ATELIER PARISIEN D'URBANISME - 17, BD MORLAND – 75004 PARIS – TÉL : 01 42 71 28 14 – FAX : 01 42 76 24 05 – http://www.apur.org

DONNEES SUR LE COMMERCE PARISIEN

La banque de données sur le commerce, résultats de la collecte de Juin 2003

Octobre 2003

ATELIER PARISIEN D'URBANISME - 17, BD MORLAND – 75004 PARIS – TÉL : 01 42 71 28 14 – FAX : 01 42 76 24 05 – http://www.apur.org

DONNEES SUR LE COMMERCE PARISIEN

La banque de données sur le commerce, résultats de la collecte de Juin 2003

Octobre 2003

Etude réalisée dans le cadre de la Convention
relative à la Banque de données sur le commerce parisien,
entre la Ville de Paris, la Délégation de Paris de la CCIP et l'APUR

INTRODUCTION

Un recensement des commerces parisiens a été réalisé en 2003 à l'initiative de la Ville de Paris, de la Délégation de Paris de la CCIP et de l'APUR, qui ont constitué ensemble une Banque de données sur le commerce (BD-com).

La BD-com est une base informatisée dont l'objet est d'inventorier et de décrire les commerces parisiens. Une convention signée le 23 décembre 1997 entre les trois partenaires définit les objectifs et confie à l'APUR l'ensemble des travaux de conception et de réalisation.

Les données 2003 proviennent d'une grande enquête de terrain réalisée en mai-juin, qui a concerné l'ensemble des rues de la capitale et a mobilisé 25 enquêteurs. Le champ de l'enquête concernait l'ensemble des locaux en rez-de-chaussée ayant une vitrine sur rue. Les commerçants n'ont pas été interrogés mais toutes les données observables depuis la rue ont été relevées :

- le type de local : commerce, service, bureau, entrepôt, etc.
- l'enseigne, c'est-à-dire le nom affiché sur la devanture,
- la nature de l'activité, selon une nomenclature en 220 postes,
- la tranche de superficie, en distinguant : moins de 300 m2, 300 à 1000 m2, plus de 1000 m2,
- la situation : en angle ou sur rue,
- l'appartenance à un centre commercial, une galerie couverte …

Effectuée en moins de deux mois, cette enquête fait suite à une enquête de même nature mais dont la réalisation s'était étalée sur trois ans, de 1999 à 2001, ce qui interdit une datation précise. A défaut d'autres sources, ce premier recensement est utilisé comme référence pour mesurer les évolutions entre 2000 (en fait 1999-2000-2001) et 2003.

SOMMAIRE

INTRODUCTION 2

I. UNE BAISSE GLOBALE DU NOMBRE DE COMMERCES DE DETAIL 3

II. DES EVOLUTIONS CONTRASTEES SELON LES ACTIVITES 4
II - 1- les activités en baisse 4
II - 2- les activités stables 5
II - 3- les activités en hausse 6

Graphique : Les principales évolutions 2000-2003 8
Tableau : Résultats de la collecte 2003 et evolutions 2000 – 2003 9
Liste des cartes 17

I. UNE BAISSE GLOBALE DU NOMBRE DE COMMERCES DE DETAIL (- 1,4%)

Paris - Evolution des locaux à rez-de-chaussée (*)

Type de locaux	2000	2003	Evolution 2000-2003	
			effectifs	%
Commerces de détail	42 975	42 383	-592	- 1,4%
dont				
- magasins généralistes	59	59	0	0%
- alimentaire	7 053	6 891	-162	- 2,3%
- non alimentaire	35 863	35 433	-430	- 1,2%
Autres locaux (**)	28 899	29 360	+ 461	+ 1,6%
dont				
- services commerciaux	17 239	17 186	-53	- 0,3%
- commerces de gros	3 160	3 262	+102	+ 3,2%
- vacants ou en travaux (**)	8 500	8 912	+412	+ 4,8%
Total (**)	71 874	71 743	-131	- 0,2%

(*) hors les catégories : cabinets médicaux, salles de spectacle, hôtels, entrepôts et bureaux.
(**) l'effectif des locaux vacants est sous estimé en 2000

Paris présente un potentiel de 71 700 locaux susceptibles d'accueillir des activités commerciales. La superficie de ces locaux, très variable, s'échelonne de quelques mètres carrés à plusieurs dizaines de milliers de mètres carrés (Grands magasins). Mais d'après les estimations réalisées, la plupart ont moins de 300 m2 (96,7%) tandis que 1 900 ont entre 300 m2 et 1000 m2 (2,7%) et 420 dépassent les 1000 m2 (0,6%). Ces estimations sont indicatives car fondées sur les appréciations des enquêteurs.

Les locaux, toutes tailles confondues, ont été classés en quatre catégories :

- **Commerces de détail** : 42 400 locaux (59,1% des locaux en rez-de-chaussée)
  Leur nombre est en légère diminution par rapport à 2000 (-592 établissements soit -1,4%). Cette baisse affecte les magasins alimentaires (- 2,3%) et à un moindre degré les non alimentaires (-1,2%).

- **Services commerciaux** : 17 200 locaux (24,0%)
  Il s'agit des activités qui fournissent des biens immatériels contre paiement, par exemple les agences de banques et d'assurances mais aussi les cordonneries, les pressings et les coiffeurs. Au total, les services commerciaux se maintiennent (- 53 locaux soit - 0,3%).

♦ **Commerces de gros** : 3 300 locaux (4,6%)
Ces commerces sont très concentrés géographiquement et concernent essentiellement les secteurs du textile et de l'habillement (2 239 établissements), de la chaussure-maroquinerie (263) et de la bijouterie (188). Au total le nombre de commerces de gros s'est accru de 2000 à 2003 (+ 102 soit + 3,2%).

♦ **Locaux vacants** : 8 900 locaux (12,4%)
Un nombre élevé de locaux sont vacants ou en travaux. L'enquête en recense 8 900, soit 12,4% des locaux en rez-de-chaussée. C'est un pourcentage plus élevé que celui des logements puisque l'on comptait 10,3% de logements vacants à Paris au recensement de 1999. Leur effectif semble en augmentation (+ 4,8%) mais il faut préciser que le repérage des locaux vacants n'était pas systématique lors des premières enquêtes de 1999-2000 alors qu'il l'était en 2003.

II. DES EVOLUTIONS CONTRASTEES SELON LES ACTIVITES

Pour saisir la grande variété des commerces et des services implantés à Paris, une nomenclature en 220 postes a été créée en liaison avec la délégation de Paris de la CCIP. A partir de ce découpage, les évolutions intervenues de 2000 à 2003, les unes négatives, les autres positives ou stables, peuvent être brièvement synthétisées.

II. 1. Les activités en baisse

♦ ***Boucheries (-12,5%), poissonneries (-13,7%) et autres petits commerces alimentaires***

La baisse est générale pour les petits commerces alimentaires traditionnels. On constate au niveau parisien la perte de 111 boucheries (-12,5%), 18 poissonneries (-13,7%), 14 crèmeries (-9%), 32 boulangeries (-2,4%), 13 pâtisseries (-7,8%) et 31 magasins primeurs (-8,4%) entre 2000 et 2003. Les boutiques de produits bio sont elles aussi en recul (-4,6%).

Une baisse importante affecte les petites épiceries de quartier[1], souvent ouvertes tard le soir (-160 commerces soit -11,8%). Il faut y voir un effet de la concurrence des superettes et des supermarchés, dont le nombre augmente et dont les horaires d'ouverture s'élargissent.

♦ ***Garages (-11,1%), imprimeries (-18,9%), entreprises du bâtiment (-4%) et réparation (-27,5%)***

Les activités qui relèvent de la fabrication et de la réparation sont en fort recul : 60 garages ou centres de réparation auto-moto ont disparus (-11,1%) et de nombreuses imprimeries ont fermé (-70 soit -18,9%). C'est moins le manque de rentabilité de ces entreprises qui explique leur départ que la valeur des terrains qui attire d'autres utilisateurs et pousse à la délocalisation.

(1) Magasins d'alimentation générale de moins de 120 m2

Les entreprises du bâtiment sont en recul dans les secteurs de l'électricité (-48 soit -13,5%), de la menuiserie (-11 soit -9,3%) et de la serrurerie (-35 soit -9,8%) tandis que les plombiers-chauffagistes se maintiennent (-1 soit -0,2%). La baisse concerne aussi les cordonneries (-50 soit -12%) et les pressings (-95 soit -11%). Il en est de même des réparateurs de radio-TV et magasins d'articles électriques (-56 soit -27,5%).

♦ ***Parfumeries (- 12,8%), magasins d'électroménager-radio-TV (- 16,3%), librairies (- 8,1%), quincailleries et drogueries (- 15,1%)***

Beaucoup de commerces non alimentaires de type traditionnels sont eux aussi en baisse. C'est le cas des parfumeries (-63 locaux soit -12,8%), secteur qui s'est profondément restructuré ces dernières années. Il en est de même des boutiques d'électroménager et de vente radio-TV (-72 boutiques soit -16,3%).

Egalement en baisse, les librairies (-84 boutiques soit -8,1%), les papeteries (-55 soit -16,9%) et les marchands de journaux (-60 soit -10,9%). Les quincailleries et drogueries suivent la même pente (-41 commerces soit -15,1%) ainsi que les merceries (-72 soit -12,9%).

II. 2. Les activités stables

♦ ***Habillement (-0,9%), chaussures - maroquinerie (+1,7%), horlogerie-bijouterie (+3,1%)***

Considérés ensemble, l'habillement, les articles de cuir et l'horlogerie-bijouterie représentent près de 20% des commerces de détail parisiens et conservent les 8 000 locaux qu'ils avaient déjà en 2000 (+0,1%).

Le commerce de détail de l'habillement comprend à lui seul plus de 5 400 magasins. Il connaît une légère baisse (-52 commerces soit -0,9%) mais celle-ci est à relativiser par l'ouverture de vastes magasins comme Etam, rue de Rivoli, ou Benetton, place de l'Opéra.

A noter que l'habillement se caractérise par un taux de rotation impressionnant, avec plus de 1000 boutiques disparues de 2000 à 2003 et presque autant de créées.

Le commerce de détail de la chaussure et de la maroquinerie, connaît une légère augmentation (+23 commerces soit +1,7%).

De même, la bijouterie étend son parc de boutiques (+37 soit +3,1%) mais avec des mouvements contradictoires : le nombre de boutiques augmente dans la bijouterie de luxe (+34 soit +12,7%) et dans la bijouterie fantaisie (+76 soit +28,7%) alors qu'il diminue dans l'horlogerie-bijouterie traditionnelle (-73 magasins soit -11,1%).

♦ ***Cafés, restaurants (-1,1%)***

Paris se caractérise par une densité exceptionnelle de cafés-restaurants. Leur effectif est de 12 500 établissements en 2003, chiffre en légère baisse par rapport à 2000 (-135 soit -1,1%). On peut les classer en huit familles :

-	restaurants traditionnels français	1 951 (15,7%)
-	restaurants chinois et japonais	1 148 (9,2%)
-	autres restaurants cuisines du monde	1 899 (15,3%)
-	brasseries, bars et cafés	5 009 (40,2%)
-	restauration rapide, fast food	2 040 (16,4%)
-	salons de thés	233 (1,9%)
-	cabarets	63 (0,5%)
-	livraison à domicile	109 (0,9%)
	Total cafés-restaurants	12 452 (100%)

♦ ***Pharmacies (-1,8%), salons de coiffure (-3,6%), antiquités-brocante (+0,4%), vidéoclubs (+1,5%)***

Le nombre de pharmacies diminue légèrement (-20 établissements soit -1,8%) tandis que la parapharmacie améliore son implantation, peu développée jusqu'alors (+31 commerces soit +73,8%).

Parmi les secteurs relativement stables, figurent encore les salons de coiffure (-96 soit -3,6%), les magasins d'antiquité et de brocante (+5 boutiques soit +0,4%), les vidéoclubs (+4 soit +1,5%) et les sex-shops (+2 soit +1,7%).

II. 3. Les activités en hausse

♦ ***De nouveaux types de commerces : les centres de bronzage, cybercafés, boutiques de téléphones, distributeurs de produits d'épicerie …***

De nouvelles niches commerciales se sont créées ces dernières années, mobilisant très vite plusieurs centaines de locaux. Leurs évolutions sont exponentielles compte tenu des faibles effectifs de départ.

Ainsi les centres de bronzage se sont multipliés comme le montre la forte augmentation des catégories *Soins de beauté* et *Autres soins corporels* (+125 unités). Plus d'une centaine de cybercafés se sont ouverts. Près de 200 boutiques d'appels téléphoniques, généralement spécialisées dans les appels à coût réduit à l'étranger, type *call box*, sont apparues. De même les distributeurs automatiques de produits d'épicerie, type *Yatoo Partoo,* ont connu un développement (+6 unités).

♦ ***Les supérettes (+ 39,0%)***

Le nombre de magasins alimentaires généralistes de 120 m2 à 300 m2 (supérettes) a fortement augmenté : + 57 unités. Une partie de cette croissance est due à une politique d'extension de certaines enseignes "Franprix, G20".

♦ ***Traiteurs asiatiques (+22,8%) et produits régionaux (+14,6%)***

De nombreux traiteurs asiatiques ont ouverts leurs portes ces trois dernières années (+120 boutiques soit +22,8%). C'est l'une des plus fortes progressions observées. Une progression un peu moins forte concerne les commerces alimentaires de produits régionaux ou étrangers (+37 soit +14,6%).

♦ ***Petits bazars (+10,5%), bimbeloterie et articles de souvenirs (+20,5%)***

Des bazars d'objets bon marché se sont installés dans de nombreux quartiers. Leur effectif augmente de 37 unités (+10,5%). La même tendance s'observe pour les bimbeloteries et articles de souvenirs qui vendent souvent des articles similaires (+65 boutiques soit + 20,5%).

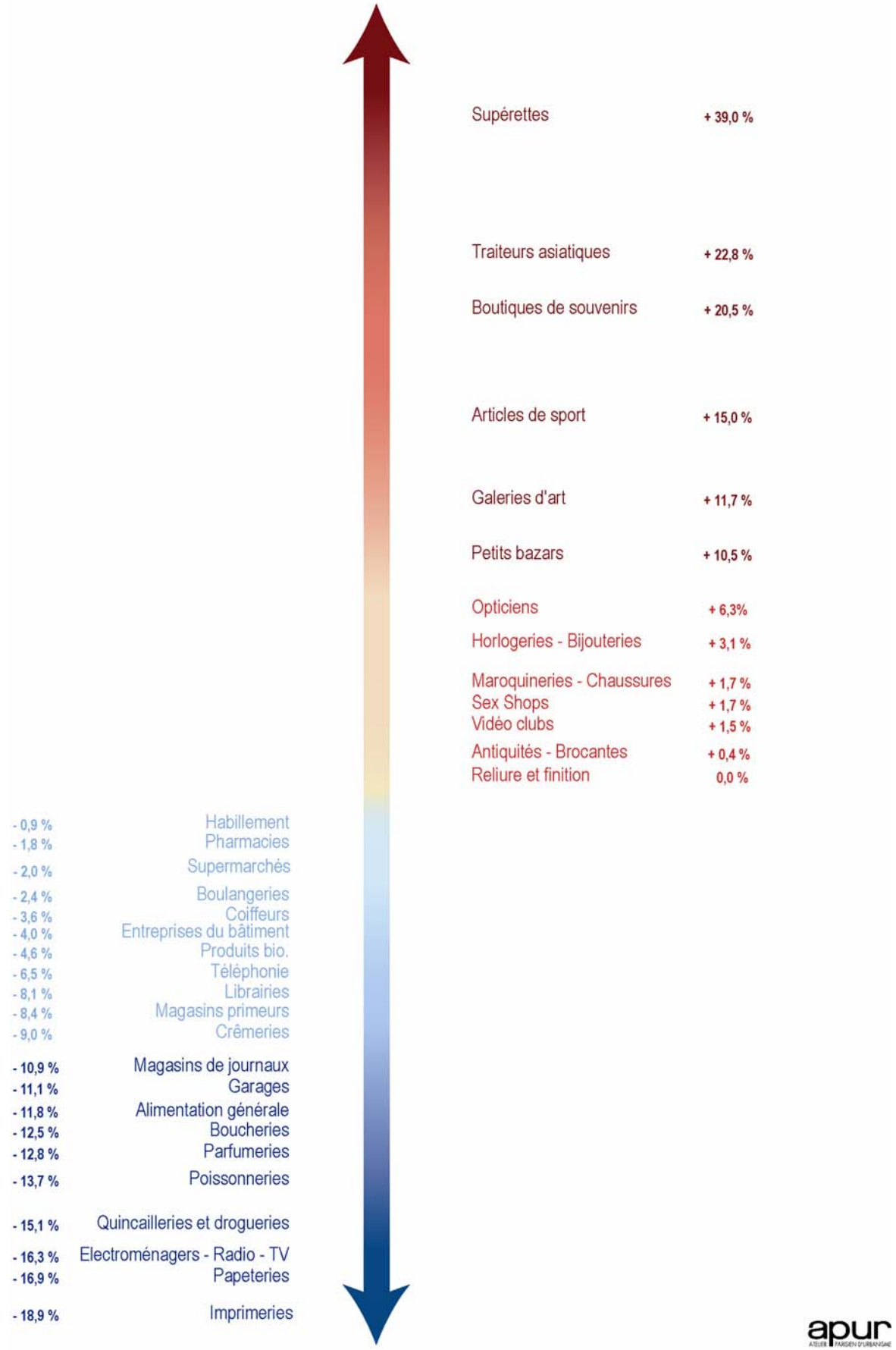
♦ ***Magasins d'articles de sport (+15,0%)***

Les magasins d'articles de sport ont tiré avantage de la vogue des articles sportifs, dont l'usage est de plus en plus extra sportif. Le nombre de ces magasins augmente de 45 unités (+15%). Ils occupent des surfaces parfois importantes comme Adidas rue de Rivoli, ou Nike sur les Champs Elysées.

