



# Évolution des commerces à Paris

## Inventaire 2017 et évolutions 2014- 2017

DOSSIER DE PRESSE



# SOMMAIRE

- P.4 Edito d'Olivia Polski, Adjointe à la Maire de Paris en charge du commerce, de l'artisanat, des professions libérales et indépendantes
- P.5 Edito de Dominique Restino, Président de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris
- P.6 L'Atelier Parisien d'Urbanisme (Aur)
- P.7 L'évolution des commerces à Paris :
- Inventaire 2017 et évolution 2014-2017
  - Une remarquable stabilité du nombre de commerces à Paris
  - Une densité commerciale inégalée
  - Les principales évolutions du commerce à Paris depuis 2014



## **EDITO D'OLIVIA POLSKI,**

### **Adjointe à la Maire de Paris en charge du commerce, de l'artisanat, des professions libérales et indépendantes**

« Depuis 2000, l'Atelier Parisien d'Urbanisme mène une étude sur l'ensemble du tissu commercial parisien pour en identifier les caractéristiques et les principales dynamiques. Ce travail est conduit en partenariat avec la Chambre de Commerce de Paris et permet, dans un contexte de profondes mutations économiques, sociales et technologiques, de disposer d'un diagnostic utile pour conduire des projets aux enjeux auxquels nos artisans et commerçants font face.

Depuis la dernière édition de cette base de données, Paris a été touchée par des événements dramatiques en janvier et novembre 2015 qui ont logiquement eu des effets sur l'activité économique et l'attractivité touristique de la capitale. Les chiffres que nous présentons aujourd'hui confirment ce que nous avons observé depuis plusieurs mois : le commerce a retrouvé sa dynamique.

Le nombre de boutiques est ainsi stable sur la période 2014-2017, et la densité commerciale reste exceptionnelle à l'échelle de notre pays. Tandis que de nombreuses villes moyennes souffrent de la désertification de leurs centres historiques, Paris dispose toujours d'une offre très diverse et en perpétuel renouvellement, au gré de l'évolution de nos modes de vie et de consommation.

Avec plus de 62.000 commerces et services commerciaux, Paris se classe ainsi parmi les villes les plus dynamiques à l'échelle européenne et mondiale avec notamment un parc de commerces plus dense par habitants et par km<sup>2</sup> que celui de Londres.

Cette stabilité cache néanmoins de profonds changements au sein de l'appareil commercial parisien : face à la baisse du commerce de gros et de l'équipement à la personne, on constate de fortes progressions dans les secteurs des soins du corps ou de l'alimentaire spécialisé. Cette dynamique s'observe également dans la restauration, puisque l'on dénombre plus de 650 établissements créés ces 4 dernières années, ce qui illustre la vitalité de notre gastronomie et la volonté des Parisiennes et des Parisiens de continuer à sortir pour partager des moments collectifs.

De nouvelles tendances sont par ailleurs à l'œuvre, à l'image de l'essor des commerces bio, qui accompagne un mouvement d'une population à la recherche de nouveaux modes de consommation, axés sur les circuits courts, une agriculture raisonnée, le réemploi et le développement d'une économie alimentaire locale.

Dans certains quartiers, la Ville de Paris entend poursuivre et renforcer son action. C'est l'objet de deux dispositifs créés en 2017 : le Contrat Paris Commerce, qui permettra à la SEMAEST de déployer son action de préemption et de redynamisation dans 12 nouveaux secteurs prioritaires et le GIE Paris Commerce, qui assure désormais la commercialisation de l'ensemble des 7.000 pieds d'immeubles des bailleurs sociaux Parisiens et constitue à ce titre une porte d'entrée unique pour les commerçants cherchant à s'installer. La Ville a également programmé 2.5 millions d'euros d'investissement pour rénover des locaux situés dans les quartiers populaires, dispositif ouvert aux commerçants indépendants avec le nouveau Prix Coup de Pouce Commerce. Notre soutien aux artisans s'illustre également par les « Prix du Goût d'Entreprendre » qui récompensent chaque année des créateurs ou repreneurs de commerces de bouche ou par la mise en place en 2017 du Label « Fabriqué à Paris ».

Forte de ces nouveaux outils, la Ville de Paris continuera d'agir au service des Parisiennes et des Parisiens pour leur offrir, dans l'ensemble des arrondissements, un commerce et un artisanat de qualité et de proximité, source d'emplois et de lien social, essentiels à notre grande et belle ville. »



## **EDITO DE DOMINIQUE RESTINO,**

### **Président de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris**

« Avec 62 500 points de vente, Paris se situe très au-dessus de la plupart des grandes métropoles internationales. Dense et diversifié, ce tissu commercial constitue un élément fort de l'attractivité de Paris. Il a beaucoup évolué au cours des 3 dernières années comme le montre l'étude réalisée par l'Apur avec notre soutien.

Face à ces évolutions très rapides et à de nombreux défis, il appartient aux équipes de la CCI Paris d'être aux côtés des commerçants pour leur permettre de répondre avec succès au changement de leur environnement et, en particulier, aux nouvelles attentes des consommateurs et des visiteurs internationaux qui reviennent très nombreux dans la capitale.

