

# Situation du commerce à Paris : quelles perspectives après la crise ?

En direct [sur Youtube](#) depuis la CCI Paris

Conférence le 15|06|21



CCI PARIS  
PARIS ILE-DE-FRANCE



## Au programme

- **Résultats de l'enquête sur l'évolution du commerce à Paris** depuis 2017 (BDcom)
- **Evolution de la consommation** à Paris et perspectives
- **Tables rondes** sur la situation actuelle, les tendances qui se dessinent et les enjeux pour l'attractivité de la capitale

### Modérateur



**Philippe Goetzmann,**  
Elu CCI Paris, expert Retail & Consommation





## Ouverture de la conférence



**Dominique Restino,**  
Président de la CCI Paris





## Résultats de l'enquête sur l'évolution du commerce à Paris depuis 2017



**Dominique Alba,**  
Directrice générale  
APUR





# Situation du commerce à Paris

## BDCCom 2020

Matinale CCI Paris

Situation du commerce à Paris : quelles  
perspectives après la crise ?

15 juin 2021

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



ÉTUDE

### L'ÉVOLUTION DES COMMERCES À PARIS

INVENTAIRE DES COMMERCES 2020  
ET ÉVOLUTION 2017-2020

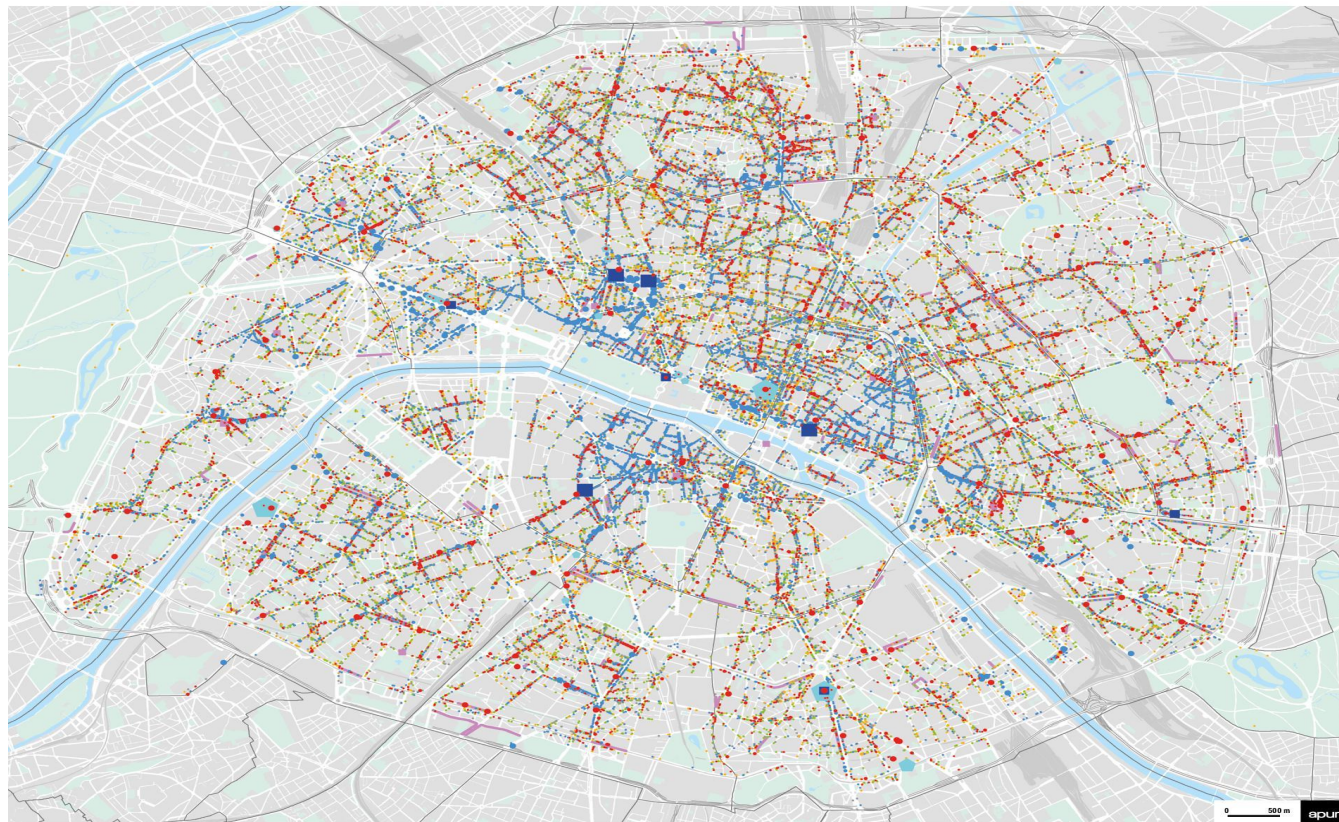
AVRIL 2021

# Une enquête réalisée depuis 20 ans

## En 2020, un contexte particulier, celui de la crise sanitaire

- Un partenariat entre la Ville de Paris, la CCI Paris Ile-de-France et l'Apur.
- Une vision sur le long terme et des données conjoncturelles liées à la crise sanitaire, qui a entraîné la fermeture de trois quarts des commerces pendant les 3 confinements et celles des bars, cafés et restaurants qui sont maintenant fermés depuis bientôt 6 mois.