♦ ***Galeries d'art (+11,7%)***

Paris compte un millier de galeries d'arts. Elles sont nombreuses à disparaître (-208) mais plus nombreuses encore à se créer (+313), ce qui explique l'augmentation de leur nombre (+105 soit +11,7%).

LES PRINCIPALES EVOLUTIONS 2000-2003



BANQUE DE DONNEES SUR LE COMMERCE A PARIS

Résultats de la collecte 2003 et évolutions 2000-2003

	SURFACE DU LOCAL		TOTAL	EVOLUTION 2000 – 2003			
	moins de 1000 m²	plus de 1.000 m²	2003	Disparitions	Créations	Variation	%
COMMERCES DE DETAIL	**42 010**	**373**	**42 383**	**8 292**	**7 700**	**-592**	**-1,4%**
Généralistes	**6**	**53**	**59**	**2**	**2**	**0**	**0,0%**
CA101 Magasin populaire (Monoprix, Inno..)	6	44	50	0	2	2	4,2%
CA102 Grand magasin	0	9	9	2	0	-2	-18,2%
Alimentaire	**6 836**	**55**	**6 891**	**1 039**	**877**	**-162**	**-2,3%**
Alimentaire spécialisé	**5 121**	**2**	**5 123**	**769**	**712**	**-57**	**-1,1%**
CB101 Traiteur - Epicerie fine	418	0	418	89	87	-2	-0,5%
CB102 Traiteur asiatique	647	0	647	74	194	120	22,8%
CB103 Boulangerie - Boulangerie Pâtisserie	1 294	0	1 294	100	68	-32	-2,4%
CB104 Pâtisserie	153	0	153	30	17	-13	-7,8%
CB105 Chocolaterie - Confiserie	239	0	239	60	32	-28	-10,5%
CB106 Torréfacteur - Thé et café	80	0	80	7	16	9	12,7%
CB107 Vente de produits surgelés	85	0	85	7	11	4	4,9%
CB108 Vente de fruits et légumes	340	0	340	67	36	-31	-8,4%
CB109 Boucherie / Boucherie - Charcuterie	779	0	779	160	49	-111	-12,5%
CB110 Poissonnerie	112	1	113	25	7	-18	-13,7%
CB111 Commerce de détail de boissons	377	1	378	30	60	30	8,6%
CB112 Crèmerie - Fromagerie	141	0	141	25	11	-14	-9,0%
CB113 Glacier : vente à emporter et consommer s/place	40	0	40	12	10	-2	-4,8%
CB114 Commerce détail produits alimentaires spécialisés	291	0	291	50	87	37	14,6%
CB115 Vente de produits bio et nature	125	0	125	33	27	-6	-4,6%
Alimentaire généraliste de plus de 300 m²	**302**	**53**	**355**	**19**	**11**	**-8**	**-2,2%**
CB201 Supermarché classique >300m²	203	42	245	7	7	0	0%
CB202 Supermarché discount > 300 m²	84	3	87	10	4	-6	-6,5%
CB203 Supermarché spécialisé > 300 m²	13	2	15	1	0	-1	-6,3%
CB204 Alimentation générale de luxe > 300 m²	2	3	5	1	0	-1	-16,7%
CB205 Hypermarché	0	3	3	0	0	0	0,0%
Alimentaire généraliste de moins de 300 m²	**1 413**	**0**	**1 413**	**251**	**154**	**-97**	**-6,4%**
CB301 Alimentation générale < 120m²	1 195	0	1 195	236	76	-160	-11,8%
CB302 Supérette classique < 300m²	133	0	133	10	49	39	41,5%
CB303 Supérette discount < 300m²	30	0	30	1	4	3	11,1%
CB304 Supérette spécialisée < 300m²	40	0	40	0	15	15	60,0%
CB305 Vente alimentation gale. par automate	15	0	15	4	10	6	66,7%

	SURFACE DU LOCAL		TOTAL	EVOLUTION 2000 – 2003			
	moins de 1000 m²	plus de 1.000 m²	2003	Disparitions	Créations	Variation	%
Equipement de la personne	**7 900**	**47**	**8 027**	**1 611**	**1 620**	**9**	**0,1%**
Habillement	5 393	44	5 437	1 118	1 067	-51	-0,9%
CC101 Haute couture fabrication et vente	121	3	124	19	30	11	9,7%
CC102 Tailleur sur mesure	149	0	149	49	33	-16	-9,7%
CC103 Vente et fab. de tenues de mariées	67	0	67	3	18	15	28,8%
CC104 Prêt-à-porter Femme	2 757	7	2 764				
CC105 Prêt-à-porter Homme	792	5	797				
CC106 Prêt-à-porter Enfant	369	0	369	1004	961	-43	-0,9%
CC107 Prêt-à-porter Mixte	751	29	780				
CC108 Prêt-à-porter Lingerie	257	0	257				
CC109 Dépôt-vente de vêtements	121	0	121	39	25	-14	-10,4%
CC110 Comptoirs de VPC sur catalogue	9	0	9	4	0	-4	-30,8%
Chaussures et Maroquinerie	**1 361**	**3**	**1 364**	**259**	**282**	**23**	**1,7%**
CC201 Chaussures Femme	362	0	362				
CC202 Chaussures Homme	92	0	92				
CC203 Chaussures Enfant	69	0	69	169	190	21	2,1%
CC204 Chaussures Mixte	482	0	482				
CC205 Maroquinerie - Articles de voyages	356	3	359	90	92	2	0,6%
Bijouterie et Montres	**1 226**	**0**	**1 226**	**234**	**271**	**37**	**3,1%**
CC301 Bijouterie - Joaillerie - Orfèvrerie	301	0	301	33	67	34	12,7%
CC302 Horlogerie - Bijouterie	533	0	533	136	66	-70	-11,6%
CC303 Montres - Horlogerie	51	0	51	6	3	-3	-5,6%
CC304 Bijouterie fantaisie	341	0	341	59	135	76	28,7%
Santé-Beauté	**2 995**	**3**	**2 298**	**238**	**208**	**-30**	**-1,3%**
Pharmacie et Articles médicaux	**1 226**	**0**	**1 226**	**65**	**33**	**-32**	**-2,5%**
CD101 Pharmacie	1 069	0	1 069	28	8	-20	-1,8%
CD102 Vente articles médicaux - Prothèses et semelles orthopédiques	157	0	157	37	25	-12	-7,1%
Cosmétiques	**499**	**2**	**501**	**128**	**96**	**-32**	**-6,0%**
CD201 Parapharmacie	73	0	73	0	31	31	73,8%
CD202 Parfumerie	426	2	428	128	65	-63	-12,8%
Opticien							
CD301 Opticien	**570**	**1**	**571**	**45**	**79**	**34**	**6,3%**
Equipement de la maison	**4 185**	**36**	**4 221**	**1 063**	**963**	**-100**	**-2,3%**
Mobilier et petit équipement du foyer	**1 715**	**22**	**1 737**	**468**	**469**	**1**	**0,1%**
CE101 Vente de meubles et multispécialistes	428	17	445				
CE102 Vente de meubles de cuisines/s. de bain	162	1	163	160	156	-4	-0,5%
CE103 Vente de meubles, salon et chambre	144	0	144				
CE104 Equipement du foyer specialisé	605	2	607	308	313	5	0,5%
CE105 Equipement du foyer généraliste	376	2	378				
Electroménager - Radio - TV	**360**	**9**	**369**	**128**	**56**	**-72**	**-16,3%**
CE201 Electroménager	138	0	138	42	20	-22	-13,8%
CE202 Vente radio - TV - Hi-Fi	206	1	207	78	32	-46	-18,2%
CE203 Multispécialiste	16	8	24	8	4	-4	-14,3%

	SURFACE DU LOCAL		TOTAL	EVOLUTION 2000 – 2003			
	moins de 1000 m²	plus de 1.000 m²	2003	Disparitions	Créations	Variation	%
Antiquités - Brocante	**1 134**	**1**	**1 135**	**226**	**231**	**5**	**0,4%**
CE301 Antiquités	987	0	987	186	189	3	0,3%
CE302 Salle des ventes	10	0	10	1	1	0	0,0%
CE303 Brocante	137	1	138	39	41	2	1,5%
Autre équipement de la maison	**976**	**4**	**980**	**241**	**207**	**-34**	***-3,4%***
CE401 Textile et mercerie	486	2	488	145	73	-72	-12,9%
CE402 Bazar	389	0	389	69	106	37	10,5%
CE403 Autre commerce de biens d'occasion	39	0	39	8	16	8	25,8%
CE404 Dépôt-vente conditionnel	62	2	64	19	12	-7	-9,9%
Culture et loisirs	**6 090**	**40**	**6 130**	**1 366**	**1 361**	**-5**	**-0,1%**
Librairie – Journaux	**1 995**	**8**	**2 003**	**401**	**202**	**-199**	**-9,0%**
CF101 Librairie	954	5	959	222	138	-84	-8,1%
CF102 Papeterie - Fournitures de bureau	270	0	270	80	25	-55	-16,9%
CF103 Vente de journaux	491	0	491	84	24	-60	-10,9%
CF104 Kiosque à journaux	257	0	257	15	4	-11	-4,1%
CF105 Matériels d'arts graphique et autres	23	3	26	0	11	11	73,3%
Articles de sport	**332**	**13**	**345**	**62**	**107**	**45**	**15,0%**
CF201 Généraliste sport	48	12	60				
CF202 Sport - Habillement et chaussures	120	1	121	62	107	45	15,0%
CF203 Spécialiste d'un sport	164	0	164				
Galerie d'art et Collections	**1 270**	**0**	**1 270**	**248**	**358**	**110**	**9,5%**
CF301 Vente de monnaies et médailles	44	0	44	7	5	-2	-4,3%
CF302 Galerie d'art	1 002	0	1 002	208	313	105	11,7%
CF303 Philatélie	76	0	76	13	5	-8	-9,5%
CF304 Vente de livres anciens - Autographes	148	0	148	20	35	15	11,3%
Son - Image - Informatique - Téléphonie	**1 453**	**5**	**1 458**	**468**	**441**	**-27**	**-1,8%**
CF401 Fab./vente d'instruments de musique	57	0	57	5	12	7	14,0%
CF402 Vente d'instruments de musique	133	0	133	24	19	-5	-3,6%
CF403 Téléphonie	542	1	543	221	183	-38	-6,5%
CF404 Vente de jeux vidéo	46	0	46	15	13	-2	-4,2%
CF405 Vente de cassettes vidéo	79	0	79	11	32	21	36,2%
CF406 Vente de disques et cassettes audio	182	1	183	52	65	13	7,6%
CF407 Vente d'appareils photos	81	0	81	17	8	-9	-10,0%
CF408 Vente de matériel informatique	333	3	336	123	109	-14	-4,0%

	SURFACE DU LOCAL		TOTAL	EVOLUTION 2000 – 2003			
	moins de 1000 m²	plus de 1.000 m²	2003	Disparitions	Créations	Variation	%
Autre commerce de loisirs	**1 037**	**3**	**1 040**	**187**	**252**	**65**	**6,7%**
CF501 Tabac	124	0	124	4	16	12	10,7%
CF502 Sex-shop et vente d'articles érotiques	123	0	123	13	15	2	1,7%
CF503 Vente de jouets et jeux	333	3	336	90	81	-9	-2,6%
CF504 Bimbeloterie - Articles souvenirs	382	0	382	60	125	65	20,5%
CF505 Vente d'articles religieux	21	0	21	2	9	7	50,0%
CF506 Vente d'animaux de compagnie	31	0	31	9	1	-8	-20,5%
CF507 Jeux de hasard et d'argent	23	0	23	9	5	-4	-14,8%
Grand multispécialiste culturel	**3**	**11**	**14**	**0**	**1**	**1**	**7,7%**
CF601 Grand multispécialiste culturel	3	11	14	0	1	1	7,7%
Bricolage-Jardinage	**1 165**	**19**	**1 184**	**280**	**172**	**-108**	**-8,4%**
Bricolage	**489**	**18**	**507**	**131**	**74**	**-57**	**-10,1%**
CG101 Quincaillerie - Droguerie	231	0	231	68	27	-41	-15,1%
CG102 Bricolage	48	9	57	8	11	3	5,6%
CG103 Revêtements sols et murs	210	9	219	55	36	-19	-8,0%
Jardinage	**676**	**1**	**677**	**149**	**98**	**-51**	**-7,0%**
CG201 Fleuriste	645	0	645	149	98	-51	-7,0%
CG202 Jardinerie	31	1	32				
Auto-Moto	**1 006**	**115**	**1 121**	**184**	**123**	**-61**	**-5,2%**
Vente et exposition	**379**	**76**	**455**	**61**	**54**	**-7**	**-1,5%**
CH101 Concessionnaire automobile	173	35	208	24	27	3	1,5%
CH102 Concession Auto+Essence	2	2	4	2	0	-2	-33,3%
CH103 Concession Auto+Garage	63	30	93	10	4	-6	-6,1%
CH104 Concession Auto+Essence+Garage	7	7	14	2	1	-1	-6,7%
CH105 Concessionnaire moto	87	1	88	14	18	4	4,8%
CH106 Concessionnaire moto+Réparation moto	47	1	48	9	4	-5	-9,4%
Réparation et Entretien	**497**	**36**	**533**	**88**	**31**	**-57**	**-9,7%**
CH201 Garage	216	24	240	50	6	-44	-15,5%
CH202 Garage + Essence	35	6	41	2	0	-2	-4,7%
CH203 Vente équipements automobiles	87	2	89	18	16	-2	-2,2%
CH204 Réparation moto	16	0	16	6	4	-2	-11,1%
CH205 Station service	116	1	117	10	3	-7	-5,6%
CH206 Contrôle technique automobile	27	3	30	2	2	0	0,0%
Location							
CH301 Location de véhicules automobiles	**130**	**3**	**133**	**35**	**38**	**3**	**2,3%**

	SURFACE DU LOCAL		TOTAL 2003	EVOLUTION 2000 – 2003			
	moins de 1000 m²	plus de 1.000 m²		Disparitions	Créations	Variation	%
Cafés et Restaurants	**12 447**	**5**	**12 452**	**2 509**	**2 374**	**-135**	**-1,1%**
Restauration traditionnelle	**4 995**	**3**	**4 998**	**1 382**	**1 283**	**-99**	**-1,9%**
CI101 Restaurant traditionnel français	1 950	1	1 951				
CI102 Restaurant antillais	46	0	46				
CI103 Restaurant asiatique	1 147	1	1 148				
CI104 Restaurant maghrébin	247	0	247				
CI105 Restaurant africain	122	0	122	1382	1283	-99	-1,9%
CI106 Restaurant européen	950	1	951				
CI107 Restaurant central et sud-américain	76	0	76				
CI108 Restaurant proche-moyen-oriental	386	0	386				
CI109 Autre restaurant du monde	71	0	71				
Brasserie et Restauration continue	**3 099**	**1**	**3 100**	**309**	**195**	**-114**	**-3,5%**
CI201 Brasserie sans tabac	2 964	1	2 965				
CI202 Brasserie avec tabac	135	0	135	309	195	-114	-3,5%
Restauration rapide	**2 039**	**1**	**2 040**	**497**	**500**	**3**	**0,1%**
CI301 Cafétéria	12	0	12	0	1	1	9,1%
CI302 Restauration rapide debout	906	0	906	257	206	-51	-5,3%
CI303 Restauration rapide assise	1 121	1	1 122	240	293	53	5,0%
Bar - Café - Débit de boissons	**2 142**	**0**	**2 142**	**295**	**357**	**62**	**3,0%**
CI401 Salon de thé	233	0	233	54	100	46	24,6%
CI402 Café - Tabac	418	0	418	38	34	-4	-0,9%
CI403 Bar ou Café sans tabac	1 491	0	1 491	203	223	20	1,4%
Autre restauration	**172**	**0**	**172**	**26**	**39**	**13**	**8,2%**
CI501 Cabaret / Diner - spectacle	63	0	63	7	9	2	3,3%
CI502 Livraison à domicile de plats alimentaires	109	0	109	19	30	11	11,2%
SERVICES COMMERCIAUX	**17 166**	**20**	**17 186**	**3 046**	**2 993**	**-53**	**-0,3%**
Services aux particuliers	**12 394**	**20**	**12 414**	**2 173**	**2 090**	**-83**	**-0,7%**
Services liés à l'équipement de la personne	**2 352**	**0**	**2 352**	**365**	**236**	**-129**	**-5,2%**
SA101 Cordonnerie	366	0	366	67	17	-50	-12,0%
SA102 Réparation montres - Horloges - Bijoux	35	0	35	9	3	-6	-14,6%
SA103 Retouches de vêtements	530	0	530	82	128	46	9,5%
SA104 Réparation "minute" : clés - talons	55	0	55	9	7	-2	-3,5%
SA105 Location équipement personne - Loisirs	41	0	41	18	9	-9	-18,0%
SA106 Blanchisserie - Pressing	767	0	767	136	41	-95	-11,0%
SA107 Laverie automatique	558	0	558	44	31	-13	-2,3%

