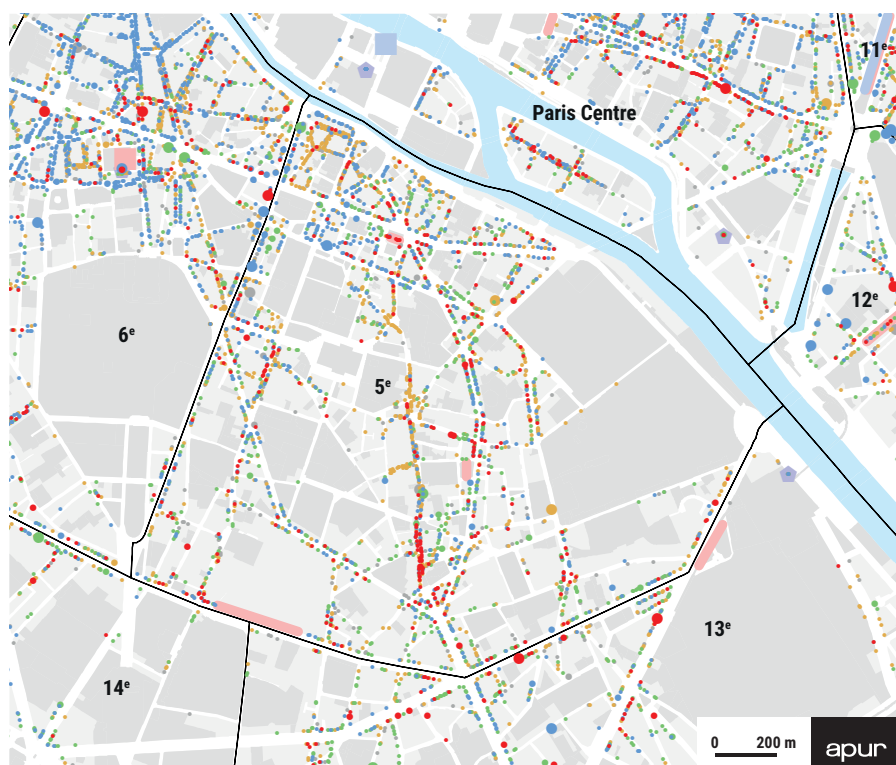
### Une vacance des locaux qui se stabilise

Avec près de 2 350 commerces et services commerciaux, le 5<sup>e</sup> arrondissement est 1,5 fois plus dense en commerces que la moyenne parisienne : 41 pour 1 000 habitants contre 28 en moyenne à Paris. La population estudiantine historiquement présente est à l'origine de l'implantation de nombreuses librairies généralistes et spécialisées dont le nombre reste stable entre 2020 et 2023 alors qu'elles avaient tendance à diminuer depuis 15 ans. On en dénombre 105 en 2023, soit 1 de moins qu'en 2020. L'opération publique Vital'Quartier 2, débutée en 2008 et terminée en 2022, a particulièrement aidé au maintien de cette activité dans l'arrondissement et les linéaires de pro-

tection des commerces culturels envisagés dans le futur PLUd de Paris aideront à leur pérennité. Le taux de vacance des locaux est peu élevé dans le 5<sup>e</sup>. Il n'est que de 9,3 % contre 10,9 % en moyenne à Paris, il reste stable depuis 2020 où il était de 9,1 %.

L'arrondissement est très apprécié des touristes et de la population étudiante avec des rues très animées comme celles de la Harpe, de la Huchette, Xavier Privas, Saint-Séverin qui accueillent de très nombreux bars, cafés et restaurants. La restauration rapide qui progressait depuis 2003 connaît une stabilisation avec environ 175 restaurants comptabilisés depuis 2020. Les habits de seconde main, dont sont adeptes les étudiants, enregistrent une augmentation de leur

offre avec l'arrivée de 2 nouvelles friperies. Vers le centre de l'arrondissement, les rues Monge et Mouffetard forment l'épine dorsale de l'appareil commercial en direction du 13<sup>e</sup>. À l'ouest, le boulevard Saint-Michel enregistre une baisse récente des locaux vacants, elle se situe à 13 % en 2023 contre 11 % en 2020, mais ce taux était monté à 18 % en 2022. Le 5<sup>e</sup> arrondissement offre une assez forte densité de commerces alimentaires à Paris puisqu'elle est de 5,3 commerces pour 1 000 habitants (contre 3,7 à Paris). Ceux-ci sont notamment implantés rues Monge et Mouffetard dans sa partie sud, complétée par 3 marchés découverts qui se tiennent place Maubert, place Monge et sur le boulevard de Port-Royal.



### ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

#### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- Concentration commerciale

#### Surface du commerce

(pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)

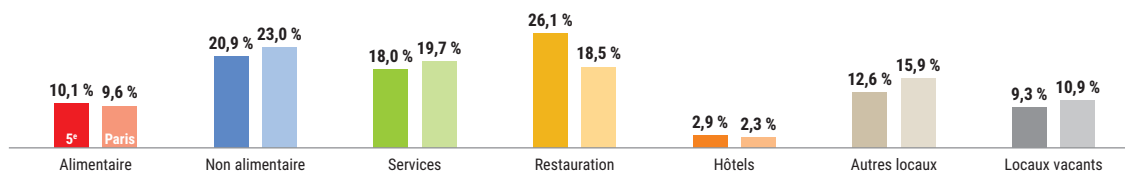
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

#### Type de marché

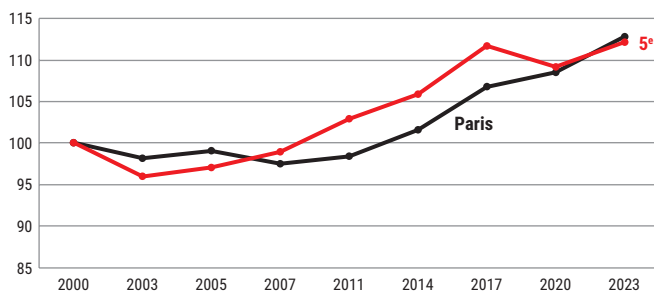
- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)

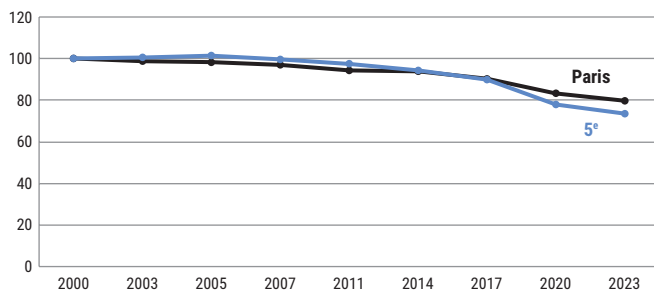
## STRUCTURE COMMERCIALE



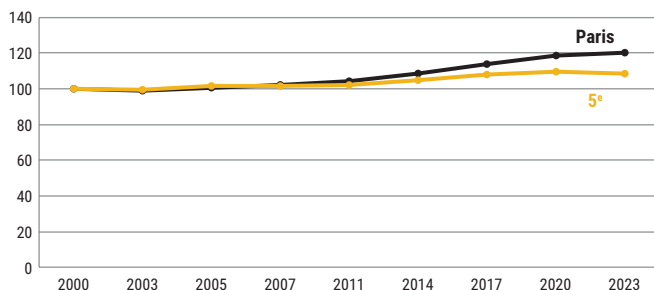
### ALIMENTAIRE



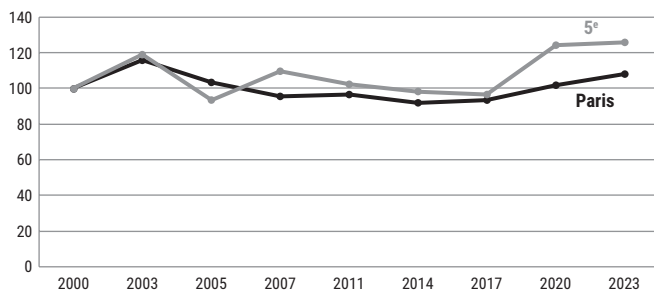
### NON ALIMENTAIRE



### RESTAURATION



### LOCAUX VACANTS



#### CHIFFRES CLÉS

**3 005** >> locaux en rez-de-chaussée

**2 345** >> commerces et services commerciaux

**5,7** >>>> commerces et services pour 100 m de voie (4,2 en moyenne à Paris)

**41** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants (28 en moyenne à Paris)

#### Plus grands commerces

- Au Vieux Campeur, 48 rue des Écoles, 2 900 m<sup>2</sup>
- Gibert Jeune, 27 quai Saint-Michel, 1 800 m<sup>2</sup>
- King Jouet, 47 boulevard Saint-Michel, 1 180 m<sup>2</sup>
- Ritm, 71 boulevard Saint-Germain, 970 m<sup>2</sup>
- Neones, 22 bis boulevard Saint-Marcel, 878 m<sup>2</sup>

#### Marchés découverts

- Maubert, place Maubert, 28 emplacements
- Monge, place Monge, 34 emplacements
- Port-Royal, boulevard de Port-Royal, 32 emplacements

### DENSITÉ COMMERCIALE (pour 1 000 habitants)



## 6<sup>e</sup> arrondissement - 2 929 commerces

### Une surreprésentation du commerce non alimentaire, surtout d'habillement

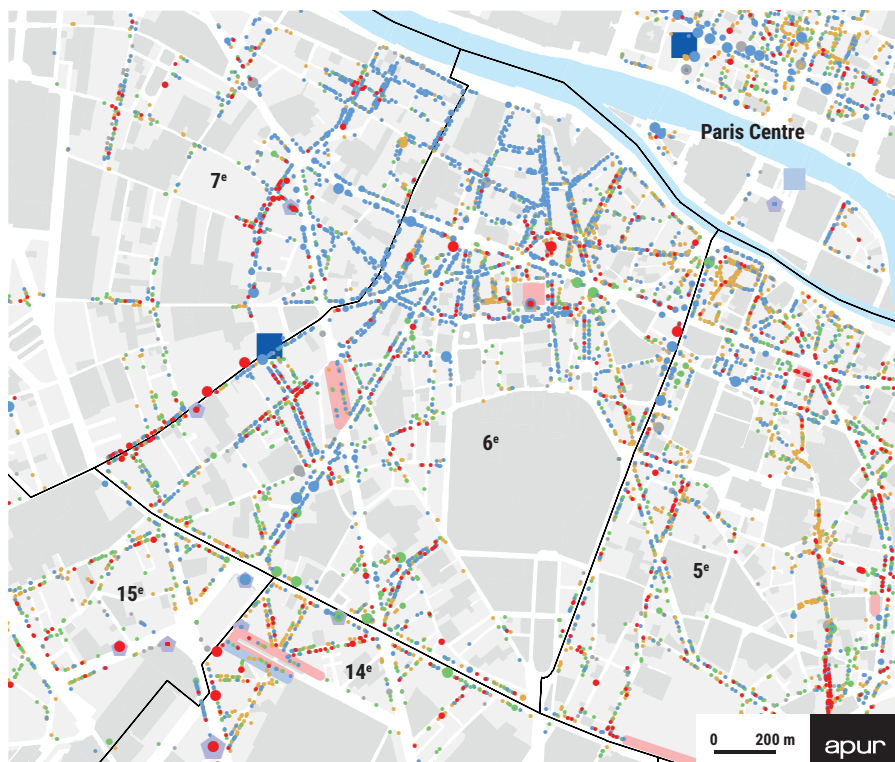
Le 6<sup>e</sup> arrondissement totalise un peu plus de 2 900 commerces et services commerciaux, ce qui correspond à une densité de 74 commerces pour 1 000 habitants (contre 28 à Paris), la troisième plus élevée à Paris. Le taux de vacance des rez-de-chaussée est le troisième le plus faible à 8,1 %, soit presque 3 points de moins que la moyenne calculée à Paris (10,9 %).

L'arrondissement se caractérise par la prédominance des commerces de destination, surtout l'équipement de la personne (habillement, chaussures, bijouterie) et aussi la décoration de la maison. Ceux-ci représentent plus de 4 commerces sur 10, soit une proportion deux

fois plus élevée qu'à Paris (23 %). Ces commerces se sont implantés à la fois sur les grands axes comme la rue de Rennes, avec fréquemment de grandes surfaces de vente (supérieures à 1 000 m<sup>2</sup>), et à la fois sur des tronçons moins longs mais très denses comme des portions de la rue de Sèvres, du Cherche-Midi ou sur le boulevard Saint-Germain au niveau de Saint-Germain-des-Prés avec une des polarités de commerces plus luxueux. À l'instar de son voisin le 5<sup>e</sup> arrondissement, le 6<sup>e</sup> bénéficie d'une forte protection des linéaires commerciaux (72 % des commerces sont protégés) et le futur PLU<sup>b</sup> prévoit une protection du commerce culturel sur plusieurs voies aux abords de l'École des Beaux-Arts dont pourront bénéficier les galeries d'art, antiquaires et autres librairies.

Les secteurs Odéon et de la gare Montparnasse sont également des pôles très animés commercialement qui mélangent à la fois commerces de mode, cafés et restaurants mais aussi salles de spectacles et cinémas.

Le 6<sup>e</sup> dispose d'une forte densité de commerces alimentaires, elle est de 6,3 commerces pour 1 000 habitants (contre 3,7 à Paris), soit la troisième plus forte calculée à Paris rapportée au nombre d'habitants. Ces commerces alimentaires se retrouvent au sein du marché Saint-Germain, sur les rues du Cherche-Midi et de Sèvres. L'arrondissement peut également compter sur les deux marchés découverts du boulevard Raspail, dont l'un est biologique.



### ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

#### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- Concentration commerciale

#### Surface du commerce

(pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)

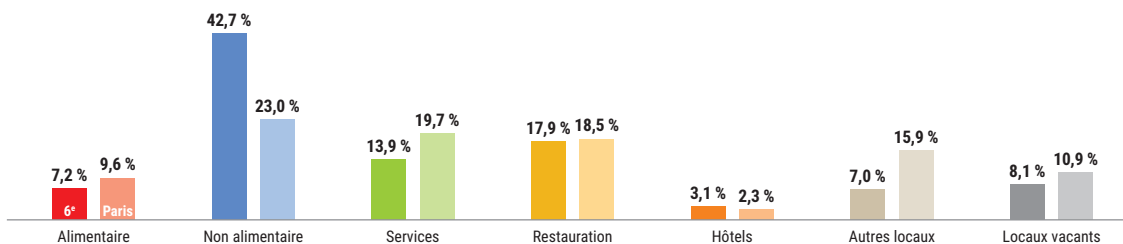
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

#### Type de marché

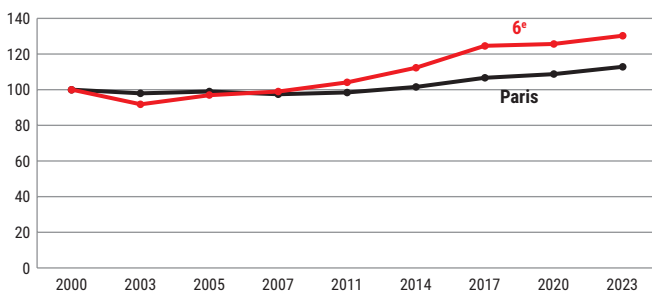
- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)

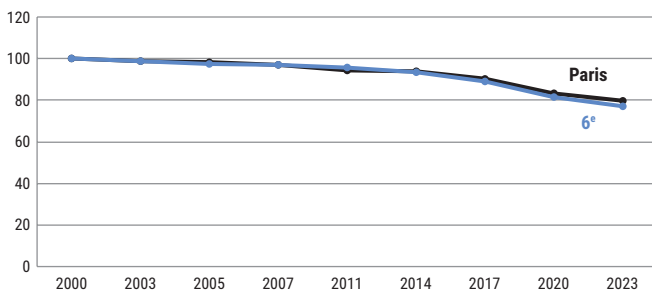
## STRUCTURE COMMERCIALE



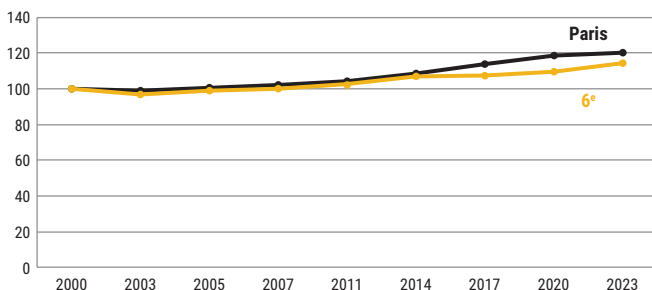
### ALIMENTAIRE



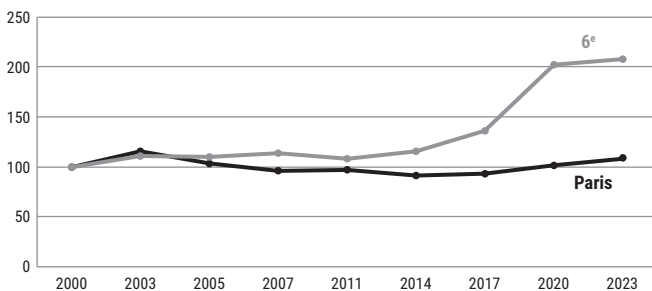
### NON ALIMENTAIRE



### RESTAURATION



### LOCAUX VACANTS



#### CHIFFRES CLÉS

**3 451** >> locaux en rez-de-chaussée

**2 929** >> commerces et services commerciaux

**7,7** >>>> commerces et services pour 100 m de voie (4,2 en moyenne à Paris)

**74** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants (28 en moyenne à Paris)

#### Plus grands commerces

- FNAC, 136 rue de Rennes, 6 930 m<sup>2</sup>
- Boulanger, 135 rue de Rennes, 2 400 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 24 boulevard Saint-Michel, 2 220 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 50 rue de Rennes, 2 041 m<sup>2</sup>
- Gibert Joseph, 26 boulevard Saint-Michel, 2 000 m<sup>2</sup>
- Zara, 140 bis rue de Rennes, 2 000 m<sup>2</sup>

#### Marchés découverts

- Marché Biologique Raspail, boulevard Raspail, 44 emplacements
- Raspail, boulevard Raspail, 35 emplacements

#### Marchés couverts

- Saint-Germain, 8 rue Lobineau, 25 boutiques, 4 500 m<sup>2</sup>

## DENSITÉ COMMERCIALE (pour 1 000 habitants)



## 7<sup>e</sup> arrondissement - 2 063 commerces

### Deux polarités commerciales avec des offres variées

Avec un total de plus de 2000 commerces et services commerciaux, le 7<sup>e</sup> arrondissement offre une densité commerciale très élevée, de 43 commerces pour 1000 habitants (contre 28 à Paris), soit 15 points de plus que la moyenne parisienne.

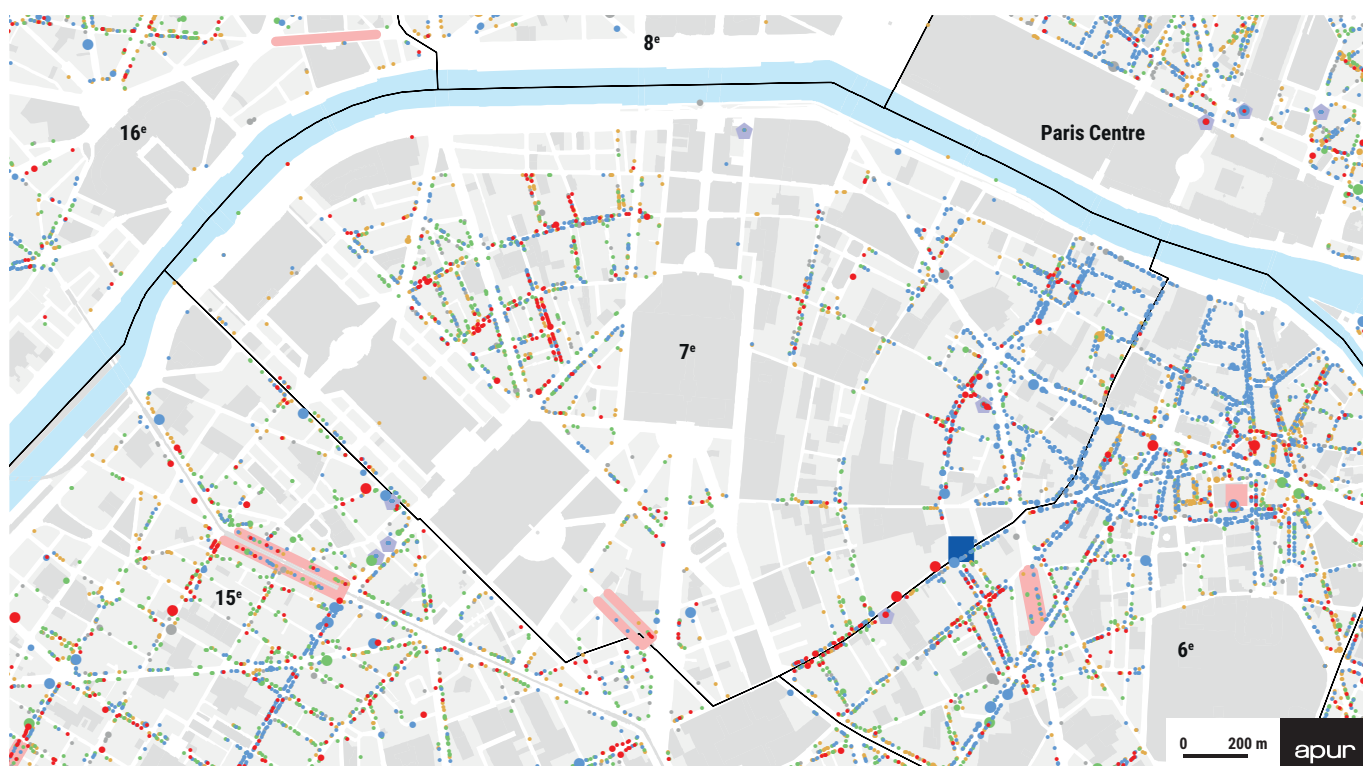
**Le taux de vacance de l'arrondissement est le plus bas enregistré en 2023, il est seulement de 7,3 % des locaux en pied d'immeuble** (contre 10,9 % à Paris). Il progresse très légèrement par rapport à 2020, où il était de 7 %.

Le 7<sup>e</sup> se caractérise par une séparation

très nette entre deux parties situées de part et d'autre de l'Hôtel des Invalides et son esplanade avec à l'ouest la présence d'un commerce diversifié et de nombreux commerces alimentaires implantés le long de la rue Cler et la rue Saint-Dominique. À l'est, le commerce est la continuation de celui du 6<sup>e</sup> arrondissement voisin, c'est-à-dire un commerce plutôt orienté vers le non alimentaire avec de l'équipement de la personne mais aussi de nombreux antiquaires et galeries d'art implantés au sein du « Carré Rive Gauche ». La décoration de la maison est plutôt située sur la rue du Bac et les boulevards Ras-

pail et Saint-Germain, sans oublier le « Bon Marché », Grand Magasin de la Rive Gauche avec la « Grande Épicerie de Paris ». Enfin, « Beaubourg », situé entre la rue de Grenelle et le boulevard Raspail, accueille de grands noms de la gastronomie française.

L'arrondissement est assez bien pourvu en commerces alimentaires puisqu'on en comptabilise 5,2 pour 1 000 habitants contre 3,7 à Paris. Le marché découvert de l'avenue de Saxe complète cette offre alimentaire.



### ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

#### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- Concentration commerciale

#### Surface du commerce

(pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)

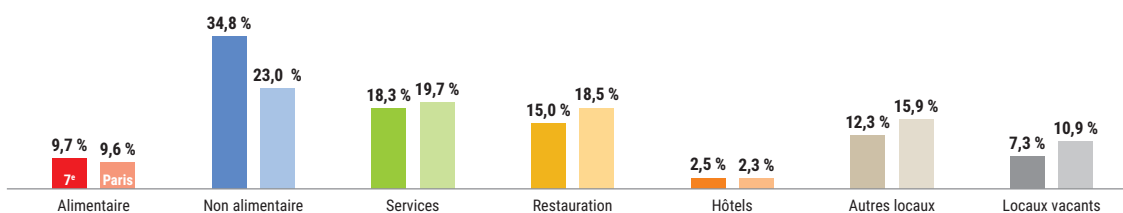
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

#### Type de marché

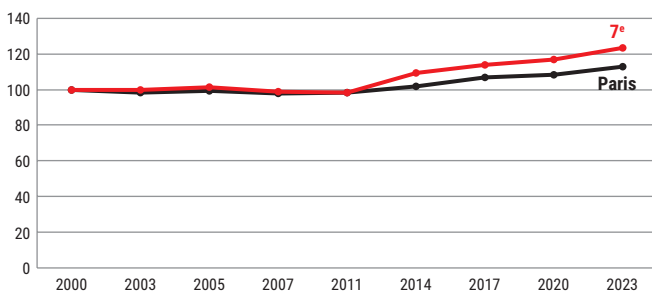
- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)

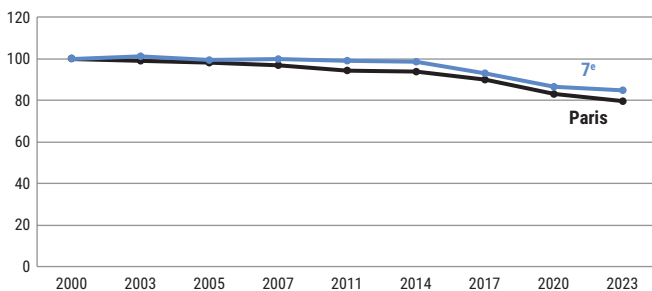
## STRUCTURE COMMERCIALE



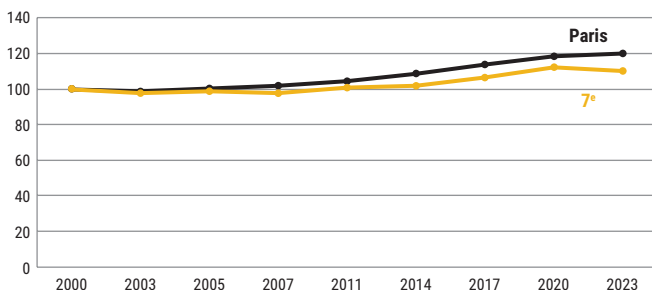
### ALIMENTAIRE



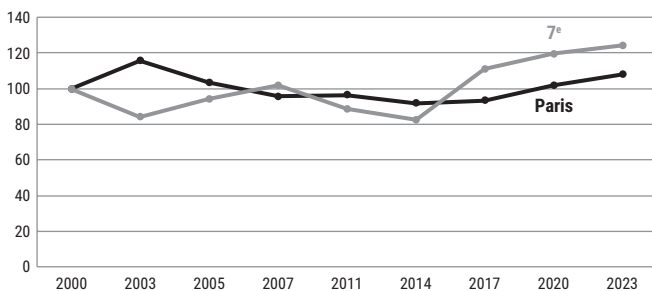
### NON ALIMENTAIRE



### RESTAURATION



### LOCAUX VACANTS



#### CHIFFRES CLÉS

**2 567** >> locaux en rez-de-chaussée

**2 063** >> commerces et services commerciaux

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

**43** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants (28 en moyenne à Paris)

#### Plus grands commerces

- Le Bon Marché, 24 rue de Sèvres, 33 917 m<sup>2</sup>
- La Grande Épicerie de Paris, 38 rue de Sèvres, 3 665 m<sup>2</sup>
- Carrefour Market, 42 rue de Sèvres, 2 400 m<sup>2</sup>
- The Conran Shop, 115 rue du Bac, 1 600 m<sup>2</sup>
- Renault, 2 rue du Général Bertrand, 1 020 m<sup>2</sup>

#### Principales galeries et centres commerciaux

- Beaupassage, 55 rue de Grenelle, 13 boutiques, 5 600 m<sup>2</sup>

#### Marchés découverts

- Saxe Breteuil, avenue de Saxe, 80 emplacements

### DENSITÉ COMMERCIALE (pour 1 000 habitants)



## 8<sup>e</sup> arrondissement - 3 131 commerces

### Une densité commerciale trois fois plus élevée qu'à Paris

Le 8<sup>e</sup> arrondissement est le plus dense en commerces et services commerciaux à Paris. On y dénombre plus de 3 100 commerces et services, soit une densité de 88 commerces pour 1 000 habitants, soit plus de trois fois celle calculée en moyenne à Paris (28 commerces pour 1 000 habitants). Le taux de vacance des locaux y est plus élevé d'un point qu'en moyenne à Paris (respectivement 11,8 % contre 10,9 %) et ce taux continue de croître depuis 2020 où il était de 10,4 %. Cependant le nombre

de locaux vacants progresse deux fois moins entre 2020 et 2023 (+53 locaux) qu'entre 2017 et 2020 (+125 locaux).