- Une méthode : le recensement des locaux en rez-de-chaussée ayant une vitrine et un accès depuis l'espace public.
- Une enquête réalisée du 1<sup>er</sup> au 29 octobre 2020, alors que tous les commerces étaient ouverts juste avant le 2<sup>e</sup> confinement.

# 61 540 commerces et services commerciaux à Paris en 2020



| Type de commerce                      |                    |
|---------------------------------------|--------------------|
| <span style="color: red;">■</span>    | Alimentaire        |
| <span style="color: blue;">■</span>   | Non alimentaire    |
| <span style="color: orange;">■</span> | Café, restaurant   |
| <span style="color: green;">■</span>  | Service, agence    |
| <span style="color: grey;">■</span>   | Vacant, en travaux |

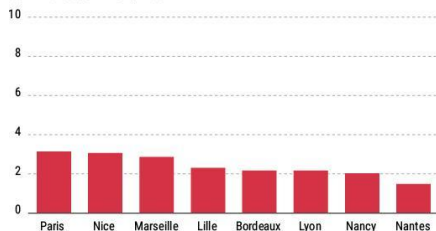
7 682 alimentaires  
19 917 non alimentaires  
15 247 cafés/restos  
16 792 services/agences  
8 764 vacants/travaux  
10 marchés couverts  
73 marchés découverts  
100 concentrations  
commerciales (passages, galeries,  
centres commerciaux)

| Type de marché                          |                    |
|-----------------------------------------|--------------------|
| <span style="color: purple;">■</span>   | Couvert            |
| <span style="color: pink;">■</span>     | Linéaire découvert |
| <span style="color: darkblue;">■</span> | Grand magasin      |
| <span style="color: teal;">■</span>     | Centre commercial  |