	SURFACE DU LOCAL		TOTAL	EVOLUTION 2000 – 2003			
	moins de 1000 m²	plus de 1.000 m²	2003	Disparitions	Créations	Variation	%
Soins du corps	**3 601**	**1**	**3 602**	**458**	**499**	**41**	**1,2%**
SA201 Coiffure	2 596	1	2 597	313	217	-96	-3,6%
SA202 Soins de beauté	769	0	769	116	180	64	9,1%
SA203 Autres soins corporels	196	0	196	23	84	61	45,2%
SA204 Tatouage	40	0	40	6	18	12	42,9%
Services liés à l'équipement de la maison	**2 699**	**0**	**2 699**	**652**	**532**	**-120**	**-4,3%**
SA301 Encadrement - Vente tableaux/posters	211	0	211	26	38	12	6,0%
SA302 Tapissier - Décorateur	402	0	402	102	73	-29	-6,7%
SA303 Ebénisterie - Restauration de meubles	166	0	166	30	32	2	1,2%
SA304 Travaux d'électricité	308	0	308	93	45	-48	-13,5%
SA305 Travaux d'isolation	39	0	39	15	9	-6	-13,3%
SA306 Travaux de plomberie - Chauffage	589	0	589	118	117	-1	-0,2%
SA307 Autres travaux d'installation	116	0	116	17	57	40	52,6%
SA308 Menuiserie	107	0	107	27	16	-11	-9,3%
SA309 Serrurerie	322	0	322	90	55	-35	-9,8%
SA310 Carreleur - Peintre - Moquettiste	115	0	115	37	33	-4	-3,4%
SA311 Vitrerie - Miroiterie	79	0	79	16	11	-5	-6,0%
SA312 Vente de peinture et travaux de peinture	62	0	62	7	28	21	51,2%
SA313 Réparation radio, TV, Hi-Fi.	103	0	103	52	8	-44	-29,9%
SA314 Réparation articles électr. domestiques	45	0	45	16	4	-12	-21,1%
SA315 Location équipement maison - Bricolage	35	0	35	6	6	0	0,0%
Services culturels et de loisirs	**736**	**17**	**753**	**137**	**164**	**27**	**3,7%**
SA401 Vidéo Club - Location de cassettes	264	0	264	60	64	4	1,5%
SA402 Autres enseignements en boutique	204	0	204	34	36	2	1,0%
SA403 Billetterie - Réservation spectacles	11	0	11	2	7	5	83,3%
SA404 Discothèque et club privé	128	0	128	9	28	19	17,4%
SA405 Salle multisports	47	12	59	11	6	-5	-7,8%
SA406 Salle de sport spécialisée	41	1	42	5	15	10	31,3%
SA407 Salle ou club de jeux	41	4	45	16	8	-8	-15,1%
Autres services aux particuliers	**3 006**	**2**	**3 008**	**561**	**659**	**98**	**3,4%**
SA501 Photocopies	326	0	326	68	64	-4	-1,2%
SA502 Gravure	53	0	53	9	10	1	1,9%
SA503 Reliure et finition	40	0	40	6	6	0	0,0%
SA504 Déménagement	80	0	80	14	23	9	12,7%
SA505 Agence voyage - Cies aériennes	978	2	980	236	196	-40	-3,9%
SA506 Agence d'intérim	422	0	422	73	114	41	10,8%
SA507 Développement rapide - Vente pellicule	360	0	360	59	46	-13	-3,5%
SA508 ANPE	30	0	30	1	3	2	7,1%
SA509 Ecole de conduite	234	0	234	37	13	-24	-9,3%
SA510 Formation continue pour adulte	124	0	124	14	39	25	25,3%
SA511 Pompes funèbres	127	0	127	17	11	-6	-4,5%
SA512 Toilettage et équipement pour animaux	85	0	85	18	12	-6	-6,6%
SA513 Astrologie	10	0	10	9	5	-4	-28,6%
SA514 Libre service informatique / Cybercafé	137	0	137	0	117	117	585,0%

	SURFACE DU LOCAL		TOTAL	EVOLUTION 2000 – 2003			
	moins de 1000 m²	plus de 1.000 m²	2003	Disparitions	Créations	Variation	%
Services aux entreprises	**580**	**0**	**580**	**187**	**120**	**-67**	**-10,4%**
SB101 Imprimerie	300	0	300	110	40	-70	-18,9%
SB102 Services annexes aux entreprises	155	0	155	24	55	31	25,0%
SB103 Studio de reportages photographiques	125	0	125	53	25	-28	-18,3%
Agences	**4 192**	**0**	**4 192**	**686**	**783**	**97**	**2,4%**
Agence immobilière							
SC101 Agence immobilière	**1 631**	**0**	**1 631**	**341**	**340**	**-1**	**-0,1%**
Banques et assurances	**2 030**	**0**	**2 030**	**290**	**198**	**-92**	**-4,3%**
SC201 Banque	1 153	0	1 153	87	77	-10	-0,9%
SC202 Caisse d'épargne	76	0	76	1	1	0	0,0%
SC203 Assurances	626	0	626	160	97	-63	-9,1%
SC204 Bureau de change	175	0	175	42	23	-19	-9,8%
Poste et Télécommunications	**531**	**0**	**531**	**55**	**245**	**190**	**55,7%**
SC301 Bureau de poste	188	0	188	8	8	0	0,0%
SC302 Courses et courrier express	51	0	51	23	18	-5	-8,9%
SC303 Télécommunication en boutique	292	0	292	24	219	195	201,0%
AUTRES LOCAUX EN REZ-DE-CHAUSSEE	**22 041**	**430**	**22 831**				
Commerces de gros	**3 262**	**0**	**3 262**	**507**	**609**	**102**	**3,2%**
AA101 Commerce de gros alimentaire	30	0	30	6	11	5	20,0%
AA102 Commerce de gros fabrication textile	337	0	337	60	70	10	3,1%
AA103 Commerce de gros fab. habillement	1 902	0	1 902	227	331	104	5,8%
AA104 Commerce de gros maroquinerie/chauss	263	0	263	22	32	10	4,0%
AA105 Commerce de gros bijouterie	188	0	188	19	50	31	19,7%
AA106 Autre commerce de gros	542	0	542	173	115	-58	-9,7%
Locaux Vacants (AB101)	**8 886**	**26**	**8 912**				
Médical	**1 066**	**0**	**1 066**				
AC101 Cabinet médical	225	0	225				
AC102 Centre de radiologie	48	0	48				
AC103 Cabinet dentaire	69	0	69				
AC104 Cabinet de kinésithérapeute	229	0	229				
AC105 Cabinet d'infirmière	71	0	71				
AC106 Autre activité d'auxiliaire médical - Orthophoniste	148	0	148				
AC107 Ambulances	41	0	41				
AC108 Laboratoire d'analyses médicales	142	0	142				
AC109 Vétérinaire	93	0	93				
Spectacles	**200**	**44**	**244**				
AD101 Cinéma	69	29	98				
AD102 Théâtre	92	8	100				
AD103 Salle de concert	10	2	12				
AD104 Autre lieu de spectacle	29	5	34				

	SURFACE DU LOCAL		TOTAL
	moins de 1000 m²	plus de 1.000 m²	2003
Hôtels et Auberges de jeunesse	**1 629**	**330**	**1 959**
Hôtels de Tourisme	**1 281**	**322**	**1 603**
AE101 Hôtel de tourisme sans étoile	126	11	137
AE102 Hôtel de tourisme avec 1 étoile	136	7	143
AE103 Hôtel de tourisme avec 2 étoiles	500	83	583
AE104 Hôtel de tourisme avec 3 étoiles	453	147	600
AE105 Hôtel de tourisme avec 4 étoiles	63	70	133
AE106 Hôtel de tourisme avec 4 étoiles luxe	3	4	7
Hôtels de Préfecture			
AE201 Hôtel de préfecture	**343**	**8**	**351**
Auberges de jeunesse			
AE301 Auberge de jeunesse	**5**	**0**	**5**
Autres locaux en boutique	**7 358**	**30**	**7 388**
AF101 Atelier en boutique	232	0	232
AF102 Bureau en boutique	6 814	21	6 835
AF103 Equipement en boutique	107	0	107
AF104 Stockage en boutique	205	9	214
TOTAL LOCAUX EN REZ-DE-CHAUSSEE	**81 577**	**823**	**82 400**

Définitions et précisions sur l'enquête

Dates d'enquête
Dates de l'enquête 2003 : entre le 10 mai 2003 et le 30 juin 2003
Dates de l'enquête 2000 : au cours des années 1999, 2000 et 2001, ce qui interdit une datation précise. Par simplification, on indique 2000 pour ces trois années de recensement.

Surface : il s'agit d'une estimation donnée par les enquêteurs selon trois tranches : moins de 300 m2, 300 m2 à 1000 m2, plus de 1000 m2.

Variations (définitions)
Création : activité exercée dans un local alors qu'elle ne l'était pas lors de l'enquête précédente,
Disparition : activité exercée antérieurement dans un local et qui ne l'est plus lors de la nouvelle enquête.
Variation : différence entre le nombre de locaux 2003 et le nombre de locaux 2000.
Variation en % : rapport entre la variation 2000-2003 et le nombre de locaux 2000.

Nomenclature : une nomenclature spécifique a été créée. Réorganisée à l'occasion de l'enquête 2003, elle comprend 220 postes dont 130 pour les commerces, 58 pour les services et 32 pour les autres locaux. Des postes ont été supprimés en 2003 et d'autres ajoutés. Les postes ajoutés ont permis d'affiner la composition des secteurs *prêt-à-porter, mobilier et petit équipement du foyer, articles de sport, jardinage* et *restauration traditionnelle*. Les variations 2000-2003 ne peuvent être calculées pour les postes nouvellement créés.

LISTE DES CARTES

page

BOULANGERIES ET BOULANGERIES-PATISSERIES 18
MAGASINS D'ALIMENTATION GENERALE (MOINS DE 120 M2)

