

# BANQUE DE DONNÉES SUR LE COMMERCE PARISIEN

Résultats du recensement 2005  
et évolutions 2000-2003-2005

Octobre 2005

Étude 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 nouveau recensement des commerces parisiens a été réalisé en mars-avril 2005 à l'initiative de la Ville de Paris, de la Délégation de Paris de la CCIP et de l'APUR, qui constituent ensemble la Banque de données sur le commerce à Paris (BD-com).

Ce recensement fait suite aux enquêtes de 2000 et 2003 réalisées selon la même méthodologie. Sur la totalité des rues de Paris, sont inventoriés tous les locaux en rez-de-chaussée ayant une vitrine sur rue. Une équipe de 25 enquêteurs a été mobilisée pour cette entreprise. L'enquête a consisté à relever pour chaque local toutes les informations observables depuis la rue :

- la nature du local : commerce, service, bureau, entrepôt...
- l'enseigne, c'est-à-dire le nom affiché en devanture
- l'activité exercée, selon une nomenclature en 221 postes
- la tranche de superficie, en distinguant : moins de 300 m<sup>2</sup>, 300 à 1 000 m<sup>2</sup>, plus de 1 000 m<sup>2</sup>
- la situation : en angle ou sur rue
- l'appartenance éventuelle à un centre commercial ou à une galerie couverte

Une fois relevées, ces informations ont été complétées par des renseignements plus précis sur les surfaces de vente des commerces de plus de 300 m<sup>2</sup>, obtenues par une enquête spécifique. En dernier lieu une base informatique a été créée qui met en liaison les résultats des enquêtes de 2000, 2003 et 2005.

A partir de ces résultats d'enquêtes, l'objet du présent rapport est de prendre la mesure des évolutions commerciales de ces dernières années.

## Sommaire

1 – Le commerce de détail reste très présent à Paris .....	3
2 – Les supérettes complètent leur réseau de magasins dans Paris, sans diminution globale des commerces alimentaires .....	4
3 – Les évolutions du commerce de détail se poursuivent, mais avec moins d'intensité .....	5
4 – Le commerce de gros de l'habillement et du textile est en repli sauf dans le quartier Sedaine-Popincourt .....	7
5 – Le nombre de locaux vacants diminue .....	8
Banque de données sur le commerce à Paris (tableau) .....	11
Le commerce parisien en cartes .....	19
Liste des cartes .....	20



## 1 – Le commerce de détail reste très présent à Paris

Le nombre total de locaux en rez-de-chaussée recensés en 2005 s'établit à 83 400. Ce chiffre inclue l'ensemble des commerces mais aussi des locaux non commerciaux comme les équipements de quartiers, les locaux des professions libérales, etc. Le nombre de locaux en rez-de-chaussée a légèrement diminué par rapport à 2003 (- 0,4 % par an) parce que quelques uns de ces locaux ont été regroupés et que des locaux commerciaux ont été transformés en logements ou en bureaux<sup>1</sup>.

### Paris — Nombre et évolution des locaux à rez-de-chaussée<sup>2</sup>

	2000	2003	2005	EVOLUTION ANNUELLE			
	nombre locaux	nombre locaux	nombre locaux	2000-2003		2003-2005	
				nombre	%	nombre	%
Commerces et services commerciaux	62 283	61 654	61 766	-242	-0,4%	62	0,1%
Locaux Vacants	8 049	9 334	8 276	494	6,1%	-588	-6,3%
Autres locaux en rez-de-chaussée *	11 063	13 056	13 377	767	6,9%	178	1,4%
<b>TOTAL LOCAUX EN REZ-DE-CHAUSSEE</b>	<b>81 395</b>	<b>84 044</b>	<b>83 419</b>	<b>1 019</b>	<b>1,3%</b>	<b>-347</b>	<b>-0,4%</b>

\* Commerces de gros, équipements, salles de concert, théâtres, locaux professionnels des professions libérales, locaux de stockage, etc. Seuls sont exclus du compte les logements en rez-de-chaussée et les bureaux.

Avec 61 766 unités, les commerces de détail et services commerciaux constituent 74 % des locaux en rez-de-chaussée. Leur nombre est resté stable de 2003 à 2005, avec même une légère augmentation (+ 62 unités par an soit 0,1 %). Il convient de rappeler qu'il était en légère diminution de 2000 à 2003 (242 unités par an soit -0,4 %).