# Une densité de commerces par habitants plus élevée à Paris que dans les autres grandes villes françaises

NOMBRE DE COMMERCES POUR 1 000 HABITANTS EN 2019

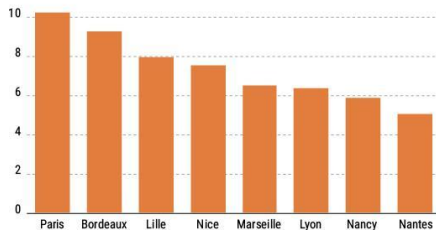
## Commerces alimentaires



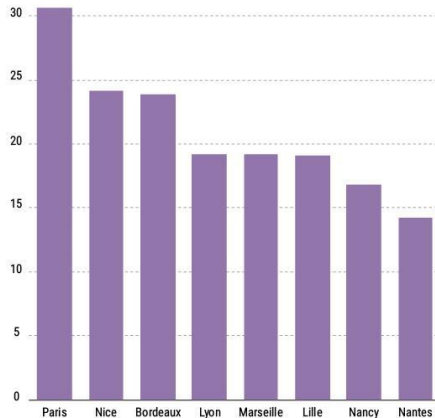
## Commerces non alimentaires



## Restauration



## Total commerces et services commerciaux





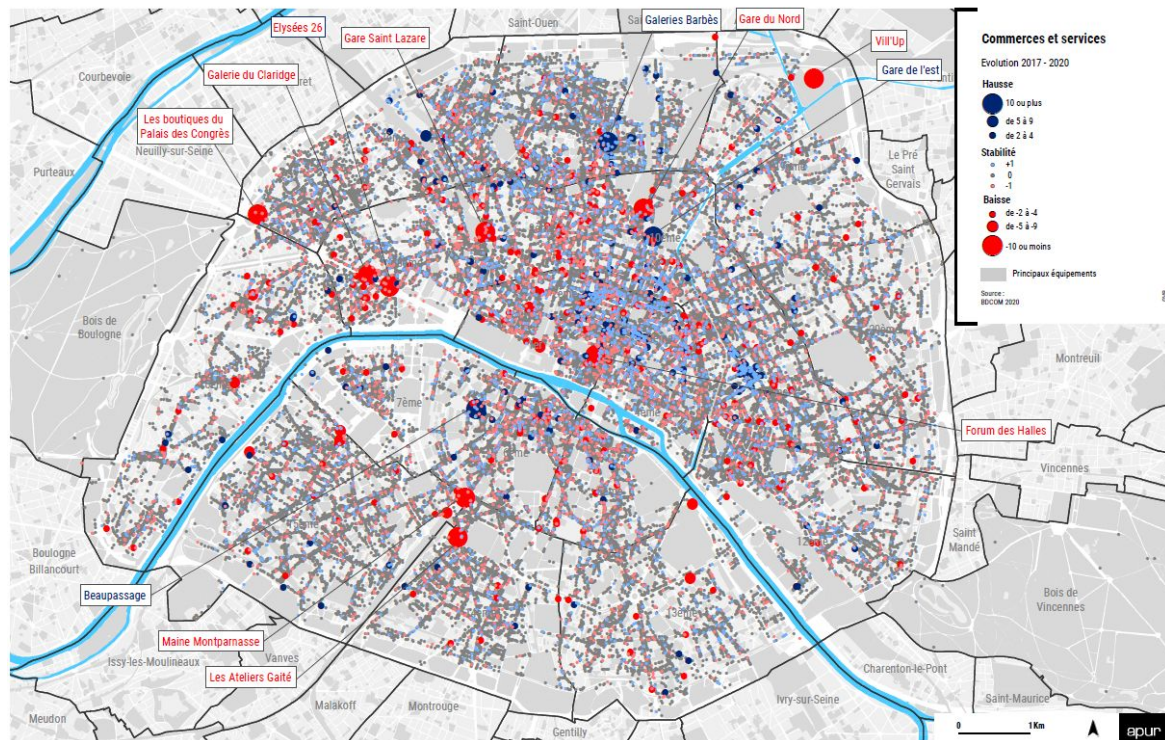
# Une diminution récente du nombre de commerces ouverts



- **83 399 locaux en rez-de-chaussée**, répartis en :
  - 61 541 commerces et services commerciaux comme par ex. les coiffeurs ou les agences bancaires (74%)
  - 13 094 bureaux, activités médicales, commerce de gros (15,5%)
  - 8 764 locaux vacants (10,5%)
- **Après une longue période de stabilité, une légère baisse du nombre de commerces et services commerciaux constatée en 2020 :**  
1 164 établissements en moins alors qu'ils étaient restés stables entre 2014 et 2017  
(+95 unités)
- **Une progression limitée du nombre de locaux vacants :** +911 entre 2017 et 2020
- Une évolution à la hausse des **activités médicales** en RDC (+179 locaux entre 2017 et 2020).
- Et un solde qui correspond à des fusions de cellules commerciales.