BOUCHERIES ET BOUCHERIES-CHARCUTERIES 19
POISSONNERIES

TRAITEURS ASIATIQUES 20
BARS ET CAFES

PRET A PORTER 21
COMMERCES DE GROS DE L'HABILLEMENT

SOINS DU CORPS 22
BIJOUTERIES FANTAISIE

LIBRAIRIES 23
ARTICLES DE SPORT

ELECTROMENAGER, RADIO, TV 24
TELEPHONIE

CORDONNERIES 25
BLANCHISSERIES ET PRESSINGS

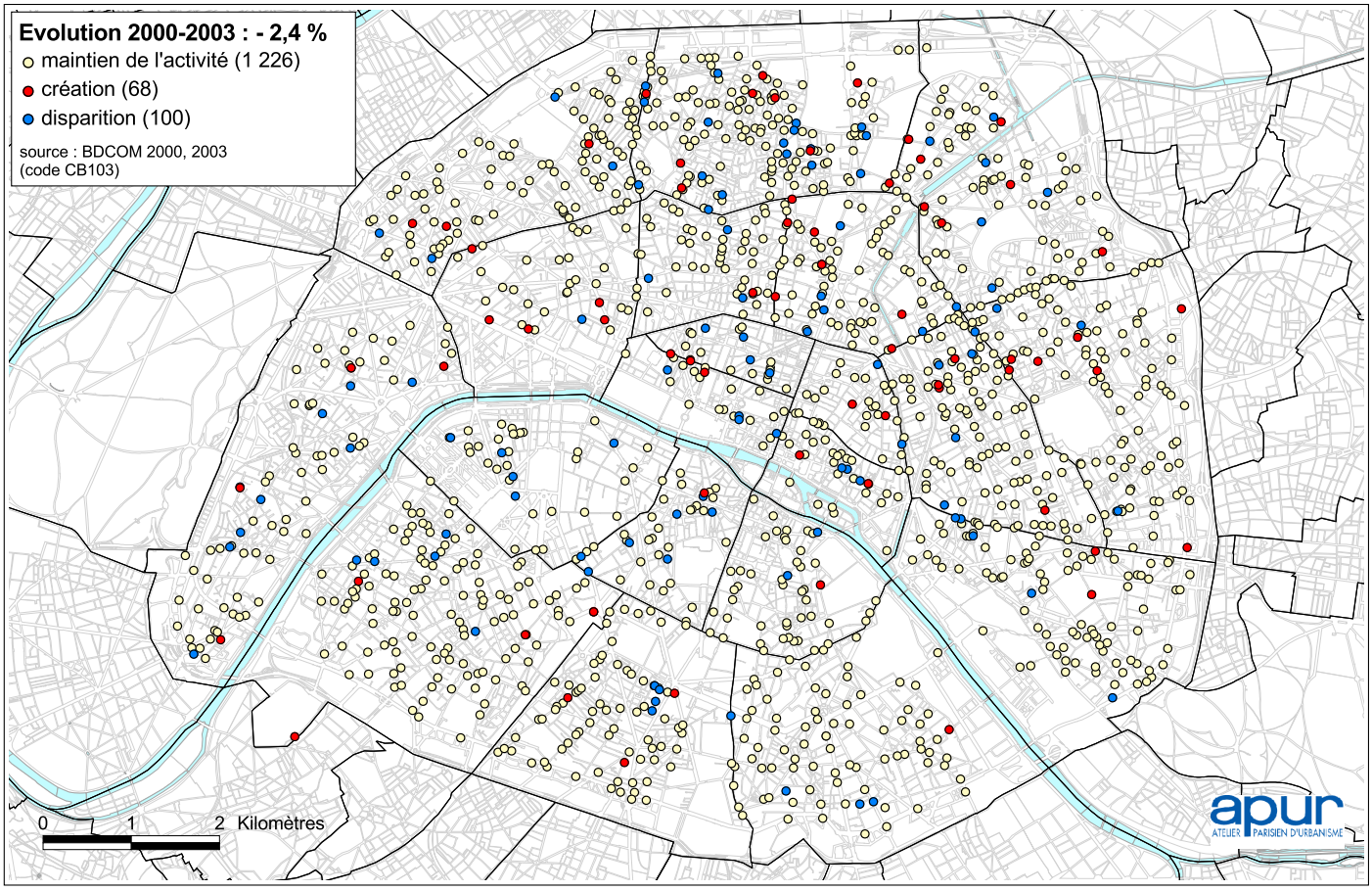
ENTREPRISES DU BATIMENT 26
QUINCAILLERIES ET DROGUERIES

AGENCES DE VOYAGE ET COMPAGNIES AERIENNES 27
ECOLES DE CONDUITE

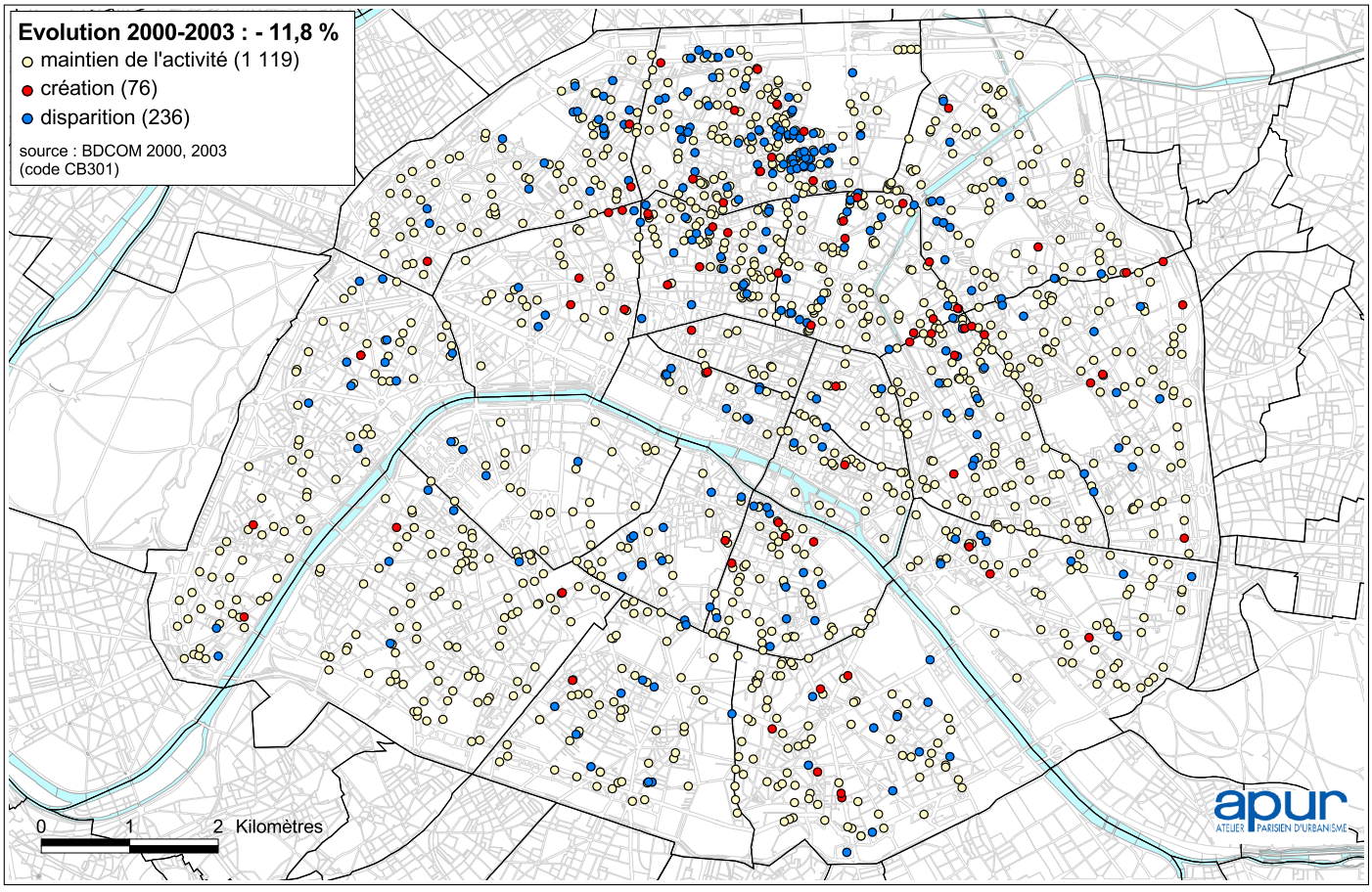
AGENCE D'INTERIM 28
AGENCES IMMOBILIERES

LOCAUX VACANTS 29
TRANSFORMATION DE LOCAUX EN LOGEMENT

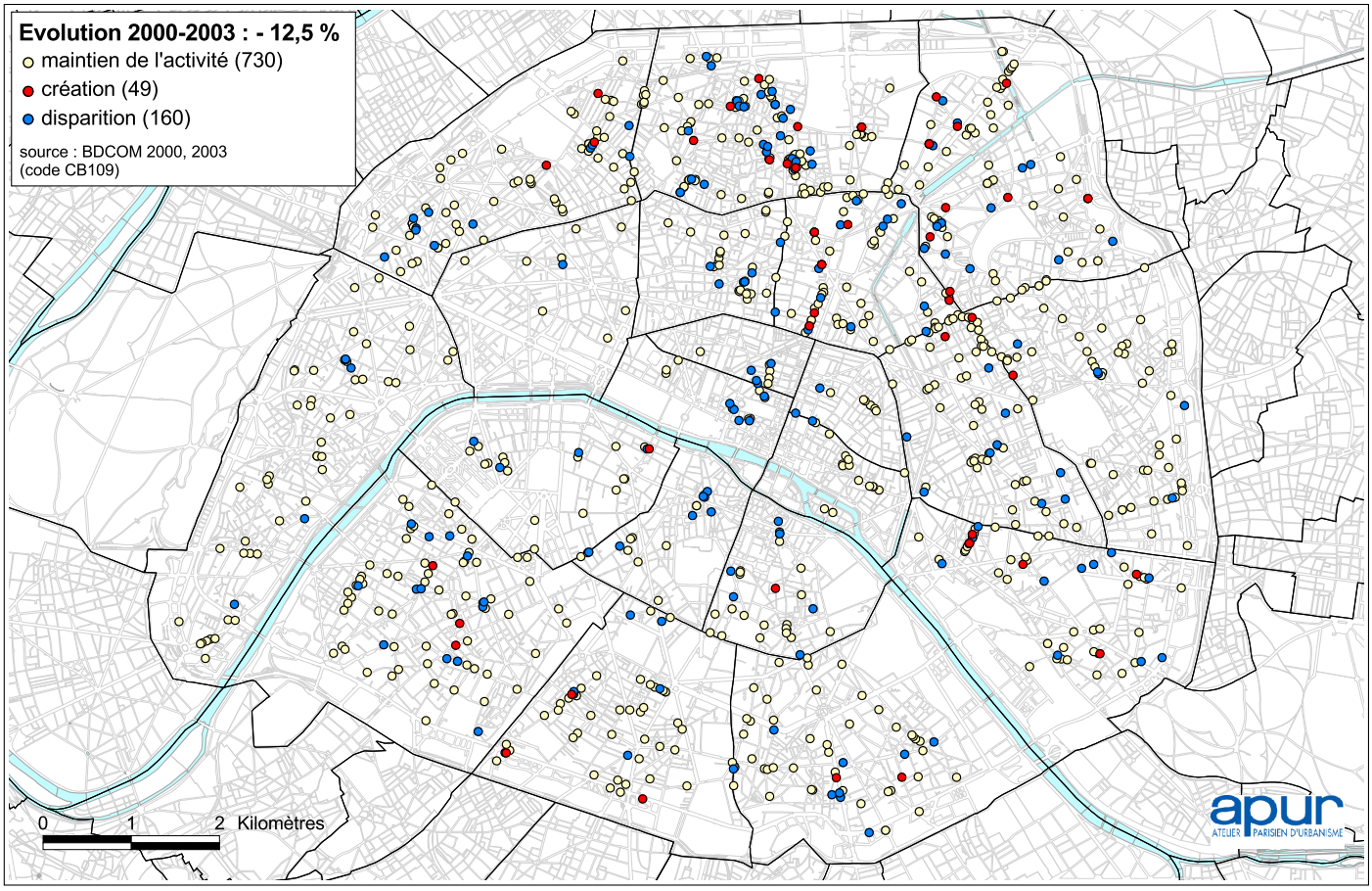
BOULANGERIES ET BOULANGERIES-PATISSERIES



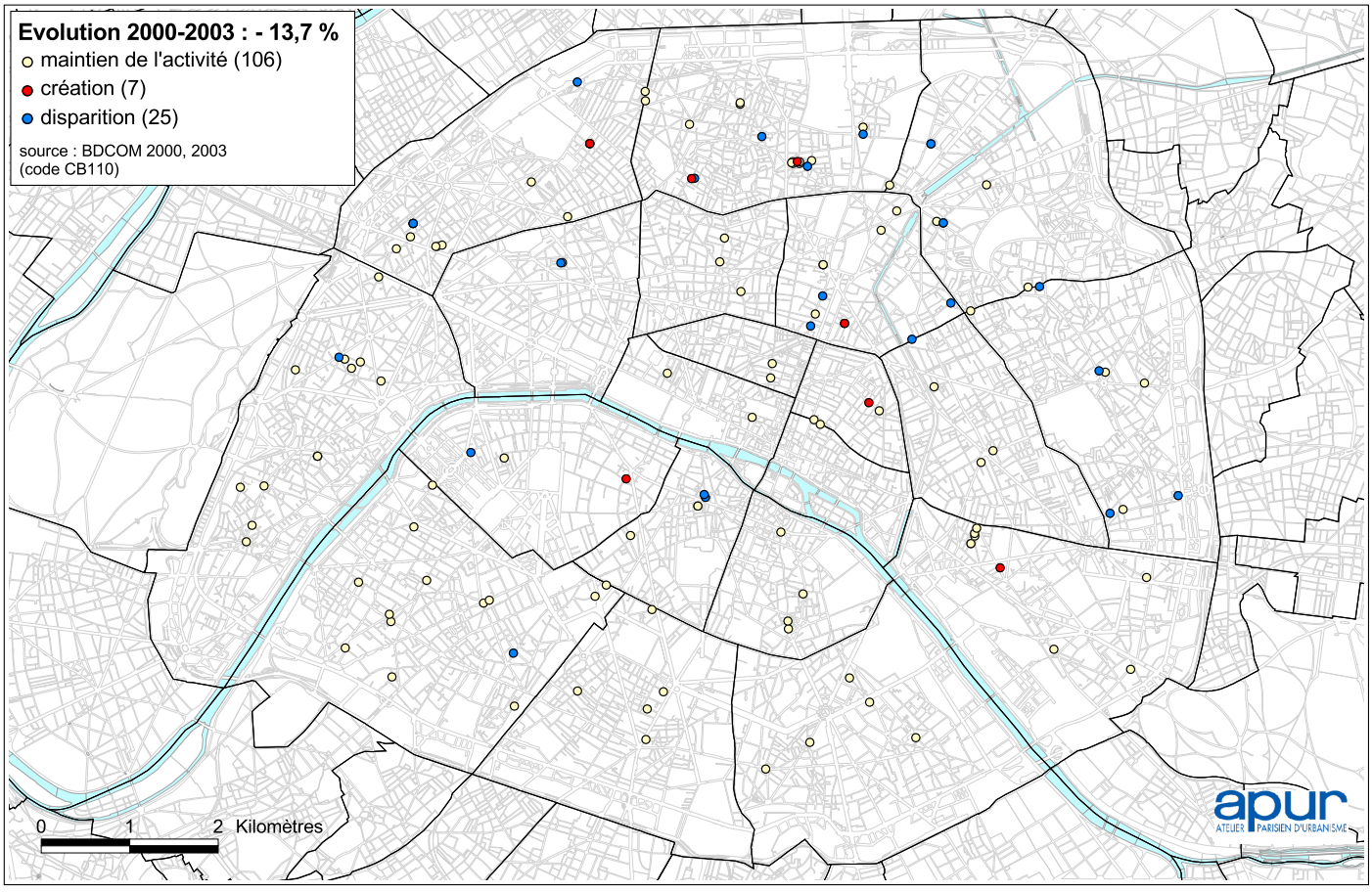
MAGASINS D'ALIMENTATION GENERALE (MOINS DE 120 m²)