La superficie de ces locaux est évidemment très variable. Elle s'échelonne de quelques m<sup>2</sup> à plusieurs dizaines de milliers de m<sup>2</sup> (Grands magasins). D'après les estimations effectuées en 2004, les commerces de détail (hors restauration) ont pour la plupart moins de 300 m<sup>2</sup> (96,2 %) tandis que 828 ont entre 300 m<sup>2</sup> et 1 000 m<sup>2</sup> (2,8 %) et 312 dépassent les 1 000 m<sup>2</sup> (1 %).

Les locaux vacants sont au nombre de 8 300 à Paris. Ils représentent 10 % des locaux en rez-de-chaussée contre 11 % en 2003.

Les autres locaux en rez-de-chaussée ayant été enquêtés sont les commerces de gros, les équipements de quartier (bureau de poste, crèches...), les lieux de spectacles (théâtres, salles de concert), les locaux occupés par des professions libérales (cabinets de médecins, architectes) et les locaux utilisés pour du stockage. Au total ces « autres locaux » représentent 16 % des locaux recensés.

#### 1 – Disparitions et transformations de locaux commerciaux : des mouvements non négligeables

- Les disparitions : de 2003 à 2005, environ 400 locaux ont disparu par regroupement avec un autre local, phénomène qui concerne en majorité des locaux qui étaient vacants en 2003 (travaux). A noter que le mouvement contraire de division de locaux – sans doute de moindre ampleur – n'est pas appréhendé par l'enquête.
- Les transformations en logements : 127 locaux ont été transformés en logements, phénomène déjà observé lors de la précédente enquête mais qui tend à se ralentir : 200 transformations en logements avaient été recensées de 2000 à 2003. En sens inverse, il est peu courant que des logements soient transformés en commerces.
- Plus massives, les transformations en bureaux ont concerné 1 311 locaux, dont la majorité étaient vacants en 2003 (790). En sens inverse, 435 bureaux en rez-de-chaussée ont été transformés en commerces et 467 en locaux vacants. Enfin une cinquantaine de locaux ont disparu dans le cadre d'opérations d'aménagement, en particulier dans le 18<sup>e</sup> arrondissement.

2 – Le mode de calcul employé pour les évolutions (textes et tableaux) est annuel. En effet, les périodes inter enquêtes ne sont pas identiques (2 ans et 7 mois entre 2000 et 2003 et 1 an et 10 mois entre 2003 et 2005). Il est apparu plus juste de convertir toutes les évolutions sur une base annuelle (soit pour la première période le nombre de locaux divisé par 31 mois et multiplié par 12 et pour la deuxième période le nombre de locaux divisé par 22 mois et multiplié par 12).

## 2 – Les supérettes complètent leur réseau de magasins dans Paris, sans diminution globale des commerces alimentaires

Le commerce alimentaire généraliste (hors petits magasins d'alimentation générale) reste très dynamique à Paris. Dans cette catégorie qui englobe les supérettes, les supermarchés et les hypermarchés, le nombre de magasins s'est accru de 26 unités par an soit + 1,4 % de 2003 à 2005. Cette augmentation est surtout due aux « supérettes », magasins d'alimentation générale dont la surface est comprise entre 120 m<sup>2</sup> et 400 m<sup>2</sup>. Elles ont vu leur nombre passer de 233 à 341 de 2000 à 2005. Leur croissance qui était déjà rapide de 2000 à 2003 (+ 16 unités par an soit + 7,1 %) s'est encore accélérée de 2003 à 2005 (+ 36 nouveaux établissements par an soit + 13,1 %).

Le groupe Carrefour a ainsi ouvert 7 supérettes discount Ed de 2003 à 2005 tandis que le groupe Casino créait 19 supérettes Franprix et 4 « Daily Monop ». Enfin G20 a ouvert de son côté 16 nouvelles supérettes. Derrière ces fortes progressions, on discerne les stratégies de pénétration du territoire parisien par les enseignes de la grande distribution, compte tenu du refus de la Municipalité de laisser s'implanter des hypermarchés dans la capitale. La multiplication des supérettes permet aux enseignes de se rapprocher des habitants, avec l'ouverture de nouveaux magasins dans les territoires encore peu couverts par leur maillage. A noter que la réglementation n'impose pas le dépôt d'une demande d'autorisation à la Commission Départementale d'Équipement Commercial (CDEC) lorsque la surface de l'établissement est inférieure à 300 m<sup>2</sup>.