Les transformations numériques et sociétales, les difficultés que connaît le commerce de centre-ville face au développement du e-commerce, ainsi que les enjeux d'amélioration des services nécessaires pour l'accueil d'événements mondiaux comme les Jeux Olympiques de Paris 2024, rendent plus pertinentes encore les actions au bénéfice du tissu commercial parisien.

Depuis deux ans, la Ville et la CCI Paris ont formalisé leur partenariat au travers d'une convention permettant une mobilisation coordonnée au service de l'économie de proximité (activités artisanales et commerces) et des entreprises. Dans ce cadre, la Ville et la Chambre de commerce souhaitent notamment favoriser le développement d'un commerce innovant, la promotion des produits « Fabriqué à Paris » et l'excellence parisienne sous toutes ses formes.

Première place touristique mondiale, Paris doit faciliter l'accueil des touristes, notamment dans la perspective des grandes compétitions internationales qu'elle va accueillir. La Chambre de commerce propose des outils aux professionnels du tourisme, notamment à travers le dispositif « Do You Speak Touriste » et des formations à destination des commerçants pour développer leur activité avec les visiteurs étrangers.

Pour leur permettre de s'adapter aux évolutions réglementaires telles que la mise en accessibilité et les normes d'hygiène, la CCI apporte également son appui aux commerçants, aux hôteliers et aux restaurateurs grâce à des formations, des ateliers et des diagnostics personnalisés.

Afin d'accélérer la digitalisation des commerces et les guider dans leur stratégie Internet et de commerce en ligne, la CCI Paris a lancé « Les Digiteurs » (avenue de la République – 11e). Ce dispositif intègre une plateforme web, des espaces physiques de démonstration et des prestations d'accompagnement individuel. Cet accompagnement est également l'occasion pour les commerçants de repenser leur point de vente en termes d'ergonomie ou d'offre de services. Dans le prolongement de ces actions, chaque année, le prix Paris Shop & Design récompense les réalisations les plus marquantes en matière de design des espaces commerciaux.

L'ensemble de ces actions répond à un même objectif : renforcer le commerce comme secteur d'activité essentiel pour le dynamisme économique et l'attractivité de la capitale. »

## L'ATELIER PARISIEN D'URBANISME

L'Atelier parisien d'urbanisme, créé en 1967, documente, analyse et développe des stratégies prospectives à l'échelle parisienne et métropolitaine. Observateur des évolutions urbaines et acteur engagé pour porter à la connaissance de tous des projections d'avenir, l'Atelier accompagne les politiques publiques d'aménagement et de développement.

Il réunit autour de la ville de Paris, de l'Etat et de la Métropole du Grand Paris, 26 partenaires métropolitains, territoires, syndicats techniques, établissements publics qui définissent chaque année un programme de travail qui détaille l'ensemble des études, observatoires et traitement de données mis en œuvre par l'Atelier :

- Axe 1 - Les systèmes d'informations et données
- Axe 2 - Les tissus urbains
- Axe 3 - Environnement, énergie et réseaux
- Axe 4 - Mobilités, espace public et accompagnement JO
- Axe 5 - Habitat, économie, commerces
- Axe 6 - Social et sociétal, innovation, emploi
- Axe 7 - Dynamiques territoriales métropolitaines
- Axe 8 - Grands projets

Les travaux issus du programme de travail - hormis les observatoires destinés aux partenaires institutionnels - sont accessibles sur le site [www.apur.org](http://www.apur.org).

Au quotidien l'Apur assemble et actualise des données pour proposer une connaissance fine du territoire parisien et métropolitain. Engagé dans une démarche de partage et d'ouverture, l'Atelier rend accessible une partie de ces données sur la plateforme [opendata.apur.org](http://opendata.apur.org).

Dominique Alba, architecte, en est la Directrice générale depuis le 1er février 2012.

# L'ÉVOLUTION DES COMMERCES À PARIS

## Inventaire 2017 et évolutions 2014-2017

**Un recensement des commerces parisiens a été réalisé en mars-avril 2017 à l'initiative de la Ville de Paris, de la CCI Paris et de l'APUR. Il fait suite aux enquêtes de 2000, 2003, 2005, 2007, 2011 et 2014 réalisées selon la même méthodologie.**

La population parisienne dispose d'une offre commerciale exceptionnelle composée de 62 507 commerces et services commerciaux. Cette offre est tout à la fois dense (28 commerces pour 1.000 habitants) et variée dans sa composition.

Les évolutions commerciales accompagnent et soulignent les transformations de la société parisienne et de ses modes de consommation. Les fortes densités de population et la façon de se déplacer dans Paris, majoritairement à pied, favorisent le maintien de magasins de proximité variés et de petite taille.