# Une forte vitalité commerciale qui se traduit par de nombreuses mutations

EVOLUTION DES COMMERCES ET SERVICES ENTRE 2017 ET 2020

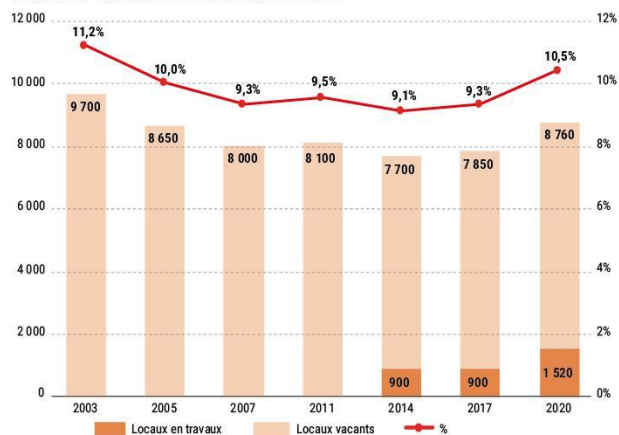


- 16 700 mouvements entre 2017 et 2020 :  
9 800 créations, disparitions, transformations (bureaux...) et 6 900 changements d'activités
- Un taux de rotation des commerces et services de 27% (contre 23% en 2017)
- 39% de rotation dans le prêt-à-porter, 52% pour la restauration rapide assise, 15% pour les boulangeries

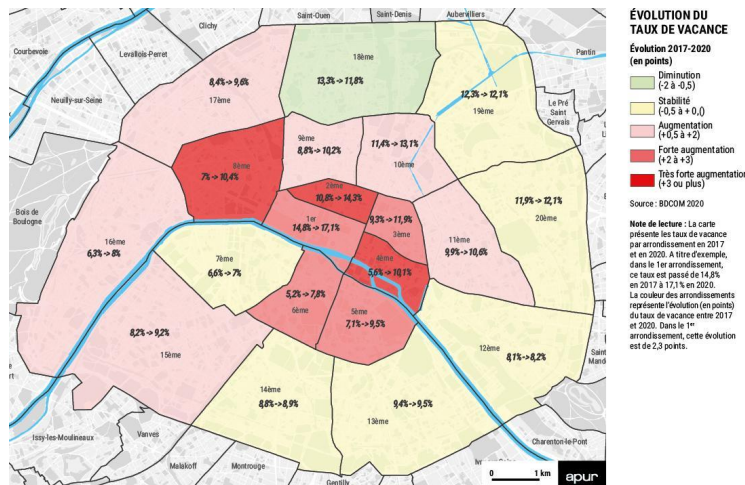
# Une légère augmentation de la vacance commerciale en particulier dans les arrondissements centraux

**8 760 locaux vacants en octobre 2020**, soit 911 locaux vacants supplémentaires par rapport à 2017 et un taux de vacance qui passe de 9,3% à 10,5%.