Les évolutions socio-démographiques de Paris sous-tendent la stratégie des grands distributeurs : la faible taille des ménages (1,87 personne par logement) et la composition sociale aisée de la population parisienne favorisent le développement d'une offre alimentaire diversifiée avec des plats préparés à l'unité, des heures d'ouverture tardives le soir et des services de proximité comme la livraison, la photocopie ou encore l'édition de cartes de visite.

L'accroissement des supérettes n'est pas sans effets sur le tissu commercial en général et sur les autres catégories de commerces d'alimentation générale en particulier. Si le nombre de supermarchés (400 m<sup>2</sup> à 2 500 m<sup>2</sup>) est resté stable, celui des petits magasins d'alimentation générale a baissé de 9 unités par an. Cette baisse fait suite à une diminution encore plus importante qui s'était produite de 2000 à 2003 (63 unités par an). Ces petits magasins conservent cependant un effectif important (1 185 unités) et l'atout d'un maillage serré du territoire.

Paris conserve par ailleurs ses trois hypermarchés (plus de 2 500 m<sup>2</sup>), tous situés dans des arrondissements périphériques (13<sup>e</sup>, 16<sup>e</sup>, 19<sup>e</sup>). Il n'y a pas eu d'implantations nouvelles depuis 1975, conformément à la volonté municipale de limiter ce type de commerces dans la capitale. En revanche, les implantations se sont multipliées en première couronne, aux portes de Paris : la création au début des années 1990 d'hypermarchés aux portes de Bercy (Bercy 2), de Montreuil (La Grande Porte) et de Bagnolet (Bel Est) ne paraissent, cependant plus, aujourd'hui, avoir d'effet sur les arrondissements voisins (12<sup>e</sup>, 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup>). Quant aux magasins populaires (Monoprix, Inno.), qui disposent le plus souvent d'une vaste surface de vente alimentaire, leur effectif s'est accru de deux unités depuis l'année 2000.

### 3 – Les évolutions du commerce de détail se poursuivent, mais avec moins d'intensité

Dans la majorité des branches qui constituent le commerce de détail, les tendances observées de 2000 à 2003 se sont poursuivies mais à un rythme en général moins soutenu. On n'assiste plus à la multiplication de certains commerces ou à l'hémorragie de certains autres, comme les années précédentes.

On remarque en premier lieu la stabilité des **petits commerces alimentaires spécialisés**. Leur nombre passe de 5 167 en 2003 à 5 161 en 2005 (– 6 unités). Cette stabilité recouvre des mouvements qui ont tendance à se ralentir. Dans cet ensemble, certains types de commerces qui étaient en déclin entre 2000 et 2003 voient leur recul se modérer (boulangeries, primeurs, poissonneries et crémeries). D'autres commerces qui progressaient rapidement entre 2000 et 2003 – les traiteurs asiatiques et les commerces de produits alimentaires spécialisés – s'accroissent moins vite entre 2003 et 2005. Cette évolution plus favorable se relie aux transformations du commerce, certains types de magasins ayant réussi leur mutation. C'est le cas des boulangeries de quartier, qui se sont profondément transformées et proposent une gamme de produits beaucoup plus diversifiée et attrayante qu'il y a 10 ans.

	Nombre de locaux en 2005	EVOLUTION ANNUELLE			
		2000-2003		2003-2005	
Traiteur asiatique	676		↑	8	↗
Boulangerie - Boulangerie Pâtisserie	1 281	-12	→	-10	→
Vente de fruits et légumes	339	-12	↘	-1	→
Boucherie - Boucherie-Charcuterie	737	-43	↘	-24	↘
Poissonnerie	113	-7	↓	1	→
Crémérie - Fromagerie	134	-6	↘	-3	↘
Produits alimentaires spécialisés	36	17	↑	17	↑

Les activités qui relèvent de la **fabrication et de la réparation** sont toujours en recul, à un rythme souvent à peine moins rapide. C'est le cas des cordonneries, dont le nombre baisse encore de – 3 % par an entre 2003 et 2005, et qui s'accompagne d'une diminution importante des boutiques de réparation « minute » (– 6,5 % par an). Les garages et les pressings continuent à décliner pratiquement au même rythme.