Le commerce du 8<sup>e</sup> se concentre autour de plusieurs pôles. À l'ouest, l'avenue des Champs-Élysées et le « Triangle d'Or » (compris entre les 3 avenues des Champs-Élysées, Montaigne et George V) constituent le 1<sup>er</sup> pôle. Alors que les Champs-Élysées proposent une offre grand public sur son côté pair avec de nombreuses grandes surfaces, le côté impair est plutôt orienté vers le luxe (Dior, Louis Vuitton, Moncler, Longchamp...), en synergie avec le Triangle

d'Or tout proche où les commerces de luxe sont très implantés, de même que les hôtels haut de gamme pour les touristes les plus fortunés.

Plus à l'est, un deuxième pôle s'organise autour de la place de La Madeleine, avec une offre orientée luxe le long de la rue du Faubourg Saint-Honoré en direction de l'avenue Matignon et une autre plus diversifiée aux abords de la station de métro Saint-Augustin qui mixe décoration de la maison, services aux particuliers et de nombreux cafés et restaurants destinés aux salariés du Quartier Central des Affaires tout proche.



### ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

#### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- Concentration commerciale

#### Surface du commerce

(pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

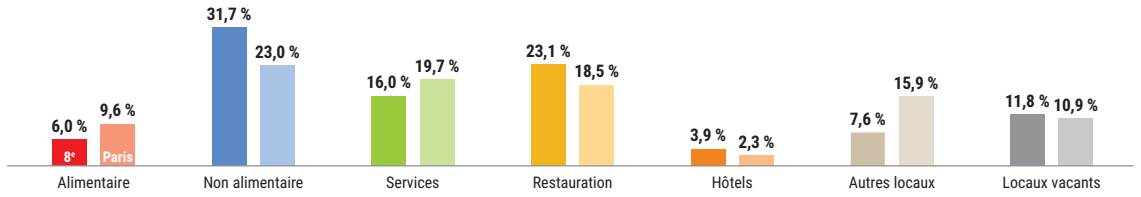
#### Type de marché

- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

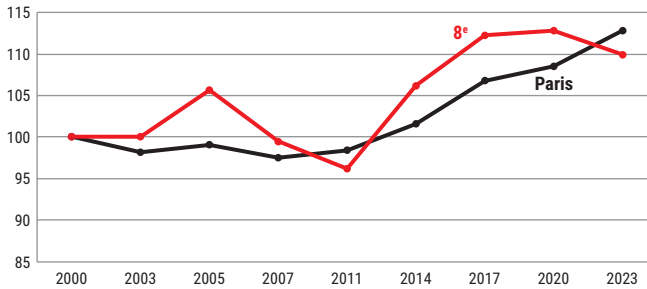
Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)



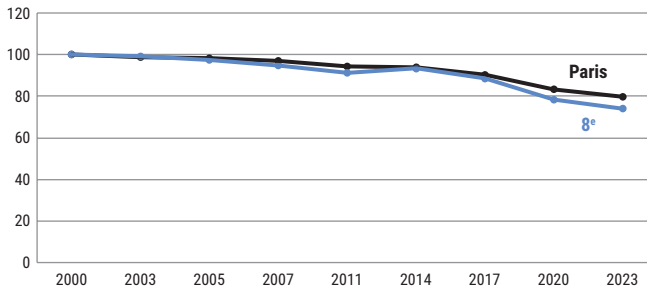
**STRUCTURE COMMERCIALE**



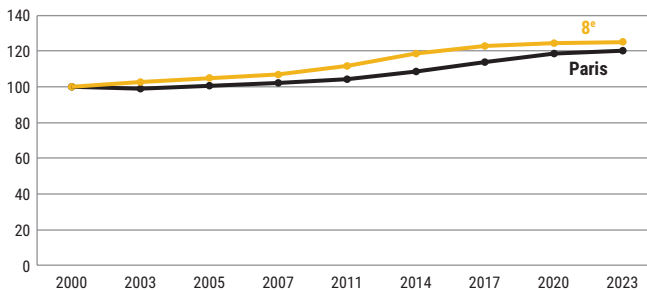
**ALIMENTAIRE**



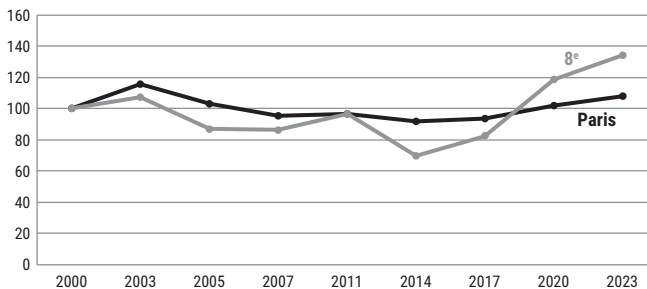
**NON ALIMENTAIRE**



**RESTAURATION**



**LOCAUX VACANTS**



**CHIFFRES CLÉS**

- 3 887** >> locaux en rez-de-chaussée
- 3 131** >> commerces et services commerciaux
- 4,6** >>>> commerces et services pour 100 m de voie (4,2 en moyenne à Paris)
- 88** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants (28 en moyenne à Paris)

**Plus grands commerces**

- Galeries Lafayette, 52 avenue des Champs-Élysées, 6 500 m<sup>2</sup>
- Nike, 79 avenue des Champs-Élysées, 4 300 m<sup>2</sup>
- Décathlon, 26 avenue de Wagram, 3 800 m<sup>2</sup>
- Adidas, 22 avenue des Champs-Élysées, 3 739 m<sup>2</sup>
- FNAC, 74 avenue des Champs-Élysées, 2 500 m<sup>2</sup>
- Ritm, 76 avenue des Champs-Élysées, 2 500 m<sup>2</sup>

**Principales galeries et centres commerciaux**

- Galerie 66, 66 avenue des Champs-Élysées, 39 boutiques
- Galerie des Arcades, 76 avenue des Champs-Élysées, 40 boutiques
- Galerie des Champs, 84 avenue des Champs-Élysées, 19 boutiques, 7 000 m<sup>2</sup>
- Gare Saint-Lazare, 13 rue Amsterdam, 89 boutiques, 10 000 m<sup>2</sup>

**Marchés découverts**

- Aguesseau, place de la Madeleine, 5 emplacements

**Marchés couverts**

- Marché aux fleurs, place de la Madeleine, 14 boutiques

**DENSITÉ COMMERCIALE**  
(pour 1 000 habitants)



## 9<sup>e</sup> arrondissement - 3 486 commerces

### Les Grands Magasins comme point central de la densité du 9<sup>e</sup>

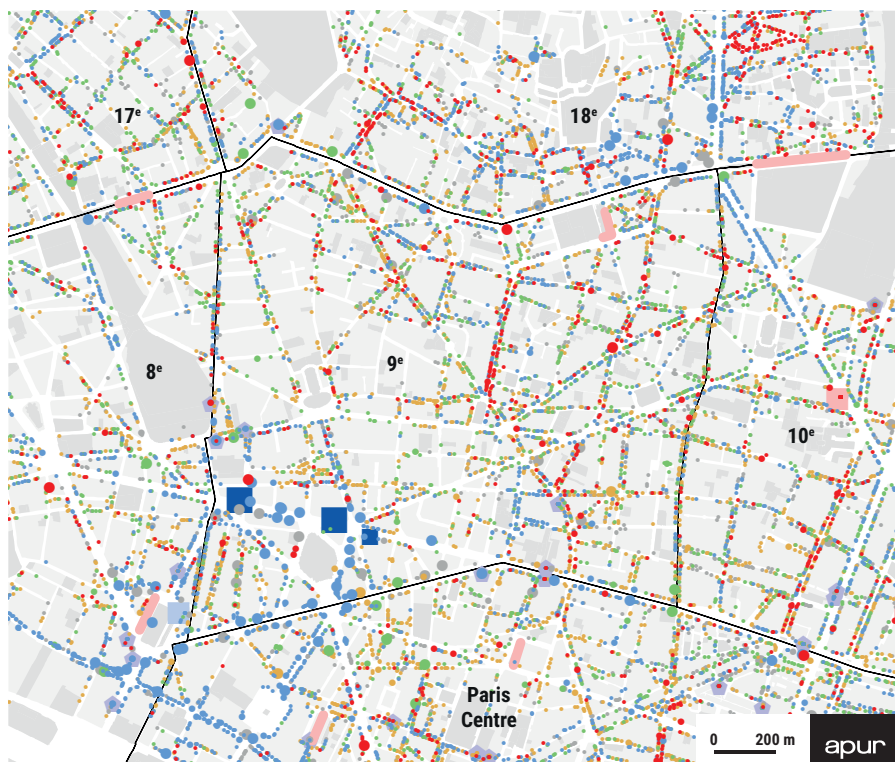
On recense près de 3 500 commerces et services commerciaux en 2023 dans le 9<sup>e</sup> arrondissement. La densité commerciale est parmi les plus fortes calculées à Paris, deux fois plus élevée que la moyenne en nombre de commerces et plus importante encore en surface de vente (58 commerces pour 1 000 habitants contre 28 à Paris). Le taux de vacance y augmente depuis 2014. Il est assez élevé avec 12,4 % des locaux inoccupés contre 10,9 % à Paris. Une partie de l'explication se trouve peut-être dans la structure de l'appareil commercial de l'arrondissement dans laquelle le secteur de la restauration est surreprésen-

té ; la mise en place du télétravail pour les salariés est à l'origine d'une population présente moins importante et une consommation moindre dans les commerces implantés, notamment les restaurants qui sont très nombreux dans l'arrondissement et dont la part représente 25 % des locaux (18 % à Paris).

La partie sud-ouest de l'arrondissement est sûrement le quartier de Paris le plus dense commercialement avec l'implantation des deux Grands Magasins historiques des Galeries Lafayette et du Printemps et une multitude de magasins de plus de 1 000 m<sup>2</sup> du secteur de l'habillement. Les Grands Boulevards proposent une offre distincte tournée vers la culture et les loisirs avec des cinémas,

des théâtres et des salles de spectacles. Les commerces du nord de l'arrondissement fonctionnent avec la polarité du quartier Pigalle et propose des commerces tournés vers la nuit et les touristes (cafés, bars, sex-shops, cabarets). Les abords de la mairie du 9<sup>e</sup> proposent plutôt une offre liée à l'activité de l'hôtel Drouot, tournée vers les antiquaires et les galeries d'art.

L'arrondissement est parmi les plus denses en commerces alimentaires, ces derniers sont principalement installés sur les rues Richer, Cadet et des Martyrs. On dénombre ainsi 6 commerces pour 1 000 habitants contre 3,7 à Paris.



### ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

#### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- Concentration commerciale

#### Surface du commerce

(pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)

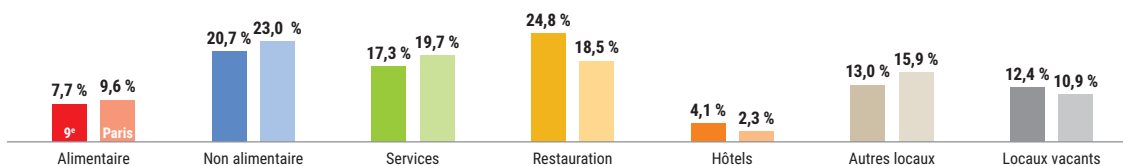
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

#### Type de marché

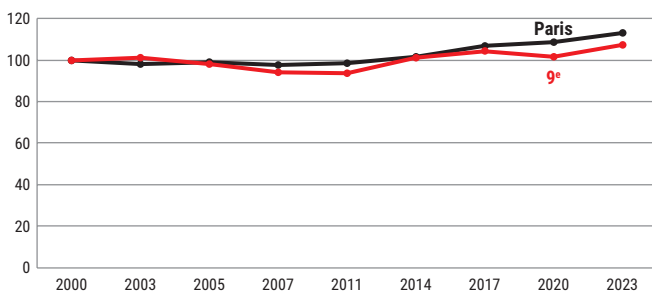
- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)

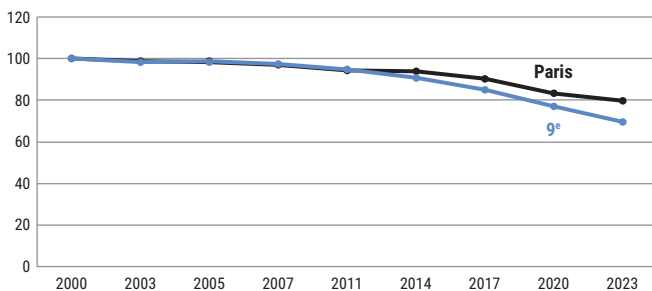
## STRUCTURE COMMERCIALE



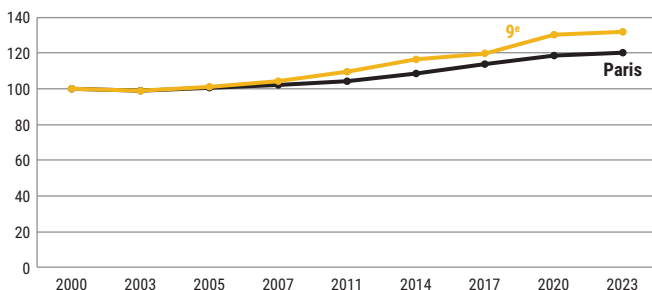
### ALIMENTAIRE



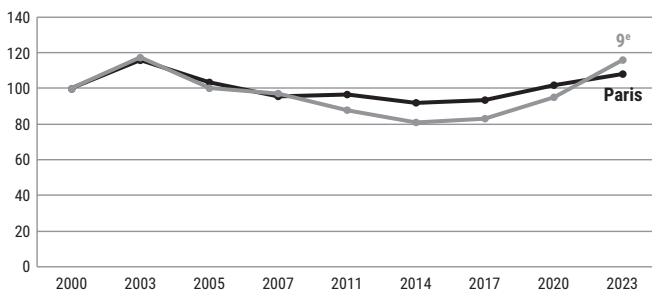
### NON ALIMENTAIRE



### RESTAURATION



### LOCAUX VACANTS



#### CHIFFRES CLÉS

**4 677** >> locaux en rez-de-chaussée

**3 486** >> commerces et services commerciaux

**7,4** >>>> commerces et services pour 100 m de voie (4,2 en moyenne à Paris)

**58** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants (28 en moyenne à Paris)

#### Plus grands commerces

- Galeries Lafayette, 40 boulevard Haussmann, 66 900 m<sup>2</sup>
- Printemps, 64 boulevard Haussmann, 47 459 m<sup>2</sup>
- Galeries Lafayette Maison, 33 boulevard Haussmann, 10 411 m<sup>2</sup>
- Printemps de l'Homme, 62 boulevard Haussmann, 7 600 m<sup>2</sup>
- Citadium, 108 rue de Provence, 7 477 m<sup>2</sup>
- FNAC, 109 rue Saint-Lazare, 4 980 m<sup>2</sup>

#### Principales galeries et centres commerciaux

- Passage du Havre, 109 rue Saint-Lazare, 40 boutiques, 20 900 m<sup>2</sup>
- Passage Jouffroy, 10 boulevard Montmartre, 26 boutiques
- Passage Verdeau, 31 bis rue du Faubourg Montmartre, 24 boutiques

#### Marchés découverts

- Anvers, place d'Anvers, 23 emplacements

### DENSITÉ COMMERCIALE (pour 1 000 habitants)



# 10<sup>e</sup> arrondissement - 3 592 commerces

## Une typologie commerciale proche de celle de Paris

On dénombre près de 3 600 commerces et services commerciaux dans le 10<sup>e</sup> arrondissement en 2023, soit 43 commerces pour 1 000 habitants, moyenne nettement plus élevée qu'à Paris (28 commerces). L'appareil commercial du 10<sup>e</sup> ressemble à celui de Paris avec une restauration un peu plus importante (21 % contre 18,5 %) et moins de commerces non alimentaires (20 % contre 23 % à Paris). Le taux de vacance est élevé, supérieur d'un point au taux parisien (12 % contre 10,9 %).

Les commerces du 10<sup>e</sup> sont principalement implantés dans le quartier Strasbourg – Saint-Denis, le long de voies

très commerçantes comme les rues des Faubourgs Saint-Denis, Saint-Martin et Poissonnière, les boulevards de Strasbourg et de Magenta, aux abords du marché couvert Saint-Martin. Les restaurants sont nombreux autour des gares de l'Est et du Nord et sur les grandes artères de l'arrondissement. L'offre alimentaire est très marquée sur la rue du Faubourg Saint-Denis, celle du Faubourg Saint-Martin et complétée par le marché découvert rue Alibert et les marchés couverts Saint-Quentin et Saint-Martin. La gare du Nord fait actuellement l'objet d'un projet de modernisation commerciale qui sera accompagné d'ici 2024 du réaménagement de ses abords.

Les deux secteurs Vital'Quartier 2 « Entre deux gares » et « Lancry », dont l'action s'est terminée en 2022, menaient une action ciblée sur les boulevards de Strasbourg et de Magenta afin de lutter contre les mono activités des tenues de mariées, des agences d'intérim et des boutiques d'appels vers l'étranger pour la première et celles des commerces de gros de textile et les salons de coiffure pour la seconde. Un quart des commerces de gros ont disparu entre 2020 et 2023, il n'en reste plus qu'une cinquantaine en 2023 contre 8 fois plus, 20 ans avant. La densité de commerces alimentaires est élevée : 5,7 commerces pour 1 000 habitants contre 3,7 à Paris, soit deux points de plus.



## ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- Concentration commerciale

### Surface du commerce

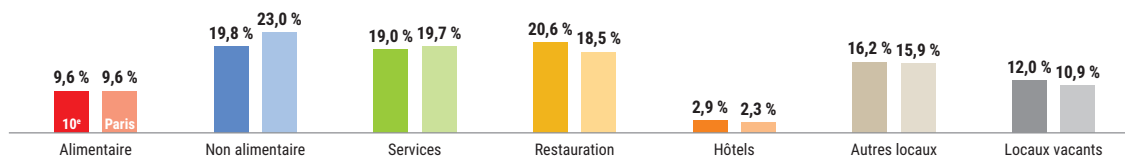
- (pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
  - De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
  - 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

### Type de marché

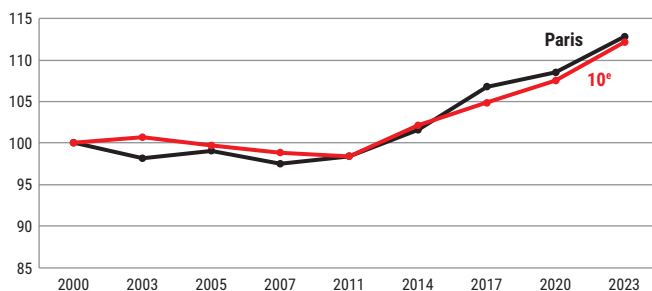
- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)

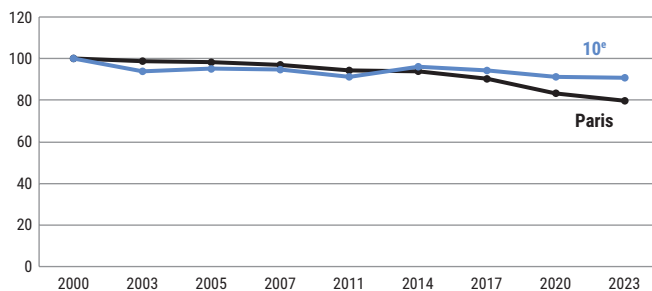
## STRUCTURE COMMERCIALE



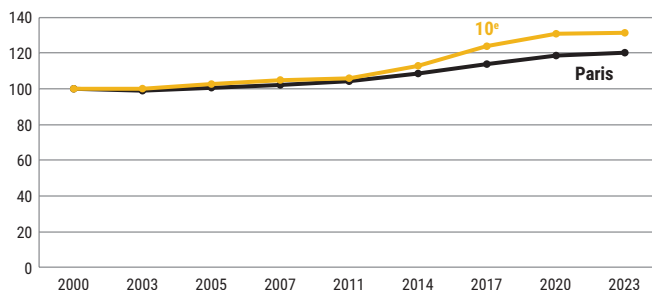
### ALIMENTAIRE



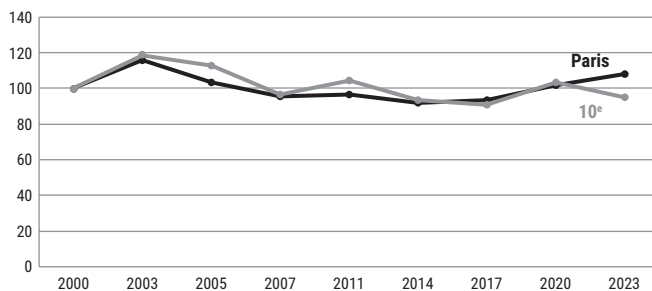
### NON ALIMENTAIRE



### RESTAURATION



### LOCAUX VACANTS



#### CHIFFRES CLÉS

- 5 000** >> locaux en rez-de-chaussée
- 3 592** >> commerces et services commerciaux
- 6,9** >> commerces et services pour 100 m de voie (4,2 en moyenne à Paris)
- 43** >> commerces et services pour 1 000 habitants (28 en moyenne à Paris)

#### Plus grands commerces

- Paris Store, 3 boulevard de la Villette, 850 m<sup>2</sup>
- Lidl, 53 boulevard de la Villette, 846 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 91 rue du Faubourg Saint-Denis, 801 m<sup>2</sup>
- Franprix, 16 rue Bouchardon, 700 m<sup>2</sup>
- Kiko, 10 rue de Dunkerque, 605 m<sup>2</sup>

#### Principales galeries et centres commerciaux

- Gare du Nord, 10 rue de Dunkerque, 55 boutiques, 8 000 m<sup>2</sup>
- Gare de l'Est, 4 rue du Huit mai 1945, 49 boutiques, 5 400 m<sup>2</sup>

#### Marchés découverts

- Alibert, rue Alibert, 19 emplacements

#### Marchés couverts :

- Saint-Quentin, 85 bis boulevard de Magenta, 37 boutiques
- Saint-Martin, 31 rue du Château d'eau, 18 boutiques

### DENSITÉ COMMERCIALE (pour 1 000 habitants)



# 11<sup>e</sup> arrondissement - 4 653 commerces

## L'alimentaire spécialisé poursuit son développement

Le 11<sup>e</sup> arrondissement compte un peu plus de 4600 commerces et services commerciaux en 2023 et une densité commerciale un peu plus élevée que celle calculée à Paris (respectivement 32 commerces pour 1000 habitants contre 28). Le taux de vacance des locaux y est un peu plus fort qu'à Paris également : 11,5 % contre 10,9 %.