Les évolutions technologiques marquent de leur empreinte les évolutions commerciales. L'usage d'Internet pour acheter en ligne, s'informer, se divertir... détourne une partie des clients des librairies, marchands de journaux, agences de voyages, magasins de matériels photographique, électronique... Ces commerces deviennent moins nombreux et laissent la place à de nouvelles activités.

Par rapport à l'enquête précédente, de nouvelles tendances émergent :

- Le petit commerce alimentaire traditionnel augmente après une longue période de baisse,
- Le commerce de gros est toujours en forte diminution,
- Les services commerciaux liés au bien être continuent de croître,
- L'économie de la réparation et du recyclage se développe avec la volonté d'une société plus durable,
- Les commerces de produits bios et les commerces alimentaires spécialisés tels que les pâtisseries, les chocolatiers ou les cavistes connaissent quant à eux une forte progression.

En mettant ces données en perspective par rapport aux études précédentes, on constate que le nombre de commerces alimentaires augmente trois fois plus vite ces dernières années (+120 commerces par an entre 2014 et 2017) que sur la longue période (+43 commerces par an entre 2003 et 2017). La même tendance se retrouve pour les cafés et restaurants. En revanche les services aux particuliers, dont le nombre baisse sur une longue durée, voient plus récemment leurs effectifs augmenter.

## Une remarquable stabilité du nombre de commerces à Paris

On recense 83 720 locaux en rez-de-chaussée en 2017, dont 62 507 sont effectivement des commerces et services commerciaux et 21 213 sont d'un autre type (commerces de gros, bureaux en boutiques, locaux vacants...).

Le nombre de commerces et services commerciaux est stable depuis 2014 : 25 établissements supplémentaires ont été comptabilisés entre 2014 et 2017.

### Nature de l'activité dans les 83 720 locaux situés en rez-de-chaussée des immeubles parisiens

	2017	Evolutions annuelles			
	Nombre de locaux	2003-2017		2014-2017	
		nombre	%	nombre	%
Commerces et services commerciaux	62 507	-17	0,0%	8	0,0%
<b>Grands magasins</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>-0,8%</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>
Alimentaire	7 612	43	0,6%	120	1,7%
Equiperment de la personne	8 397	4	0,1%	-143	-1,6%
Santé-Beauté	2 812	37	1,6%	26	1,0%
Equiperment de la maison	2 956	-102	-2,3%	-68	-2,1%
Culture et loisirs	5 564	-58	-0,9%	-90	-1,5%
Bricolage-Jardinage	925	-19	-1,6%	-6	-0,6%
Services aux particuliers	12 498	-33	-0,3%	19	0,2%
Agences	4 421	4	0,1%	-53	-1,2%
Auto-Moto	886	-20	-1,7%	-19	-2,0%
Cafés et Restaurants	14 530	134	1,1%	217	1,6%
Hôtels et Auberges de jeunesse	1 898	-8	-0,4%	4	0,2%
Autres locaux en rez-de-chaussée	21 213	-187	-0,8%	-183	-0,8%
<b>Locaux vacants</b>	<b>7 804</b>	<b>-138</b>	<b>-1,4%</b>	<b>49</b>	<b>0,6%</b>
Commerces de gros	1 590	-132	-3,9%	-139	-6,9%
Services aux entreprises	559	-7	-1,0%	2	0,4%
Médical	1 898	48	3,9%	43	2,4%
Spectacles	230	3	1,7%	2	0,7%
Bureaux, ateliers, équipements en boutique	9 132	37	0,4%	-140	-1,5%
<b>TOTAL LOCAUX EN REZ-DE-CHAUSSEE</b>	<b>83 720</b>	<b>-205</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-175</b>	<b>-0,2%</b>

Source : Apur, BDCOM 2017

Il ressort de l'observation de la structure de l'appareil commercial parisien en 2017 qu'un local sur quatre correspond à un commerce non alimentaire : commerces d'équipement de la personne (habillement, chaussures...), de la maison (vente de meubles, équipement du foyer...), lié à la culture, aux loisirs, au bricolage ou encore à la mobilité (concessionnaire de voiture, vente de vélos...).

Deux autres secteurs comptent chacun pour environ 20% des locaux : ce sont les services commerciaux (coiffeurs, cordonniers, agences bancaires ou immobilières...) d'une part, la restauration et l'hôtellerie d'autre part.