	Nombre de locaux en 2005	EVOLUTION ANNUELLE			
		2000-2003		2003-2005	
Garages	496	-21	↘	-26	↘
Imprimeries	271	-28	↓	-17	↓
Cordonneries	339	-20	↓	-11	↘
Blanchisseries - Pressings	711	-37	↘	-31	↘
Entreprises du bâtiment	1 719	-23	↘	-3	→

Beaucoup de **commerces non alimentaires traditionnels** sont eux aussi en baisse : vente de journaux, quincailleries, merceries... A noter aussi le développement des magasins d'enseignes dans le domaine de la parfumerie (Marionnaud, Séphora), à rapprocher de la diminution du nombre de boutiques indépendantes.

	Nombre de locaux en 2005	EVOLUTION ANNUELLE			
		2000-2003		2003-2005	
Parfumeries	391	- 29	↓	- 12	↓
Marchands de journaux	443	- 25	↓	- 26	↓
Quincailleries et drogueries	219	- 17	↓	- 7	↓
Merceries	449	- 27	↓	- 25	↓

Les **boutiques d'habillement** (5 470 magasins en 2005) connaissent des évolutions à la hausse ou à la baisse plus modérées qu'auparavant :

	Nombre de locaux en 2005	EVOLUTION ANNUELLE			
		2000-2003		2003-2005	
Prêt-à-porter	4 977	- 28	→	- 8	→
Haute couture	125	+ 4	↗	0	→
Tailleurs	149	- 6	↓	- 2	↓
Boutiques de mariage	82	+ 8	↑	+ 4	↑

La tendance est aussi à un ralentissement de l'ouverture de magasins en ce qui concerne certaines **nouvelles niches commerciales** qui s'étaient développées très rapidement entre 2000 et 2003 :

	Nombre de locaux en 2005	EVOLUTION ANNUELLE			
		2000-2003		2003-2005	
Centres de bronzage	232	+ 23	↑	+ 18	↑
Cybercafés	173	+ 46	↑	+ 17	↑
Boutiques d'appels téléphoniques	457	+ 81	↑	+ 77	↑

Dans **l'hôtellerie et la restauration**, on note une légère remontée du nombre d'établissements de 2003 à 2005 au lieu d'une légère baisse dans la période précédente (entre 2000 et 2003).

	Nombre de locaux en 2005	EVOLUTION ANNUELLE			
		2000-2003		2003-2005	
Restaurants traditionnels	5 204	- 32	→	+ 84	↗
Restauration rapide	2 071	- 11	→	+ 28	↗
Hôtels de tourisme	1 617	- 18	↓	+ 7	→

## 4 – Le commerce de gros de l'habillement et du textile est en repli sauf dans le quartier Sedaine-Popincourt

Phénomène nouveau à Paris, le commerce de gros de l'habillement, du textile et de la maroquinerie voit le nombre de ses magasins décliner dans le quartier du Sentier. En revanche, il continue à se renforcer légèrement dans le quartier Sedaine-Popincourt, de formation plus récente.

Situé dans les 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> arrondissements, le quartier du Sentier demeure le principal lieu d'implantation des commerces de gros de l'habillement et du textile à Paris. Il regroupe 61 % des magasins de ces activités. Mais son importance tend à décliner depuis plusieurs années (69 boutiques en moins entre 2003 et 2005). Certains commerçants se plaignent d'une baisse importante du chiffre d'affaires. De grandes enseignes de prêt-à-porter qui se fournissaient auparavant dans le Sentier s'approvisionnent maintenant directement à l'étranger. Sur environ 1 500 boutiques présentes en 2003, 10 % sont devenues vacantes (144), donc en attente d'une autre affectation. Cinquante autres locaux, anciennement occupés par des commerces de gros, ont été transformés en bureaux (8) ou en lieux de stockages (10). D'autres activités plus commerciales sont venues se substituer aux magasins de gros. Ce sont par exemple des boutiques de prêt-à-porter, des restaurants (4) et des agences immobilières (3).