NOMBRE ET PART DES LOCAUX VACANTS À PARIS



Source : Apur, BDCOM 2020

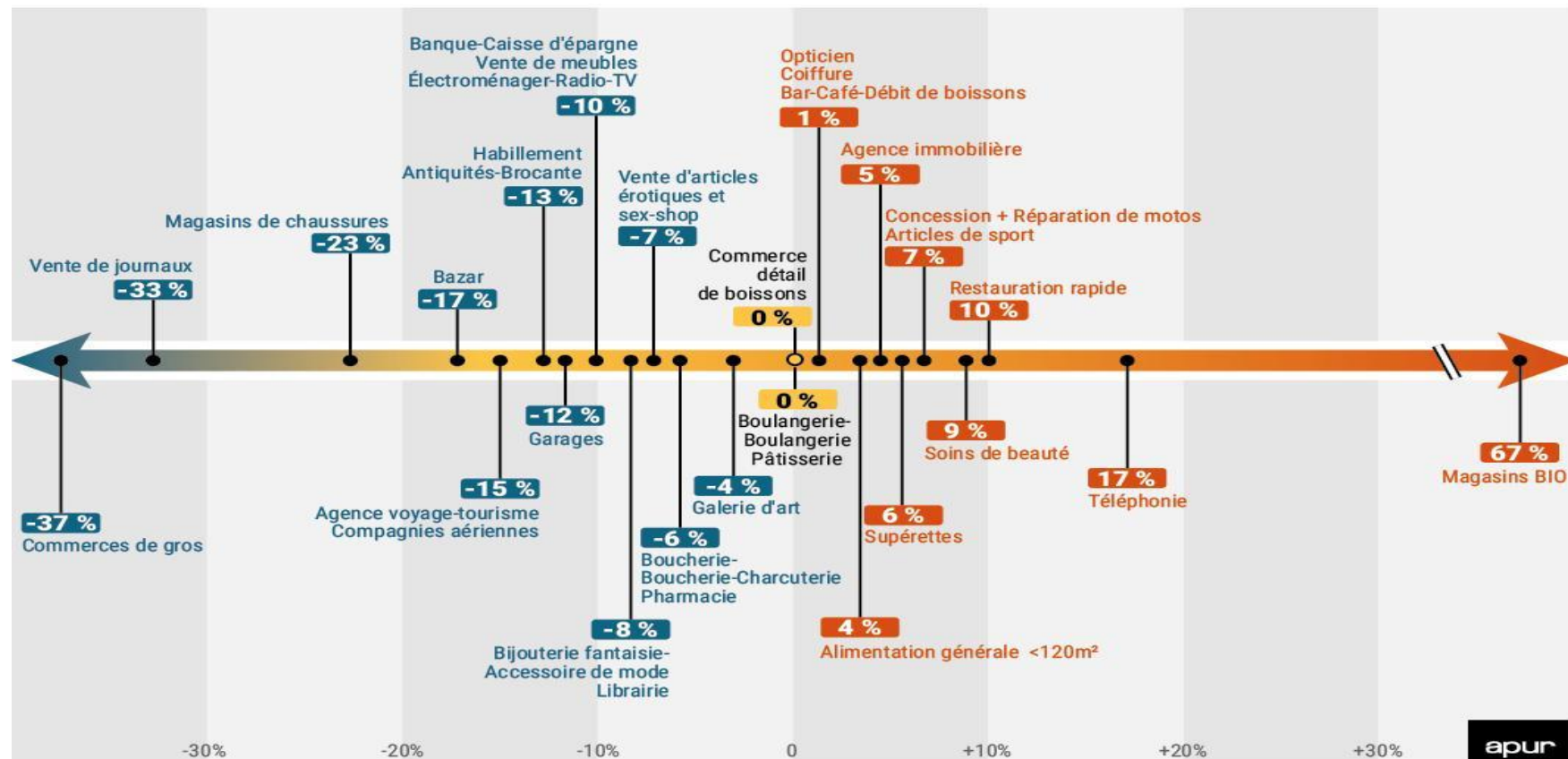


Parmi les 8 760 locaux vacants, 1 520 (17%) étaient en travaux en octobre 2020.

Si l'on ne prend pas en compte ces locaux en travaux, préfigurant une continuité ou une reprise d'activité commerciale à court terme, le taux de vacance passe de 8,3% à 8,7% en 3,5 ans.



## ÉVOLUTION DU COMMERCE PARISIEN DE 2017 À 2020



# Entre 2017 et 2020, la poursuite des évolutions constatées entre 2014 et 2017

## Principales hausses :

- Les commerces « bio » : **+200** commerces (+67%)
- La restauration rapide : **+327** restaurants (+10%)
- Les services de la santé-beauté et du bien-être : **+22** parapharmacies, **+112** ongleries, **+58** parfumeries, **+ 43** instituts de beauté, **+39** salons de massage, **+76** salles de sport spécialisées, **+20** coiffeurs
- La vente, réparation, location de vélos : **+38** commerces (+29%)
- Les activités médicales : **+125** cabinets médicaux et dentaires en RDC (+20%)
- La téléphonie discount : **+96** magasins (+27%)