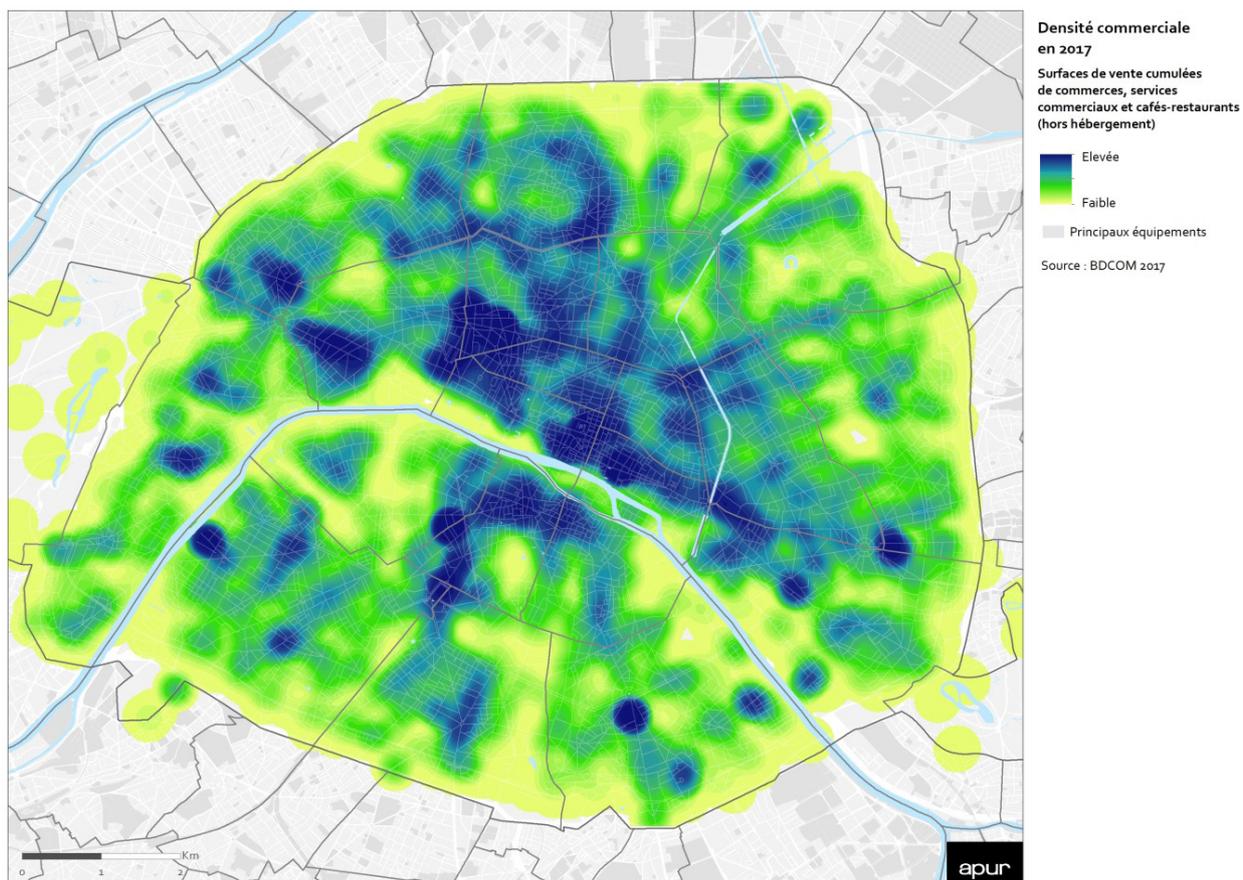
Les commerces alimentaires représentent 9% de l'ensemble des locaux, soit plus de 7 600 commerces, dont 1 186 boulangeries, 548 boucheries, 105 poissonneries ou 350 primeurs.

Les locaux restants sont des locaux occupés par une activité non commerciale (commerces de gros, bureaux, ateliers en boutique...) dans 16% des cas, et des locaux vacants ou en travaux pour 9% d'entre eux. Ces locaux vacants, environ 7 800, sont en très légère augmentation depuis 2014 (+147 locaux), mais la moyenne parisienne reste inférieure à ce que l'on constate au niveau national.

Parmi les 62 507 commerces recensés, plus de 3 100 se situent dans la centaine de concentrations commerciales (centre commercial, galerie marchande, gare...) que compte Paris. La plus importante en nombre de commerces est le Forum des Halles (169 boutiques) suivie par le centre commercial Italie Deux (131 boutiques).

## Une densité commerciale inégalée

Paris est caractérisée par une exceptionnelle densité de commerces et services commerciaux, que ce soit en nombre par habitants (28 pour 1.000 habitants) ou encore rapporté au linéaire de voies (4,3 commerces pour 100 mètres de voies).



### Comparaison intramuros :

Au sein de la capitale, c'est dans les arrondissements centraux (du 1er au 11e) que l'on trouve la densité de commerces et services commerciaux la plus élevée, avec plus de 50 commerces pour 1.000 habitants. Cette densité commerciale est sensiblement moins forte dans les arrondissements périphériques (20 commerces pour 1.000 habitants en moyenne). Les écarts sont très importants d'un arrondissement à l'autre : 139 commerces pour 1.000 habitants dans le 1er arrondissement contre 12 dans le 19e arrondissement.

La densité de commerces et services pour 1.000 habitants est 2,5 à 3 fois plus élevée à Paris que dans les autres territoires de la Métropole du Grand Paris. Paris compte 28 commerces et services commerciaux pour 1.000 habitants contre 12 dans les territoires de Paris Ouest La Défense (T4) ou Paris Est Marne et Bois (T10) et 8 à Paris Terres d'Envol (T7) et Grand Paris Sud Est Avenir (T11).