Très implantés dans le quartier Seldaine-Popincourt depuis les années 1990, les commerces de gros de textile et d'habillement sont beaucoup moins nombreux aujourd'hui. Ils ont diminué

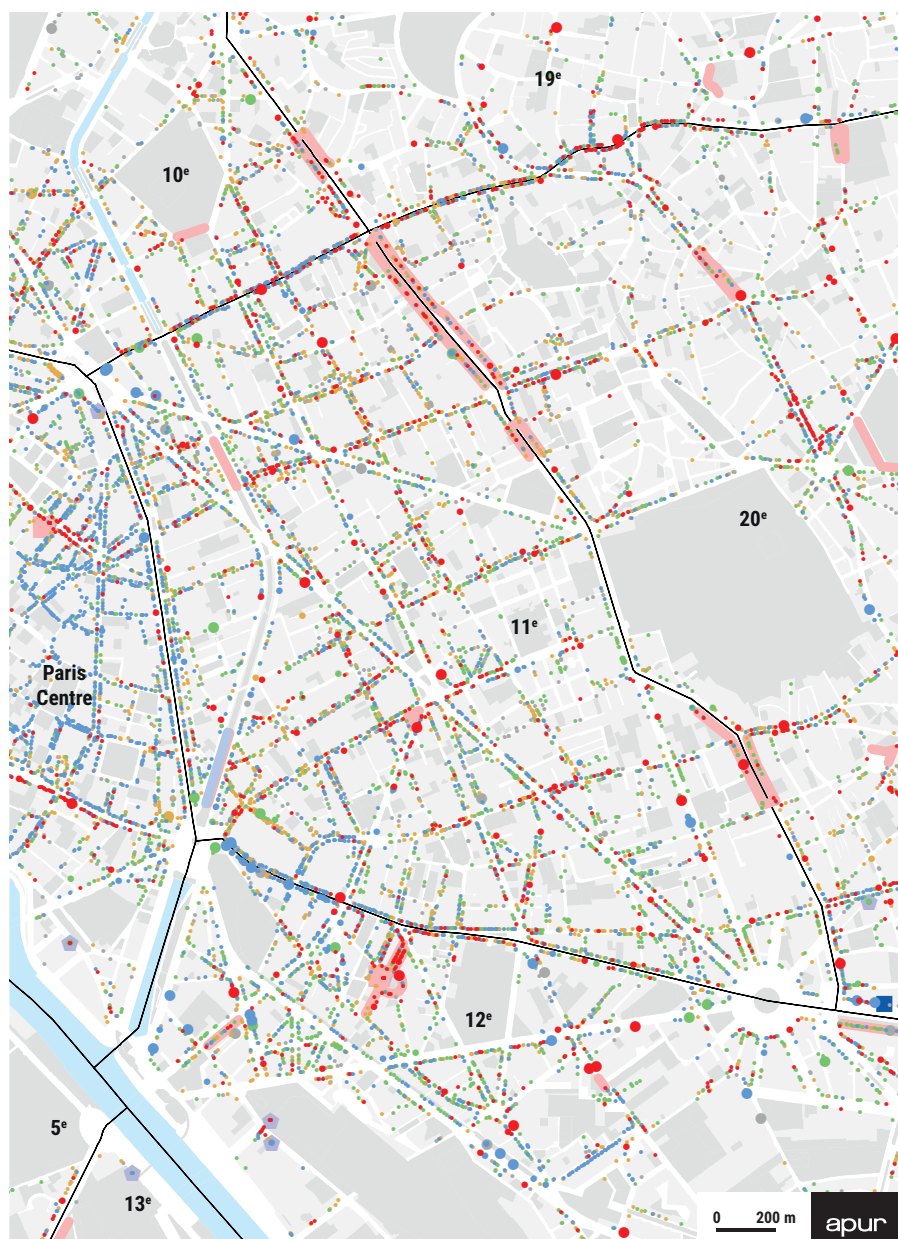
de plus d'un tiers entre 2020 et 2023. Il en reste exactement 82 aujourd'hui dans l'arrondissement, soit 7 fois moins qu'il y a 20 ans. La majorité de ces commerces de gros se sont déplacés vers d'autres sites, en banlieue, comme le centre CIFA à Aubervilliers ou vers Roissy. La Ville de Paris avait mis en place un secteur de revitalisation Paris'Commerces qui a permis l'installation de commerces plus diversifiés et qualitatifs dans le quartier. Plus au nord de l'arrondissement un autre périmètre « Fontaine au Roi » lutte contre la vacance commerciale des locaux.

Un des atouts du 11<sup>e</sup> est la forte augmentation depuis 2020 de ses commerces

alimentaires spécialisés avec près de 40 établissements supplémentaires dont 12 traiteurs, 8 primeurs, 7 pâtisseries ou encore 6 cavistes, favorisant les achats de proximité.

L'action de la Ville et de ses opérateurs est aujourd'hui plus focalisée sur les nuisances que peuvent occasionner les commerces tels les cafés, bars et restaurants dont l'implantation s'est fortement développée ces dernières années, plus d'une centaine depuis 2017, et dont une partie de la population de l'arrondissement se plaint. La Ville a ainsi mis en place des actions visant à mieux partager l'espace public et faciliter les échanges entre les noctambules et les habitants.

L'offre alimentaire de proximité du 11<sup>e</sup> est légèrement plus forte qu'en moyenne à Paris, soit 4,1 commerces alimentaires pour 1000 habitants contre 3,7 à Paris. Ceux-ci sont implantés autour de la place Léon Blum, au croisement du boulevard Richard Lenoir et de la rue Oberkampf et sont renforcés par la tenue bi-hebdomadaire de 3 marchés découverts sur les boulevards de Charonne, de Belleville et Richard Lenoir.



### ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

#### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- Concentration commerciale

#### Surface du commerce

(pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)

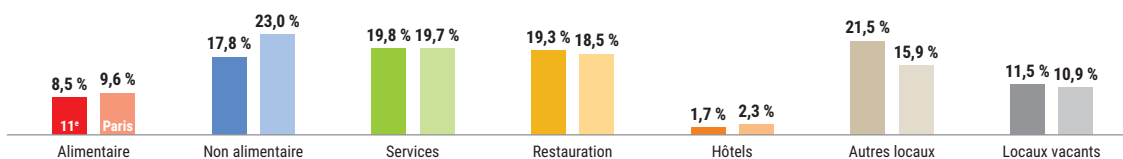
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

#### Type de marché

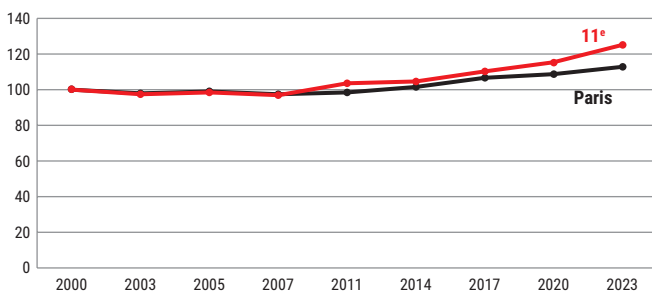
- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

Sources : Apur - BDDcom 2023, DAE (Ville de Paris)

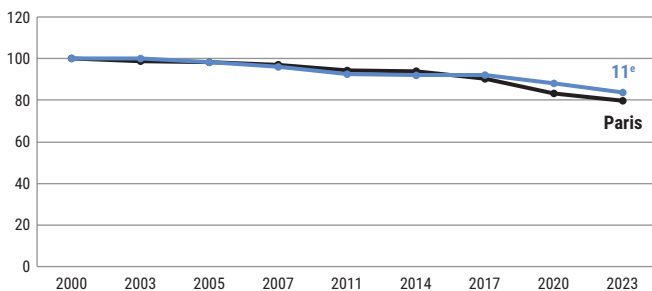
## STRUCTURE COMMERCIALE



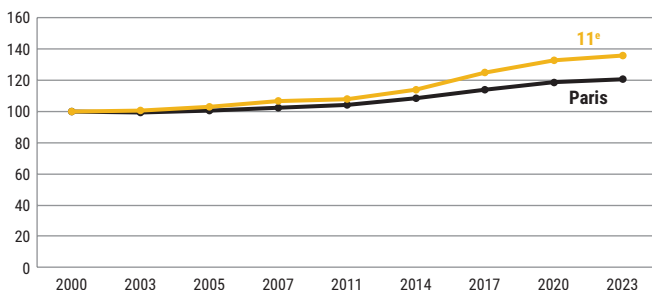
### ALIMENTAIRE



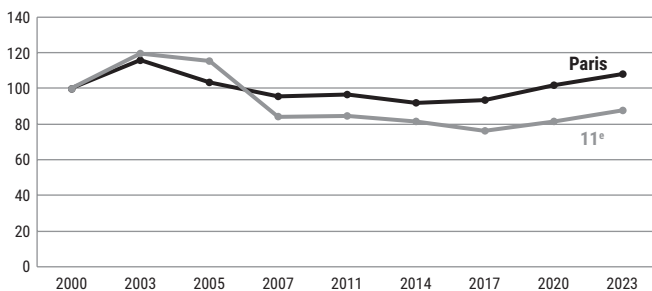
### NON ALIMENTAIRE



### RESTAURATION



### LOCAUX VACANTS



#### CHIFFRES CLÉS

**6 936** >> locaux en rez-de-chaussée

**4 653** >> commerces et services commerciaux

**6,0** >>>> commerces et services pour 100 m de voie (4,2 en moyenne à Paris)

**32** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants (28 en moyenne à Paris)

#### Plus grands commerces

- Monoprix, 99 rue du Faubourg Saint-Antoine, 2 435 m<sup>2</sup>
- Saint-Maclou, 48 rue de Malte, 2 300 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 166 avenue Ledru-Rollin, 2 036 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 70 rue du Faubourg du Temple, 2 027 m<sup>2</sup>
- Conforama, 71 avenue Philippe Auguste, 2 000 m<sup>2</sup>
- Darty, 1 avenue de la République, 1 822 m<sup>2</sup>

#### Marchés découverts

- Bastille, boulevard Richard Lenoir, 54 emplacements
- Belleville, boulevard de Belleville, 65 emplacements
- Charonne, boulevard de Charonne, 72 emplacements
- Ménilmontant, boulevard de Ménilmontant, 16 emplacements
- Popincourt, boulevard Richard Lenoir, 63 emplacements
- Marché Biologique Père Chaillet, place du Père Chaillet, 13 emplacements

**DENSITÉ COMMERCIALE**  
(pour 1 000 habitants)



# 12<sup>e</sup> arrondissement - 3 251 commerces

## Des commerces et services qualitatifs et diversifiés

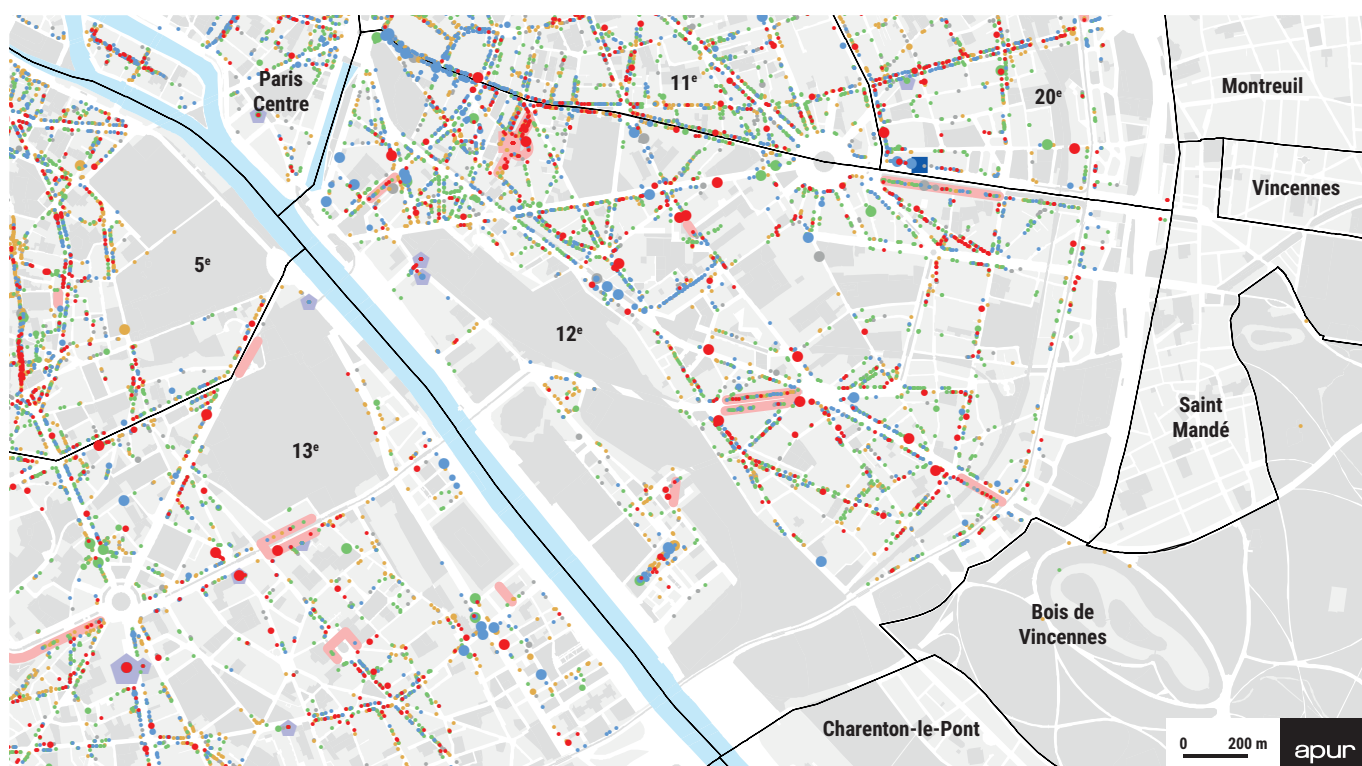
Avec plus de 3250 commerces et services commerciaux recensés en 2023, le 12<sup>e</sup> arrondissement se classe comme un arrondissement relativement peu dense en commerces. On en dénombre 23 pour 1 000 habitants alors que la moyenne parisienne est de 28 pour 1 000 habitants. Le 12<sup>e</sup> n'en reste pas moins diversifié et qualitatif pour autant. En témoigne un taux de vacance peu élevé de 8,1 %, un des plus bas des arrondissements parisiens, alors que la moyenne est de 10,9 % à Paris.

Les spécificités commerciales du 12<sup>e</sup> arrondissement ont évolué ces dernières années avec la disparition progressive de l'artisanat de l'ameublement, dominant depuis plusieurs siècles dans le quartier

du Faubourg Saint-Antoine, au profit d'autres activités commerciales comme l'habillement ou encore la restauration. L'artisanat s'est déplacé vers le Viaduc des Arts sous la forme d'activités haut de gamme. La vente de matériel informatique qui avait investi la rue Montgallet, où de nombreux locaux étaient vacants depuis plusieurs années, a vu son activité diminuer depuis le départ de la locomotive que représentait le magasin Surcouf, installé sur une très grande surface, mais également en raison de l'action développée par la Ville au travers de l'opération Vital'Quartier 2 remplacée aujourd'hui par le secteur Paris'Commerces « Daumesnil-Montgallet » qui doit réintroduire une plus grande mixité d'activités. Plus à l'est, un second secteur « Saint-Mandé – Picpus » a été créé

pour lutter contre la vacance des locaux qui avait tendance à se développer. Cette mixité d'activité est également possible grâce à l'action du GIE Paris Commerces qui aide à la relocation de locaux vacants appartenant aux trois principaux bailleurs sociaux parisiens (Paris Habitat, RIVP et Elogie-Siemp). Une polarité à forte chalandise, « Bercy Village » un peu excentrée au sud du Parc de Bercy accueille des commerces d'enseignes au sein des anciens chais.

Enfin, la densité de commerces alimentaires est proche de celle calculée à Paris, 3,4 commerces pour 1000 habitants contre 3,7 en moyenne. Les marchés alimentaires découverts sont très nombreux dans l'arrondissement, 7 au total, dont celui d'Aligre avec une très grande variété de produits proposés aux habitants.



### ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

#### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- Concentration commerciale

#### Surface du commerce

(pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

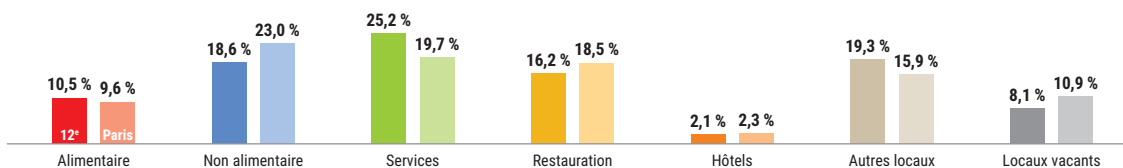
#### Type de marché

- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

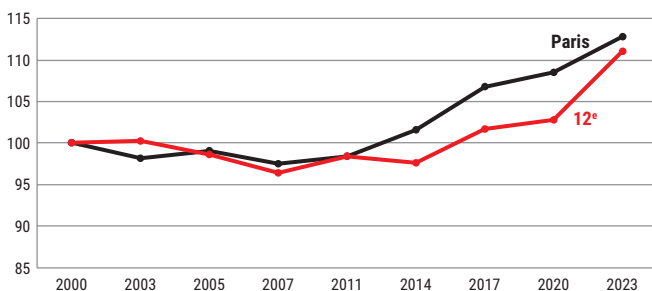
Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)



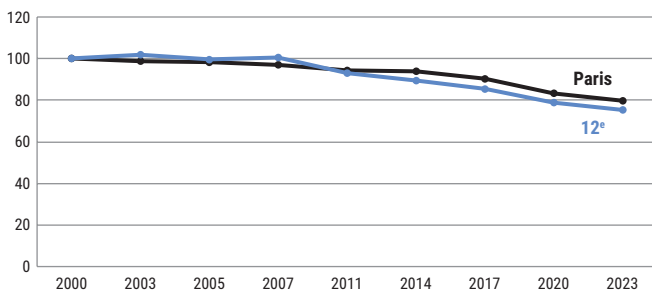
## STRUCTURE COMMERCIALE



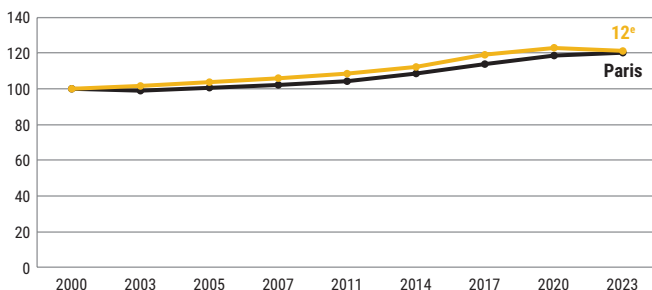
### ALIMENTAIRE



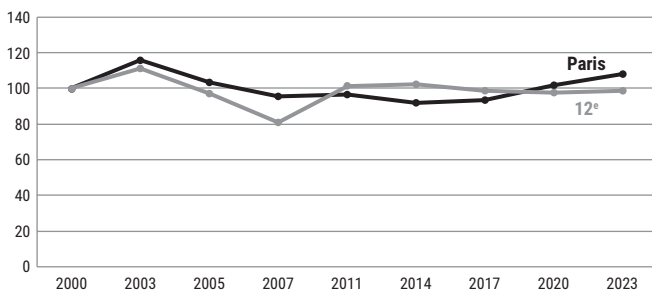
### NON ALIMENTAIRE



### RESTAURATION



### LOCAUX VACANTS



#### CHIFFRES CLÉS

**4 478** >> locaux en rez-de-chaussée

**3 251** >> commerces et services commerciaux

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

**23** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants (28 en moyenne à Paris)

#### Plus grands commerces

- Leroy Merlin, 139 avenue Daumesnil, 10 000 m<sup>2</sup>
- Soubrier, 14 rue de Reuilly, 3 000 m<sup>2</sup>
- FNAC, 53 cour Saint-Émilion, 2 800 m<sup>2</sup>
- Ikea, 135 avenue Daumesnil, 2 500 m<sup>2</sup>
- Lidl, 34 rue de Reuilly, 2 400 m<sup>2</sup>

#### Principales galeries et centres commerciaux

- Gare de Lyon, 2 place Louis Armand, 50 boutiques
- Cour Saint-Émilion, 43 boutiques, 26 500 m<sup>2</sup>

#### Marchés découverts

- Bercy, place Lachambeaudie, 13 emplacements
- Cours de Vincennes, cours de Vincennes, 59 emplacements
- Daumesnil, rue de Reuilly, 5 emplacements
- Ledru-Rollin, avenue Ledru-Rollin, 14 emplacements
- Beauvau, place et rue d'Aligre, 88 emplacements
- Porte Dorée, avenue Daumesnil, 34 emplacements
- Saint-Éloi, rue de Reuilly, 13 emplacements

**DENSITÉ COMMERCIALE**  
(pour 1 000 habitants)



# 13<sup>e</sup> arrondissement - 2 563 commerces

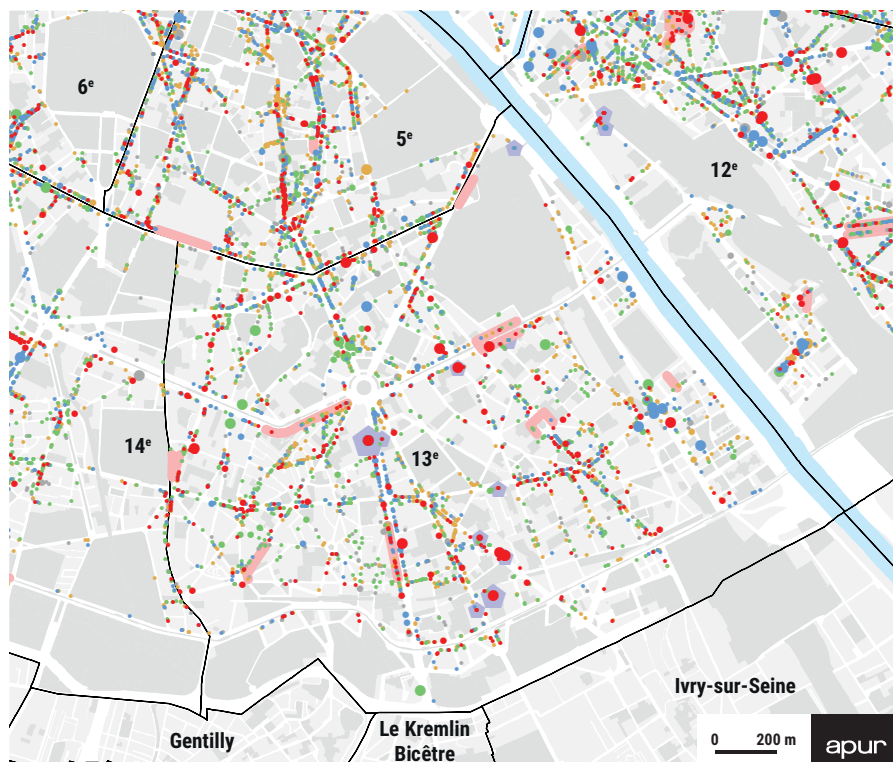
## Des commerces de grande taille

Le 13<sup>e</sup> arrondissement totalise plus de 2560 commerces et services commerciaux en 2023 avec une densité commerciale peu élevée en nombre de locaux, deux fois moindre que celle calculée à Paris (14 commerces pour 1000 habitants contre 28 en moyenne à Paris). Cela s'explique en partie par l'implantation de grandes surfaces commerciales issues des rénovations des années 1970. Les centres commerciaux comme « Italie Deux » ou « Masséna 13 » en accueillent plusieurs depuis quelques décennies déjà et plus encore depuis 2021 pour le premier cité depuis son extension appelée « Italik » sur 6400 m<sup>2</sup> supplémentaires (lauréat Réinventer Paris 1). Depuis une dizaine d'années l'opé-

ration d'urbanisme Paris Rive Gauche en a développé de nouvelles avec les enseignes Décathlon, H&M, Neones, Monoprix ou encore Darty sur l'avenue de France. L'implantation de l'Université Paris-Diderot a favorisé l'installation de nouveaux bars et établissements de restauration rapide, venant ainsi compléter l'offre déjà disponible pour la clientèle de bureau qui les fréquente à la pause de midi. La vacance des locaux est semblable à celle calculée en moyenne à Paris (10,4 % contre 10,9 %) mais elle progresse d'un point comparé à celle observée en 2020. Un périmètre de revitalisation commerciale est présent, il s'agit du secteur « Masséna » qui lutte contre la vacance des locaux et l'implantation de commerces de proxi-

mité. L'action du GIE Paris Commerces sur les locaux vacants des bailleurs sociaux va également dans le sens d'une diversification des activités implantées dans l'arrondissement.

Les travaux de rénovation de la gare d'Austerlitz engagés depuis 5 ans sont en cours, la grande halle voyageurs devrait être livrée pour la fin d'année 2023. La densité de commerces alimentaires est la plus faible enregistrée à Paris, elle n'est que de 2,2 commerces pour 1000 habitants contre 3,7 à Paris. Les 8 marchés de plein air présents dans l'arrondissement viennent en partie combler cette faible densité de commerces alimentaires avec notamment le marché du boulevard Auguste Blanqui qui totalise 65 emplacements en 2023.



## ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- Concentration commerciale

### Surface du commerce

(pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)

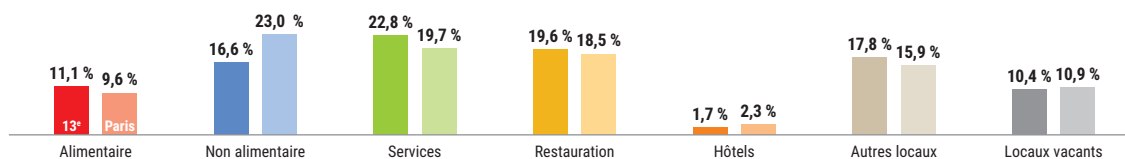
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

### Type de marché

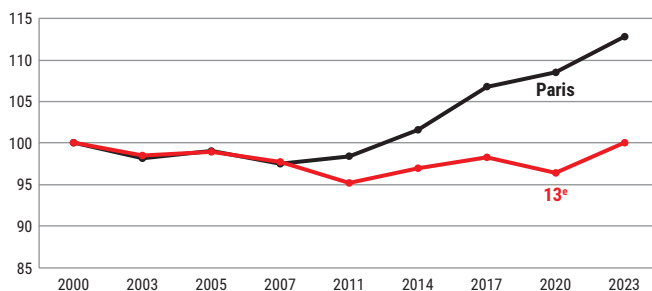
- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)

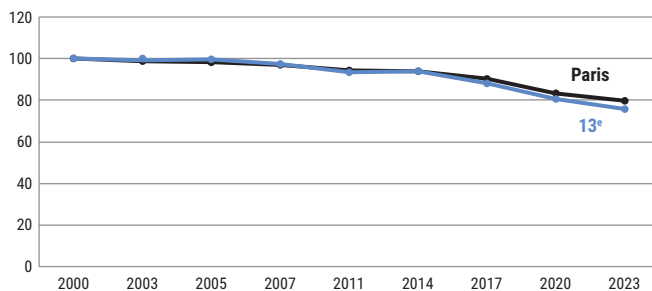
## STRUCTURE COMMERCIALE



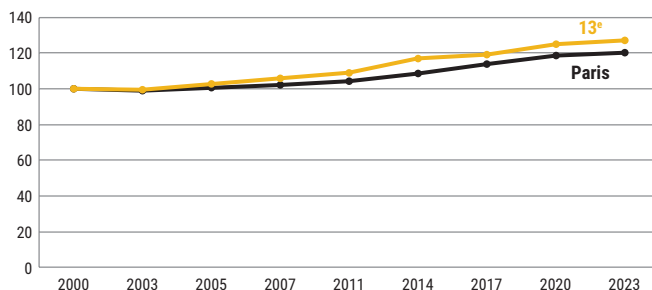
### ALIMENTAIRE



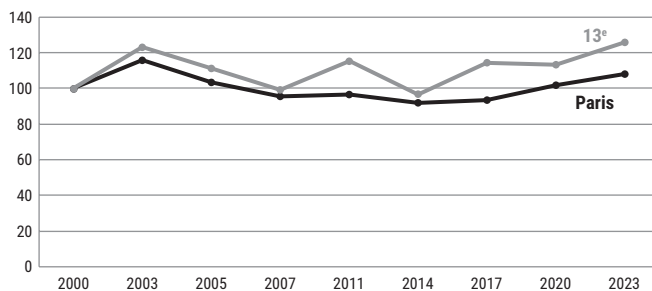
### NON ALIMENTAIRE



### RESTAURATION



### LOCAUX VACANTS



#### CHIFFRES CLÉS

**3 569** >> locaux en rez-de-chaussée

**2 563** >> commerces et services commerciaux

**2,4** >>>> commerces et services pour 100 m de voie (4,2 en moyenne à Paris)

**14** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants (28 en moyenne à Paris)

#### Plus grands commerces

- Géant Casino, 13 place de Vénétie, 7 253 m<sup>2</sup>
- Carrefour Market, 30 avenue d'Italie, 3 500 m<sup>2</sup>
- Décathlon, 1 rue de Tolbiac, 3 459 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 87 avenue d'Italie, 2 991 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 123 boulevard Vincent Auriol, 2 962 m<sup>2</sup>
- Gibert Joseph, 21 rue Marie-Andrée Lagroua Weill-Hallé, 2 800 m<sup>2</sup>

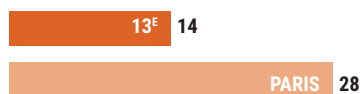
#### Principales galeries et centres commerciaux

- Italie Deux, 30 avenue d'Italie, 139 boutiques, 56 800 m<sup>2</sup>
- La Galerie Masséna, 13 place de Vénétie, 44 boutiques, 26 000 m<sup>2</sup>
- Gare d'Austerlitz, 85 quai d'Austerlitz, 14 boutiques

#### Marchés découverts

- Alésia, rue de la Glacière, 30 emplacements
- Auguste Blanqui, boulevard Auguste Blanqui, 65 emplacements
- Bobillot, rue Bobillot, 11 emplacements
- Jeanne d'Arc, place Jeanne d'Arc, 35 emplacements
- Maison Blanche, avenue d'Italie, 36 emplacements
- Paris Rive Gauche, rue Jean Anouilh, 5 emplacements
- Salpêtrière, boulevard de l'Hôpital, 4 emplacements
- Vincent Auriol, boulevard Vincent Auriol, 34 emplacements

**DENSITÉ COMMERCIALE**  
(pour 1 000 habitants)



# 14<sup>e</sup> arrondissement - 2 752 commerces

## Une moindre densité commerciale comparée à Paris mais de fortes polarités

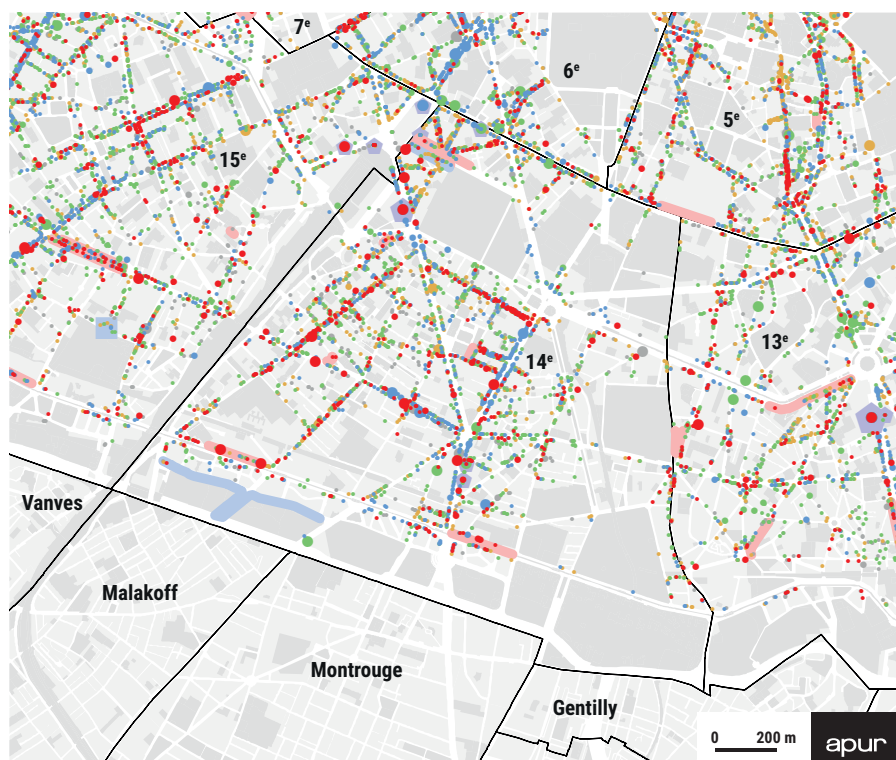
Avec plus de 2 700 commerces et services commerciaux, le 14<sup>e</sup> arrondissement possède une densité commerciale relativement faible, inférieure de 7 points à celle de Paris, soit 21 commerces pour 1 000 habitants contre 28 à Paris. Les grandes emprises d'équipements comme la maternité de Port-Royal, les hôpitaux Sainte-Anne et Cochin, la gare et le cimetière du Montparnasse, le parc Montsouris et la Cité universitaire internationale explique en partie cette densité modérée.

Malgré tout, certaines artères de l'arrondissement sont très commerçantes comme l'avenue du Général Leclerc qui accueille de nombreuses enseignes liées à

l'équipement de la personne, la rue Raymond Losserand dans sa partie nord avec une variété de commerces ou encore la rue Daguerre, véritable rue marché du 14<sup>e</sup> avec ses nombreux commerces de bouche et son marché de plein air. L'arrondissement s'organise aussi autour de quelques pôles commerciaux très animés comme à Montparnasse où la restauration et les loisirs sont fortement représentés, au niveau du carrefour Alésia où les magasins sont très présents mais aussi sur l'avenue du Maine où le centre commercial « Les Ateliers Gaité » a ouvert ses portes à la fin de l'année 2022 sur près de 30 000 m<sup>2</sup>. Y sont implantés 60 commerces, un hypermarché E.Leclerc de 2 500 m<sup>2</sup>, des grands commerces comme Darty, Mr Bricolage ou Go Sport et un « food court » de 15 restaurants.

Deux périmètres de revitalisation commerciale ont été définis, « Montsouris » au sud-est de l'arrondissement et « Didot – Vanves – Général Leclerc » au sud-ouest, pour lutter contre la vacance et installer plus de commerces de proximité. La vacance des locaux est peu élevée dans l'arrondissement avec seulement 9,5 % de locaux inoccupés contre 10,9 % en moyenne à Paris, même si elle progresse un peu depuis 2020 où elle atteignait 8,8 %.

La densité de commerces alimentaires est de 3,3 commerces pour 1 000 habitants, légèrement moins élevée que celle calculée à Paris où elle est de 3,7 commerces mais elle est complétée par la présence de 6 marchés découverts qui proposent une offre supplémentaire aux habitants.



## ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- Concentration commerciale

### Surface du commerce

(pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)

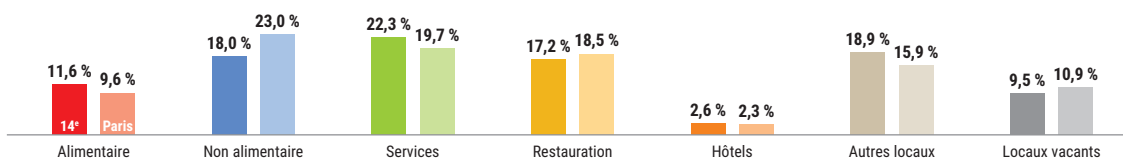
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

### Type de marché

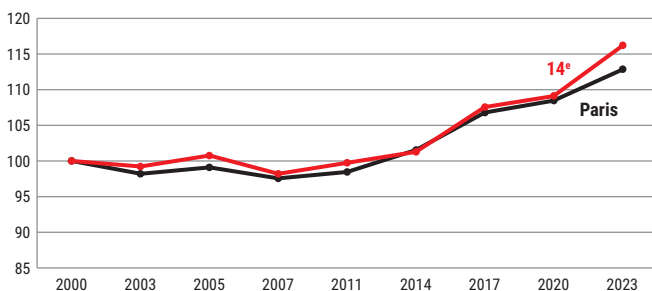
- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)

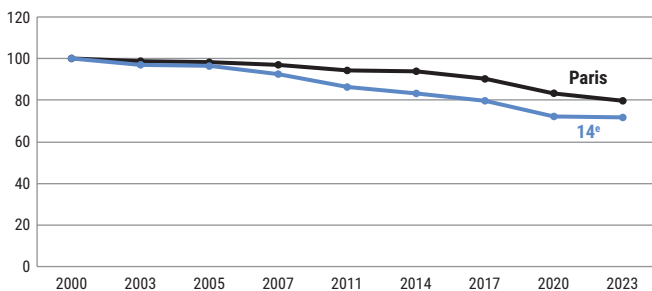
## STRUCTURE COMMERCIALE



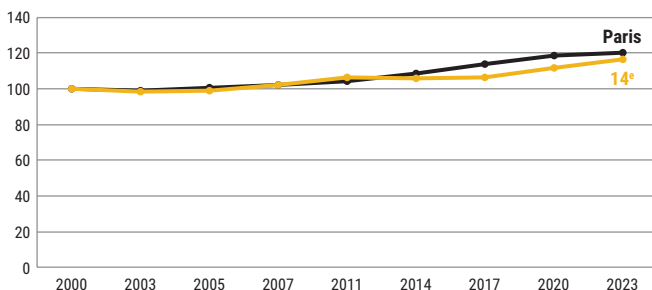
### ALIMENTAIRE



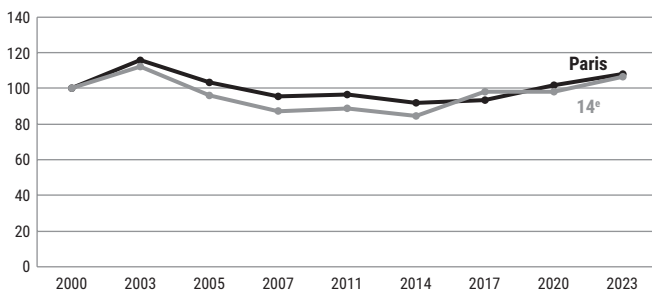
### NON ALIMENTAIRE



### RESTAURATION



### LOCAUX VACANTS



#### CHIFFRES CLÉS

**3 841** >> locaux en rez-de-chaussée

**2 752** >> commerces et services commerciaux

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

**21** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants (28 en moyenne à Paris)

#### Plus grands commerces

- Monoprix, 31 rue du Départ, 4 995 m<sup>2</sup>
- Basic Fit, 33 avenue de la Porte de Châtillon, 3 000 m<sup>2</sup>
- E.Leclerc, 80 avenue du Maine, 2 500 m<sup>2</sup>
- Auchan, 73 boulevard Brune, 2 309 m<sup>2</sup>
- Carrefour Market, 102 avenue du Général Leclerc, 1 817 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 54 avenue du Général Leclerc, 1 595 m<sup>2</sup>

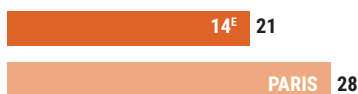
#### Principales galeries et centres commerciaux

- Les Ateliers Gaité, 80 avenue du Maine, 43 boutiques, 28 800 m<sup>2</sup>

#### Marchés découverts

- Brune, boulevard Brune, 31 emplacements
- Edgar Quinet, boulevard Edgar Quinet, 40 emplacements
- Jourdan, boulevard Jourdan, 8 emplacements
- Marché Biologique Brancusi, place Constantin Brancusi, 3 emplacements
- Mouton Duvernet, place Jacques Demy, 33 emplacements
- Villemain, avenue Villemain, 24 emplacements

**DENSITÉ COMMERCIALE**  
(pour 1 000 habitants)



# 15<sup>e</sup> arrondissement - 4 576 commerces

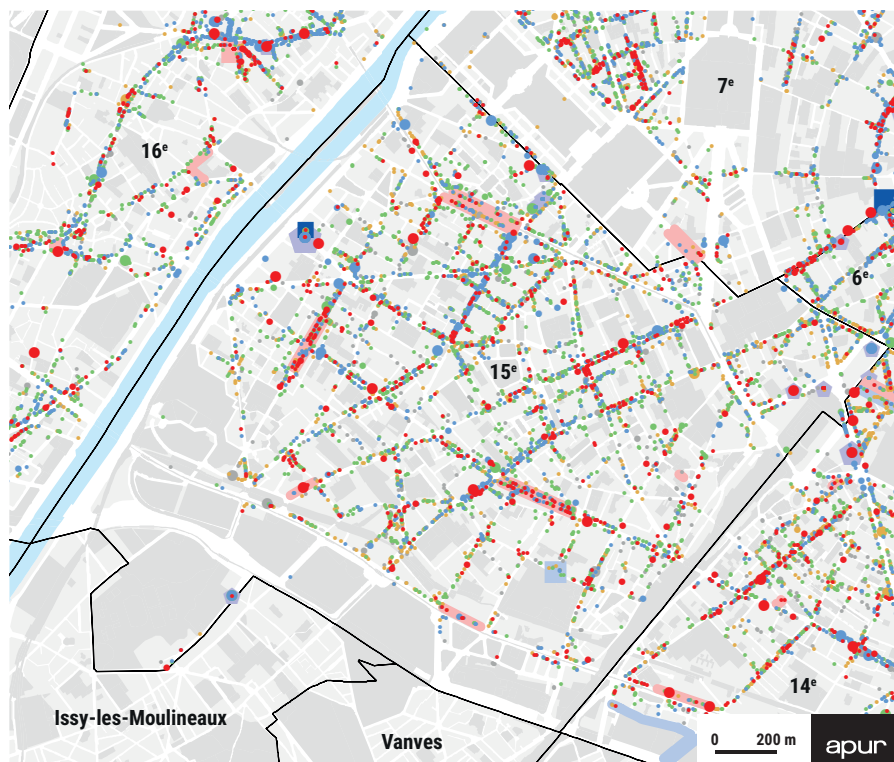
## Une offre variée et de qualité dans les commerces de proximité

On dénombre plus de 4570 commerces et services commerciaux dans le 15<sup>e</sup> arrondissement en 2023, soit 20 commerces pour 1000 habitants, moyenne moins élevée que celle calculée à Paris (28 commerces). La structure commerciale de l'arrondissement ressemble à celle de Paris avec une restauration moins présente (15,3 % contre 18,5 %) de même que les commerces non alimentaires (20 % contre 23 %) mais des services commerciaux plus nombreux (25,5 % contre 19,7 %). De nombreuses voies sont très commerçantes comme les rues Saint-Charles, Vaugirard, Lecourbe, Convention qui offrent un panel de commerces diversifiés et de proximité.

Le taux de vacance des locaux est peu élevé avec seulement 9,3 % de locaux inoccupés contre 10,9 % à Paris. Toutefois, un périmètre de revitalisation commerciale Paris'Commerces existe à l'est, le long du faisceau ferré, qui vise à lutter contre la vacance des locaux.

L'arrondissement bénéficie de polarités fortes comme le secteur Montparnasse et le centre commercial « Beaugrenelle » qui accueille les clients sur près de 45 000 m<sup>2</sup>.

La densité de commerces alimentaires est plus faible que celle calculée à Paris avec 2,9 commerces pour 1000 habitants contre 3,7 commerces à Paris. Le 15<sup>e</sup> bénéficie toutefois de la présence de 6 marchés de plein air qui viennent compléter l'offre alimentaire proposée.



## ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- Concentration commerciale

### Surface du commerce

(pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)

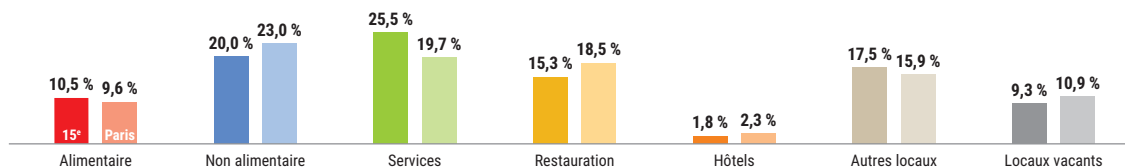
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

### Type de marché

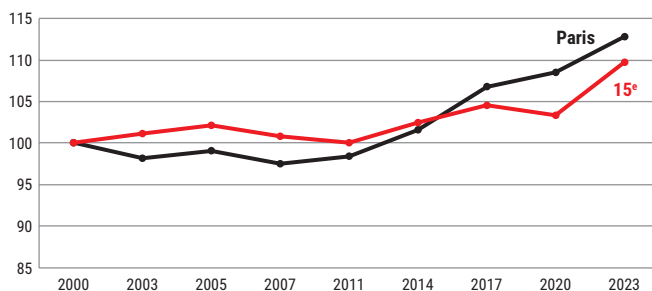
- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)

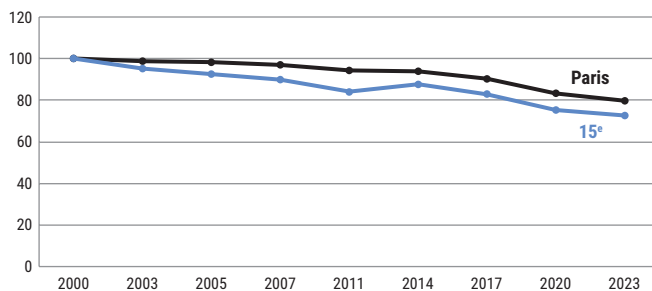
## STRUCTURE COMMERCIALE



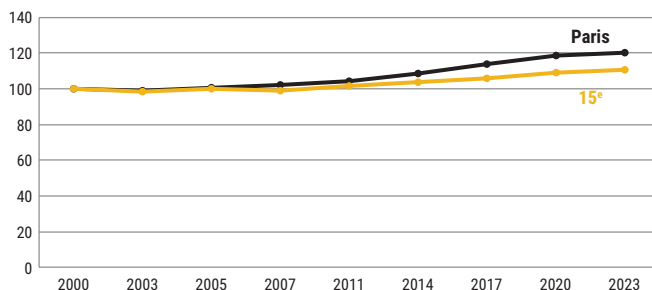
### ALIMENTAIRE



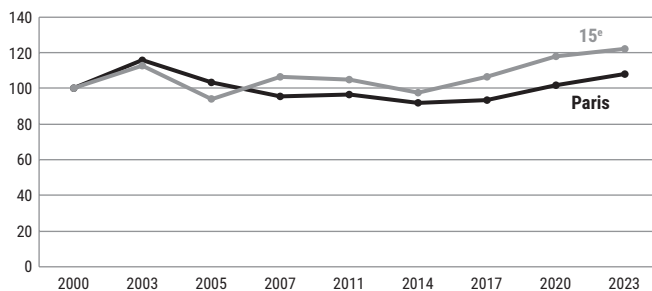
### NON ALIMENTAIRE



### RESTAURATION



### LOCAUX VACANTS



#### CHIFFRES CLÉS

**6 258** >> locaux en rez-de-chaussée

**4 576** >> commerces et services commerciaux

**3,7** >>>> commerces et services pour 100 m de voie (4,2 en moyenne à Paris)

**20** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants (28 en moyenne à Paris)

#### Plus grands commerces

- Galeries Lafayette, 7 rue Linois, 8 000 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 340 rue de Vaugirard, 4 050 m<sup>2</sup>
- Castorama, 11 boulevard de Grenelle, 3 960 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 19 rue Linois, 3 902 m<sup>2</sup>
- C&A, 66 boulevard du Montparnasse, 3 885 m<sup>2</sup>
- FNAC, 12 rue Linois, 2 718 m<sup>2</sup>

#### Principales galeries et centres commerciaux

- Gare Montparnasse, 4 place Raoul Dautry, 96 boutiques, 19 000 m<sup>2</sup>
- Maine Montparnasse, 66 boulevard du Montparnasse, 55 boutiques, 35 400 m<sup>2</sup>
- Beaugrenelle, 12 rue Linois, 103 boutiques, 45 000 m<sup>2</sup>
- Village Suisse, 78 avenue de Suffren, 142 boutiques

#### Marchés découverts

- Cervantes, rue Bargue, 15 emplacements
- Convention, rue de la Convention, 57 emplacements
- Grenelle, boulevard de Grenelle, 67 emplacements
- Lecourbe, rue Lecourbe, 25 emplacements
- Lefebvre, boulevard Lefebvre, 14 emplacements
- Saint-Charles, rue Saint-Charles, 41 emplacements

**DENSITÉ COMMERCIALE**  
(pour 1 000 habitants)



# 16<sup>e</sup> arrondissement - 3 261 commerces

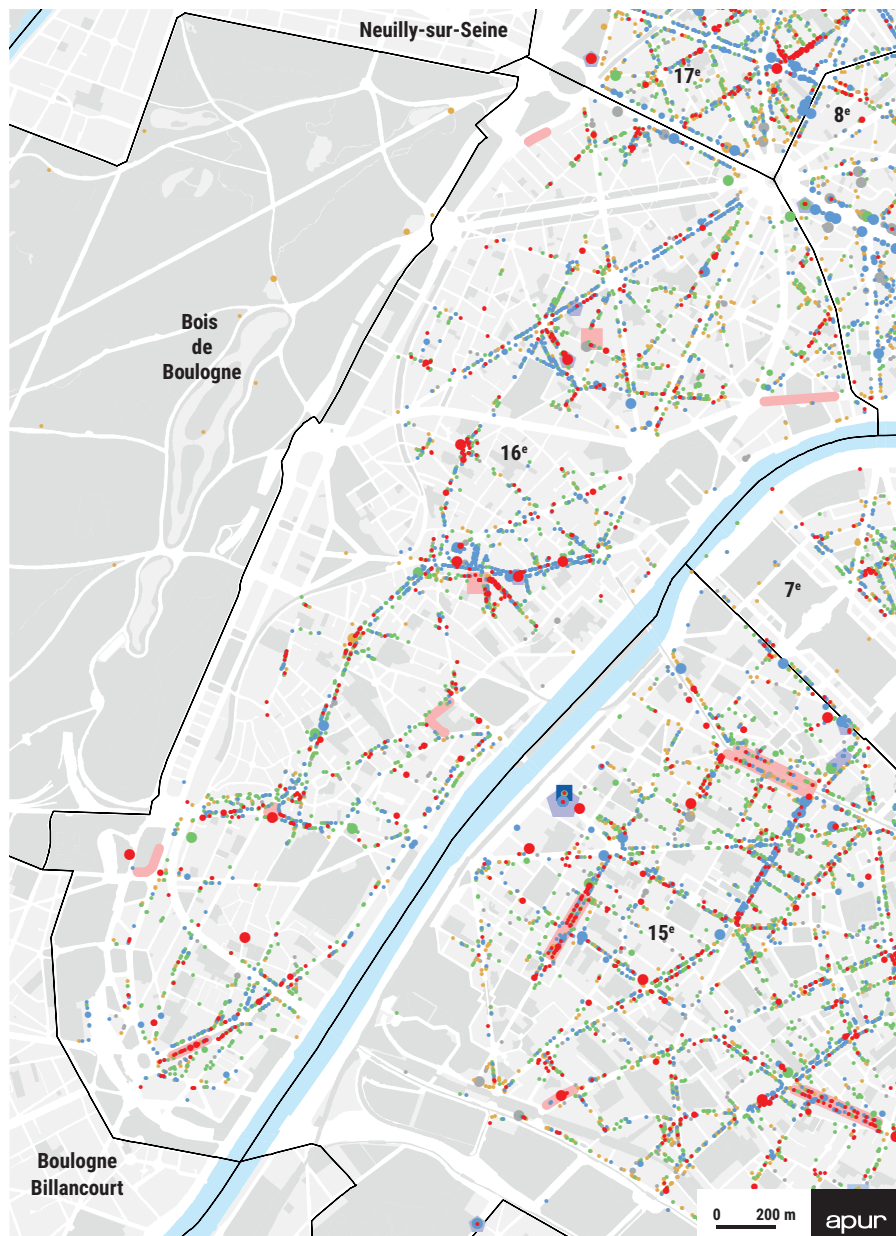
## Des commerces principalement situés le long de quelques axes

Le 16<sup>e</sup> arrondissement totalise plus de 3260 commerces et services commerciaux en 2023, ce qui représente 20 commerces pour 1000 habitants, soit une densité commerciale moins élevée que celle calculée à Paris où elle est de 28 commerces. L'activité commerciale de l'arrondissement est essentiellement implantée le long de certaines voies comme l'avenue Victor Hugo au nord, l'avenue Mozart et la rue de Passy au centre et la rue d'Auteuil et l'avenue

de Versailles dans la partie sud de l'arrondissement. Le reste du 16<sup>e</sup> est peu dense en commerces, notamment ceux de proximité. La vacance des locaux est aussi l'une des deux plus faibles calculée à Paris avec seulement 7,4 % de locaux inoccupés en 2023 (contre 10,9 % à Paris), moins élevée encore qu'en 2020 où elle était de 8 %.

L'armature commerciale est complétée par la présence de 2 centres commerciaux, Passy Plaza (24 boutiques) et la Galerie Saint-Didier (27 boutiques), plutôt orientés vers une clientèle locale.

La densité de commerces alimentaires est moins élevée dans le 16<sup>e</sup> qu'en moyenne à Paris puisqu'elle atteint 2,8 commerces pour 1000 habitants contre 3,7. La présence de la « Grande Épicerie de Paris » avec une offre alimentaire haut de gamme sur 2800 m<sup>2</sup>, celle de l'hypermarché Carrefour de la Porte d'Auteuil ainsi que les 6 marchés découverts viennent compléter cette moindre densité.



## ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

- Type de commerce**
- Alimentaire
  - Non alimentaire
  - Service commercial
  - Restauration
  - Local vacant ou en travaux
  - Grand magasin
  - Concentration commerciale

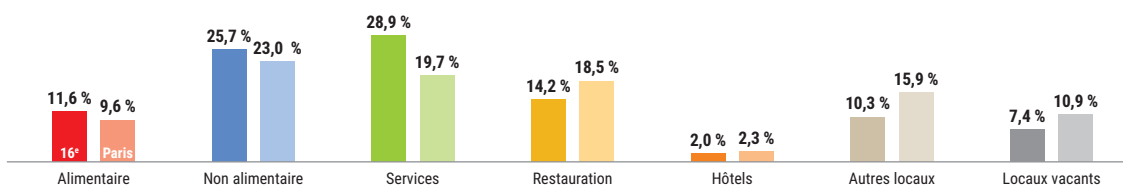
- Surface du commerce**  
(pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
  - De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
  - 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

- Type de marché**
- Alimentaire et Bio
  - Non alimentaire
  - Principaux équipements

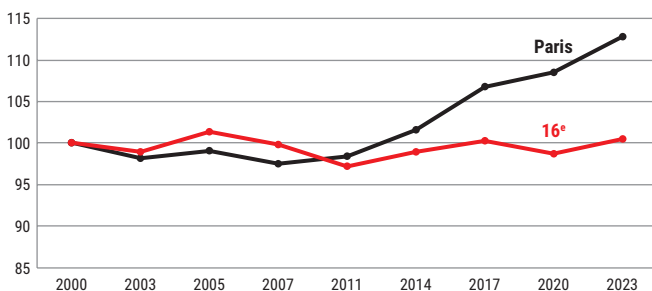
Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)



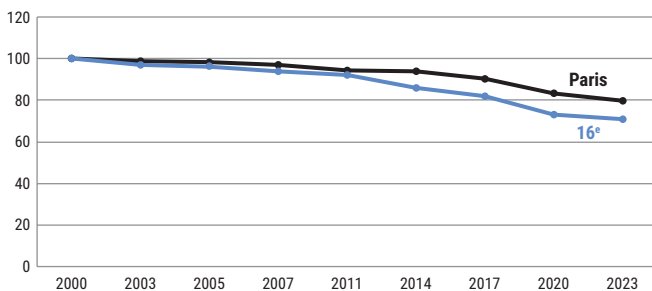
## STRUCTURE COMMERCIALE



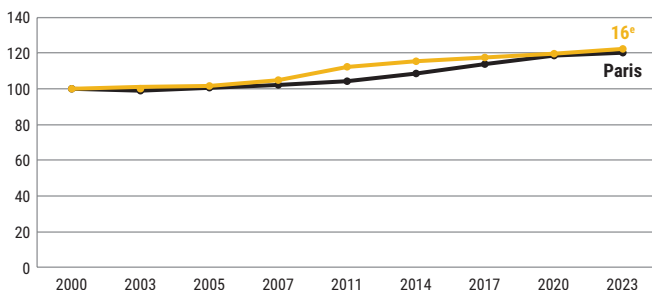
### ALIMENTAIRE



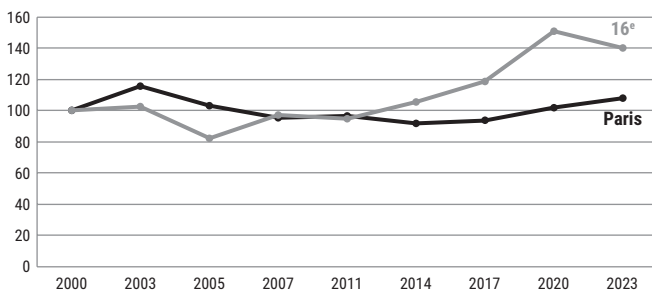
### NON ALIMENTAIRE



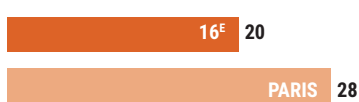
### RESTAURATION



### LOCAUX VACANTS



### DENSITÉ COMMERCIALE (pour 1 000 habitants)



### CHIFFRES CLÉS

**3 964** >> locaux en rez-de-chaussée

**3 261** >> commerces et services commerciaux

**2,4** >>>> commerces et services pour 100 m de voie (4,2 en moyenne à Paris)

**20** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants (28 en moyenne à Paris)

#### Plus grands commerces

- Carrefour, 1 avenue du Général Sarrail, 5 855 m<sup>2</sup>
- La Grande Épicerie de Paris, 80 rue de Passy, 3 000 m<sup>2</sup>
- Casino, 16 rue des Belles Feuilles, 2 622 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 53 rue de Passy, 1 850 m<sup>2</sup>
- Boulanger, 92 avenue Paul Doumer, 1 700 m<sup>2</sup>

#### Principales galeries et centres commerciaux

- Galerie Saint-Didier, 16 rue des Belles Feuilles, 27 boutiques, 9 000 m<sup>2</sup>
- Passy Plaza, 53 rue de Passy, 24 boutiques, 6 800 m<sup>2</sup>

#### Marchés découverts

- Maillot-Malakoff, avenue de Malakoff, 2 emplacements
- Auteuil, place Jean Lorrain, 33 emplacements
- Gros La Fontaine, rue Gros, 31 emplacements
- Point du Jour, avenue de Versailles, 42 emplacements
- Porte Molitor, place de la Porte Molitor, 16 emplacements
- Président Wilson, avenue du Président Wilson, 56 emplacements
- Saint-Didier, rues Mesnil et Saint Didier, 7 emplacements

#### Marchés couverts

- Passy, 1 rue Bois le Vent, 20 boutiques

# 17<sup>e</sup> arrondissement - 4 406 commerces

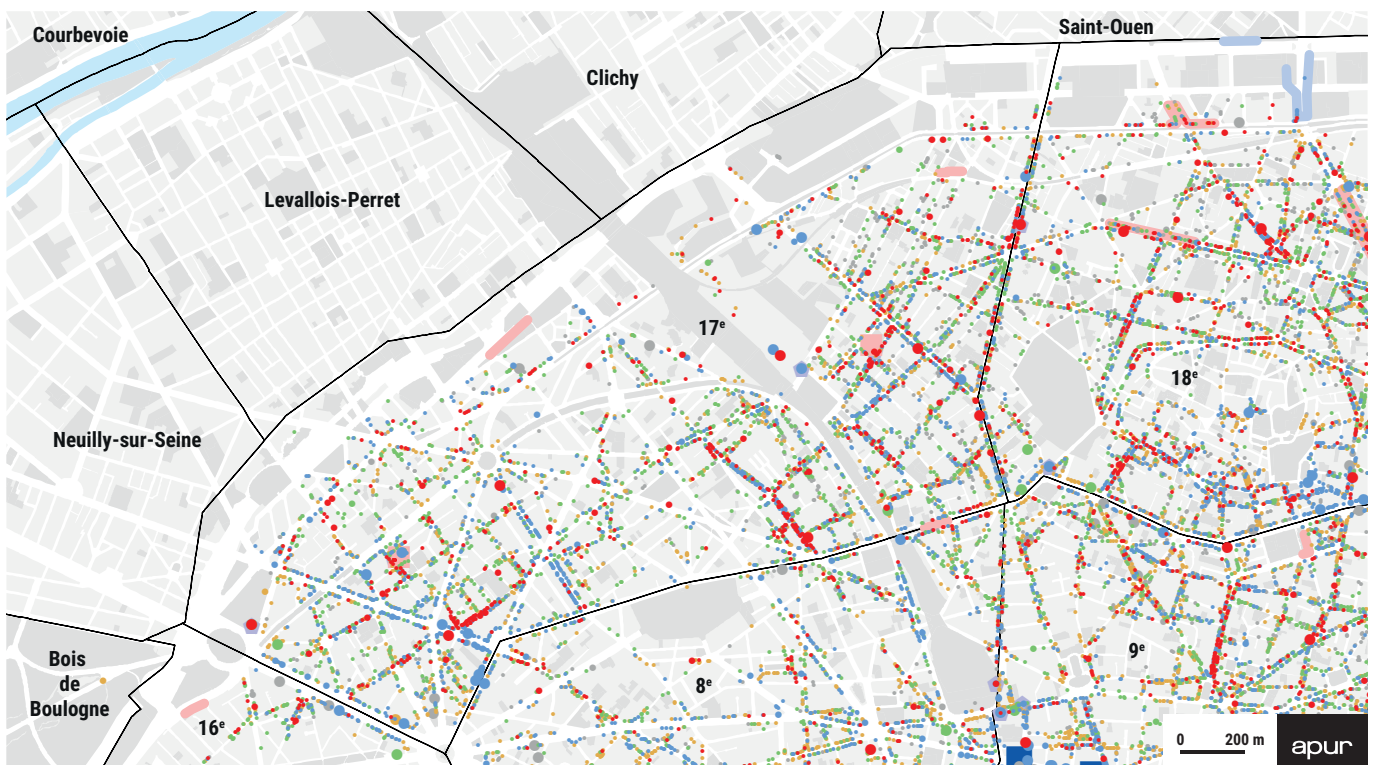
## Un commerce concentré sur des voies radiales et des pôles

Le 17<sup>e</sup> arrondissement compte un peu plus de 4400 commerces et services commerciaux en 2023 et une densité commerciale quasi égale à celle calculée pour tout Paris, soit 26 commerces pour 1000 habitants (28 à Paris). Les commerces sont essentiellement implantés le long de grandes voies comme l'avenue des Ternes au sud-ouest du 17<sup>e</sup> avec une grande surface de loisirs (la FNAC). Voisines, les rues Poncelet et Bayen accueillent de nombreux commerces alimentaires, alors que l'on recense plutôt des commerces non alimentaires de mode rue de Courcelles.

Plus au nord-est, la rue de Lévis est une « rue marché » bien achalandée. À l'est du faisceau ferré de la gare Saint-Lazare, la rue des Batignolles accueille un commerce plus diversifié et joue le rôle de porte d'entrée vers le secteur du Pont Cardinet et celui des Batignolles. Enfin, au nord-est, les avenues de Clichy et de Saint-Ouen proposent une offre commerciale plus populaire. Les nombreuses « rues marché » de l'arrondissement expliquent que la densité de commerces alimentaires soit quasi équivalente à la moyenne parisienne, avec respectivement 3,8 commerces pour 1000 habitants contre 3,7. La présence des 2 marchés couverts,

celui des Batignolles et des Ternes et des 3 marchés découverts dispensent une offre alimentaire supplémentaire aux habitants. La part des locaux inoccupés est équivalente à celle de Paris (11 % contre 10,9 %). Elle est toutefois en augmentation par rapport à 2020 où elle était de 9,5 %.

Deux concentrations commerciales abritent un nombre important de commerces, le « Palais des Congrès » de la Porte Maillot à l'ouest de l'arrondissement avec 68 boutiques et « My Cardinet » dans le secteur Clichy-Batignolles situé à l'est, au sein duquel de grandes surfaces commerciales se sont implantées (Leroy-Merlin, Décathlon).



### ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

#### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- Concentration commerciale

#### Surface du commerce

(pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)

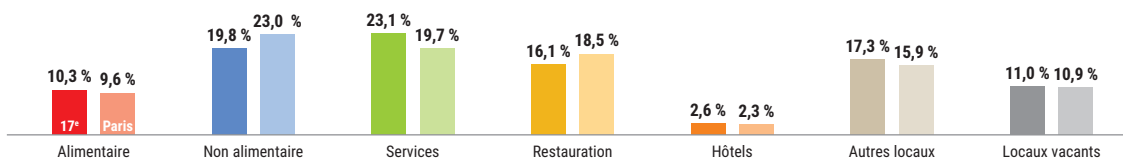
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

#### Type de marché

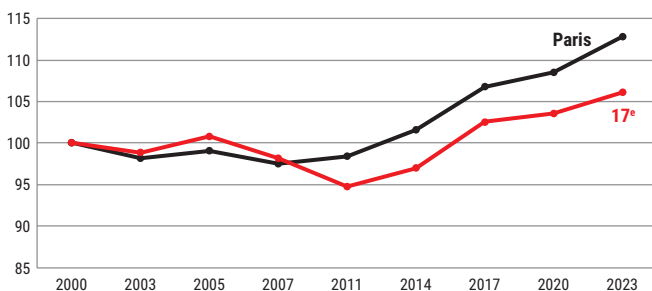
- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)

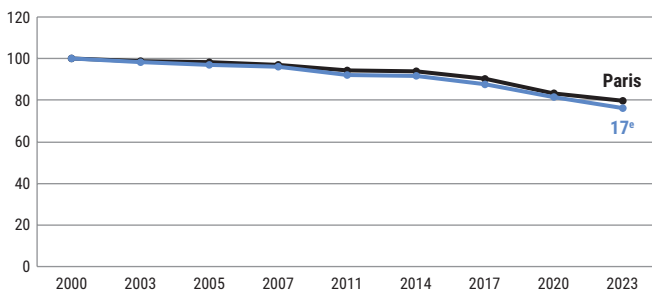
## STRUCTURE COMMERCIALE



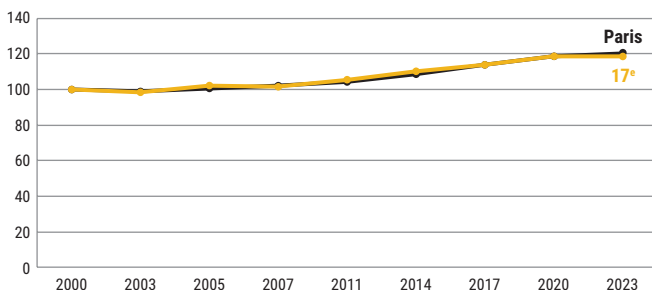
### ALIMENTAIRE



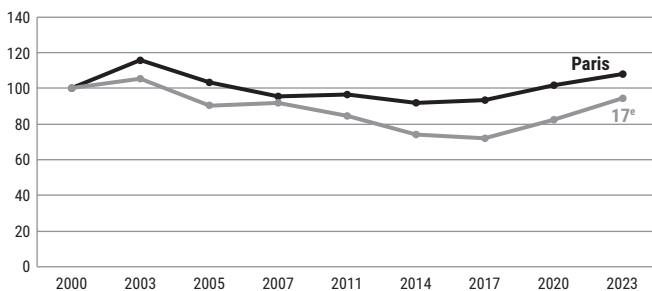
### NON ALIMENTAIRE



### RESTAURATION



### LOCAUX VACANTS



### DENSITÉ COMMERCIALE (pour 1 000 habitants)



### CHIFFRES CLÉS

**6 140** >> locaux en rez-de-chaussée

**4 406** >> commerces et services commerciaux

**4,4** >>>> commerces et services pour 100 m de voie  
(4,2 en moyenne à Paris)

**26** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants  
(28 en moyenne à Paris)

#### Plus grands commerces

- FNAC, 26 avenue des Ternes, 8 000 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 25 avenue des Ternes, 2 995 m<sup>2</sup>
- CMG Sports Club, 11 rue Boursault, 2 911 m<sup>2</sup>
- Truffaut, 17 place Françoise Dorin, 2 200 m<sup>2</sup>
- Darty, 8 avenue des Ternes, 2 111 m<sup>2</sup>
- Habitat, 35 avenue de Wagram, 1 800 m<sup>2</sup>

#### Principales galeries et centres commerciaux

- Les Boutiques du Palais des Congrès, 2 place de la Porte Maillot, 68 boutiques, 18 000 m<sup>2</sup>
- My Cardinet, 147 bis rue Cardinet, 9 boutiques, 10 000 m<sup>2</sup>

#### Marchés découverts

- Berthier, boulevard de Reims, 40 emplacements
- Marché Biologique des Batignolles, boulevard des Batignolles, 43 emplacements
- Navier, rue Navier, 6 emplacements

#### Marchés couverts

- Batignolles, 27 rue des Moines, 28 boutiques
- Ternes, 8 bis rue Lebon, 17 boutiques

# 18<sup>e</sup> arrondissement - 4 745 commerces

## Une forte progression de la vacance commerciale

Avec plus de 4700 commerces et services commerciaux en 2023, le 18<sup>e</sup> arrondissement enregistre une densité commerciale légèrement plus basse que celle calculée à Paris, soit 25 commerces pour 1 000 habitants (contre 28). Les commerces du 18<sup>e</sup> arrondissement se répartissent entre des pôles comme celui de Montmartre avec les rues des Abbesses, Caulaincourt, Lepic ou celui de la Goutte d'Or avec la présence d'une grande variété de commerces alimentaires et ethniques mais aussi le long de grands axes comme l'avenue de Saint-Ouen à l'ouest, la rue du Poteau et le boulevard Ornano au nord de l'arrondissement,

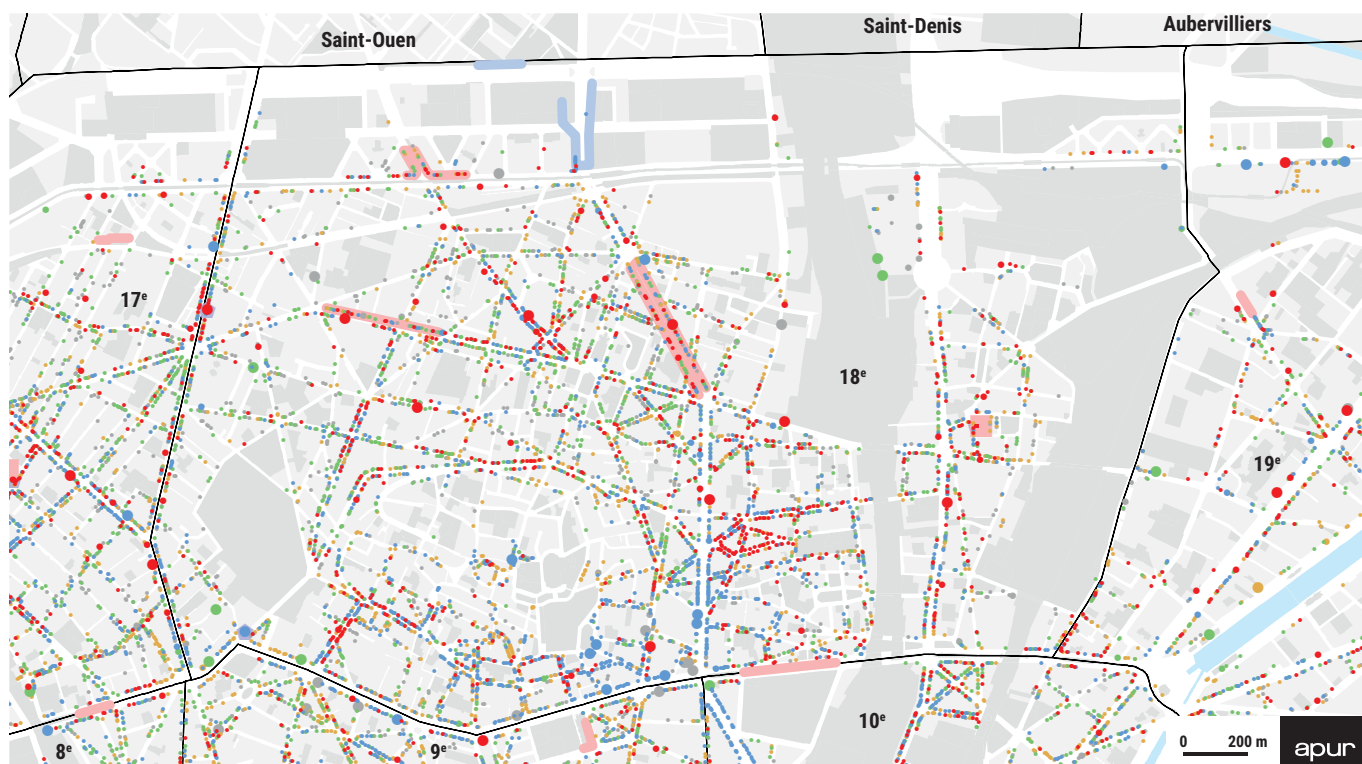
la rue Marx Dormoy entre les deux faisceaux ferrés des gares du Nord et de l'Est.

Les commerces alimentaires, très présents, expliquent une densité nettement plus élevée qu'à Paris, soit 4,5 commerces pour 1 000 habitants contre 3,7. La présence de 4 marchés découverts dans l'arrondissement renforce cette offre importante de commerces de proximité.

**La vacance commerciale est la plus élevée de Paris puisqu'elle atteint 14,3 % des locaux contre 10,9 % à Paris.** Elle progresse fortement, de +2,5 points depuis 2020 où elle était de 11,8 %. Un périmètre de revitalisation commerciale Paris'Commerces,

« Faisceau Nord Est », est présent sur la partie est de l'arrondissement et se prolonge sur le 19<sup>e</sup>, il doit permettre de lutter contre la vacance des locaux et favoriser l'installation de commerces et services de proximité diversifiés. L'action du GIE Paris Commerces sur les locaux appartenant aux bailleurs sociaux va aussi dans le sens de l'implantation d'activités qualitatives et diversifiées.

Parmi les commerces de grandes tailles recensés dans l'arrondissement se trouvent le « Marché Saint-Pierre » et les « Tissus Reine », deux magasins emblématiques du 18<sup>e</sup> et de cette activité de vente de tissus, qui a tendance à disparaître progressivement.



## ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- Concentration commerciale

### Surface du commerce

(pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)

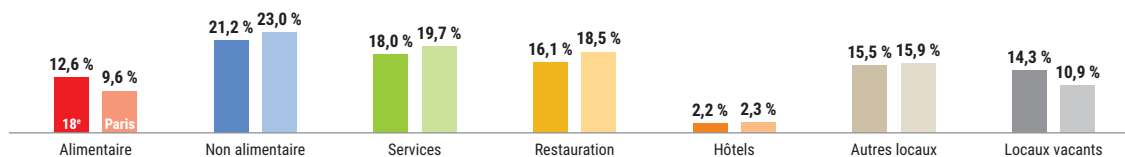
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

### Type de marché

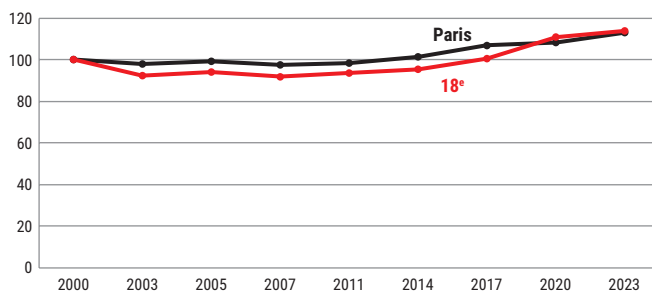
- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)

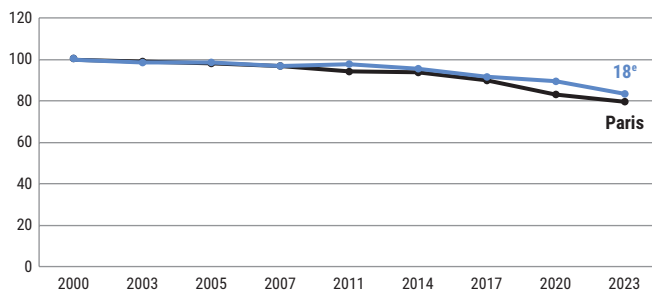
## STRUCTURE COMMERCIALE



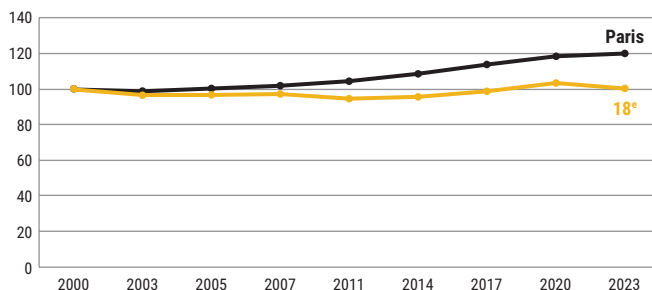
### ALIMENTAIRE



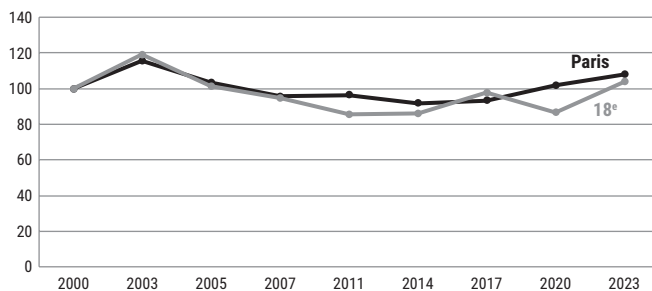
### NON ALIMENTAIRE



### RESTAURATION



### LOCAUX VACANTS



#### CHIFFRES CLÉS

**6 767** >> locaux en rez-de-chaussée

**4 745** >> commerces et services commerciaux

**4,8** >>>> commerces et services pour 100 m de voie (4,2 en moyenne à Paris)

**25** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants (28 en moyenne à Paris)

#### Plus grands commerces

- Lamis, 26 boulevard de Rochechouart, 3 394 m<sup>2</sup>
- Castorama, 1 rue Caulaincourt, 3 000 m<sup>2</sup>
- Tissus Reine, 3 place Saint-Pierre, 2 000 m<sup>2</sup>
- Marché Saint-Pierre, 2 rue Charles Nodier, 2 000 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 32 rue du Poteau, 1 967 m<sup>2</sup>
- Carrefour Market, 102 avenue de Saint-Ouen, 1 860 m<sup>2</sup>

#### Principales galeries et centres commerciaux

- Les Arcades de Montmartre, 1 rue Caulaincourt, 6 boutiques, 7 800 m<sup>2</sup>

#### Marchés découverts

- Barbès, boulevard de la Chapelle, 57 emplacements
- Ney, avenue de la porte de Montmartre, 25 emplacements
- Ordener, rues Montcalm et Championnet, 32 emplacements
- Ornano, boulevard Ornano, 36 emplacements

#### Marchés couverts

- La Chapelle - Olive, 10 rue de l'Olive, 20 boutiques

**DENSITÉ COMMERCIALE**  
(pour 1 000 habitants)



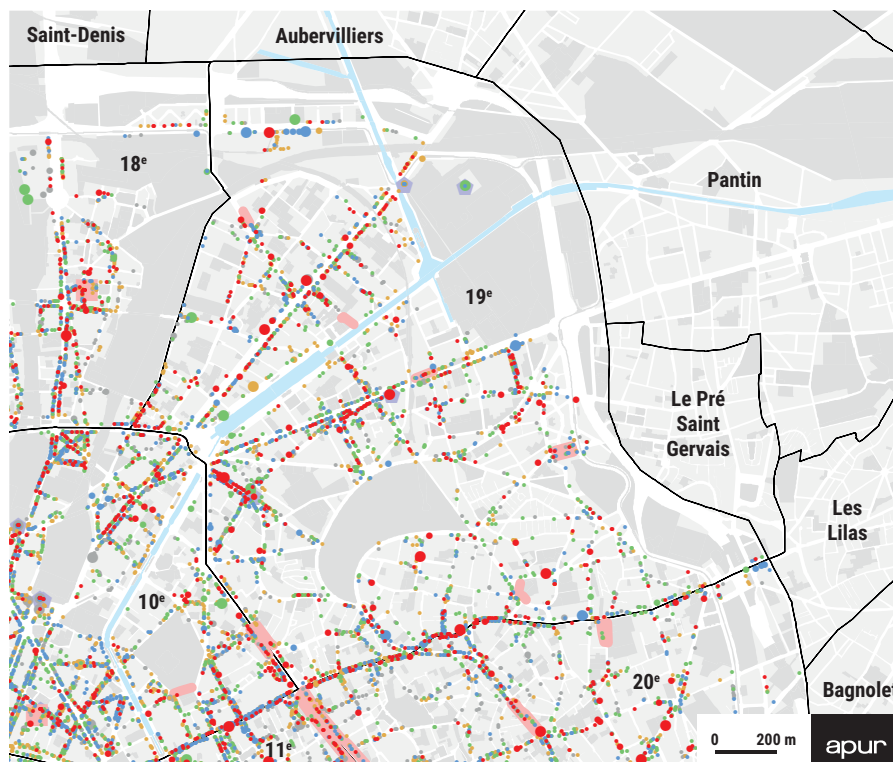
# 19<sup>e</sup> arrondissement - 2 269 commerces

## Une faible densité commerciale comparée à Paris

On dénombre plus de 2 200 commerces et services commerciaux en 2023 dans le 19<sup>e</sup> arrondissement, la densité commerciale y est la plus faible de Paris, deux fois moins qu'en moyenne parisienne, soit 12 commerces pour 1 000 habitants contre 28. Trois voies accueillent la majorité des commerces du 19<sup>e</sup>, il s'agit des avenues de Flandre et Jean Jaurès de part et d'autre du Bassin de la Villette et de la rue de Belleville à la frontière avec le 20<sup>e</sup> arrondissement. La vacance commerciale est plus élevée d'un point comparée à la moyenne parisienne, soit 11,9 % contre 10,9 % mais elle diminue légère-

ment (-0,2 point) par rapport à 2020 où elle était de 12,1 % et cette baisse s'observe depuis 2011 où le taux était de 13,5 %. La présence de deux périmètres de revitalisation commerciale, l'un à cheval sur les 18<sup>e</sup> et 19<sup>e</sup> « Faisceau Nord Est » et l'autre à cheval également sur les 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> « Les Hauts de Belleville » ont pour objet la lutte contre la vacance des locaux et l'implantation de plus de commerces et services commerciaux diversifiés. Le GIE Paris Commerces complète ces actions en agissant sur les locaux vacants des trois principaux bailleurs sociaux de la Ville (Paris Habitat, RIVP et Elogie-Siemp) et implante des activités diversifiées de qualité.