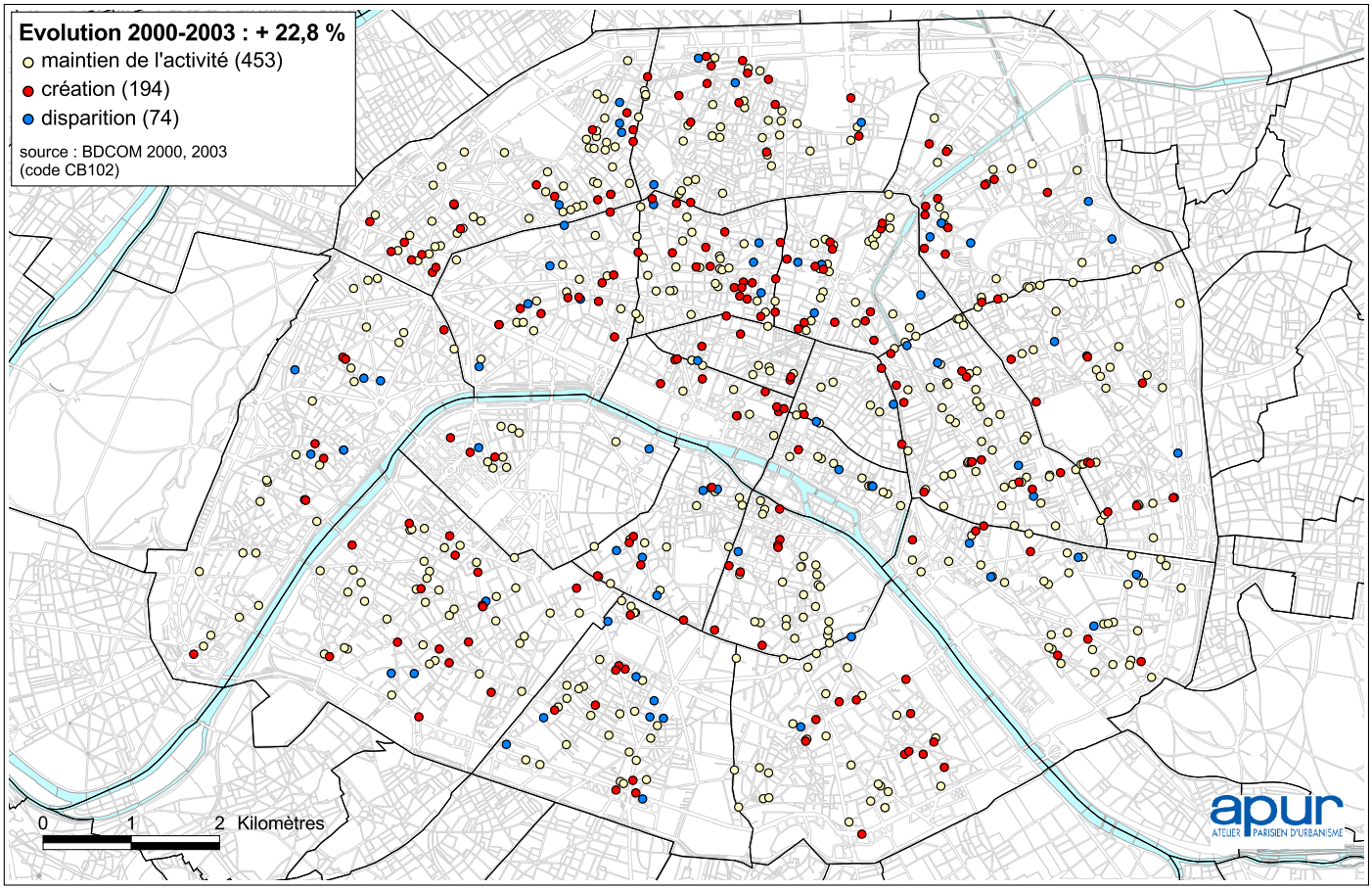
BOUCHERIES ET BOUCHERIES-CHARCUTERIES



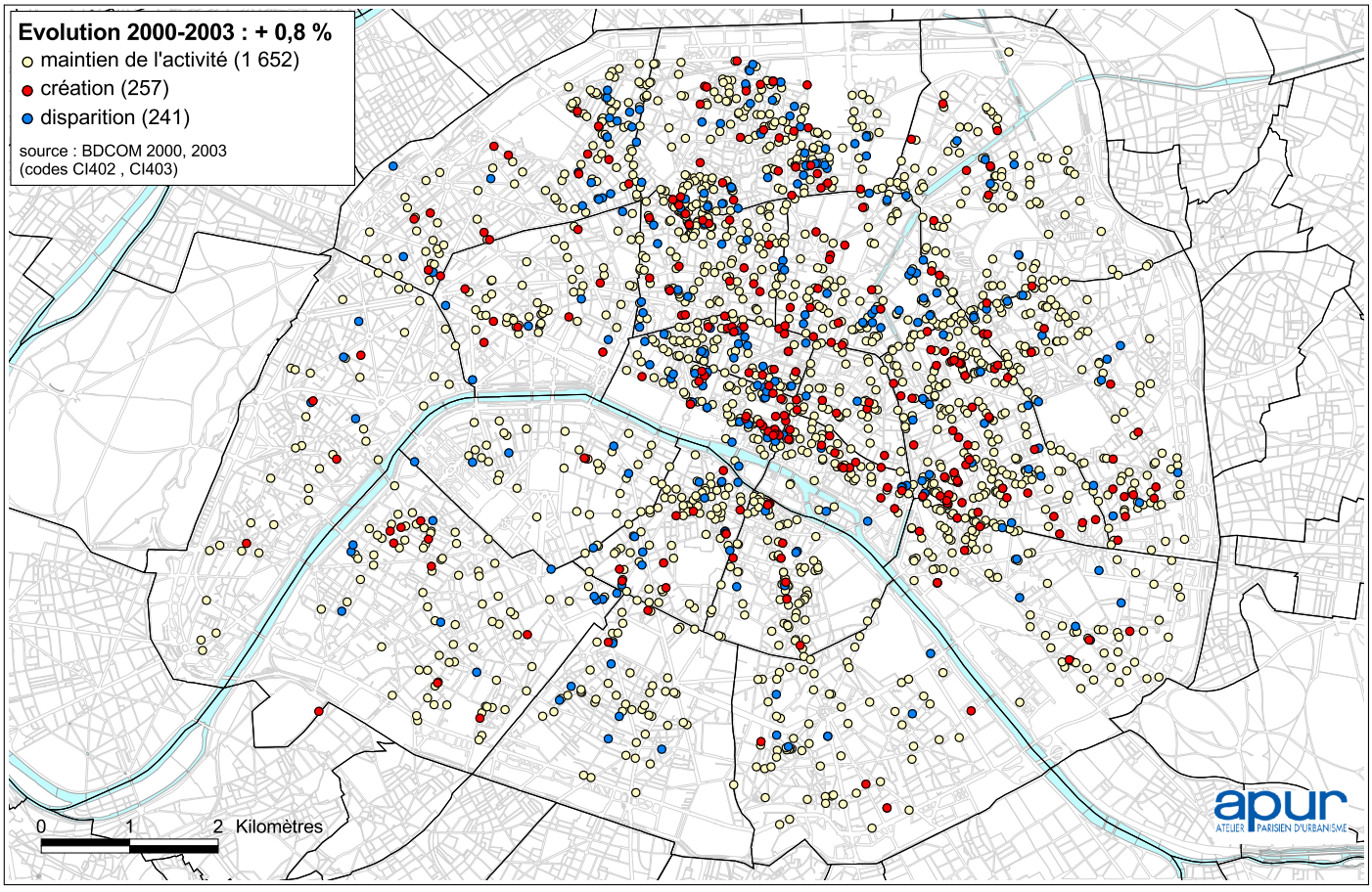
POISSONNERIES



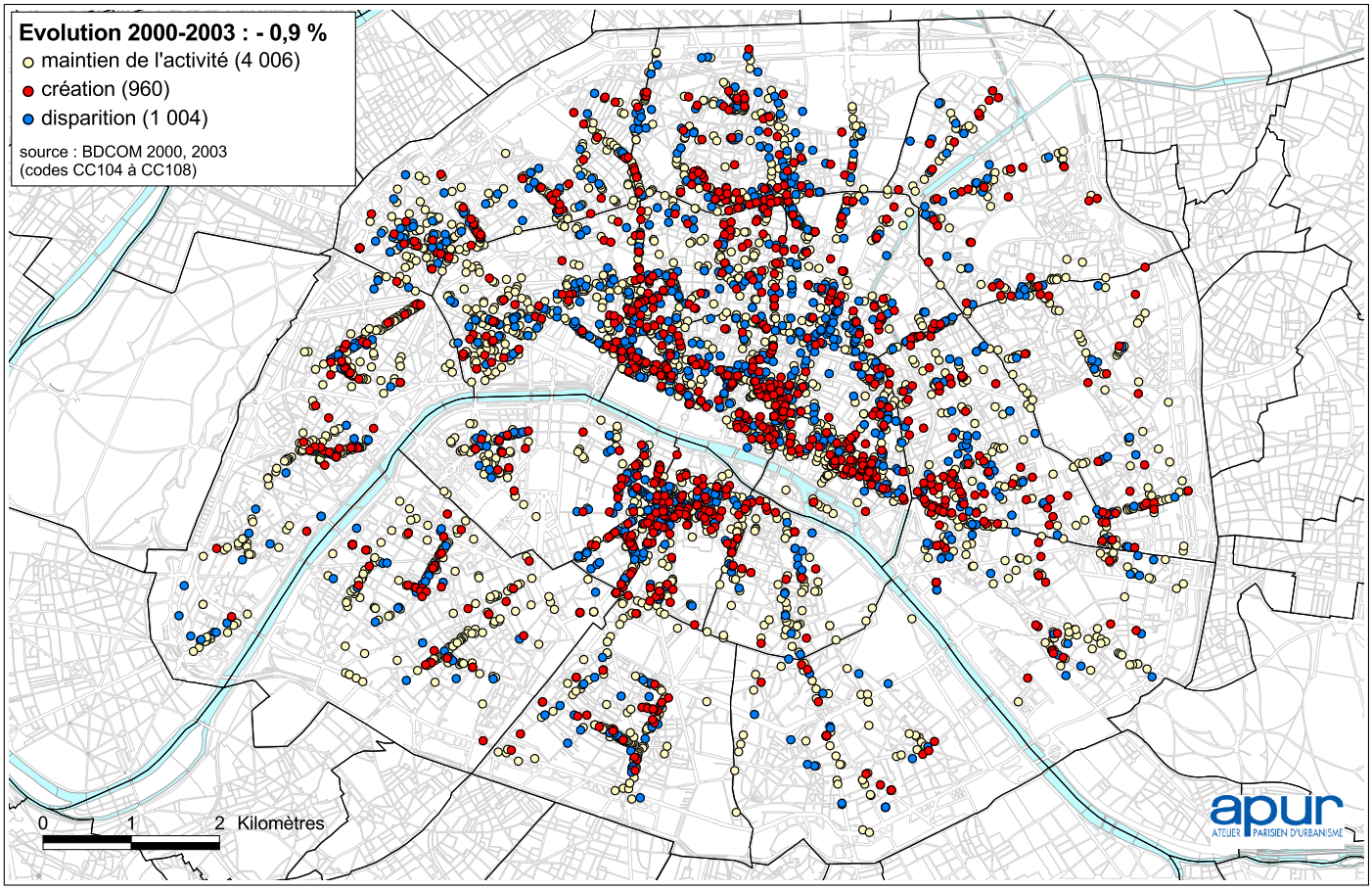
TRAITEURS ASIATIQUES



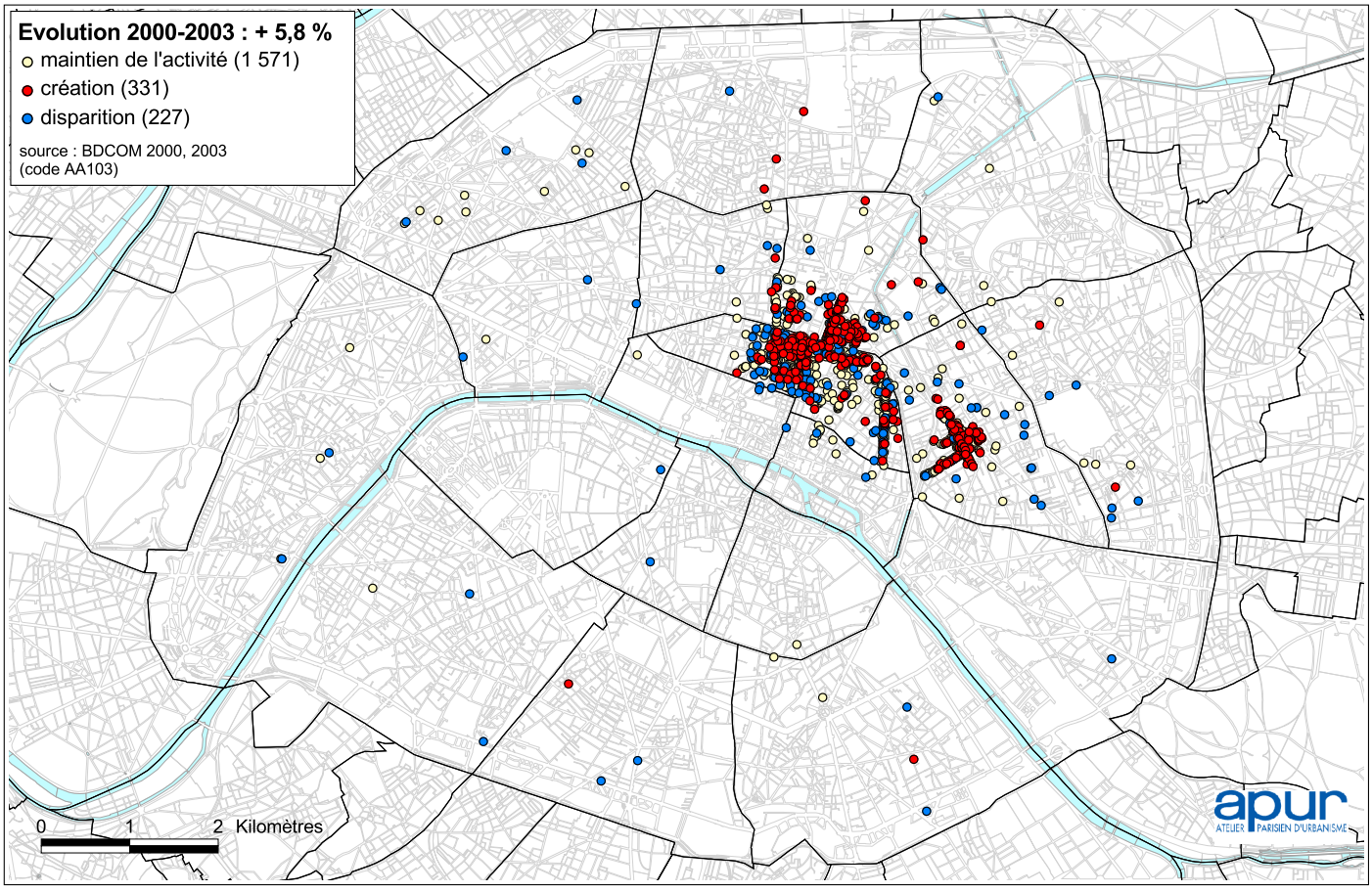
BARS ET CAFES



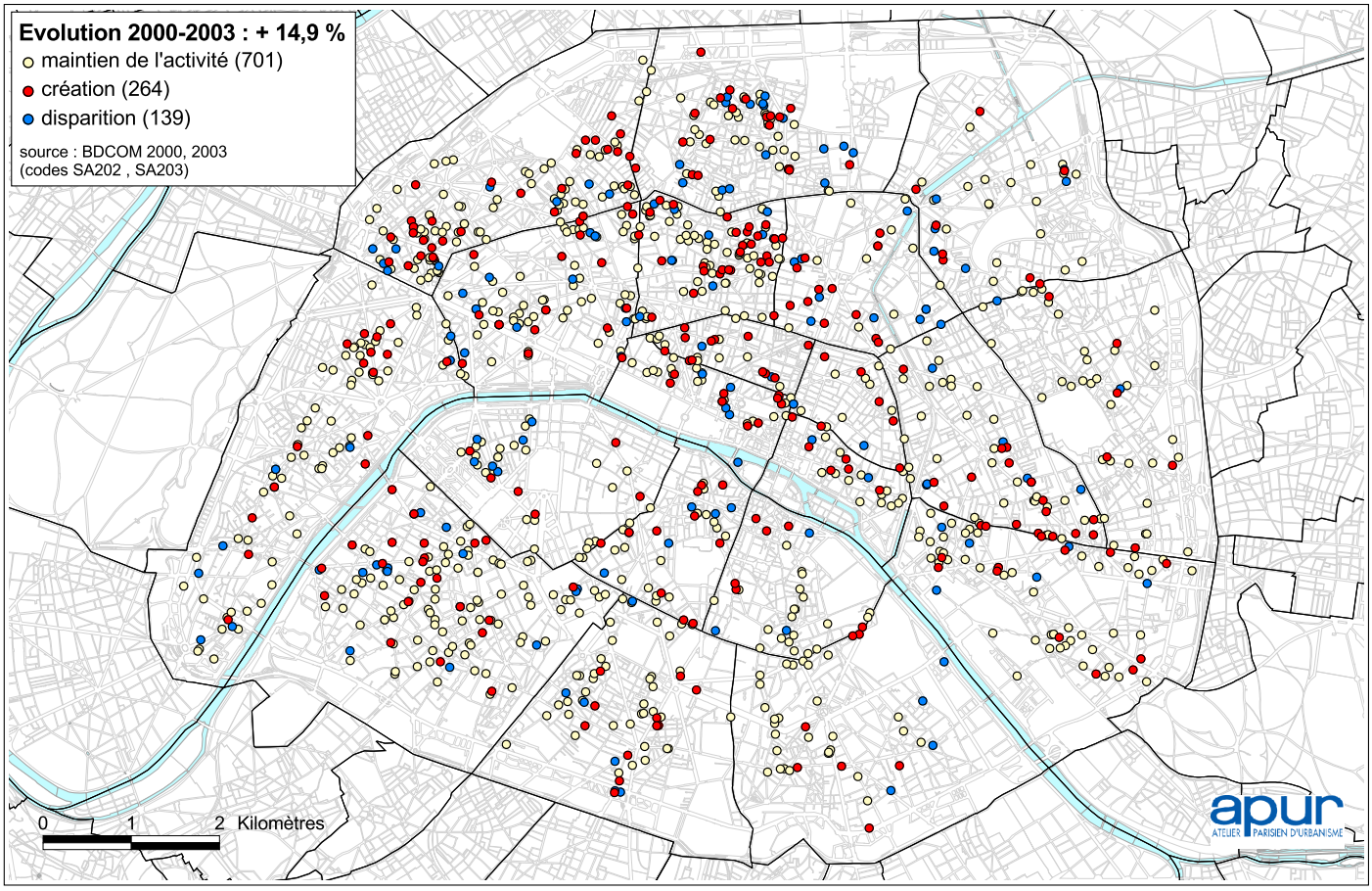
PRET A PORTER



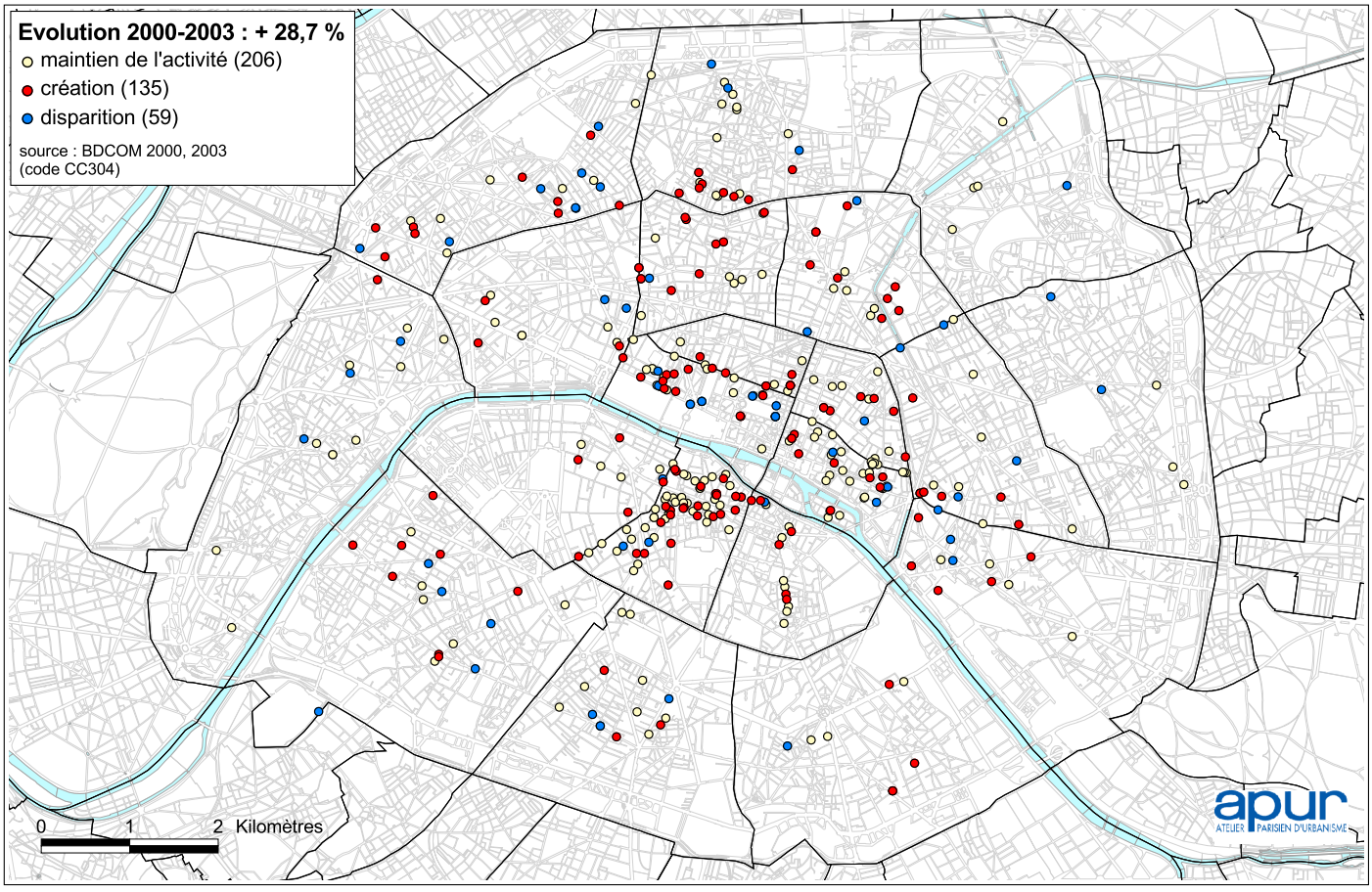
COMMERCES DE GROS DE L'HABILLEMENT