La densité moyenne de commerces et services commerciaux dans l'ensemble de la Métropole du Grand Paris est de 16 pour 1.000 habitants.

### Comparaison métropolitaine :

Au niveau de la Métropole du Grand Paris, la capitale concentre 58% des commerces et services commerciaux recensés (hors communes du Val d'Oise et de l'Essonne appartenant à la MGP) pour 13% du territoire et 33% de la population.

## Nombre et part de commerces dans les Établissements Publics Territoriaux de la Métropole du Grand Paris

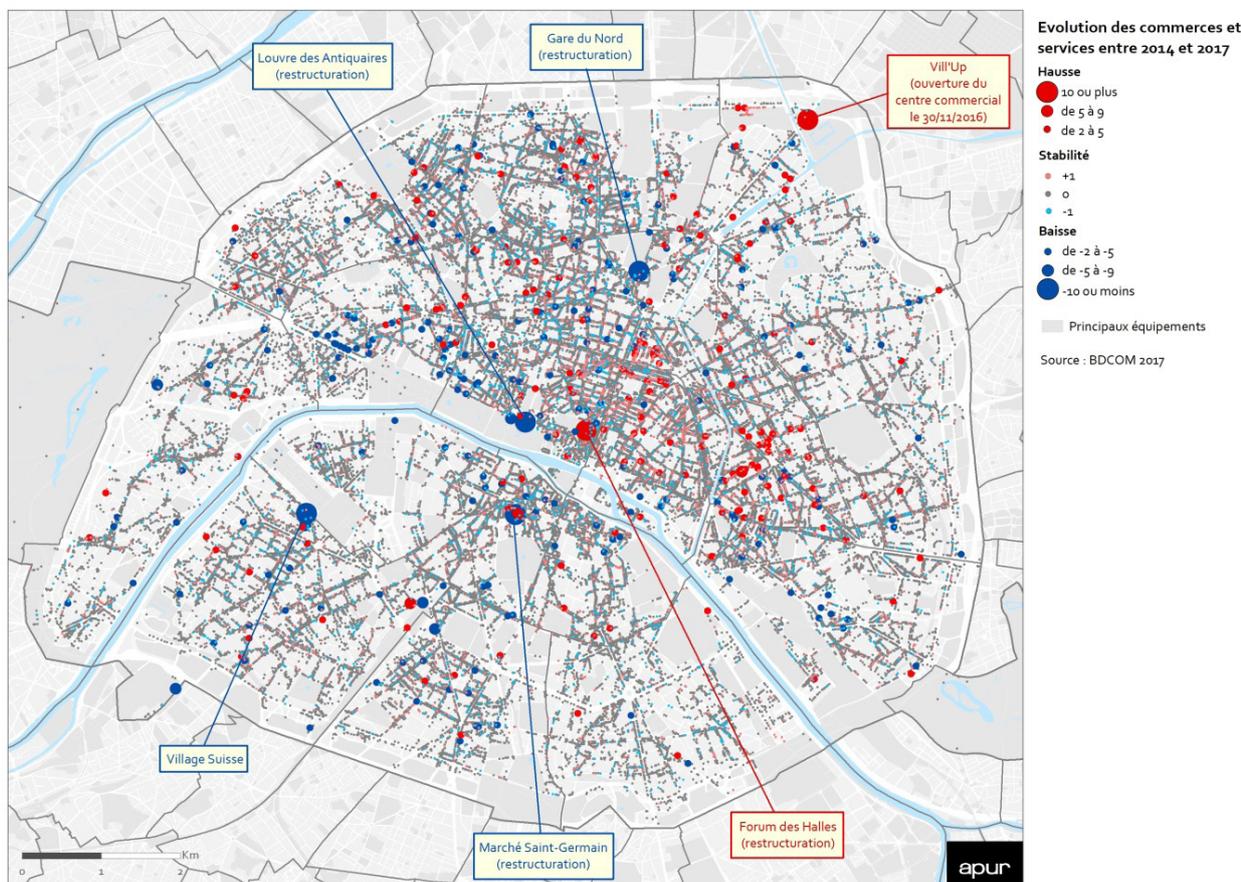
	Alimentaire		Non alimentaire		Restauration - Hôtellerie		Services commerciaux		Total		Population	
	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%
T1 : Paris	7 612	53,5%	21 739	61,5%	16 568	61,3%	16 588	54,0%	62 507	58,3%	2 220 445	32,9%
T2 : Vallée Sud Grand Paris	537	3,8%	988	2,8%	757	2,8%	1 229	4,0%	3 511	3,3%	393 673	5,8%
T3 : Grand Paris Seine Ouest	418	2,9%	974	2,8%	833	3,1%	1 164	3,8%	3 389	3,2%	313 533	4,6%
T4 : Paris Ouest La Défense	880	6,2%	2 054	5,8%	1 615	6,0%	2 063	6,7%	6 612	6,2%	562 693	8,3%
T5 : Boucle Nord de Seine*	515	3,6%	1 027	2,9%	784	2,9%	1 185	3,9%	3 511	3,3%	327 871	4,9%
T6 : Plaine Commune	764	5,4%	1 323	3,7%	1 215	4,5%	1 036	3,4%	4 338	4,0%	421 566	6,2%
T7 : Paris Terres d'Envol	442	3,1%	980	2,8%	644	2,4%	829	2,7%	2 895	2,7%	352 589	5,2%
T8 : Est Ensemble	660	4,6%	1 047	3,0%	1 011	3,7%	1 013	3,3%	3 731	3,5%	407 717	6,0%
T9 : Grand Paris Grand Est	505	3,6%	1 174	3,3%	672	2,5%	1 126	3,7%	3 477	3,2%	389 156	5,8%
T10 : Paris Est Marne et Bois	811	5,7%	1 696	4,8%	1 136	4,2%	2 230	7,3%	5 873	5,5%	505 149	7,5%
T11 : Grand Paris Sud Est Avenir	346	2,4%	828	2,3%	540	2,0%	823	2,7%	2 537	2,4%	309 423	4,6%
T12 : Grand Orly Seine Bièvre*	734	5,2%	1 508	4,3%	1 270	4,7%	1 414	4,6%	4 926	4,6%	550 467	8,1%
<b>TOTAL</b>	<b>14 224</b>	<b>100%</b>	<b>35 338</b>	<b>100%</b>	<b>27 045</b>	<b>100,0%</b>	<b>30 700</b>	<b>100,0%</b>	<b>107 307</b>	<b>100,0%</b>	<b>6 754 282</b>	<b>100,0%</b>