## Principales baisses :

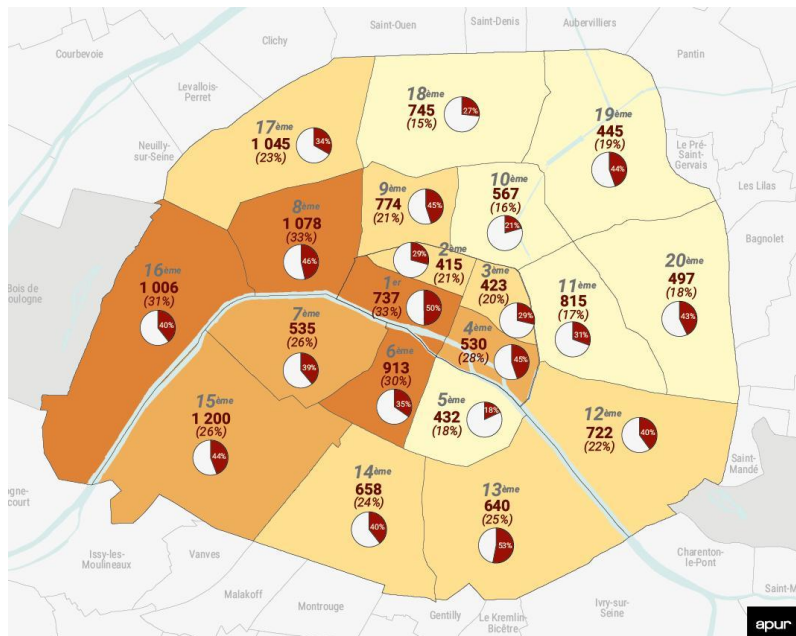
- L'équipement de la personne : **-1 097** commerces (-13%)
- Les agences de voyages : **-98** établissements (-15%)
- Les agences bancaires : **-120** établissements (-10%)
- Les assurances : **-93** établissements (-17%)
- Les commerces de gros : **-583** commerces (-37%)

## Stabilité :

- L'alimentaire traditionnel : bouchers : **-32** (-6%), poissonniers : **-8** (-8%), boulangers : **-3**, crémiers/fromagers : **+19** (+13%), primeurs : **+32** (+9%)
- Les hôtels de tourisme : **-25** établissements avec baisse des sans étoile, 1 ou 2 étoiles (-69 établissements, -13%) et hausse des 3,4,5 étoiles (+44 établissements, +4%).

# Les réseaux commerciaux en perte de vitesse

- 14 000 commerces appartiennent à des réseaux d'enseignes :  
23% des locaux mais 38% des surfaces commerciales.
- La part des réseaux diminue entre 2017 et 2020 : -1 200 établissements, soit -8% en 3,5 ans
- Une baisse qui affecte certains secteurs en particulier, où les réseaux sont très présents : habillement, chaussures, bijouterie.



## LES COMMERCE ET SERVICES COMMERCIAUX EN RÉSEAUX

Part des commerces et services en réseaux,  
dans le total des commerces et services