Second pôle de par son importance, le 11<sup>e</sup> arrondissement compte près de 500 commerces de gros d'habillement et de textile (22 % des locaux de gros à Paris). Ce pôle tend à se renforcer depuis le début des années 1990. Entre 2003 et 2005, une cinquantaine de nouveaux magasins a ouvert. Dix d'entre eux étaient vacants en 2003, 4 étaient anciennement des bureaux, 4 autres des agences immobilières. Des commerces de proximité de ce quartier ont également cédé la place au textile de gros : 2 traiteurs, 2 coiffeurs, 1 pâtisserie, 1 commerce de boissons, 1 pharmacie et 1 bar.

## 5 – Le nombre de locaux vacants diminue

Sur un total de 83 400 locaux en rez-de-chaussée comptés à Paris, il apparaît que 8 276 sont vides<sup>3</sup> ou en travaux soit environ 10 %.

Après une augmentation des locaux vacants entre 2000 et 2003 (+6,1 % par an en moyenne), on note entre 2003 et 2005 un renversement de tendance (diminution de 1 058 locaux vacants, soit -6,3 % par an) au profit d'autres activités, ou bien sous l'effet de transformations en logements (environ 70 locaux) et de rattachement à un commerce voisin (environ 180 locaux).

Sur les 3 480 locaux vacants en 2003 réouverts en 2005, 66 % (2 300) ont été réoccupés par des commerces de détail et 34 % (1 180) par d'autres activités en rez-de-chaussée. Ainsi, près de 800 ont été réoccupés par des activités de bureaux, 200 par des boutiques de prêt-à-porter, 100 par des bars ou cafés, 80 par des galeries d'art, 80 également par des agences immobilières et près de 70 par des boutiques d'appels à l'étranger...

La répartition géographique des locaux vacants montre qu'ils sont moins nombreux dans les 6<sup>e</sup>, 7<sup>e</sup> et 16<sup>e</sup> arrondissements (4 % à 6 % de locaux vacants) et dans les 4<sup>e</sup>, 5<sup>e</sup> et 8<sup>e</sup> arrondissements (7 % à 8 % de locaux vacants) que dans les arrondissements populaires du quart nord-est (10<sup>e</sup>, 11<sup>e</sup>, 18<sup>e</sup>, 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup>) où plus de 14,5 % des locaux sont vacants, avec un maximum de 21,6 % dans le 20<sup>e</sup>. Ces chiffres traduisent un bon maintien du commerce local dans les quartiers les plus aisés de Paris.

Le tissu commercial dans le quart nord-est de Paris apparaît en comparaison plus fragile ; étant de plus exposé à la concurrence directe des grands centres commerciaux aux portes de Paris (Bel Est à Bagnolet ; la Grande Porte à Montreuil).

Cette évolution se fait au détriment du commerce très local situé dans les rues peu passantes. Les voies les plus touchées par la vacance des locaux sont en effet celles dans lesquelles le commerce est déjà rare, épars et d'aspect ancien. Cette vacance, plus élevée, se caractérise par sa durée ; on constate qu'entre 2000 et 2005 un grand nombre de locaux restent vacants.