\*Hors communes du 91 et du 95 / Source : CCI Paris, 2017 ; Apur, BDCOM 2017 ; Insee, RP 2014

### **Comparaison nationale :**

La comparaison de la situation de Paris avec les centres des autres grandes villes françaises met en évidence la spécificité de la capitale qui se caractérise par une forte animation commerciale, du fait d'une importante densité de population et d'emplois mais également de la présence très marquée des touristes. Pour les seuls commerces non alimentaires, Paris totalise 9,5 commerces pour 1.000 habitants contre seulement 6,9 à Bordeaux ou 6,2 à Nice. Le deuxième secteur pour lequel la densité par habitant est très élevée à Paris est celui de la restauration avec 8,8 restaurants pour 1.000 habitants contre 6,8 à Bordeaux, 6,6 à Lille ou 6,5 à Nice. Alors que la densité de commerces alimentaires était la deuxième plus élevée à Paris derrière Nice, il y a trois ans de cela, la progression récente du nombre de commerces alimentaires dans la capitale se traduit aujourd'hui par une densité la plus élevée des grandes villes observées : 2,9 commerces pour 1.000 habitants à Paris contre 2,8 à Nice ou encore 2,7 à Marseille.

## Les principales évolutions du commerce à Paris depuis 2014



### Les activités qui progressent :

- **Soins du corps** : +9% (+171 établissements). Après une forte augmentation observée entre 2000 et 2011 (+28%), les périodes plus récentes enregistrent des hausses plus modérées. La période 2014-2017 connaît une progression plus rapide que la précédente (+9%, +171 établissements contre +7%, +123 établissements entre 2011 et 2014). Parmi les soins du corps, très forte hausse des ongleries (+25%, +70 boutiques), des salons de massage (+10%, +60 établissements), des instituts de beauté (+6%, +60 boutiques) ; à l'inverse baisse des salons de bronzage (-28%, -16 magasins) et des bars à sourire (-50%, -3 unités).
- **Supermarchés** : +9% (+25 établissements). Après être restés stables entre 2000 et 2007, autour de 250 établissements, les supermarchés (surface comprise entre 400 et 2.500 m<sup>2</sup>) voient leurs effectifs progresser entre 2007 et 2011 (+7%), puis entre 2011 et 2014 (+5%). La période 2014-2017 enregistre une accélération de cette progression.
- **Supérettes** : +6% (+28 établissements). Les supérettes alimentaires (surface comprise entre

120 et 400 m<sup>2</sup>) ont fortement augmenté depuis le début des années 2000, avec un pic entre 2003 et 2005 (+24%, soit +59 établissements). Leur hausse est moins forte sur les périodes récentes.

- **Alimentaire spécialisé** : +6% (+300 établissements). Alors qu'ils avaient progressé de +3% entre 2011 et 2014, les commerces alimentaires spécialisés continuent d'augmenter, de façon plus forte encore entre 2014 et 2017. Les hausses les plus importantes concernent les produits biologiques (+47%, +89 boutiques), les pâtisseries (+33%, +55 magasins), les cavistes (+11%, +55 établissements), les chocolatiers (+7%, +21 boutiques), les torrificateurs (+7%, +8 commerces) et les produits régionaux (+5%, +26 magasins) et s'adressent à la clientèle parisienne soucieuse d'acheter des produits de qualité.