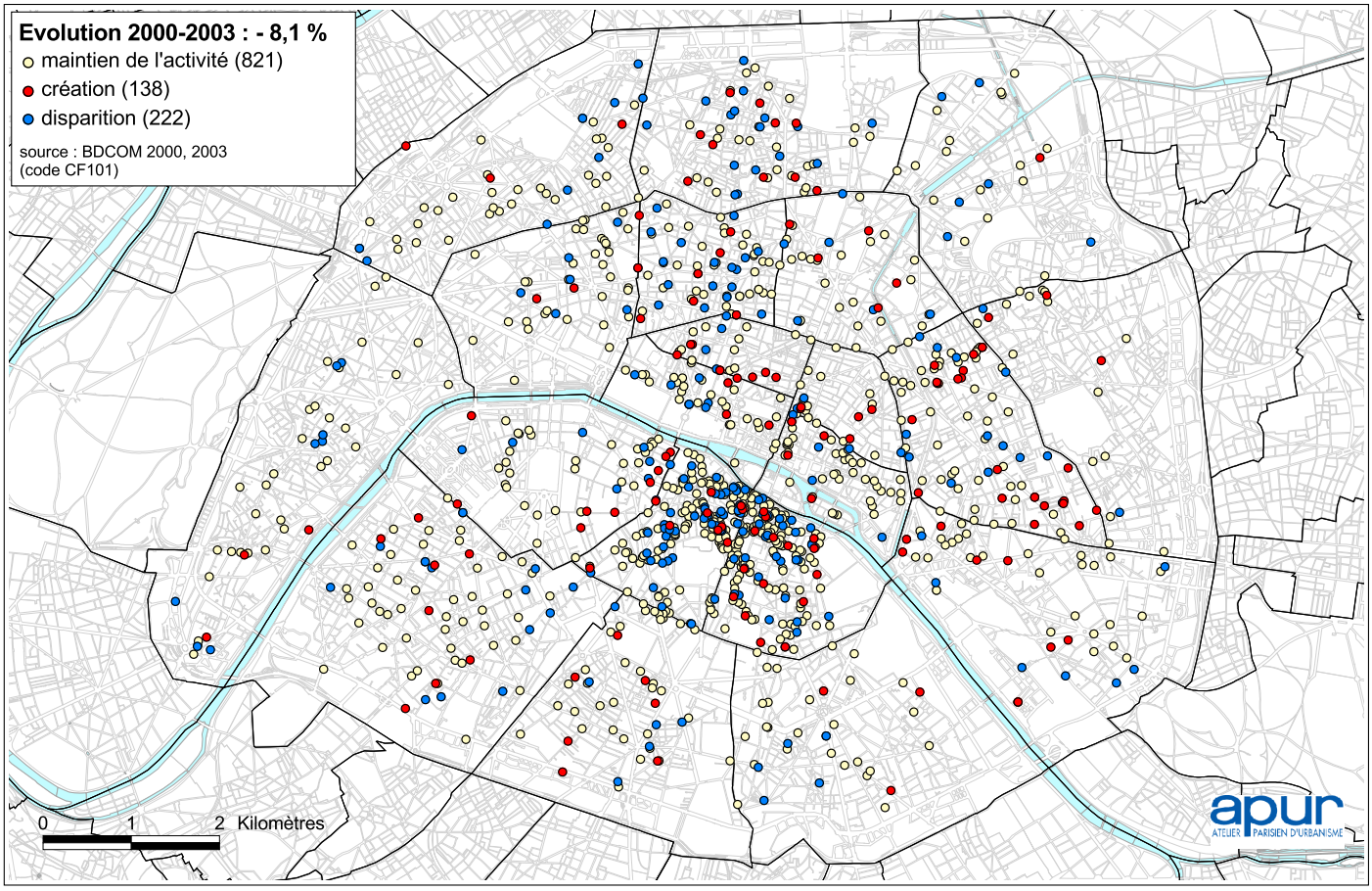
SOINS DU CORPS



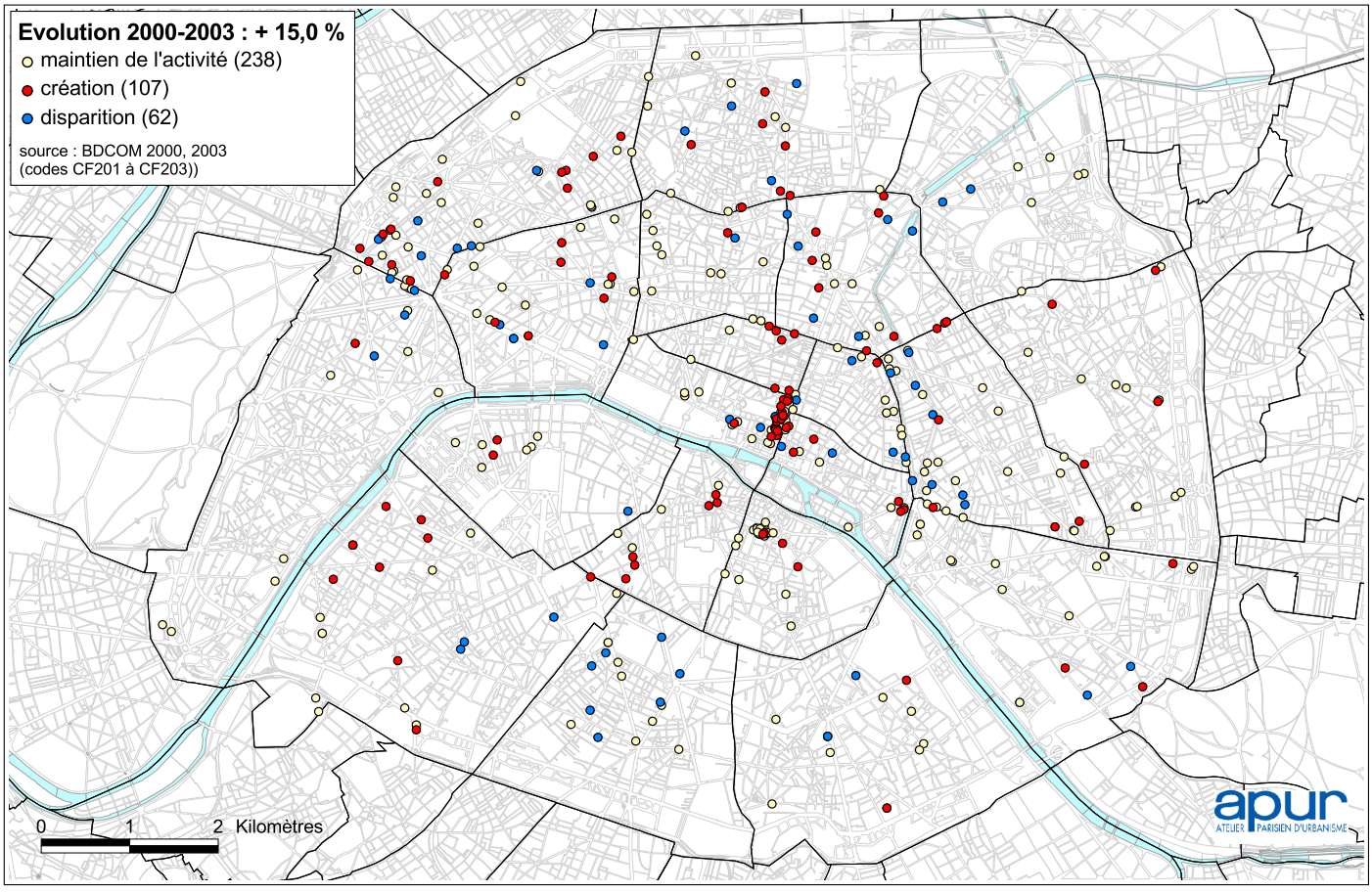
BIJOUTERIES FANTAISIE



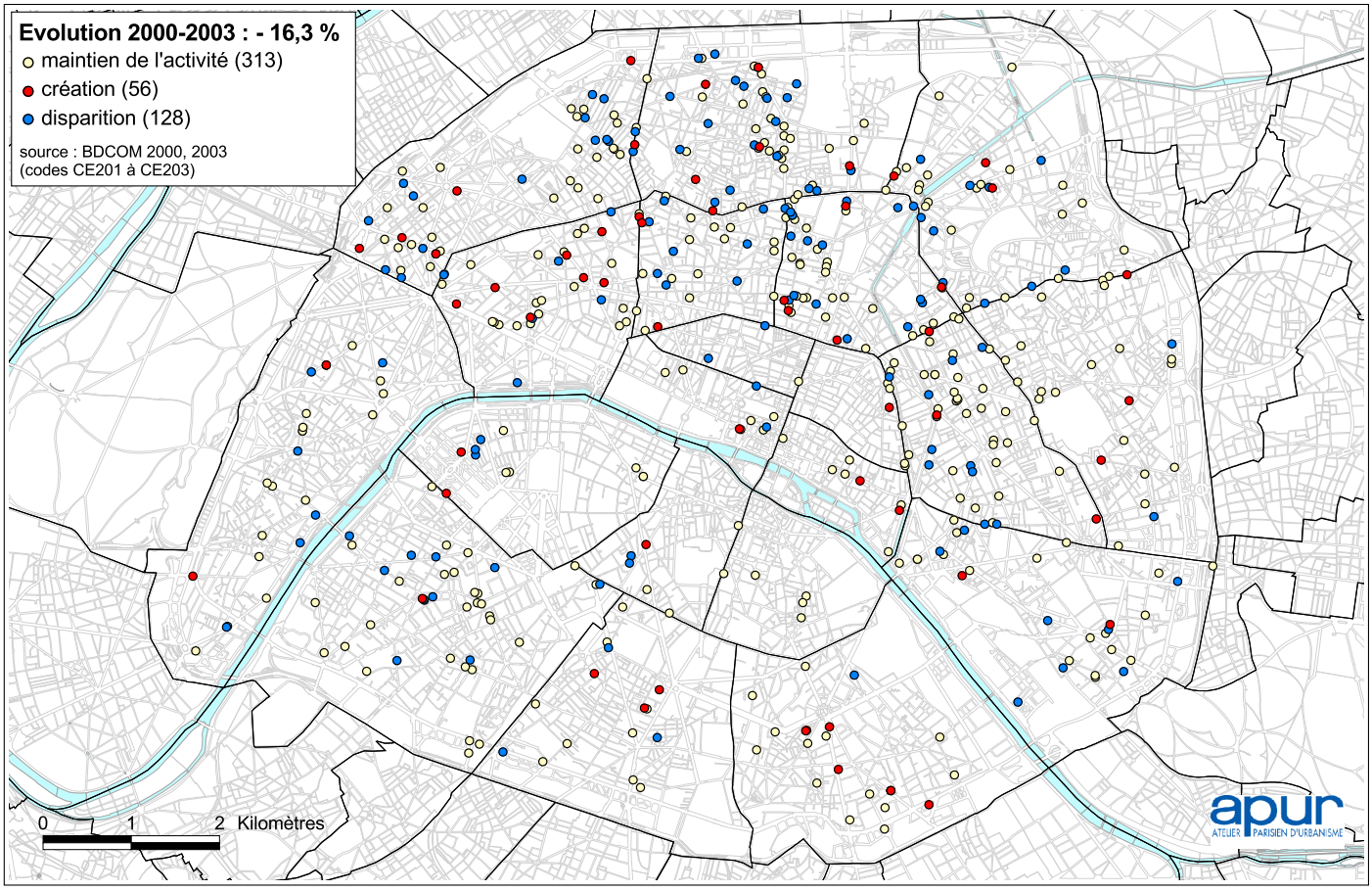
LIBRAIRIES



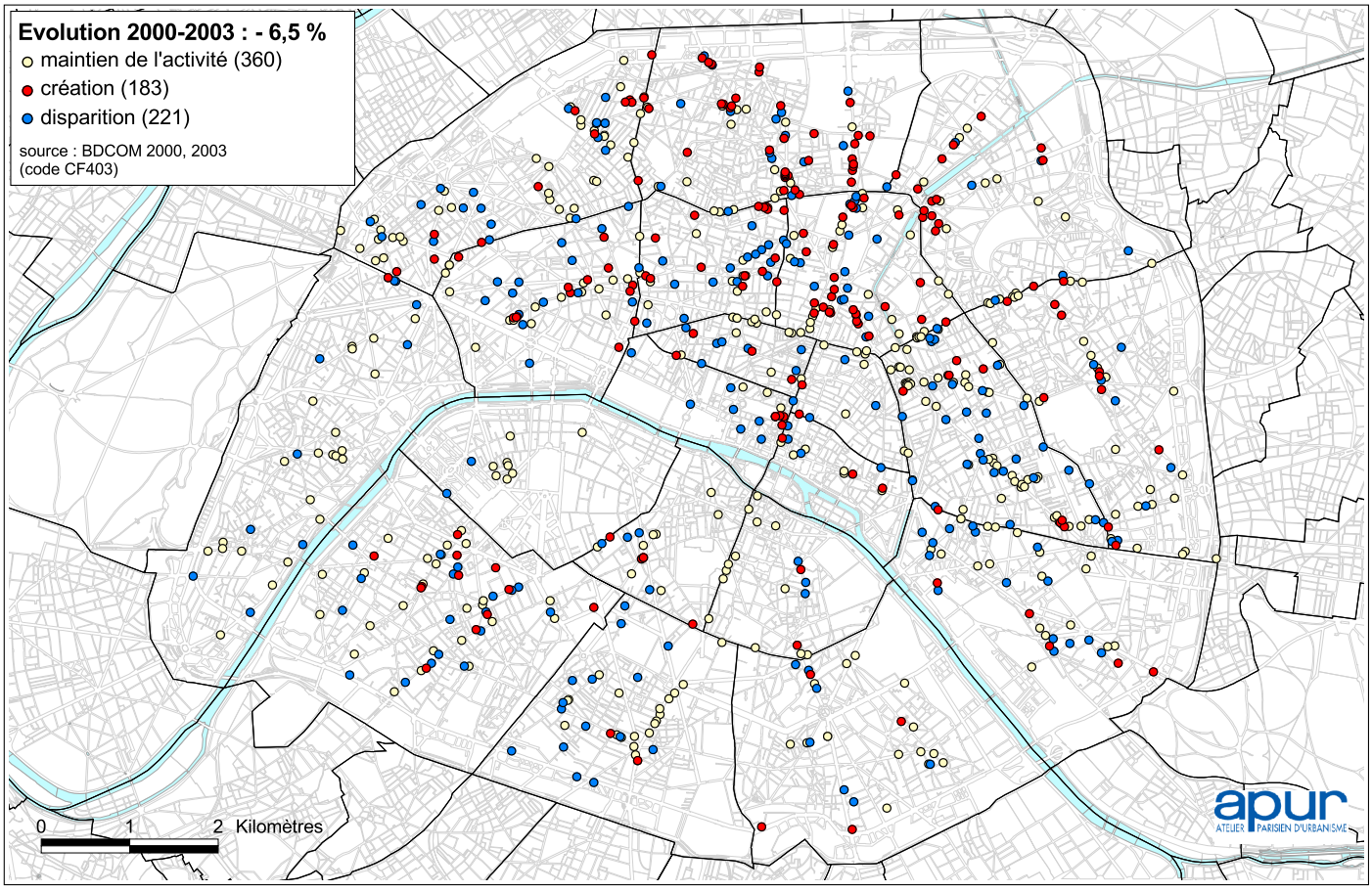
ARTICLES DE SPORT



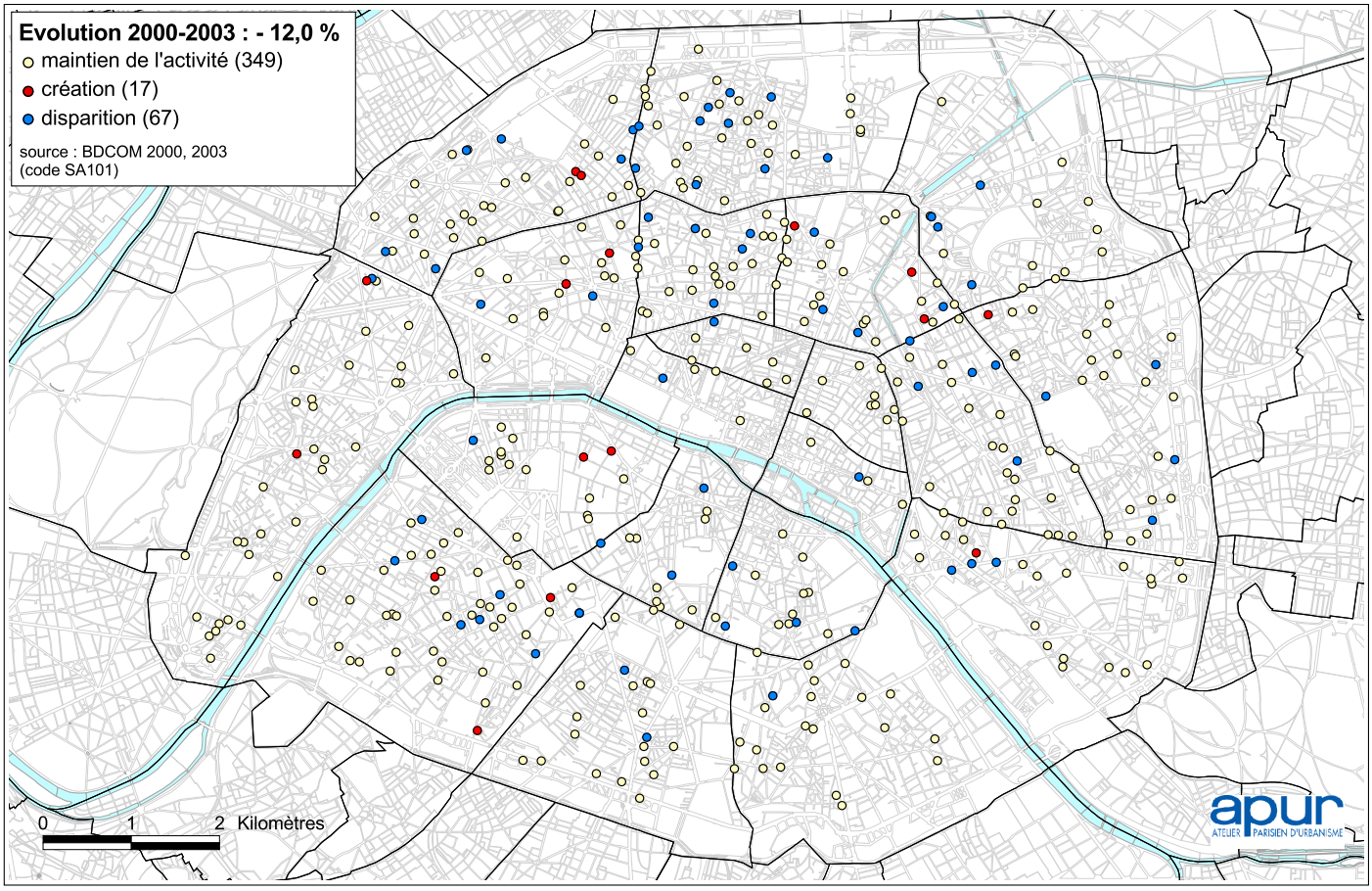
ELECTROMENAGER, RADIO, TV



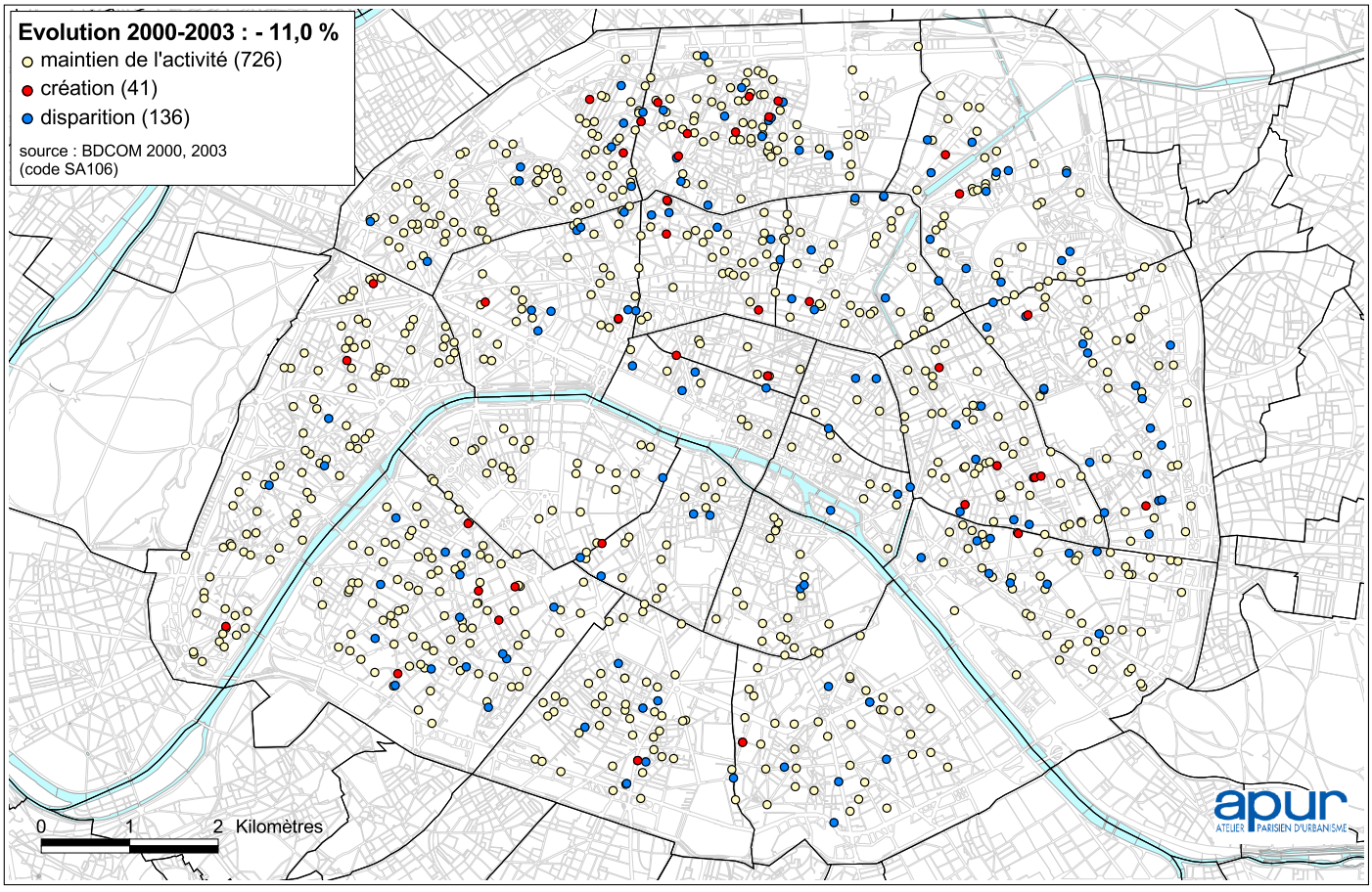
TELEPHONIE



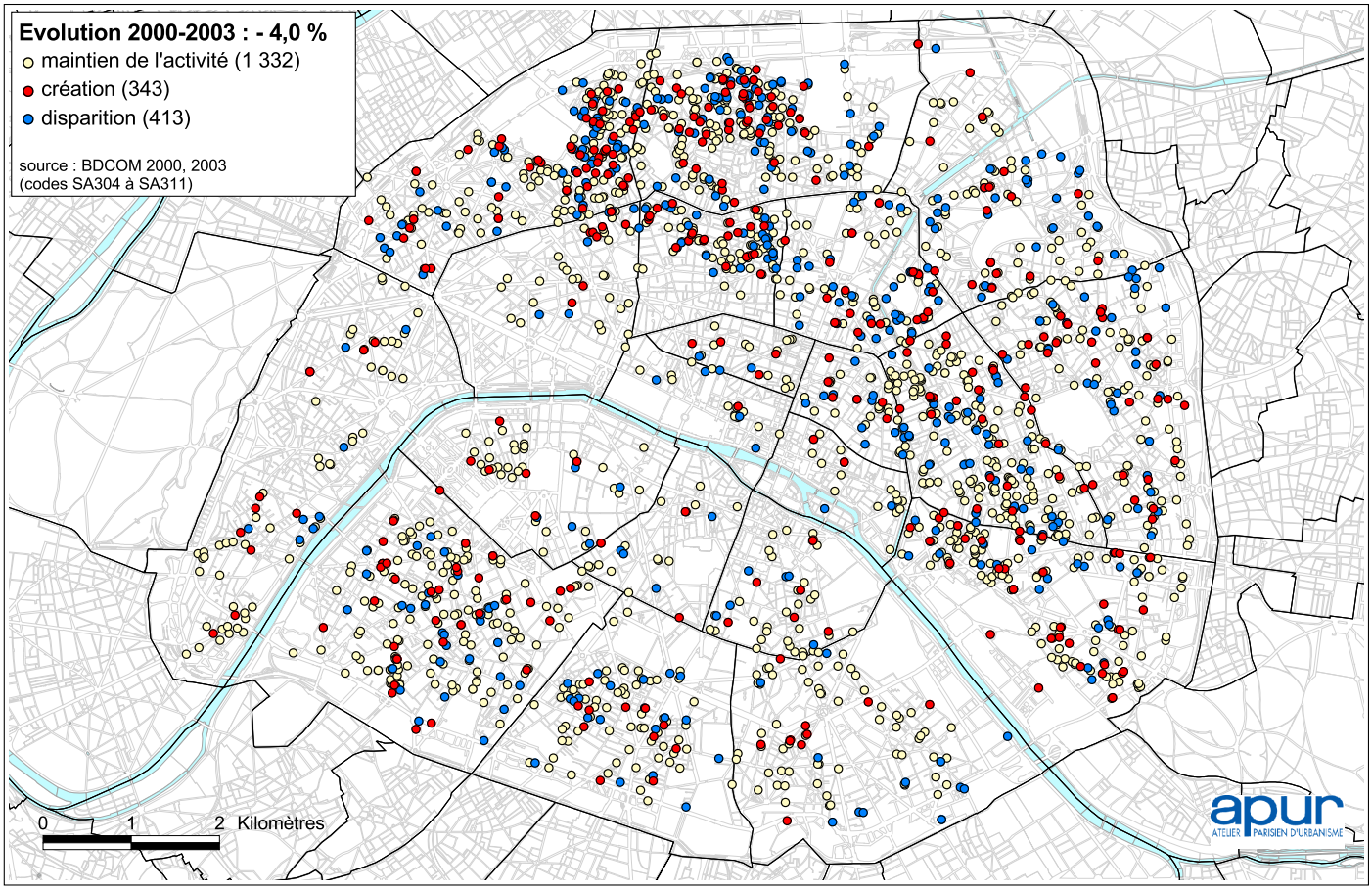
CORDONNERIES