La part des commerces alimentaires dans le 19<sup>e</sup> est nettement plus élevée qu'en moyenne à Paris (13,2 % contre 9,6 %) et traduit une surreprésentation de ces derniers mais si l'on observe la densité de commerces alimentaires pour 1 000 habitants, celle-ci apparaît comme parmi les plus faibles calculées à Paris (2,4 commerces pour 1 000 habitants contre 3,7). La présence de 6 marchés découverts dans l'arrondissement vient contrecarrer cette faible densité notamment avec le marché de la place des Fêtes qui compte 52 emplacements.



## ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- ◆ Concentration commerciale

### Surface du commerce

(pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)

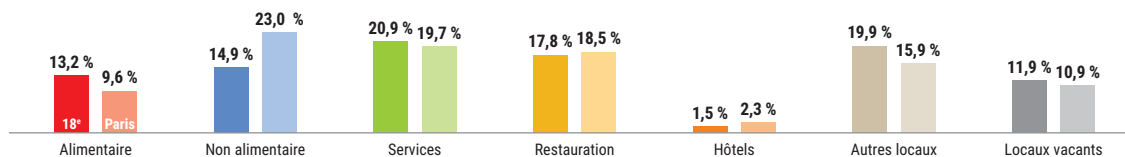
- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

### Type de marché

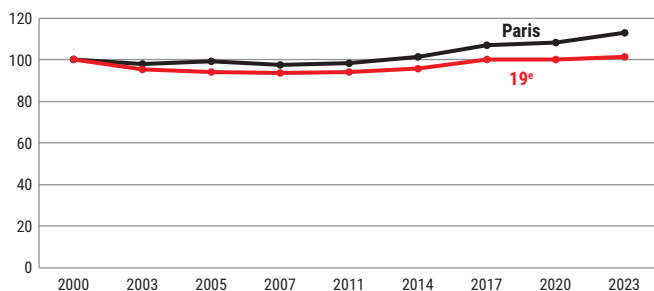
- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)

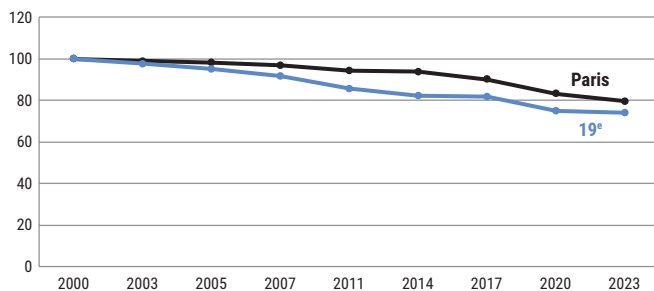
## STRUCTURE COMMERCIALE



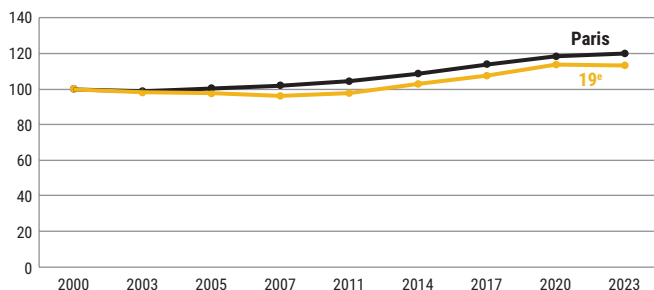
### ALIMENTAIRE



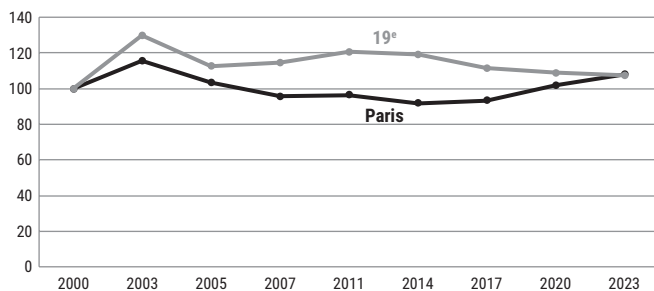
### NON ALIMENTAIRE



### RESTAURATION



### LOCAUX VACANTS



### DENSITÉ COMMERCIALE (pour 1 000 habitants)



#### CHIFFRES CLÉS

- 3 325** >> locaux en rez-de-chaussée
- 2 269** >> commerces et services commerciaux
- 2,1** >>>> commerces et services pour 100 m de voie (4,2 en moyenne à Paris)
- 12** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants (28 en moyenne à Paris)

#### Plus grands commerces

- Leroy Merlin, 167 boulevard Macdonald, 7 000 m<sup>2</sup>
- Décathlon, 207 boulevard Macdonald, 4 600 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 119 avenue de Flandre, 2 080 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 9 rue Louise Thuliez, 2 020 m<sup>2</sup>
- Casino, 77 avenue de Flandre, 1 892 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 118 avenue Jean Jaurès, 1 670 m<sup>2</sup>

#### Principales galeries et centres commerciaux

- Boom Boom Villette, 30 avenue Corentin Cariou, 6 boutiques, 25 000 m<sup>2</sup>
- Le Parks, 154 boulevard Macdonald, 14 boutiques

#### Marchés découverts

- Crimée Curial, rue de Crimée, 11 emplacements
- Jean Jaurès, avenue Jean Jaurès, 13 emplacements
- Joinville, place de Joinville, 34 emplacements
- Place des Fêtes, place des Fêtes, 52 emplacements
- Porte Brunet, avenue de la Porte Brunet, 3 emplacements
- Villette, boulevard de la Villette, 32 emplacements

#### Marchés couverts

- La Halle Secrétan, 33 avenue Secrétan, 3 boutiques

## 20<sup>e</sup> arrondissement - 2 665 commerces

### Une densité commerciale deux fois plus faible que la moyenne parisienne

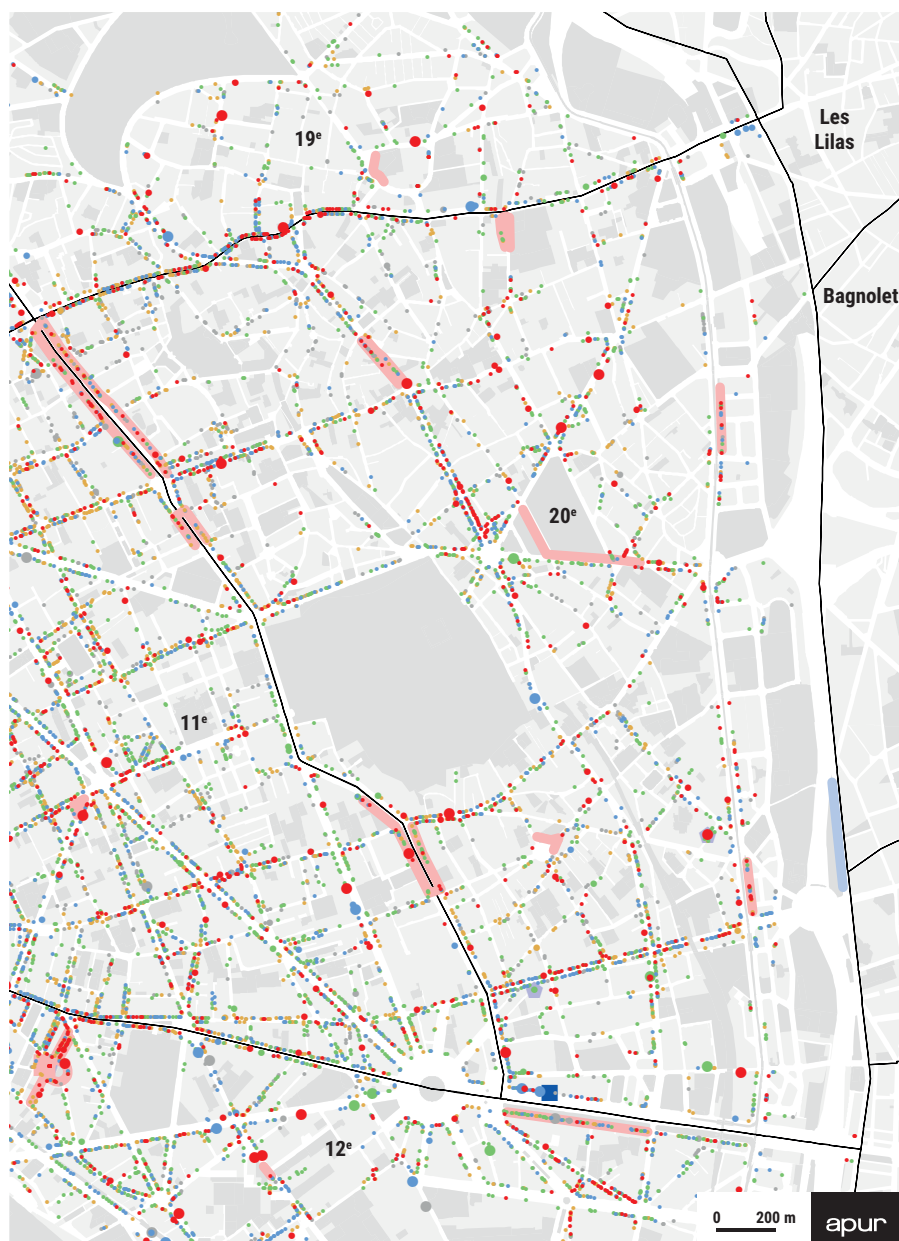
Le 20<sup>e</sup> arrondissement compte en 2023 plus de 2660 commerces et services commerciaux et une densité commerciale deux fois moins élevée que celle calculée à Paris, soit 14 commerces pour 1000 habitants contre 28. Quatre voies accueillent un nombre important de commerces : il s'agit des rues d'Avron, Bagnole, Ménilmontant et Belleville à la frontière avec le 19<sup>e</sup> arrondissement. Quelques pôles s'observent autour de la place de la Nation d'une part mais aussi le long du Cours de Vincennes d'autre

part avec la présence de commerces de grande taille comme le Grand Magasin du « Printemps », le magasin de bricolage « Castorama » ou encore l'enseigne « Darty ».

La vacance des locaux est la troisième la plus élevée à Paris avec 12,3 % contre 10,9 % en moyenne, elle progresse légèrement depuis 2017. Pour lutter contre la vacance, deux périmètres Paris'Commerces de revitalisation commerciale ont été délimités, le premier à cheval sur les 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> « Les Hauts de Belleville » et le deuxième au sud de l'arrondissement, « Réunion – Bagnole ». Une action de diversification des nouvelles

activités implantées accompagne cette lutte contre la vacance des locaux. Le GIE Paris Commerces complète ce dispositif en agissant sur les locaux vacants appartenant aux principaux bailleurs sociaux parisiens (Paris Habitat, RIVP et Elogie-Siemp) en y installant des activités commerciales et artisanales de qualité et diversifiées.

Alors que la part des commerces alimentaires est beaucoup plus élevée dans le 20<sup>e</sup> que celle calculée en moyenne à Paris (respectivement 12,5 % contre 9,6 %), la densité de commerces alimentaires pour 1000 habitants y est nettement plus faible que la moyenne parisienne (2,7 commerces pour 1000 habitants contre 3,7). La présence de 6 marchés de plein air dans l'arrondissement vient compléter l'offre déjà présente en commerces alimentaires pour les habitants.



### ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

#### Type de commerce

- Alimentaire
- Non alimentaire
- Service commercial
- Restauration
- Local vacant ou en travaux
- Grand magasin
- ◆ Concentration commerciale

#### Surface du commerce

(pour les commerces alimentaires et non alimentaires uniquement)

- Moins de 300 m<sup>2</sup>
- De 300 à 1 000 m<sup>2</sup>
- 1 000 m<sup>2</sup> ou plus

#### Type de marché

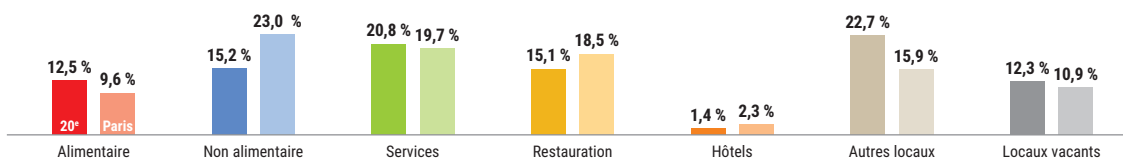
- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire

■ Principaux équipements

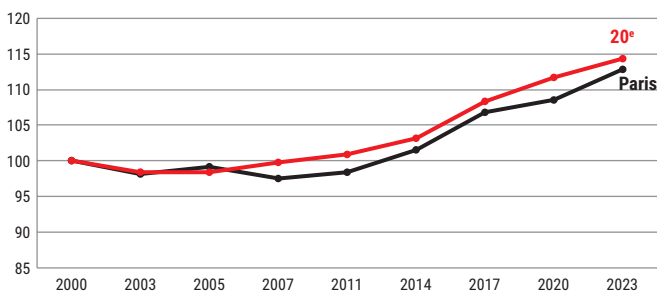
Sources : Apur - BDCOM 2023, DAE (Ville de Paris)



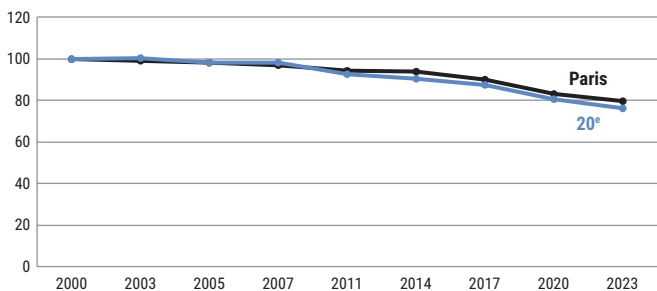
## STRUCTURE COMMERCIALE



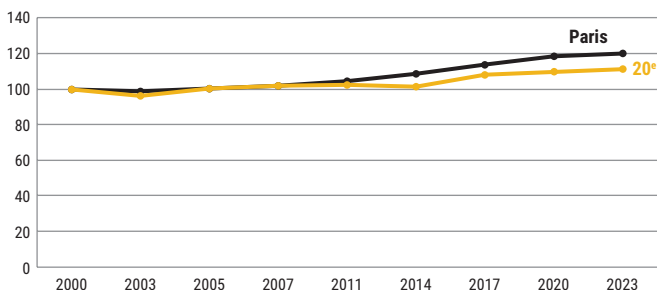
### ALIMENTAIRE



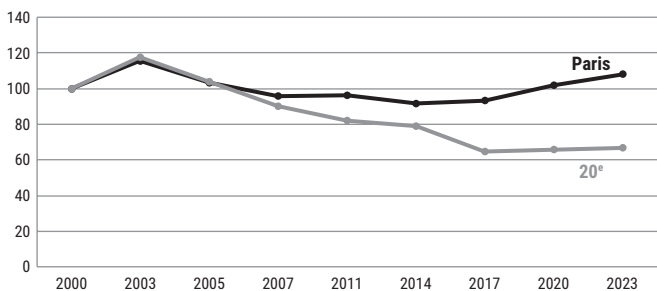
### NON ALIMENTAIRE



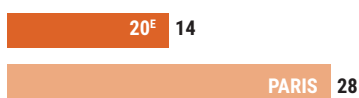
### RESTAURATION



### LOCAUX VACANTS



### DENSITÉ COMMERCIALE (pour 1 000 habitants)



#### CHIFFRES CLÉS

**4 096** >> locaux en rez-de-chaussée

**2 665** >> commerces et services commerciaux

**2,7** >>>> commerces et services pour 100 m de voie  
(4,2 en moyenne à Paris)

**14** >>>>> commerces et services pour 1 000 habitants  
(28 en moyenne à Paris)

#### Plus grands commerces

- Printemps, 25 cours de Vincennes, 10 933 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 20 boulevard de Charonne, 5 154 m<sup>2</sup>
- Castorama, 11 cours de Vincennes, 4 319 m<sup>2</sup>
- Neones, 81 rue de Lagny, 3 000 m<sup>2</sup>
- Monoprix, 133 avenue Gambetta, 2 862 m<sup>2</sup>
- Darty, 21 cours de Vincennes, 1 990 m<sup>2</sup>

#### Principales galeries et centres commerciaux

- Belgrand, rue Belgrand, 28 emplacements
- Davout, boulevard Davout, 14 emplacements
- Mortier, boulevard Mortier, 10 emplacements
- Pyrénées, rue des Pyrénées, 29 emplacements
- Réunion, place de la Réunion, 41 emplacements
- Télégraphe, rue du Télégraphe, 8 emplacements

## ANNEXE : TABLEAU DE SYNTHÈSE DES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE BDCOM DE 2000 À 2023

PARIS		LOCAUX ENQUÊTE BDCOM							
		Nombre de locaux par année							
		2000	2003	2005	2007	2011	2014	2017	2020
<b>COMMERCES ET SERVICES COMMERCIAUX</b>		<b>63 268</b>	<b>62 772</b>	<b>63 010</b>	<b>62 654</b>	<b>61 964</b>	<b>62 666</b>	<b>62 807</b>	<b>61 688</b>
GM101	<b>Grands magasins</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
<b>Alimentaire</b>		<b>7 104</b>	<b>6 974</b>	<b>7 040</b>	<b>6 931</b>	<b>6 989</b>	<b>7 213</b>	<b>7 588</b>	<b>7 708</b>
<b>Alimentaire spécialisé</b>		<b>5 152</b>	<b>5 128</b>	<b>5 147</b>	<b>5 052</b>	<b>5 090</b>	<b>5 241</b>	<b>5 489</b>	<b>5 530</b>
CA101	Charcuterie - Traiteur - Épicerie fine	425	424	420	419	451	448	468	480
CA102	Traiteur asiatique	533	672	700	647	602	591	583	562
CA103	Boulangerie - Boulangerie Pâtisserie	1 327	1 295	1 270	1 240	1 209	1 190	1 182	1 179
CA104	Pâtisserie	171	160	161	135	131	166	224	237
CA105	Chocolaterie - Confiserie	267	238	237	251	284	318	339	323
CA106	Torréfacteur - Commerce détail thé et café	77	86	90	97	103	118	131	145
CA107	Vente de produits surgelés	84	88	96	114	123	132	132	134
CA108	Vente de fruits et légumes	388	351	351	354	349	338	376	412
CA109	Boucherie - Boucherie-Charcuterie	896	780	736	655	594	562	549	514
CA110	Poissonnerie	128	109	110	105	101	101	104	96
CA111	Commerce détail de boissons	351	382	405	411	474	547	611	620
CA112	Crèmerie - Fromagerie	154	138	134	126	118	125	142	162
CA113	Glacier : vente à emporter et consommation sur place	42	42	40	55	58	66	70	93
CA114	Produits alimentaires spécialisés régionaux et étrangers	309	363	397	443	493	539	578	573
<b>Alimentaire généraliste</b>		<b>1 952</b>	<b>1 846</b>	<b>1 893</b>	<b>1 879</b>	<b>1 899</b>	<b>1 972</b>	<b>2 099</b>	<b>2 178</b>
CA201	Monoprix	50	53	55	58	60	59	60	61
CA202	Supermarché classique	209	217	216	215	235	249	282	286
CA203	Supermarché discount	39	36	35	35	31	32	27	26
CA204	Supermarché spécialisé	12	12	12	13	13	13	15	16
CA205	Alimentation générale de luxe > 300 m <sup>2</sup>	5	4	4	4	4	4	4	2
CA206	Hypermarché	3	3	3	3	4	4	3	3
CA301	Alimentation générale <120 m <sup>2</sup>	1 365	1 208	1 189	1 094	1 025	1 010	1 013	1 049
CA302	Supérette classique	165	199	247	308	386	455	609	667
CA303	Supérette discount	79	80	90	96	93	89	26	11
CA304	Supérette spécialisée	25	34	42	53	48	57	60	57

LOCAUX ENQUÊTE BDCOM											
Nombre de locaux par année				Évolution							
2023				2020 - 2023				2003 - 2023			
Surface du local			TOTAL	Nombre	%	Évolution annuelle		Nombre	%	Évolution annuelle	
Moins de 300	De 300 à 1 000	1 000 ou plus				Nombre	%			Nombre	%
			60 846	-842	-1%	-348	-0,6	-1 926	-3%	-97	-0,2
0	0	9	9	0	0%	0	4,6	0	0%	0	0,0
7 459	449	110	8 018	310	4%	128	1,7	1 044	15%	53	0,8
5 783	23	1	5 807	277	5%	115	2,1	679	13%	34	0,7
526	0	0	526	46	10%	19	4,0	102	24%	5	1,2
565	0	0	565	3	1%	1	0,2	-107	-16%	-5	-0,8
1 203	0	0	1 203	24	2%	10	0,8	-92	-7%	-5	-0,4
288	1	0	289	52	22%	22	9,1	129	81%	7	4,1
332	1	0	333	10	3%	4	1,3	95	40%	5	2,0
164	2	0	166	21	14%	9	6,0	80	93%	4	4,7
115	17	0	132	-2	-1%	-1	-0,6	44	50%	2	2,5
466	1	0	467	55	13%	23	5,5	116	33%	6	1,7
486	0	0	486	-28	-5%	-12	-2,3	-294	-38%	-15	-1,9
104	0	0	104	8	8%	3	3,4	-5	-5%	0	-0,2
681	0	0	681	61	10%	25	4,1	299	78%	15	3,9
175	0	0	175	13	8%	5	3,3	37	27%	2	1,4
102	0	0	102	9	10%	4	4,0	60	143%	3	7,2
576	1	1	578	5	1%	2	0,4	215	59%	11	3,0
1 676	426	109	2 211	33	2%	14	0,6	365	20%	18	1,0
0	11	47	58	-3	-5%	-1	-2,0	5	9%	0	0,5
16	232	47	295	9	3%	4	1,3	78	36%	4	1,8
1	21	6	28	2	8%	1	3,2	-8	-22%	0	-1,1
7	13	3	23	7	44%	3	18,1	11	92%	1	4,6
0	0	2	2	0	0%	0	0,0	-2	-50%	0	-2,5
0	0	4	4	1	33%	0	13,8	1	33%	0	1,7
1 059	0	0	1 059	10	1%	4	0,4	-149	-12%	-8	-0,6
525	141	0	666	-1	0%	0	-0,1	467	235%	24	11,8
5	6	0	11	0	0%	0	0,0	-69	-86%	-3	-4,3
63	2	0	65	8	14%	3	5,8	31	91%	2	4,6

PARIS		LOCAUX ENQUÊTE BDCOM							
		Nombre de locaux par année							
		2000	2003	2005	2007	2011	2014	2017	2020
<b>Équipement de la personne</b>		<b>8 218</b>	<b>8 341</b>	<b>8 375</b>	<b>8 622</b>	<b>8 752</b>	<b>8 850</b>	<b>8 417</b>	<b>7 311</b>
<b>Habillement</b>		<b>5 601</b>	<b>5 664</b>	<b>5 648</b>	<b>5 815</b>	<b>5 912</b>	<b>5 906</b>	<b>5 576</b>	<b>4 841</b>
CB101	Haute couture - Créateurs	114	129	129	129	121	124	128	116
CB102	Tailleur sur mesure	166	152	150	150	132	129	130	150
CB103	Vente et fabrication de tenues de mariées	57	81	91	112	114	130	135	116
CB104	Prêt-à-porter Femme	5 124	2 773	2 697	2 726	2 737	2 571	2 324	1 957
CB105	Prêt-à-porter Homme		804	785	792	819	844	828	701
CB106	Prêt-à-porter Enfant		380	392	411	399	321	289	219
CB110	Puériculture		76	74	55				
CB107	Prêt-à-porter Mixte		810	851	951	1 058	1 088	1 010	874
CB108	Prêt-à-porter Lingerie		265	282	269	237	239	244	220
CB109	Friperie - Solderie - Dépôt-vente de vêtements		140	141	140	141	152	208	228
CB111	Sport - Habillement et chaussures	0	129	131	134	143	176	186	190
<b>Chaussures et Maroquinerie</b>		<b>1 353</b>	<b>1 383</b>	<b>1 354</b>	<b>1 381</b>	<b>1 424</b>	<b>1 454</b>	<b>1 366</b>	<b>1 099</b>
CB201	Chaussures Femme	992	368	357	374	407	418	341	250
CB202	Chaussures Homme		87	84	79	100	124	138	128
CB203	Chaussures Enfant		69	64	61	63	58	58	34
CB204	Chaussures Mixte		496	480	487	469	447	442	334
CB205	Maroquinerie - Articles de voyages	361	363	369	380	385	407	387	353
<b>Bijouterie et Montres</b>		<b>1 264</b>	<b>1 294</b>	<b>1 373</b>	<b>1 426</b>	<b>1 416</b>	<b>1 490</b>	<b>1 475</b>	<b>1 371</b>
CB301	Joaillerie	267	301	317	339	331	288	274	253
CB302	Horlogerie - Bijouterie	643	548	520	450	415	400	375	345
CB303	Montres	62	63	71	90	104	122	127	119
CB304	Bijouterie fantaisie - Accessoire de mode	292	382	465	547	566	680	699	654
<b>Santé-Beauté</b>		<b>2 392</b>	<b>2 344</b>	<b>2 354</b>	<b>2 460</b>	<b>2 541</b>	<b>2 776</b>	<b>2 864</b>	<b>2 928</b>
<b>Pharmacie et Articles médicaux</b>		<b>1 259</b>	<b>1 236</b>	<b>1 239</b>	<b>1 236</b>	<b>1 185</b>	<b>1 166</b>	<b>1 146</b>	<b>1 093</b>
CC101	Pharmacie	1 088	1 067	1 054	1 039	1 002	980	955	894
CC102	Vente articles médicaux - Prothèses et semelles orthopédiques	171	169	185	197	183	90	80	75
CC103	Vente de prothèses auditives						96	111	124
<b>Cosmétiques</b>		<b>594</b>	<b>536</b>	<b>517</b>	<b>537</b>	<b>576</b>	<b>688</b>	<b>764</b>	<b>866</b>
CC201	Parapharmacie	102	122	118	104	112	104	122	130
CC202	Parfumerie - Produits de beauté	492	414	399	433	464	584	641	714
CC203	Vente de CBD	0	0	0	0	0	0	1	22
CC301	<b>Opticien</b>	<b>539</b>	<b>572</b>	<b>598</b>	<b>687</b>	<b>780</b>	<b>922</b>	<b>954</b>	<b>969</b>