- **Cafés et restaurants** : +5% (+652 établissements). La restauration rapide est celle qui progresse le plus rapidement à l'intérieur de ce secteur. Alors qu'elle avait augmenté de +10% entre 2011 et 2014, la restauration rapide, assise ou debout, progresse encore plus rapidement entre 2014 et 2017 (+11%, soit +324 établissements). Les cuisines étrangères sont également en hausse entre 2014 et 2017 comme la cuisine asiatique

(+9%), centrale et sud-américaine (+22%) et celle des autres restaurants du monde (+28%).

• **Autres progressions remarquées** : de nouvelles tendances apparaissent qui font écho aux mouvements de fond de la société comme par exemple la vente, réparation, location de vélos et vélos électriques dont la progression est très forte (+57%, +46 boutiques), le développement des magasins de réparation d'articles électriques et électroniques suivant le phénomène de l'économie circulaire (+41%, +33 établissements) ou encore la hausse du nombre de salle de sport liée à la recherche du bien-être de la population (+38%, +40 établissements).

### Les activités qui diminuent :

• **Le commerce de gros** : -21% (-429 établissements). Le commerce de gros poursuit sa diminution à Paris depuis le dernier recensement réalisé en 2014. Les commerces de gros ont ainsi perdu près de la moitié de leurs effectifs en une dizaine d'années (3.066 en 2007 contre 1.590 en 2017).

• **Vente et réparation automobile** : -11% (-60 établissements). Le nombre de garages et de concessionnaires ne cesse de diminuer, en lien avec le faible taux de motorisation des ménages parisiens.

• **Travaux de rénovation** : -10% (-146 établissements). Artisans du bâtiment (plombiers, électriciens, peintres...) et services liés au dépannage de la maison (serruriers, menuisiers...) sont en diminution, depuis plusieurs enquêtes consécutives.

• **Librairie et presse** : -10% (-152 établissements). La diminution du nombre de librairies est moins forte que sur la période précédente 2011-2014 (-10%). Entre 2014 et 2017, on enregistre la perte de 48 librairies (-6%). La presse connaît également une forte diminution de son activité jamais atteinte jusqu'alors (-28%, -68 établissements). Les nouvelles formules d'abonnements disponibles sur internet sont très certainement à l'origine de cette baisse.

• **La photographie** : -9% (-19 établissements). En baisse depuis une quinzaine d'années, le secteur de la photographie subit la révolution numérique dès les premiers instants, notamment pour le développement et la vente de pellicule photo. Seuls les studios de reportages photographiques connaissent un regain d'activité sur la dernière période (+6%, +5 studios), faisant suite à une première hausse observée entre 2011 et 2014.

• **L'équipement de la personne** : -5% (-429 établissements). Le secteur de l'habillement, majoritairement composé du prêt-à-porter, enregistre une baisse de 6%, soit 334 boutiques de moins par rapport à 2014 ; de même le secteur de la chaussure et de la maroquinerie est également en baisse depuis 2014 (-5%, -75 magasins). Les ventes sur internet expliquent en partie cette baisse inédite dans le secteur du prêt-à-porter.

• **Autres diminutions remarquées** : le développement d'internet et de ses nouveaux services semblent avoir des conséquences sur d'autres activités comme les agences de voyage (-9%, -61 boutiques) dont le nombre est en diminution continue depuis 2005, les vidéos-clubs dont on dénombre aujourd'hui moins de 15 magasins (-59%, -20 magasins entre 2014 et 2017).

### Les activités qui restent stables :

• **Alimentaire « traditionnel »** : Après une baisse continue de leurs effectifs au cours des précédentes enquêtes, les commerces alimentaires traditionnels connaissent une légère augmentation de leur nombre (+1%, +26 établissements). Les bouchers et boulangers diminuent très faiblement (respectivement -12 et -6 boutiques) pendant que les poissonniers progressent pour la première fois depuis 2003 (+4 magasins), que les crémiers/fromagers (+18 établissements) et les primeurs augmentent de façon importante (+22 boutiques).

• **L'hôtellerie de tourisme** : Le nombre d'hôtels est en très faible progression (+23 établissements) mais le parc se transforme pour se développer vers une offre de standing plus élevé. Les hôtels sans étoile, avec 1 ou 2 étoiles sont en constante diminution (-13%, soit -75 établissements), et les hôtels avec 3, 4, 5 étoiles et les palaces sont toujours plus nombreux (+9%, soit +98 établissements supplémentaires).

• **Meuble et petit équipement du foyer** : Le secteur enregistre une quasi stabilité (-2%, -30 magasins) entre 2014 et 2017 après des périodes de baisse d'au moins 10%. Les magasins de meubles (salon, chambre, cuisine, salle de bain) sont en augmentation alors que les boutiques d'équipement du foyer (luminaires, vaisselle) sont en baisse.

• **Equipements de communication (téléphonie, informatique, électroménager)** : Après avoir fortement diminué lors des enquêtes précédentes, le secteur connaît une relative stabilité (-3%, -34 établissements), notamment la téléphonie et la vente de matériel informatique.