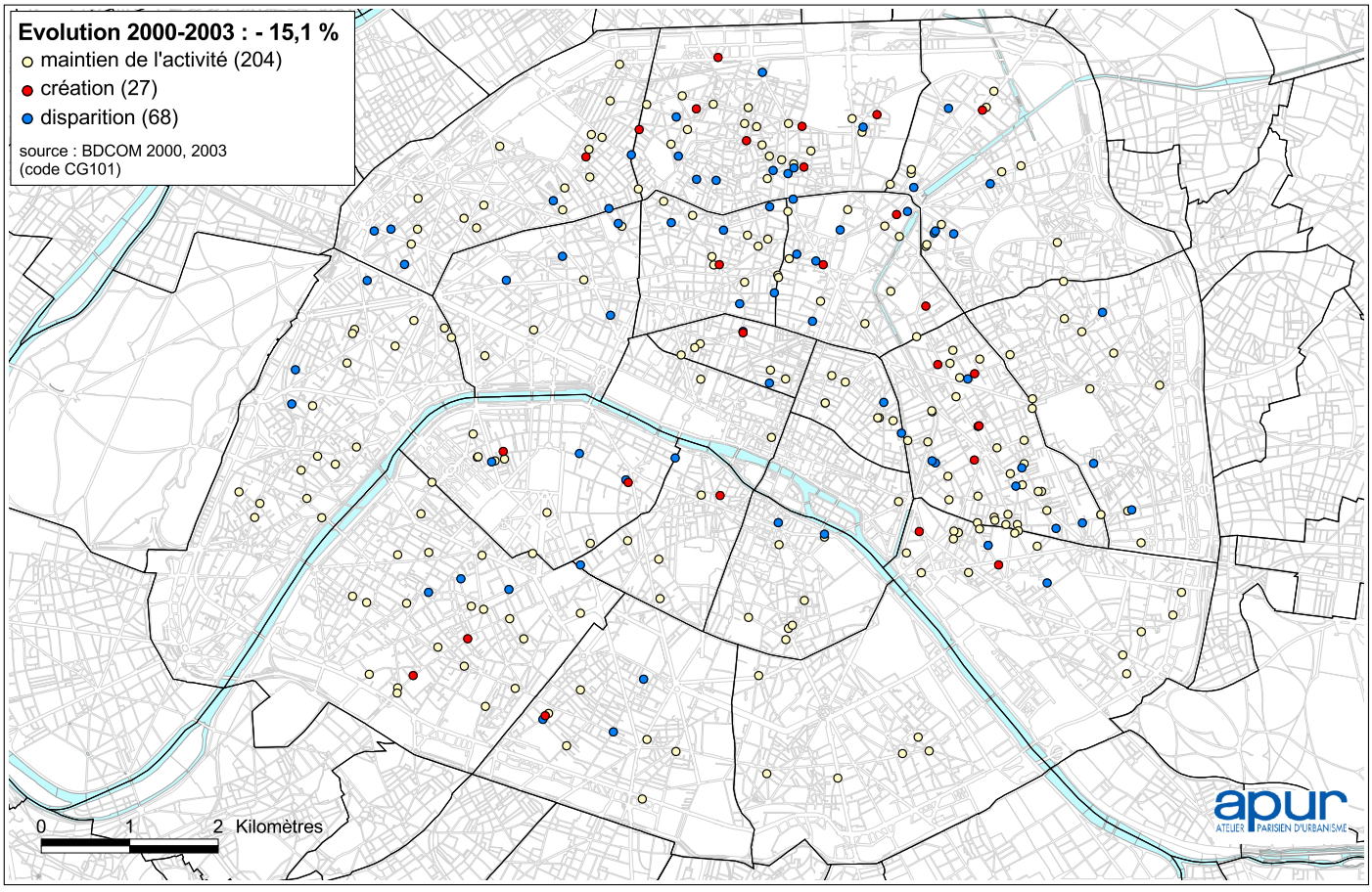
BLANCHISSERIES ET PRESSINGS



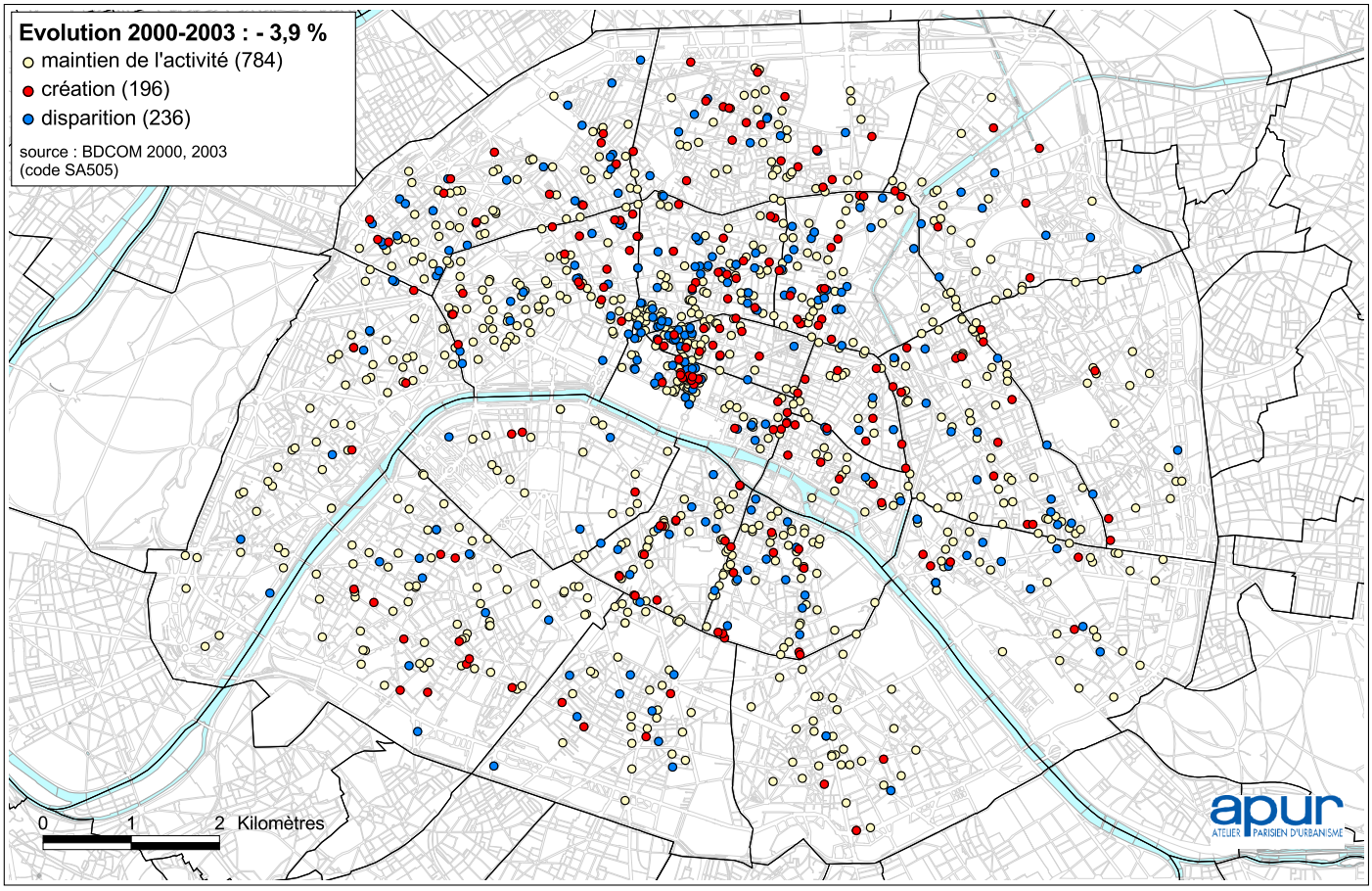
ENTREPRISES DU BATIMENT



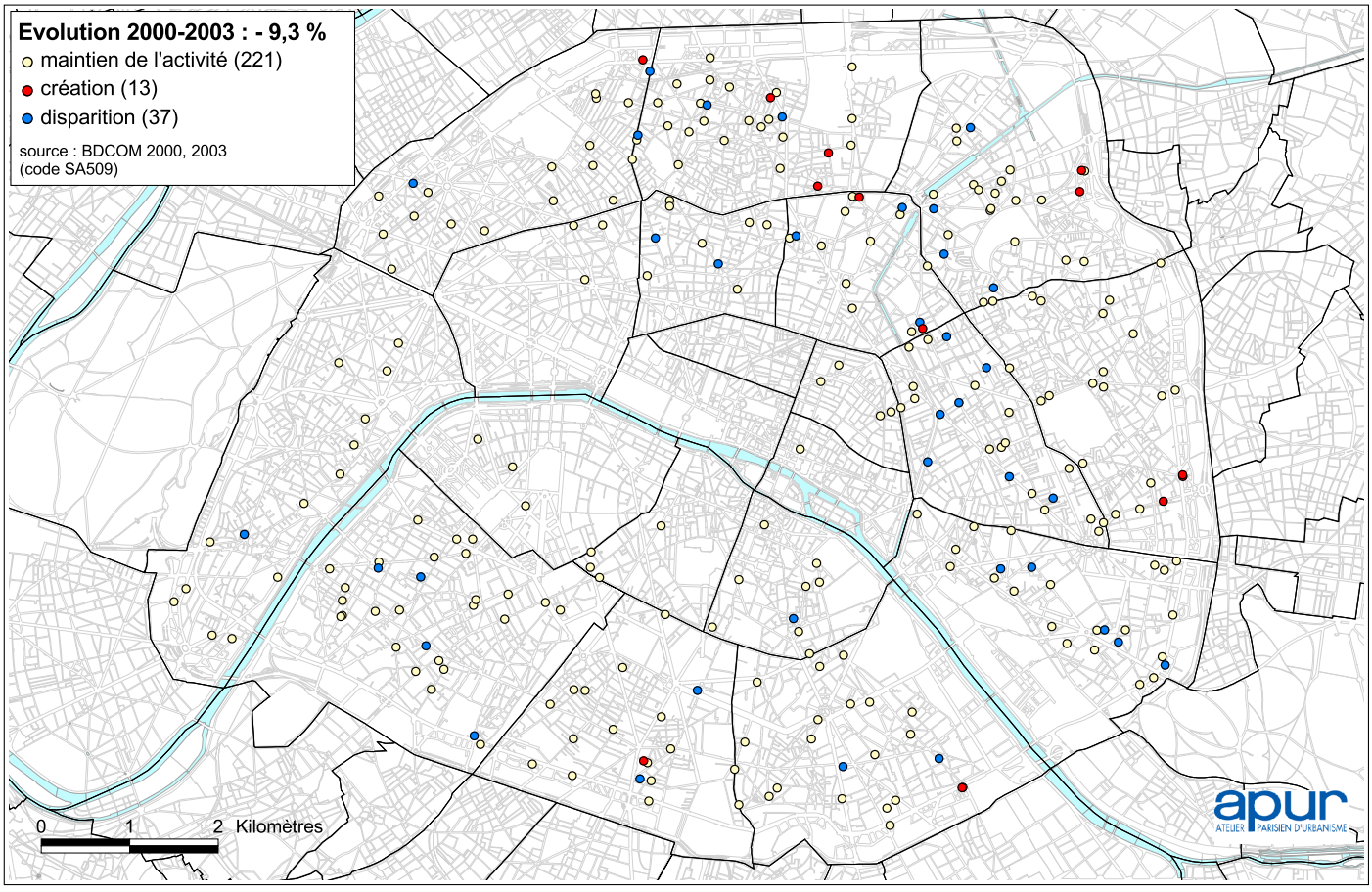
QUINCAILLERIES ET DROGUERIES



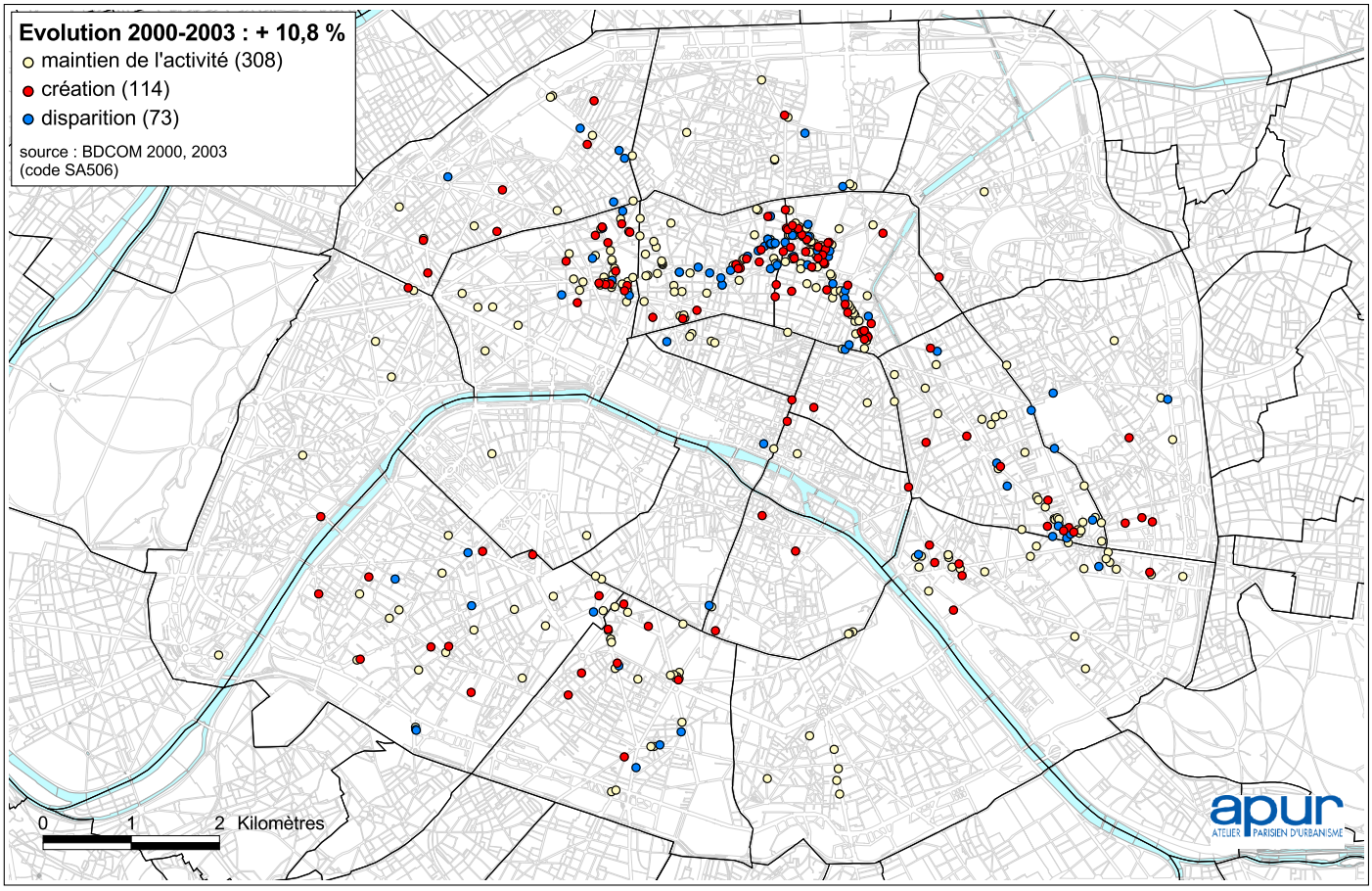
AGENCES DE VOYAGES ET COMPAGNIES AERIENNES



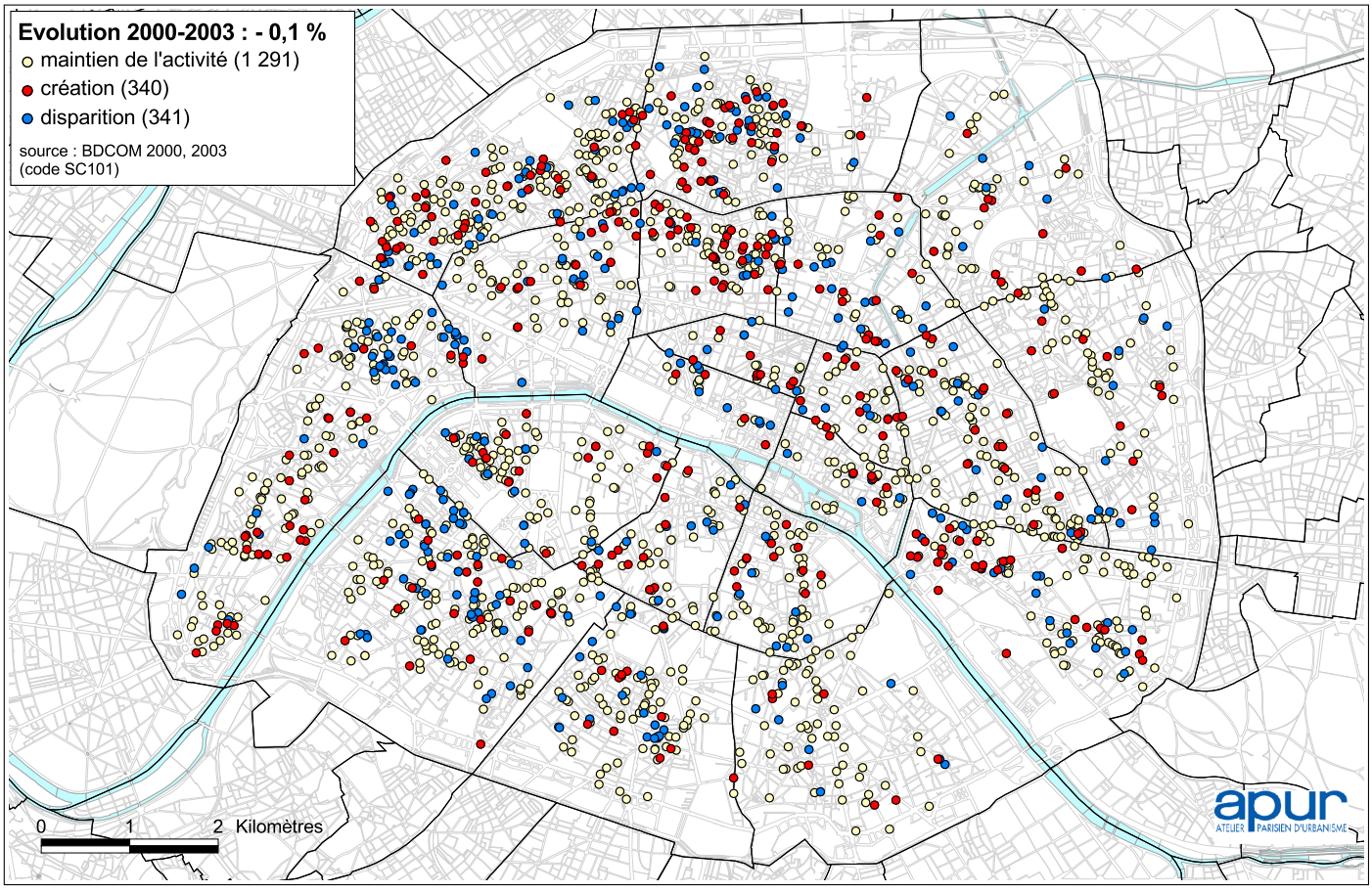
ECOLES DE CONDUITE



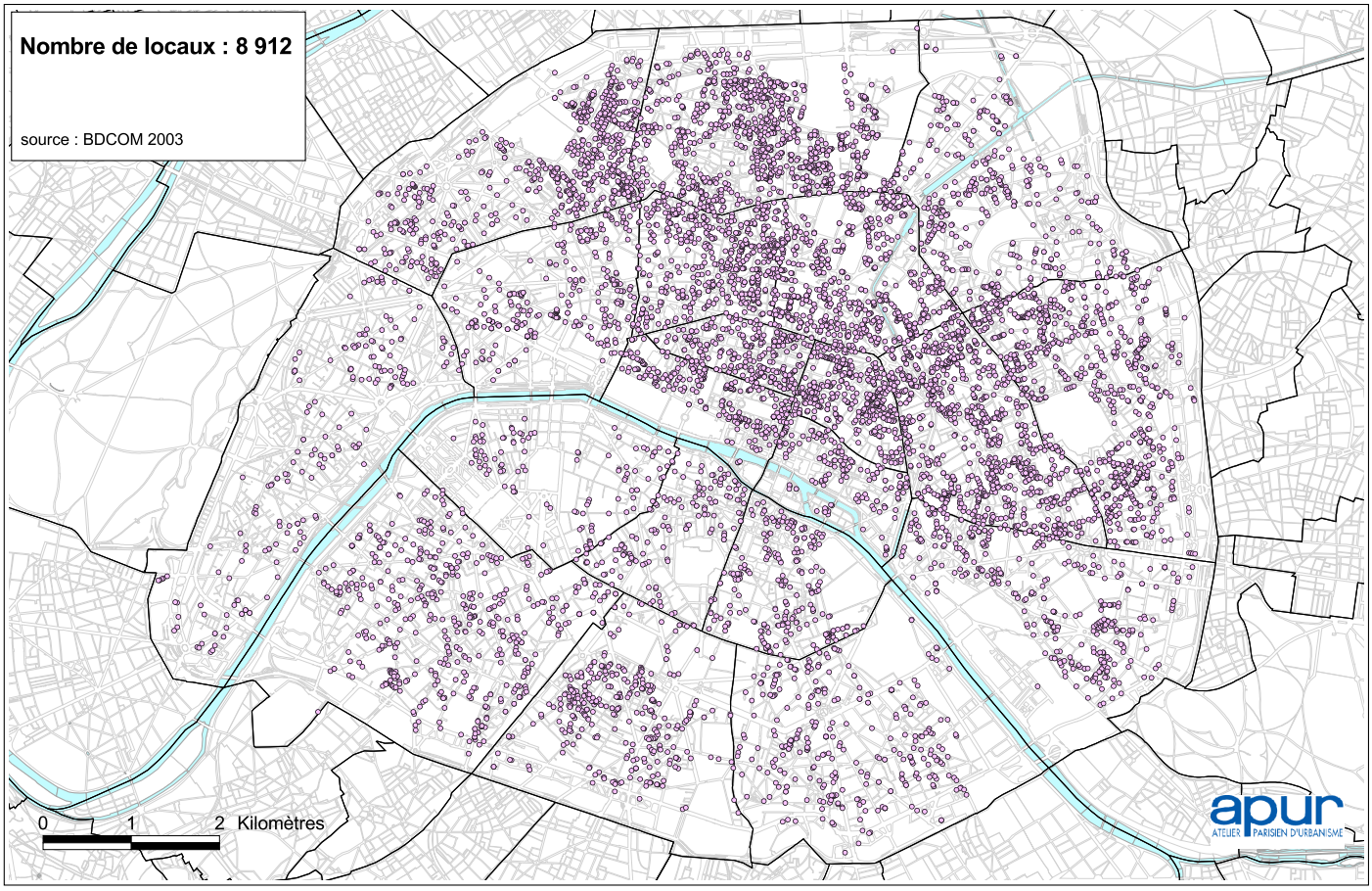