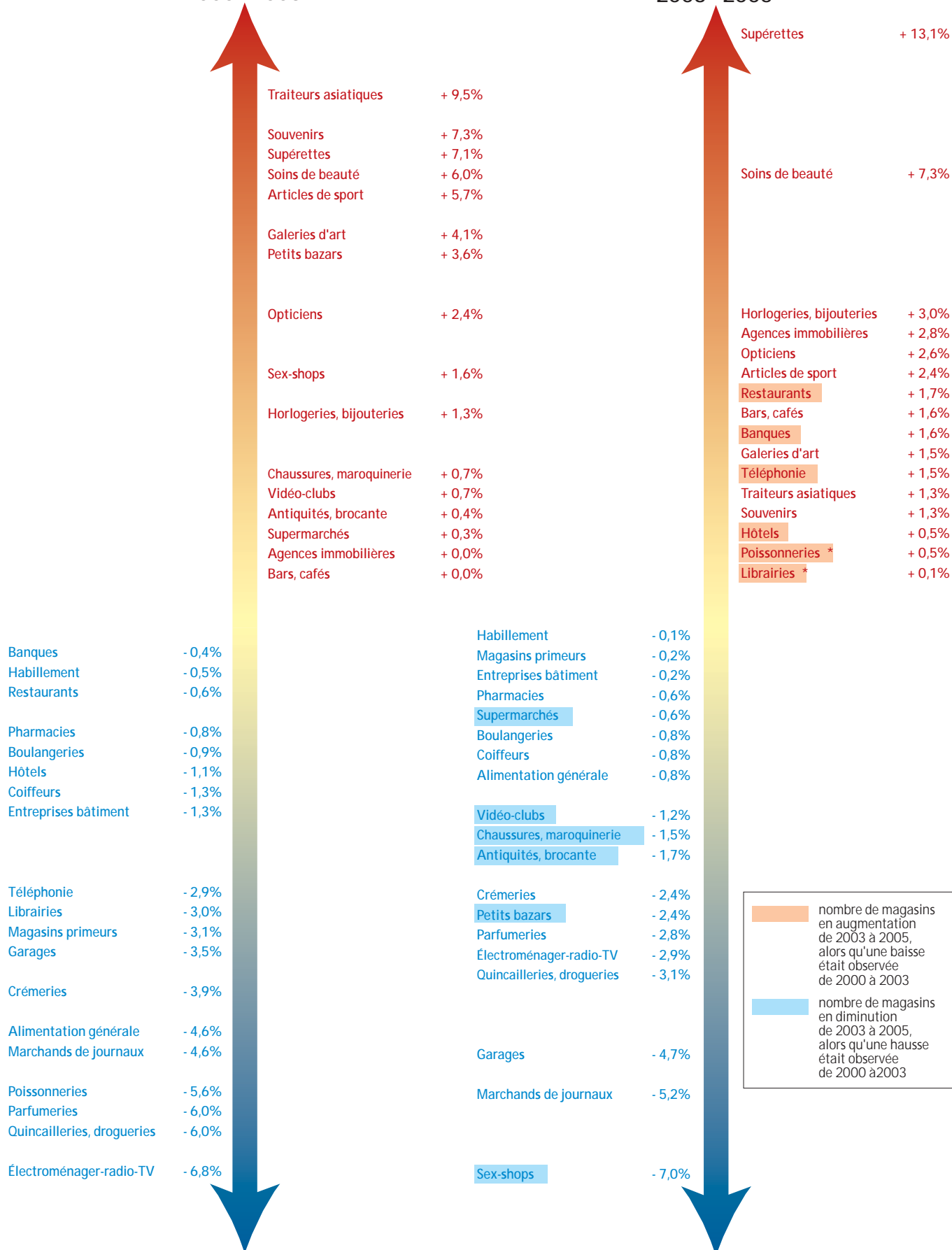
Dans les autres arrondissements (1<sup>er</sup>, 2<sup>e</sup>, 9<sup>e</sup>, 12<sup>e</sup>, 13<sup>e</sup>, 14<sup>e</sup>, 17<sup>e</sup>), la proportion de locaux vacants s'établit entre 8 % et 14 %, c'est-à-dire autour de la moyenne parisienne.

<sup>3</sup> – Ce chiffre des locaux vacants en rez-de-chaussée peut être considéré comme assez fiable. En effet, du fait que la vacance d'un local est parfois difficile à établir avec certitude (un rideau de fer baissé ne suffit pas à établir l'inactivité), ce type de local a fait l'objet d'un traitement approfondi dans le cadre de l'enquête de mars-avril 2005 et les locaux notés « vacants » par les enquêteurs ont été vérifiés en cas de doute. Cette amélioration de la qualité de l'enquête peut jouer sur l'estimation précise de l'évolution des locaux vacants depuis les relevés de 2000 et 2003, établis à l'époque avec moins de précision. Cependant, cette différence ne peut jouer qu'à la marge et n'affecte sans doute pas le sens des évolutions.

## Évolutions annuelles du commerce

2000 - 2003

2003 - 2005



nombre de magasins en augmentation de 2003 à 2005, alors qu'une baisse était observée de 2000 à 2003  
 nombre de magasins en diminution de 2003 à 2005, alors qu'une hausse était observée de 2000 à 2003

\* augmentation de 1 poissonnerie et de 1 librairie sur la période 2003-2005, alors qu'on enregistrait une diminution de 19 poissonneries et de 82 librairies pendant la période précédente (2000-2003).