# ÉVOLUTION DU COMMERCE PARISIEN



### **Méthodologie de l'enquête**

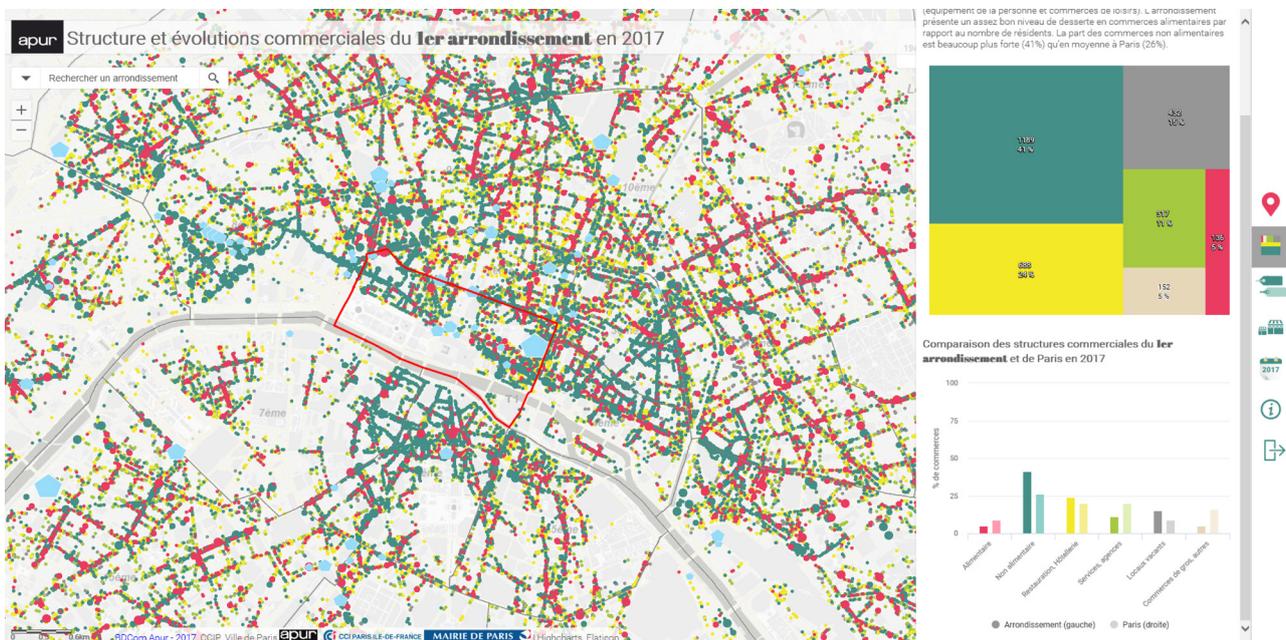
L'enquête BDCOM 2017 a été réalisée de mars à avril 2017. Elle a porté sur l'ensemble des locaux situés au pied des immeubles parisiens, possédant une vitrine sur rue ainsi que ceux situés dans des concentrations commerciales. Afin de réaliser cet exercice, une équipe de 20 enquêteurs a sillonné l'ensemble des voies parisiennes pendant un mois et demi.

Les informations relevées lors de l'enquête font état de la localisation et de la nature du local (commerce, service commercial, commerce de gros, local vacant ou autres), de l'activité exercée en 220 postes, de l'enseigne et de la surface du local (moins de 300 m<sup>2</sup>, 300 à 1 000 m<sup>2</sup>, plus de 1000 m<sup>2</sup>).

L'enquête 2017 prolonge les recensements précédents réalisés selon la même méthodologie en 2000, 2003, 2005, 2007, 2011 et 2014. Ces enquêtes successives permettent de retracer de manière détaillée les évolutions de l'appareil commercial parisien sous la forme d'exploitations statistiques et cartographiques.

**Pour aller plus loin :**  
**Retrouvez des outils innovants et des données en open data sur le site de l'Apur**

3 *datavisualisations* permettent de découvrir de façon dynamique et interactive les résultats 2017 de la BDCOM, en les présentant par arrondissement, par type d'activité et selon des périmètres à façon.



[https://www.apur.org/dataviz/fiches\\_commerciales](https://www.apur.org/dataviz/fiches_commerciales)  
[https://www.apur.org/dataviz/BDCOM\\_evolution](https://www.apur.org/dataviz/BDCOM_evolution)  
[https://www.apur.org/dataviz/bdcom\\_selection](https://www.apur.org/dataviz/bdcom_selection)

CONTACTS PRESSE :

**VILLE DE PARIS** :PERRINE BOITON - [PRESSE@PARIS.FR](mailto:PRESSE@PARIS.FR) / 01 42 76 49 61  
**CCI PARIS** : VIRGINIE NAUD - [VNAUD@CCI-PARIS-IDF.FR](mailto:VNAUD@CCI-PARIS-IDF.FR) / 01 55 65 47 17  
**APUR** : QUENTIN TRETON - [QUENTIN.TRETON@APUR.ORG](mailto:QUENTIN.TRETON@APUR.ORG) / 01 83 97 69 59