AGENCES D'INTERIM



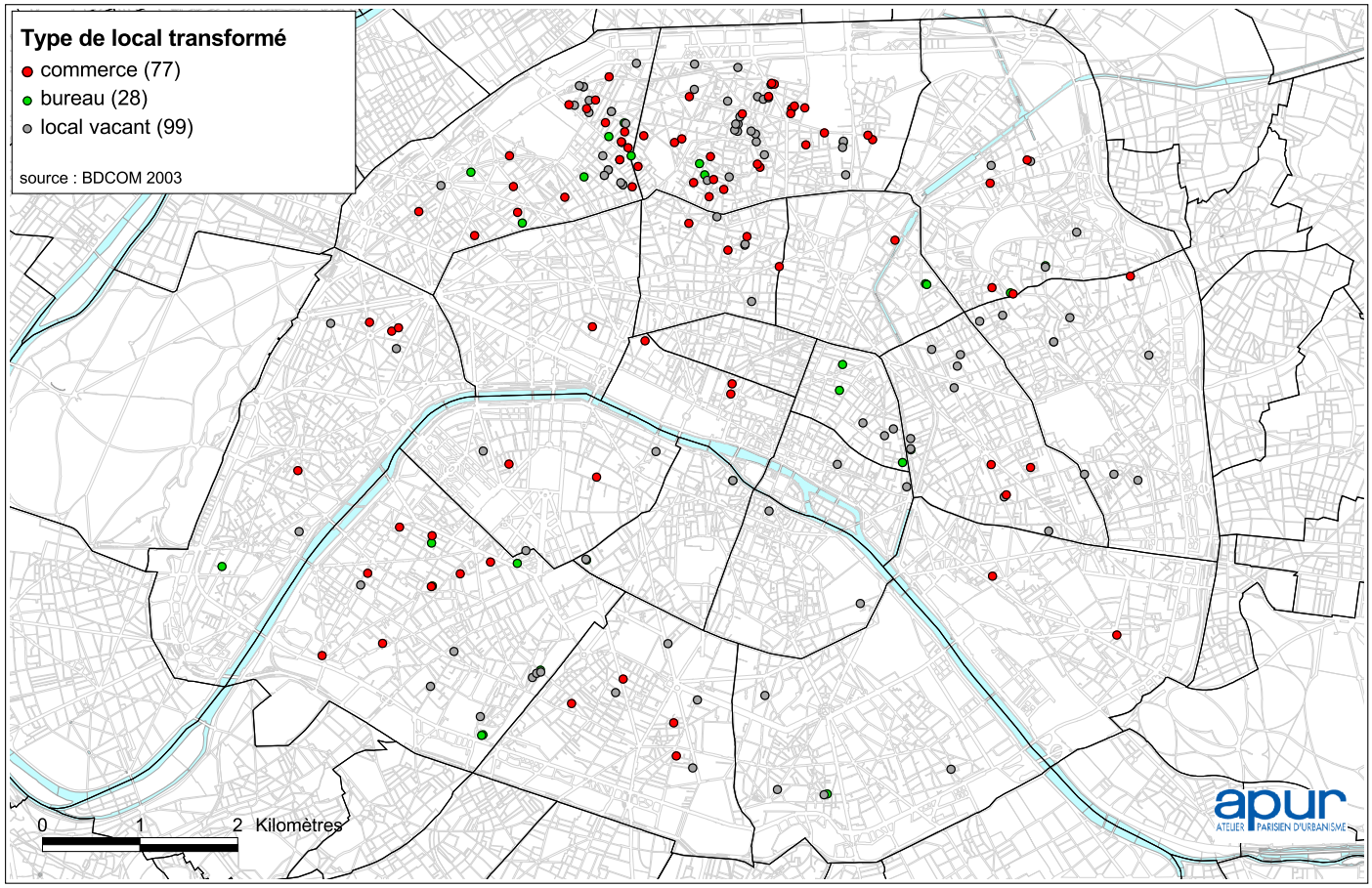
AGENCES IMMOBILIERES



LOCAUX VACANTS



TRANSFORMATIONS DE LOCAUX EN LOGEMENT



Etude de l'Atelier parisien d'urbanisme – septembre 2003

Directeur :	Jean-Baptiste VAQUIN
Direction d'étude :	Audry JEAN-MARIE
Chargés d'étude :	François MOHRT, Bruno BOUVIER
Responsable informatique :	Gustavo VELA
Collaboration :	Stéphanie JANKEL, Marc ESPONDA