LOCAUX ENQUÊTE BDCOM											
Nombre de locaux par année				Évolution							
2023				2020 - 2023				2003 - 2023			
Surface du local			TOTAL	Nombre	%	Évolution annuelle		Nombre	%	Évolution annuelle	
Moins de 300	De 300 à 1 000	1 000 ou plus				Nombre	%			Nombre	%
6 417	214	59	6 690	-621	-8%	-257	-3,5	-1 651	-20%	-83	-1,0
4 169	175	51	4 395	-446	-9%	-185	-3,8	-1 269	-22%	-64	-1,1
91	29	9	129	13	11%	5	4,6	0	0%	0	0,0
117	0	0	117	-33	-22%	-14	-9,1	-35	-23%	-2	-1,2
106	0	1	107	-9	-8%	-4	-3,2	26	32%	1	1,6
1 624	39	7	1 670	-287	-15%	-119	-6,1	-1 103	-40%	-56	-2,0
588	20	6	614	-87	-12%	-36	-5,1	-190	-24%	-10	-1,2
198	7	1	206	-13	-6%	-5	-2,5	-130	-34%	-7	-1,7
41	2	1	44	-11	-20%	-5	-8,3				
721	50	22	793	-81	-9%	-34	-3,8	-17	-2%	-1	-0,1
200	5	0	205	-15	-7%	-6	-2,8	-60	-23%	-3	-1,1
307	3	0	310	67	28%	28	11,4	169	120%	9	6,0
176	20	4	200	10	5%	4	2,2	71	55%	4	2,8
953	21	4	978	-121	-11%	-50	-4,6	-405	-29%	-20	-1,5
218	0	0	218	-32	-13%	-13	-5,3	-150	-41%	-8	-2,1
121	0	0	121	-7	-5%	-3	-2,3	34	39%	2	2,0
26	1	0	27	-7	-21%	-3	-8,5	-42	-61%	-2	-3,1
281	7	0	288	-46	-14%	-19	-5,7	-208	-42%	-10	-2,1
307	13	4	324	-29	-8%	-12	-3,4	-39	-11%	-2	-0,5
1 295	18	4	1 317	-54	-4%	-22	-1,6	23	2%	1	0,1
221	9	0	230	-23	-9%	-10	-3,8	-71	-24%	-4	-1,2
320	2	1	323	-22	-6%	-9	-2,6	-225	-41%	-11	-2,1
113	4	2	119	0	0%	0	0,0	56	89%	3	4,5
641	3	1	645	-9	-1%	-4	-0,6	263	69%	13	3,5
2 963	42	10	3 015	87	3%	36	1,2	671	29%	34	1,4
1 116	10	2	1 128	35	3%	14	1,3	-108	-9%	-5	-0,4
867	9	2	878	-16	-2%	-7	-0,7	-189	-18%	-10	-0,9
64	1	0	65	-10	-13%	-4	-5,5	81	48%	4	2,4
185	0	0	185	61	49%	25	20,4				
871	27	6	904	38	4%	16	1,8	368	69%	19	3,5
109	1	0	110	-20	-15%	-8	-6,4	-12	-10%	-1	-0,5
651	26	6	683	-31	-4%	-13	-1,8	269	65%	14	3,3
111	0	0	111	89	405%	37	167,4	111		6	
976	5	2	983	14	1%	6	0,6	411	72%	21	3,6

PARIS		LOCAUX ENQUÊTE BDCOM							
		Nombre de locaux par année							
		2000	2003	2005	2007	2011	2014	2017	2020
<b>Équipement de la maison</b>		<b>4 441</b>	<b>4 368</b>	<b>4 235</b>	<b>4 011</b>	<b>3 512</b>	<b>3 174</b>	<b>2 978</b>	<b>2 690</b>
<b>Vente de meubles</b>		<b>775</b>	<b>763</b>	<b>733</b>	<b>759</b>	<b>704</b>	<b>727</b>	<b>723</b>	<b>653</b>
CD101	Vente de meubles et multispécialistes	775	438	393	357	314	306	278	235
CD102	Vente de meubles de cuisines et salle de bain		174	186	192	194	190	199	173
CD103	Vente de meubles salon et chambre		151	154	210	196	231	246	245
<b>Petit équipement du foyer</b>		<b>1 595</b>	<b>1 566</b>	<b>1 541</b>	<b>1 516</b>	<b>1 319</b>	<b>1 094</b>	<b>1 070</b>	<b>1 007</b>
CD202	Linge de maison	1 031	665	686	694	643	131	111	104
CD204	Vente de luminaires						90	102	94
CD205	Vente de vaisselle - Ustensiles ménagers - Art de la table						227	236	215
CD201	Équipement du foyer généraliste						410	413	433
CD203	Tissus - Textile - Mercerie	564	491	442	389	330	316	301	279
<b>Électroménager - Radio - TV</b>		<b>443</b>	<b>367</b>	<b>350</b>	<b>305</b>	<b>245</b>	<b>228</b>	<b>200</b>	<b>178</b>
CD301	Spécialiste électroménager	158	131	121	103	84	76	64	61
CD302	Spécialiste Radio - TV - Hi-Fi	256	211	201	174	132	122	106	82
CD303	Généraliste électroménager - Radio - TV - Hi-Fi	29	25	28	28	29	30	30	35
<b>Antiquités - Brocante</b>		<b>1 268</b>	<b>1 277</b>	<b>1 231</b>	<b>1 063</b>	<b>899</b>	<b>778</b>	<b>652</b>	<b>569</b>
CD401	Antiquités	1 014	1 025	969	837	696	585	479	406
CD402	Salle des ventes	11	11	11	9	12	11	13	19
CD403	Brocante - Dépôt-vente - Biens d'occasion	243	241	251	217	191	182	160	144
<b>Autre équipement de la maison</b>									
CD501	Bazar	360	395	380	368	345	347	333	283
<b>Culture et loisirs</b>		<b>6 450</b>	<b>6 345</b>	<b>6 376</b>	<b>6 111</b>	<b>5 809</b>	<b>5 833</b>	<b>5 565</b>	<b>5 295</b>
<b>Librairie - Journaux</b>		<b>2 347</b>	<b>2 170</b>	<b>2 119</b>	<b>1 956</b>	<b>1 746</b>	<b>1 588</b>	<b>1 436</b>	<b>1 281</b>
CE101	Librairie	1 020	930	927	868	788	691	632	568
CE102	Papeterie - Fournitures de bureau	332	276	271	247	201	186	182	152
CE103	Vente de journaux	561	499	455	390	300	247	180	121
CE104	Kiosque à journaux	416	433	429	417	422	425	399	399
CE105	Matériels d'arts graphiques - Loisirs créatifs	18	32	37	34	35	39	43	41
<b>Articles de sport</b>		<b>305</b>	<b>226</b>	<b>240</b>	<b>242</b>	<b>235</b>	<b>274</b>	<b>334</b>	<b>359</b>
CE201	Généraliste Sport	305	57	53	45	41	43	45	38
CE202	Spécialiste d'un sport		169	187	197	194	145	154	143
CE203	Vente, réparation, location de vélos / vélos électriques		86	135	178				
<b>Galerie d'art et Collections</b>		<b>1 262</b>	<b>1 378</b>	<b>1 396</b>	<b>1 426</b>	<b>1 528</b>	<b>1 558</b>	<b>1 531</b>	<b>1 448</b>
CE301	Vente de monnaies et médailles	47	46	45	48	50	44	36	28
CE302	Galerie d'art	983	1 093	1 121	1 156	1 276	1 329	1 327	1 270

LOCAUX ENQUÊTE BDCOM											
Nombre de locaux par année				Évolution							
2023				2020 - 2023				2003 - 2023			
Surface du local			TOTAL	Nombre	%	Évolution annuelle		Nombre	%	Évolution annuelle	
Moins de 300	De 300 à 1 000	1 000 ou plus				Nombre	%			Nombre	%
2 460	113	47	2 620	-70	-3%	-29	-1,1	-1 748	-40%	-88	-2,0
584	55	20	659	6	1%	2	0,4	-104	-14%	-5	-0,7
171	29	16	216	-19	-8%	-8	-3,3	-222	-51%	-11	-2,6
171	10	0	181	8	5%	3	1,9	7	4%	0	0,2
242	16	4	262	17	7%	7	2,9	111	74%	6	3,7
960	43	10	1 013	6	1%	2	0,2	-553	-35%	-28	-1,8
97	4	0	101	-3	-3%	-1	-1,2				
96	1	0	97	3	3%	1	1,3	-250	-38%	-13	-1,9
212	5	0	217	2	1%	1	0,4				
269	32	8	309	-6	-2%	-2	-0,8	-101	-25%	-5	-1,2
286	1	2	289	10	4%	4	1,5	-202	-41%	-10	-2,1
122	7	15	144	-34	-19%	-14	-7,9	-223	-61%	-11	-3,1
45	1	0	46	-15	-25%	-6	-10,2	-85	-65%	-4	-3,3
67	3	0	70	-12	-15%	-5	-6,1	-141	-67%	-7	-3,4
10	3	15	28	-7	-20%	-3	-8,3	3	12%	0	0,6
522	5	1	528	-41	-7%	-17	-3,0	-749	-59%	-38	-3,0
366	2	1	369	-37	-9%	-15	-3,8	-656	-64%	-33	-3,2
24	1	0	25	6	32%	2	13,1	14	127%	1	6,4
132	2	0	134	-10	-7%	-4	-2,9	-107	-44%	-5	-2,2
272	3	1	276	-7	-2%	-3	-1,0	-119	-30%	-6	-1,5
5 066	55	45	5 166	-129	-2%	-53	-1,0	-1 179	-19%	-59	-0,9
1 161	14	9	1 184	-97	-8%	-40	-3,1	-986	-45%	-50	-2,3
548	6	6	560	-8	-1%	-3	-0,6	-370	-40%	-19	-2,0
114	5	2	121	-31	-20%	-13	-8,4	-155	-56%	-8	-2,8
99	0	0	99	-22	-18%	-9	-7,5	-400	-80%	-20	-4,0
368	0	0	368	-31	-8%	-13	-3,2	-65	-15%	-3	-0,8
32	3	1	36	-5	-12%	-2	-5,0	4	13%	0	0,6
400	11	13	424	65	18%	27	7,5	198	88%	10	4,4
20	3	12	35	-3	-8%	-1	-3,3	-22	-39%	-1	-1,9
136	5	1	142	-1	-1%	0	-0,3				
244	3	0	247	69	39%	29	16,0	220	130%	11	6,6
1 400	8	2	1 410	-38	-3%	-16	-1,1	32	2%	2	0,1
24	0	0	24	-4	-14%	-2	-5,9	-22	-48%	-1	-2,4
1 236	8	2	1 246	-24	-2%	-10	-0,8	153	14%	8	0,7

PARIS		LOCAUX ENQUÊTE BDCOM							
		Nombre de locaux par année							
		2000	2003	2005	2007	2011	2014	2017	2020
CE303	Philatélie	86	75	75	66	57	52	49	40
CE304	Vente de livres anciens - Autographes	146	164	155	156	145	133	119	110
<b>Son - Image - Informatique - Téléphonie</b>		<b>1 518</b>	<b>1 489</b>	<b>1 526</b>	<b>1 440</b>	<b>1 291</b>	<b>1 165</b>	<b>1 130</b>	<b>1 157</b>
CE401	Fabrication et vente d'instruments de musique	193	192	207	203	201	185	170	161
CE402	Téléphonie (Grands opérateurs + revendeurs)	588	543	562	575	530	193	119	98
CE403	Téléphonie discount (pas d'enseigne particulière)						296	378	491
CE404	Vente de jeux vidéo (+ salle de jeux vidéos)	48	49	56	51	55	37	36	34
CE405	Vente de disques, cassettes, CD, DVD	234	268	266	214	163	129	105	98
CE406	Vente d'appareils photos	95	88	80	55	50	42	39	37
CE407	Vente de matériel informatique	360	349	355	342	292	283	283	238
<b>Autre commerce de loisirs</b>		<b>1 005</b>	<b>1 068</b>	<b>1 080</b>	<b>1 033</b>	<b>996</b>	<b>1 239</b>	<b>1 122</b>	<b>1 038</b>
CE501	Tabac	114	133	136	141	146	168	183	185
CE502	Vente d'articles érotiques et sex-shop	125	132	116	107	92	85	74	70
CE503	Vente de jouets et jeux	353	338	345	308	278	252	245	219
CE504	Bimbeloterie - Articles souvenirs	320	374	391	396	398	415	383	312
CE505	Vente d'articles religieux	26	34	35	38	49	49	49	42
CE506	Vente d'animaux de compagnie	40	33	32	28	22	22	15	16
CE507	Jeux de hasard et d'argent	27	24	25	15	11	12	18	14
CE508	Vente de cigarettes électroniques	0	0	0	0	0	236	155	180
CE601	<b>Grand multispécialiste culturel</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>12</b>	<b>12</b>
<b>Bricolage-Jardinage</b>		<b>1 312</b>	<b>1 195</b>	<b>1 118</b>	<b>1 037</b>	<b>990</b>	<b>958</b>	<b>947</b>	<b>923</b>
<b>Bricolage</b>		<b>569</b>	<b>507</b>	<b>462</b>	<b>421</b>	<b>394</b>	<b>410</b>	<b>420</b>	<b>411</b>
CF101	Quincaillerie et droguerie	275	228	213	190	167	167	162	159
CF102	Bricolage	59	65	61	65	70	76	77	67
CF103	Revêtements sols et murs	235	214	188	166	157	167	181	185
<b>Jardinage</b>		<b>743</b>	<b>688</b>	<b>656</b>	<b>616</b>	<b>596</b>	<b>548</b>	<b>527</b>	<b>512</b>
CF201	Fleuriste	743	659	629	589	574	527	508	491
CF202	Jardinerie - Pépiniériste		29	27	27	22	21	19	21
<b>Services aux particuliers</b>		<b>12 972</b>	<b>12 959</b>	<b>12 924</b>	<b>12 603</b>	<b>12 403</b>	<b>12 511</b>	<b>12 606</b>	<b>12 652</b>
<b>Services liés à l'équipement de la personne</b>		<b>2 476</b>	<b>2 360</b>	<b>2 307</b>	<b>2 192</b>	<b>2 140</b>	<b>2 112</b>	<b>2 094</b>	<b>1 962</b>
SA101	Cordonnerie - Réparation "minute" (clés, talons...)	481	429	406	389	375	356	348	326
SA102	Retouches de vêtements	501	553	574	580	588	599	619	580
SA103	Location de costumes ou accessoires - Loisirs	53	42	40	32	27	38	39	31
SA104	Blanchisserie - Pressing	858	763	709	629	598	572	543	493
SA105	Laverie automatique	583	573	578	562	552	547	545	532



LOCAUX ENQUÊTE BDCOM											
Nombre de locaux par année				Évolution							
2023				2020 - 2023				2003 - 2023			
Surface du local			TOTAL	Nombre	%	Évolution annuelle		Nombre	%	Évolution annuelle	
Moins de 300	De 300 à 1 000	1 000 ou plus				Nombre	%			Nombre	%
39	0	0	39	-1	-3%	0	-1,0	-36	-48%	-2	-2,4
101	0	0	101	-9	-8%	-4	-3,4	-63	-38%	-3	-1,9
<b>1 132</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>1 147</b>	<b>-10</b>	<b>-1%</b>	<b>-4</b>	<b>-0,4</b>	<b>-342</b>	<b>-23%</b>	<b>-17</b>	<b>-1,2</b>
145	2	1	148	-13	-8%	-5	-3,3	-44	-23%	-2	-1,2
90	2	2	94	-4	-4%	-2	-1,7	112	21%	6	1,0
560	0	1	561	70	14%	29	5,9				
32	2	1	35	1	3%	0	1,2	-14	-29%	-1	-1,4
74	1	0	75	-23	-23%	-10	-9,7	-193	-72%	-10	-3,6
30	0	0	30	-7	-19%	-3	-7,8	-58	-66%	-3	-3,3
201	0	3	204	-34	-14%	-14	-5,9	-145	-42%	-7	-2,1
<b>971</b>	<b>15</b>	<b>6</b>	<b>992</b>	<b>-46</b>	<b>-4%</b>	<b>-19</b>	<b>-1,8</b>	<b>-76</b>	<b>-7%</b>	<b>-4</b>	<b>-0,4</b>
199	0	0	199	14	8%	6	3,1	66	50%	3	2,5
63	0	2	65	-5	-7%	-2	-3,0	-67	-51%	-3	-2,6
198	13	4	215	-4	-2%	-2	-0,8	-123	-36%	-6	-1,8
277	2	0	279	-33	-11%	-14	-4,4	-95	-25%	-5	-1,3
39	0	0	39	-3	-7%	-1	-3,0	5	15%	0	0,7
13	0	0	13	-3	-19%	-1	-7,8	-20	-61%	-1	-3,1
10	0	0	10	-4	-29%	-2	-11,8	-14	-58%	-1	-2,9
172	0	0	172	-8	-4%	-3	-1,8	172		9	
<b>2</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>-3</b>	<b>-25%</b>	<b>-1</b>	<b>-10,3</b>	<b>-5</b>	<b>-36%</b>	<b>0</b>	<b>-1,8</b>
<b>830</b>	<b>26</b>	<b>16</b>	<b>872</b>	<b>-51</b>	<b>-6%</b>	<b>-21</b>	<b>-2,3</b>	<b>-323</b>	<b>-27%</b>	<b>-16</b>	<b>-1,4</b>
<b>352</b>	<b>22</b>	<b>14</b>	<b>388</b>	<b>-23</b>	<b>-6%</b>	<b>-10</b>	<b>-2,3</b>	<b>-119</b>	<b>-23%</b>	<b>-6</b>	<b>-1,2</b>
147	3	0	150	-9	-6%	-4	-2,3	-78	-34%	-4	-1,7
42	13	10	65	-2	-3%	-1	-1,2	0	0%	0	0,0
163	6	4	173	-12	-6%	-5	-2,7	-41	-19%	-2	-1,0
<b>478</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>484</b>	<b>-28</b>	<b>-5%</b>	<b>-12</b>	<b>-2,3</b>	<b>-204</b>	<b>-30%</b>	<b>-10</b>	<b>-1,5</b>
465	2	0	467	-24	-5%	-10	-2,0	-192	-29%	-10	-1,5
13	2	2	17	-4	-19%	-2	-7,9	-12	-41%	-1	-2,1
			<b>12 439</b>	<b>-213</b>	<b>-2%</b>	<b>-88</b>	<b>-0,7</b>	<b>-520</b>	<b>-4%</b>	<b>-26</b>	<b>-0,2</b>
			<b>1 834</b>	<b>-128</b>	<b>-7%</b>	<b>-53</b>	<b>-2,7</b>	<b>-526</b>	<b>-22%</b>	<b>-27</b>	<b>-1,1</b>
			304	-22	-7%	-9	-2,8	-125	-29%	-6	-1,5
			532	-48	-8%	-20	-3,4	-21	-4%	-1	-0,2
			25	-6	-19%	-2	-8,0	-17	-40%	-1	-2,0
			445	-48	-10%	-20	-4,0	-318	-42%	-16	-2,1
			528	-4	-1%	-2	-0,3	-45	-8%	-2	-0,4

PARIS		LOCAUX ENQUÊTE BDCOM							
		Nombre de locaux par année							
		2000	2003	2005	2007	2011	2014	2017	2020
<b>Soins du corps</b>		<b>3 630</b>	<b>3 689</b>	<b>3 795</b>	<b>3 979</b>	<b>4 373</b>	<b>4 566</b>	<b>4 790</b>	<b>5 038</b>
SA201	Coiffure	2 722	2 638	2 601	2 546	2 554	2 598	2 629	2 648
SA202	Institut de beauté - Activités thermales et thalasso						984	1 042	1 084
SA203	Onglerie						278	351	470
SA204	Salon de bronzage - Solaire / UV	877	1 008	1 142	1 387	1 774	58	42	40
SA205	Salon de massage						572	631	673
SA206	Bars à sourire						6	2	1
SA207	Tatouage - Piercing	31	43	52	46	45	70	93	122
<b>Services liés à l'équipement de la maison</b>		<b>2 936</b>	<b>2 826</b>	<b>2 775</b>	<b>2 621</b>	<b>2 408</b>	<b>2 306</b>	<b>2 155</b>	<b>1 965</b>
SA301	Encadrement - Vente de tableaux - Posters	209	217	210	208	201	197	180	157
SA302	Artisanat de l'ameublement (tapissier, ébéniste...)	620	588	558	528	472	455	417	357
SA303	Travaux généraux du bâtiment (électricité, plomberie, peinture...)	1 290	1 317	1 317	1 253	1 163	1 082	968	877
SA304	Menuiserie - Vitrerie - Miroiterie	212	191	189	163	147	147	137	145
SA305	Serrurerie	363	325	327	330	329	302	284	269
SA306	Réparation d'articles électriques ou électroniques	207	152	139	108	68	81	120	117
SA307	Location de matériel de bricolage et équipement de la maison	35	36	35	31	28	42	49	43
<b>Services culturels et de loisirs</b>		<b>1 047</b>	<b>1 128</b>	<b>1 154</b>	<b>1 159</b>	<b>1 167</b>	<b>1 363</b>	<b>1 500</b>	<b>1 693</b>
SA401	Vidéo Club (Location de cassettes, DVD)	261	269	264	204	93	34	14	9
SA513	Cours scolaires/parascolaires (Academia...)						142	141	139
SA514	Cours formation professionnelle (langues, informatique...)	393	435	470	524	631	285	307	333
SA515	Cours activités culturelles et de loisirs (poterie, danse...)						344	413	460
SA403	Billetterie - Réservation spectacles	10	14	13	15	16	15	16	14
SA404	Discothèque et club privé	117	146	153	144	148	150	141	121
SA405	Salle multisport	71	66	62	66	74	109	149	184
SA406	Salle de sport spécialisée	45	58	61	86	99	178	191	270
SA407	Salle ou club de jeux	53	44	40	27	21	19	44	81
SA408	Cinéma	97	96	91	93	85	87	84	82
<b>Autres services aux particuliers</b>		<b>2 883</b>	<b>2 956</b>	<b>2 893</b>	<b>2 652</b>	<b>2 315</b>	<b>2 164</b>	<b>2 067</b>	<b>1 994</b>
SA501	Photocopies	335	322	305	267	226	207	197	163
SA502	Gravure	53	51	52	43	38	37	29	26
SA503	Reliure et finition	43	45	45	45	42	41	37	34
SA504	Déménagement / Garde meuble	73	83	81	81	74	65	73	67
SA505	Agence voyage-tourisme - Compagnies aériennes	1 036	998	995	945	796	696	635	533
SA506	Agence Pôle emploi	34	36	34	43	43	22	11	11
SA507	Agence d'intérim	393	434	401	410	340	302	261	253

LOCAUX ENQUÊTE BDCOM											
Nombre de locaux par année			Évolution								
2023			2020 - 2023					2003 - 2023			
Surface du local			TOTAL	Nombre	%	Évolution annuelle		Nombre	%	Évolution annuelle	
Moins de 300	De 300 à 1 000	1 000 ou plus				Nombre	%			Nombre	%
			<b>5 156</b>	<b>118</b>	<b>2%</b>	<b>49</b>	<b>1,0</b>	<b>1 467</b>	<b>40%</b>	<b>74</b>	<b>2,0</b>
			2 658	10	0%	4	0,2	20	1%	1	0,0
			1 107	23	2%	10	0,9	1 353	134%	68	6,8
			565	95	20%	39	8,4				
			36	-4	-10%	-2	-4,1				
			651	-22	-3%	-9	-1,4				
			2	1	100%	0	41,4				
			137	15	12%	6	5,1				
			<b>1 829</b>	<b>-136</b>	<b>-7%</b>	<b>-56</b>	<b>-2,9</b>	<b>-997</b>	<b>-35%</b>	<b>-50</b>	<b>-1,8</b>
			147	-10	-6%	-4	-2,6	-70	-32%	-4	-1,6
			318	-39	-11%	-16	-4,5	-270	-46%	-14	-2,3
			791	-86	-10%	-36	-4,1	-526	-40%	-27	-2,0
			155	10	7%	4	2,9	-36	-19%	-2	-1,0
			257	-12	-4%	-5	-1,8	-68	-21%	-3	-1,1
			116	-1	-1%	0	-0,4	-36	-24%	-2	-1,2
			45	2	5%	1	1,9	9	25%	0	1,3
			<b>1 745</b>	<b>52</b>	<b>3%</b>	<b>22</b>	<b>1,3</b>	<b>617</b>	<b>55%</b>	<b>31</b>	<b>2,8</b>
			5	-4	-44%	-2	-18,4	-264	-98%	-13	-4,9
			150	11	8%	5	3,3	524	120%	26	6,1
			352	19	6%	8	2,4				
			457	-3	-1%	-1	-0,3				
			14	0	0%	0	0,0	0	0%	0	0,0
			114	-7	-6%	-3	-2,4	-32	-22%	-2	-1,1
			195	11	6%	5	2,5	129	195%	7	9,9
			297	27	10%	11	4,1	239	412%	12	20,8
			84	3	4%	1	1,5	40	91%	2	4,6
			77	-5	-6%	-2	-2,5	-19	-20%	-1	-1,0
			<b>1 875</b>	<b>-119</b>	<b>-6%</b>	<b>-49</b>	<b>-2,5</b>	<b>-1 081</b>	<b>-37%</b>	<b>-55</b>	<b>-1,8</b>
			150	-13	-8%	-5	-3,3	-172	-53%	-9	-2,7
			22	-4	-15%	-2	-6,4	-29	-57%	-1	-2,9
			29	-5	-15%	-2	-6,1	-16	-36%	-1	-1,8
			71	4	6%	2	2,5	-12	-14%	-1	-0,7
			454	-79	-15%	-33	-6,1	-544	-55%	-27	-2,7
			11	0	0%	0	0,0	-25	-69%	-1	-3,5
			233	-20	-8%	-8	-3,3	-201	-46%	-10	-2,3

PARIS		LOCAUX ENQUÊTE BDCOM							
		Nombre de locaux par année							
		2000	2003	2005	2007	2011	2014	2017	2020
SA508	Développement rapide - Vente pellicule photo	376	358	322	187	124	92	72	59
SA509	Ecole de conduite	261	236	225	218	212	230	262	231
SA510	Pompes funèbres	134	128	130	130	139	138	135	141
SA511	Toiletage et équipements pour animaux	90	85	87	82	74	75	71	65
SA512	Libre service informatique - Cybercafé	27	147	176	140	101	67	55	42
SA516	Services à la personne (nettoyage, aide personnes âgées...)	28	33	40	61	106	192	227	269
SA517	Magasin éphémère (pop-up store)	0	0	0	0	0	0	2	100
<b>Agences</b>		<b>4 236</b>	<b>4 362</b>	<b>4 570</b>	<b>4 713</b>	<b>4 632</b>	<b>4 575</b>	<b>4 409</b>	<b>4 194</b>
SB101	<b>Agence immobilière</b>	<b>1 683</b>	<b>1 689</b>	<b>1 774</b>	<b>1 898</b>	<b>1 835</b>	<b>1 834</b>	<b>1 850</b>	<b>1 939</b>
<b>Banques et assurances</b>		<b>2 180</b>	<b>2 090</b>	<b>2 079</b>	<b>2 080</b>	<b>2 089</b>	<b>2 154</b>	<b>2 037</b>	<b>1 790</b>
SB201	Banque - Caisse d'épargne	1 256	1 245	1 277	1 319	1 303	1 269	1 207	1 082
SB202	Distributeur automatique de billets (non lié à une banque)	17	17	17	17	18	39	41	42
SB203	Assurances	707	647	628	600	598	586	560	464
SB204	Bureau de change	200	181	157	144	170	156	164	149
SB205	Achat - Vente d'or						104	65	53
<b>Poste et Télécommunications</b>		<b>373</b>	<b>583</b>	<b>717</b>	<b>735</b>	<b>708</b>	<b>587</b>	<b>522</b>	<b>465</b>
SB301	Bureau de poste	194	194	191	189	193	194	171	154
SB302	Courses et courrier express	59	54	54	58	43	47	64	64
SB303	Télécommunication en boutique	120	335	472	488	472	346	287	247
<b>Auto-Moto</b>		<b>1 219</b>	<b>1 164</b>	<b>1 110</b>	<b>1 088</b>	<b>1 028</b>	<b>951</b>	<b>900</b>	<b>831</b>
<b>Vente et exposition</b>		<b>468</b>	<b>459</b>	<b>452</b>	<b>453</b>	<b>444</b>	<b>420</b>	<b>389</b>	<b>377</b>
CG101	Concessionnaire automobile	205	200	192	162	149	140	127	112
CG102	Concessionnaire Auto + Essence	6	5	5	9	4	2	2	2
CG103	Concessionnaire Auto + Garage	101	100	97	94	79	68	56	51
CG104	Concessionnaire Auto + Essence + Garage	16	15	15	13	15	10	9	9
CG105	Concessionnaire motos	82	85	83	102	115	111	104	103
CG106	Concession + Réparation de motos	58	54	60	73	82	89	91	100
<b>Réparation et Entretien</b>		<b>611</b>	<b>562</b>	<b>521</b>	<b>482</b>	<b>425</b>	<b>379</b>	<b>359</b>	<b>323</b>
CG201	Garage	291	251	233	214	184	168	151	129
CG202	Garage + Vente essence	44	42	40	35	27	21	18	16
CG203	Vente équipements automobiles	92	91	74	69	65	56	49	41
CG204	Réparation de motos	22	22	26	34	43	42	54	60
CG205	Station-service	131	125	118	108	84	72	69	60
CG206	Contrôle technique automobile	31	31	30	22	22	20	18	17
CG301	<b>Location de véhicules automobiles</b>	<b>140</b>	<b>143</b>	<b>137</b>	<b>153</b>	<b>159</b>	<b>152</b>	<b>152</b>	<b>131</b>

LOCAUX ENQUÊTE BDCOM											
Nombre de locaux par année			Évolution								
2023			2020 - 2023					2003 - 2023			
Surface du local			TOTAL	Nombre	%	Évolution annuelle		Nombre	%	Évolution annuelle	
Moins de 300	De 300 à 1 000	1 000 ou plus				Nombre	%			Nombre	%
			54	-5	-8%	-2	-3,5	-304	-85%	-15	-4,3
			219	-12	-5%	-5	-2,1	-17	-7%	-1	-0,4
			147	6	4%	2	1,8	19	15%	1	0,7
			76	11	17%	5	7,0	-9	-11%	0	-0,5
			29	-13	-31%	-5	-12,8	-118	-80%	-6	-4,0
			277	8	3%	3	1,2	244	739%	12	37,3
			103	3	3%	1	1,2	103		5	
			<b>3 908</b>	<b>-286</b>	<b>-7%</b>	<b>-118</b>	<b>-2,8</b>	<b>-454</b>	<b>-10%</b>	<b>-23</b>	<b>-0,5</b>
			<b>1 871</b>	<b>-68</b>	<b>-4%</b>	<b>-28</b>	<b>-1,5</b>	<b>182</b>	<b>11%</b>	<b>9</b>	<b>0,5</b>
			<b>1 645</b>	<b>-145</b>	<b>-8%</b>	<b>-60</b>	<b>-3,4</b>	<b>-445</b>	<b>-21%</b>	<b>-22</b>	<b>-1,1</b>
			1 005	-77	-7%	-32	-2,9	-240	-19%	-12	-1,0
			38	-4	-10%	-2	-3,9	21	124%	1	6,2
			400	-64	-14%	-26	-5,7	-247	-38%	-12	-1,9
			142	-7	-5%	-3	-1,9	21	12%	1	0,6
			60	7	13%	3	5,5				
			<b>392</b>	<b>-73</b>	<b>-16%</b>	<b>-30</b>	<b>-6,5</b>	<b>-191</b>	<b>-33%</b>	<b>-10</b>	<b>-1,7</b>
			143	-11	-7%	-5	-3,0	-51	-26%	-3	-1,3
			65	1	2%	0	0,6	11	20%	1	1,0
			184	-63	-26%	-26	-10,6	-151	-45%	-8	-2,3
			<b>759</b>	<b>-72</b>	<b>-9%</b>	<b>-30</b>	<b>-3,6</b>	<b>-405</b>	<b>-35%</b>	<b>-20</b>	<b>-1,8</b>
			<b>357</b>	<b>-20</b>	<b>-5%</b>	<b>-8</b>	<b>-2,2</b>	<b>-102</b>	<b>-22%</b>	<b>-5</b>	<b>-1,1</b>
			101	-11	-10%	-5	-4,1	-99	-50%	-5	-2,5
			2	0	0%	0	0,0	-3	-60%	0	-3,0
			47	-4	-8%	-2	-3,2	-53	-53%	-3	-2,7
			4	-5	-56%	-2	-23,0	-11	-73%	-1	-3,7
			101	-2	-2%	-1	-0,8	16	19%	1	0,9
			102	2	2%	1	0,8	48	89%	2	4,5
			<b>282</b>	<b>-41</b>	<b>-13%</b>	<b>-17</b>	<b>-5,3</b>	<b>-280</b>	<b>-50%</b>	<b>-14</b>	<b>-2,5</b>
			111	-18	-14%	-7	-5,8	-140	-56%	-7	-2,8
			11	-5	-31%	-2	-12,9	-31	-74%	-2	-3,7
			33	-8	-20%	-3	-8,1	-58	-64%	-3	-3,2
			57	-3	-5%	-1	-2,1	35	159%	2	8,0
			53	-7	-12%	-3	-4,8	-72	-58%	-4	-2,9
			17	0	0%	0	0,0	-14	-45%	-1	-2,3
			<b>120</b>	<b>-11</b>	<b>-8%</b>	<b>-5</b>	<b>-3,5</b>	<b>-23</b>	<b>-16%</b>	<b>-1</b>	<b>-0,8</b>

PARIS		LOCAUX ENQUÊTE BDCOM							
		Nombre de locaux par année							
		2000	2003	2005	2007	2011	2014	2017	2020
<b>Cafés et Restaurants</b>		<b>12 831</b>	<b>12 696</b>	<b>12 895</b>	<b>13 106</b>	<b>13 389</b>	<b>13 911</b>	<b>14 598</b>	<b>15 230</b>
<b>Restauration traditionnelle</b>		<b>5 198</b>	<b>5 133</b>	<b>5 263</b>	<b>5 365</b>	<b>5 492</b>	<b>5 766</b>	<b>6 097</b>	<b>6 378</b>
CH101	Restaurant traditionnel français	5 198	2 016	1 967	1 901	1 881	1 960	2 001	1 968
CH102	Restaurant antillais		48	39	38	31	27	24	16
CH103	Restaurant asiatique		1 162	1 242	1 305	1 525	1 643	1 803	1 972
CH104	Restaurant maghrébin		258	268	250	223	205	184	176
CH105	Restaurant africain		131	134	134	126	142	151	202
CH106	Restaurant européen		985	1 029	1 112	1 124	1 178	1 256	1 322
CH107	Restaurant central et sud américain		74	76	81	82	101	120	147
CH108	Restaurant indien, pakistanais et Moyen Orient		389	423	460	416	399	417	434
CH109	Autre restaurant du monde		70	85	84	84	111	141	141
<b>Brasserie et restauration continue</b>		<b>3 255</b>	<b>3 288</b>	<b>3 265</b>	<b>3 298</b>	<b>3 208</b>	<b>3 113</b>	<b>3 034</b>	<b>3 006</b>
CH201	Brasserie - Restauration continue sans tabac	3 255	3 062	3 019	3 030	2 946	2 849	2 776	2 751
CH202	Brasserie - Restauration continue avec tabac		226	246	268	262	264	258	255
<b>Restauration rapide</b>		<b>2 106</b>	<b>2 078</b>	<b>2 149</b>	<b>2 275</b>	<b>2 663</b>	<b>2 947</b>	<b>3 297</b>	<b>3 675</b>
CH301	Cafétéria	12	14	16	13	12	11	18	31
CH302	Restauration rapide debout	996	867	823	765	761	836	895	924
CH303	Restauration rapide assise	1 098	1 197	1 310	1 497	1 890	2 100	2 384	2 720
<b>Bar - Café - Débit de boissons</b>		<b>2 102</b>	<b>2 008</b>	<b>2 043</b>	<b>1 995</b>	<b>1 850</b>	<b>1 902</b>	<b>1 999</b>	<b>2 006</b>
CH401	Salon de thé	195	242	285	295	273	271	324	348
CH402	Café - Tabac	413	361	352	316	297	276	278	259
CH403	Bar ou Café sans tabac	1 494	1 405	1 406	1 384	1 280	1 355	1 397	1 399
<b>Autre restauration</b>		<b>170</b>	<b>189</b>	<b>175</b>	<b>173</b>	<b>176</b>	<b>183</b>	<b>171</b>	<b>165</b>
CH501	Cabaret - Dîner-spectacle	67	69	64	56	50	49	50	49
CH502	Livraison à domicile plats alimentaires	103	120	111	117	126	134	121	116
<b>Hôtels et Auberges de jeunesse</b>		<b>2 082</b>	<b>2 015</b>	<b>2 004</b>	<b>1 964</b>	<b>1 912</b>	<b>1 906</b>	<b>1 927</b>	<b>1 917</b>
<b>Hôtels de Tourisme</b>		<b>1 678</b>	<b>1 634</b>	<b>1 647</b>	<b>1 632</b>	<b>1 631</b>	<b>1 670</b>	<b>1 706</b>	<b>1 704</b>
CI101	Hôtel de tourisme sans étoile	1 678	160	169	162	168	158	148	146
CI102	Hôtel de tourisme avec 1 étoile		145	136	130	112	90	84	63
CI103	Hôtel de tourisme avec 2 étoiles		585	577	555	522	347	289	241
CI104	Hôtel de tourisme avec 3 étoiles		591	594	596	603	699	706	679
CI105	Hôtel de tourisme avec 4 étoiles		137	154	168	198	299	372	434
CI106	Hôtel de tourisme avec 5 étoiles		16	17	21	28	41	61	76
CI107	Hôtel de tourisme - Palace		0	0	0	0	7	10	12
CI108	Location d'appartements (Appart Hôtel, Citadines...)		0	0	0	0	29	36	53
CI201	<b>Hôtel de préfecture</b>	<b>395</b>	<b>371</b>	<b>346</b>	<b>320</b>	<b>268</b>	<b>222</b>	<b>203</b>	<b>194</b>
CI301	<b>Auberge de jeunesse</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>19</b>

LOCAUX ENQUÊTE BDCOM											
Nombre de locaux par année			Évolution								
2023			2020 - 2023					2003 - 2023			
Surface du local			TOTAL	Nombre	%	Évolution annuelle		Nombre	%	Évolution annuelle	
Moins de 300	De 300 à 1 000	1 000 ou plus				Nombre	%			Nombre	%
			15 419	189	1%	78	0,5	2 723	21%	137	1,1
			6 273	-105	-2%	-43	-0,7	1 140	22%	57	1,1
			1 876	-92	-5%	-38	-1,9	-140	-7%	-7	-0,4
			17	1	6%	0	2,6	-31	-65%	-2	-3,3
			1 978	6	0%	2	0,1	816	70%	41	3,5
			180	4	2%	2	0,9	-78	-30%	-4	-1,5
			199	-3	-1%	-1	-0,6	68	52%	3	2,6
			1 312	-10	-1%	-4	-0,3	327	33%	16	1,7
			138	-9	-6%	-4	-2,5	64	86%	3	4,4
			431	-3	-1%	-1	-0,3	42	11%	2	0,5
			142	1	1%	0	0,3	72	103%	4	5,2
			2 913	-93	-3%	-38	-1,3	-375	-11%	-19	-0,6
			2 670	-81	-3%	-34	-1,2	-392	-13%	-20	-0,6
			243	-12	-5%	-5	-1,9	17	8%	1	0,4
			4 027	352	10%	146	4,0	1 949	94%	98	4,7
			23	-8	-26%	-3	-10,7	9	64%	0	3,2
			1 048	124	13%	51	5,6	181	21%	9	1,1
			2 956	236	9%	98	3,6	1 759	147%	89	7,4
			2 038	32	2%	13	0,7	30	1%	2	0,1
			405	57	16%	24	6,8	163	67%	8	3,4
			239	-20	-8%	-8	-3,2	-122	-34%	-6	-1,7
			1 394	-5	0%	-2	-0,1	-11	-1%	-1	0,0
			168	3	2%	1	0,8	-21	-11%	-1	-0,6
			53	4	8%	2	3,4	-16	-23%	-1	-1,2
			115	-1	-1%	0	-0,4	-5	-4%	0	-0,2
			1 930	13	1%	5	0,3	-85	-4%	-4	-0,2
			1 732	28	2%	12	0,7	98	6%	5	0,3
			157	11	8%	5	3,1	-3	-2%	0	-0,1
			49	-14	-22%	-6	-9,2	-96	-66%	-5	-3,3
			189	-52	-22%	-22	-8,9	-396	-68%	-20	-3,4
			679	0	0%	0	0,0	88	15%	4	0,8
			493	59	14%	24	5,6	356	260%	18	13,1
			90	14	18%	6	7,6	74	463%	4	23,3
			12	0	0%	0	0,0	12		1	
			63	10	19%	4	7,8	63		3	
			177	-17	-9%	-7	-3,6	-194	-52%	-10	-2,6
			21	2	11%	1	4,4	11	110%	1	5,5

PARIS		LOCAUX ENQUÊTE BDCOM							
		Nombre de locaux par année							
		2000	2003	2005	2007	2011	2014	2017	2020
<b>AUTRES LOCAUX EN REZ-DE-CHAUSSÉE</b>		<b>20 460</b>	<b>23 819</b>	<b>23 134</b>	<b>22 953</b>	<b>22 920</b>	<b>21 902</b>	<b>21 352</b>	<b>21 714</b>
<b>Locaux vacants</b>		<b>8 396</b>	<b>9 713</b>	<b>8 666</b>	<b>8 028</b>	<b>8 103</b>	<b>7 703</b>	<b>7 840</b>	<b>8 541</b>
AA101	Locaux Vacants	8 396	9 713	8 666	8 028	8 103	6 783	6 947	7 234
AA102	Locaux en travaux						920	893	1 307
<b>Commerces de gros</b>		<b>3 276</b>	<b>3 406</b>	<b>3 303</b>	<b>3 064</b>	<b>2 614</b>	<b>2 004</b>	<b>1 592</b>	<b>1 013</b>
AB101	Commerce de gros alimentaire	31	38	47	40	44	39	30	28
AB102	Commerce de gros fabrication textile	342	357	343	287	235	185	165	113
AB103	Commerce de gros fabrication habillement	1 864	1 962	1 914	1 820	1 557	1 151	858	449
AB104	Commerce de gros maroquinerie et chaussures	260	265	258	237	214	182	147	85
AB105	Commerce de gros bijouterie	163	216	217	224	197	175	159	116
AB106	Autre commerce de gros	616	568	524	456	367	272	233	222
<b>Services aux entreprises</b>		<b>695</b>	<b>653</b>	<b>628</b>	<b>601</b>	<b>552</b>	<b>561</b>	<b>575</b>	<b>548</b>
AC101	Imprimerie	392	321	290	258	220	198	175	156
AC102	Services annexes aux entreprises	149	200	220	246	251	276	309	303
AC103	Studio de reportages photographiques	154	132	118	97	81	87	91	89
<b>Médical</b>		<b>1 147</b>	<b>1 235</b>	<b>1 315</b>	<b>1 418</b>	<b>1 523</b>	<b>1 794</b>	<b>1 937</b>	<b>2 120</b>
AD101	Cabinet médical	237	269	295	300	357	429	475	534
AD102	Centre de radiologie	52	60	62	66	65	70	74	73
AD103	Cabinet dentaire	74	89	101	116	132	153	169	236
AD104	Cabinet de kinésithérapeute	246	263	270	284	280	305	314	336
AD105	Cabinet d'infirmière	88	82	86	93	104	122	141	159
AD106	Autre activité d'auxiliaire médical - Orthophoniste	162	178	197	231	234	350	404	432
AD107	Ambulances	45	47	61	76	88	92	87	80
AD108	Laboratoire d'analyses médicales	149	149	148	149	157	168	166	165
AD109	Vétérinaire	94	98	95	103	106	105	107	105
<b>Spectacles</b>		<b>178</b>	<b>189</b>	<b>195</b>	<b>205</b>	<b>219</b>	<b>231</b>	<b>238</b>	<b>236</b>
AE101	Théâtre	125	130	132	137	151	157	162	163
AE102	Salle de concert	17	20	22	26	28	30	35	35
AE103	Autre lieu de spectacle	36	39	41	42	40	44	41	38
<b>Autres locaux en boutique</b>		<b>6 768</b>	<b>8 623</b>	<b>9 027</b>	<b>9 637</b>	<b>9 909</b>	<b>9 609</b>	<b>9 170</b>	<b>9 256</b>
AF101	Atelier en boutique	220	412	518	661	787	951	881	974
AF103	Équipement en boutique	113	159	189	250	364	440	556	654
AF104	Stockage en boutique	141	345	452	654	680	755	817	723
AF102	Bureau en boutique	6 294	7 707	7 868	8 072	8 078	7 463	6 915	6 865
AF105	Drive piéton solos	0	0	0	0	0	0	0	25
AF106	Dark stores	0	0	0	0	0	0	0	7
AF107	Dark kitchens	0	0	0	0	0	0	1	8
<b>TOTAL LOCAUX EN REZ-DE-CHAUSSÉE</b>		<b>83 728</b>	<b>86 591</b>	<b>86 144</b>	<b>85 607</b>	<b>84 884</b>	<b>84 568</b>	<b>84 159</b>	<b>83 402</b>



LOCAUX ENQUÊTE BDCOM											
Nombre de locaux par année				Évolution							
2023				2020 - 2023				2003 - 2023			
Surface du local			TOTAL	Nombre	%	Évolution annuelle		Nombre	%	Évolution annuelle	
Moins de 300	De 300 à 1 000	1 000 ou plus				Nombre	%			Nombre	%
			<b>22 308</b>	<b>594</b>	<b>3%</b>	<b>246</b>	<b>1,1</b>	<b>-1 511</b>	<b>-6%</b>	<b>-76</b>	<b>-0,3</b>
			<b>9 059</b>	<b>518</b>	<b>6%</b>	<b>214</b>	<b>2,5</b>	<b>-654</b>	<b>-7%</b>	<b>-33</b>	<b>-0,3</b>
			7 494	260	4%	108	1,5	-654	-7%	-33	-0,3
			1 565	258	20%	107	8,2				
			<b>782</b>	<b>-231</b>	<b>-23%</b>	<b>-96</b>	<b>-9,4</b>	<b>-2 624</b>	<b>-77%</b>	<b>-132</b>	<b>-3,9</b>
			22	-6	-21%	-2	-8,9	-16	-42%	-1	-2,1
			98	-15	-13%	-6	-5,5	-259	-73%	-13	-3,7
			331	-118	-26%	-49	-10,9	-1 631	-83%	-82	-4,2
			58	-27	-32%	-11	-13,1	-207	-78%	-10	-3,9
			102	-14	-12%	-6	-5,0	-114	-53%	-6	-2,7
			171	-51	-23%	-21	-9,5	-397	-70%	-20	-3,5
			<b>523</b>	<b>-25</b>	<b>-5%</b>	<b>-10</b>	<b>-1,9</b>	<b>-130</b>	<b>-20%</b>	<b>-7</b>	<b>-1,0</b>
			123	-33	-21%	-14	-8,8	-198	-62%	-10	-3,1
			310	7	2%	3	1,0	110	55%	6	2,8
			90	1	1%	0	0,5	-42	-32%	-2	-1,6
			<b>2 208</b>	<b>88</b>	<b>4%</b>	<b>36</b>	<b>1,7</b>	<b>973</b>	<b>79%</b>	<b>49</b>	<b>4,0</b>
			609	75	14%	31	5,8	340	126%	17	6,4
			71	-2	-3%	-1	-1,1	11	18%	1	0,9
			282	46	19%	19	8,1	193	217%	10	10,9
			347	11	3%	5	1,4	84	32%	4	1,6
			146	-13	-8%	-5	-3,4	64	78%	3	3,9
			407	-25	-6%	-10	-2,4	229	129%	12	6,5
			78	-2	-3%	-1	-1,0	31	66%	2	3,3
			159	-6	-4%	-2	-1,5	10	7%	1	0,3
			109	4	4%	2	1,6	11	11%	1	0,6
			<b>232</b>	<b>-4</b>	<b>-2%</b>	<b>-2</b>	<b>-0,7</b>	<b>43</b>	<b>23%</b>	<b>2</b>	<b>1,1</b>
			154	-9	-6%	-4	-2,3	24	18%	1	0,9
			38	3	9%	1	3,5	18	90%	1	4,5
			40	2	5%	1	2,2	1	3%	0	0,1
			<b>9 504</b>	<b>248</b>	<b>3%</b>	<b>103</b>	<b>1,1</b>	<b>881</b>	<b>10%</b>	<b>44</b>	<b>0,5</b>
			987	13	1%	5	0,6	575	140%	29	7,0
			704	50	8%	21	3,2	545	343%	27	17,3
			761	38	5%	16	2,2	416	121%	21	6,1
			6 898	33	0%	14	0,2	-809	-10%	-41	-0,5
			67	42	168%	17	69,5	67		3	
			38	31	443%	13	183,3	38		2	
			49	41	513%	17	212,1	49		2	
			<b>83 154</b>	<b>-248</b>	<b>0%</b>	<b>-103</b>	<b>-0,1</b>	<b>-3 437</b>	<b>-4%</b>	<b>-173</b>	<b>-0,2</b>

# Les commerces à Paris en 2023

## INVENTAIRE DES COMMERCES 2023 ET ÉVOLUTION 2020-2023

Le recensement des commerces parisiens a été réalisé en avril 2023, pour la 9<sup>e</sup> fois depuis 2000, à l'initiative de la Ville de Paris, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et l'Atelier parisien d'urbanisme. Cette nouvelle enquête présente les évolutions de l'appareil commercial parisien depuis la crise Covid, la précédente enquête ayant été réalisée en octobre 2020. En 2023, Paris compte 60 846 commerces, services commerciaux, bars et restaurants. Ce chiffre traduit une très forte densité commerciale comparée à celle observée dans le reste de la métropole du Grand Paris et dans les autres grandes villes de France.

Les données relevées montrent une forte progression du nombre de commerces alimentaires, des bars-café-restaurants, des certaines catégories de commerces émergents telles que les magasins de vente et de réparation de vélos ainsi qu'une bonne résistance des commerces bio. Le paysage commercial parisien est aussi marqué par le recul des magasins d'équipement de la personne (prêt-à-porter, marchands de chaussures et bijouteries), fortement concurrencés par le commerce en ligne et l'évolution des modes de consommation, notamment l'essor de la vente de vêtements de seconde main.

Le taux de vacance des locaux situés en rez-de-chaussée des rues parisiennes s'établit à 10,9 %, une hausse modérée depuis 2020 (+0,7 point) compte tenu de la période difficile écoulée suite à la crise sanitaire.

L'Apur, Atelier parisien d'urbanisme, est une association loi 1901 qui réunit autour de ses membres fondateurs, la Ville de Paris et l'État, les acteurs de la Métropole du Grand Paris. Ses partenaires sont :