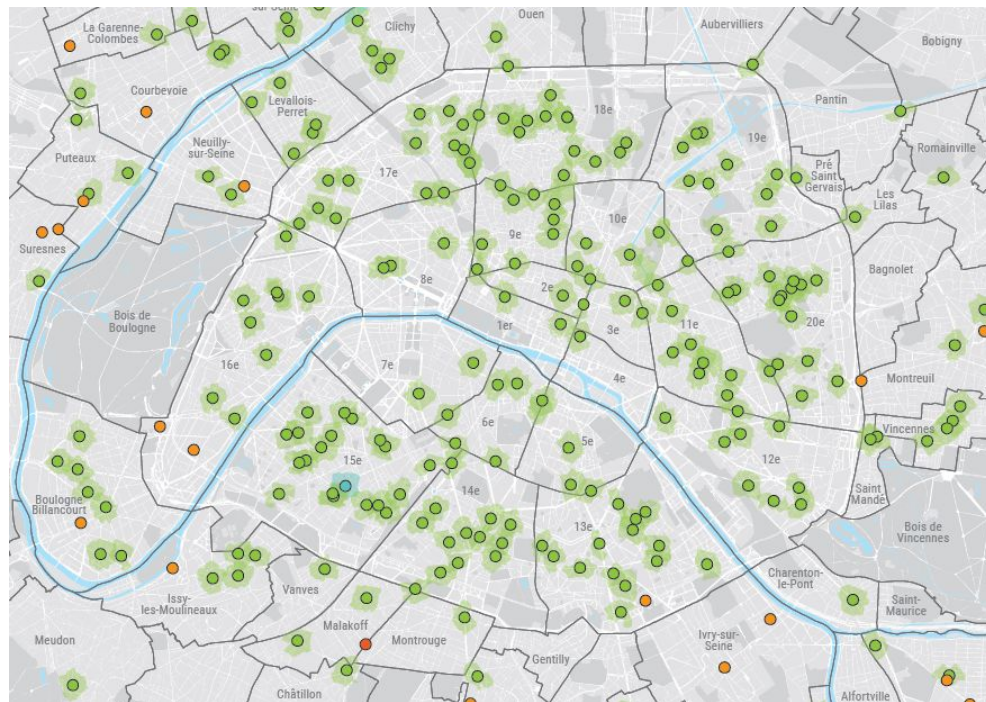


**567** nombre et part  
**(16%)** des commerces en réseaux

 **27%** surface  
commerciale des réseaux

Source: BDCCom - 2020

# Le développement du e-commerce, l'exemple des drives piétons



## Drive piéton, consigne (+ zone d'accessibilité de 300m à pied)

- drive piéton
- consigne privée
- consigne

## Drive voiture

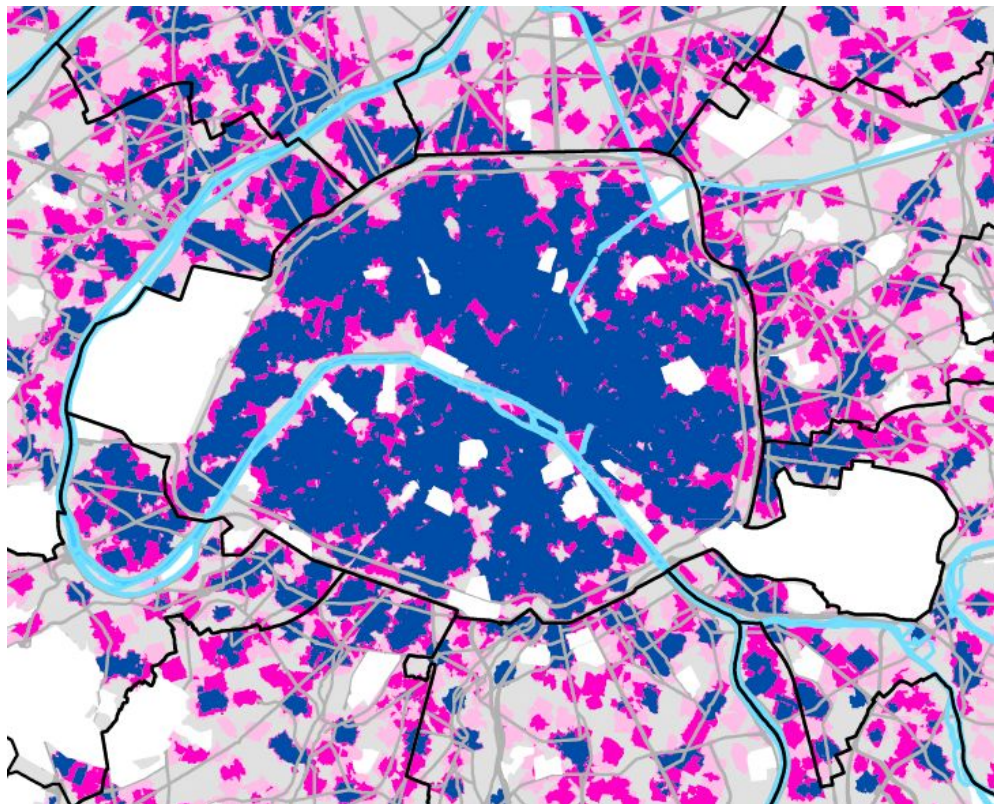
- drive voiture
- drive voiture et consigne

En 2020 :

- 158 drives piétons à Paris
- 306 drives piétons en Ile-de-France



## L'exigence de la ville du quart d'heure



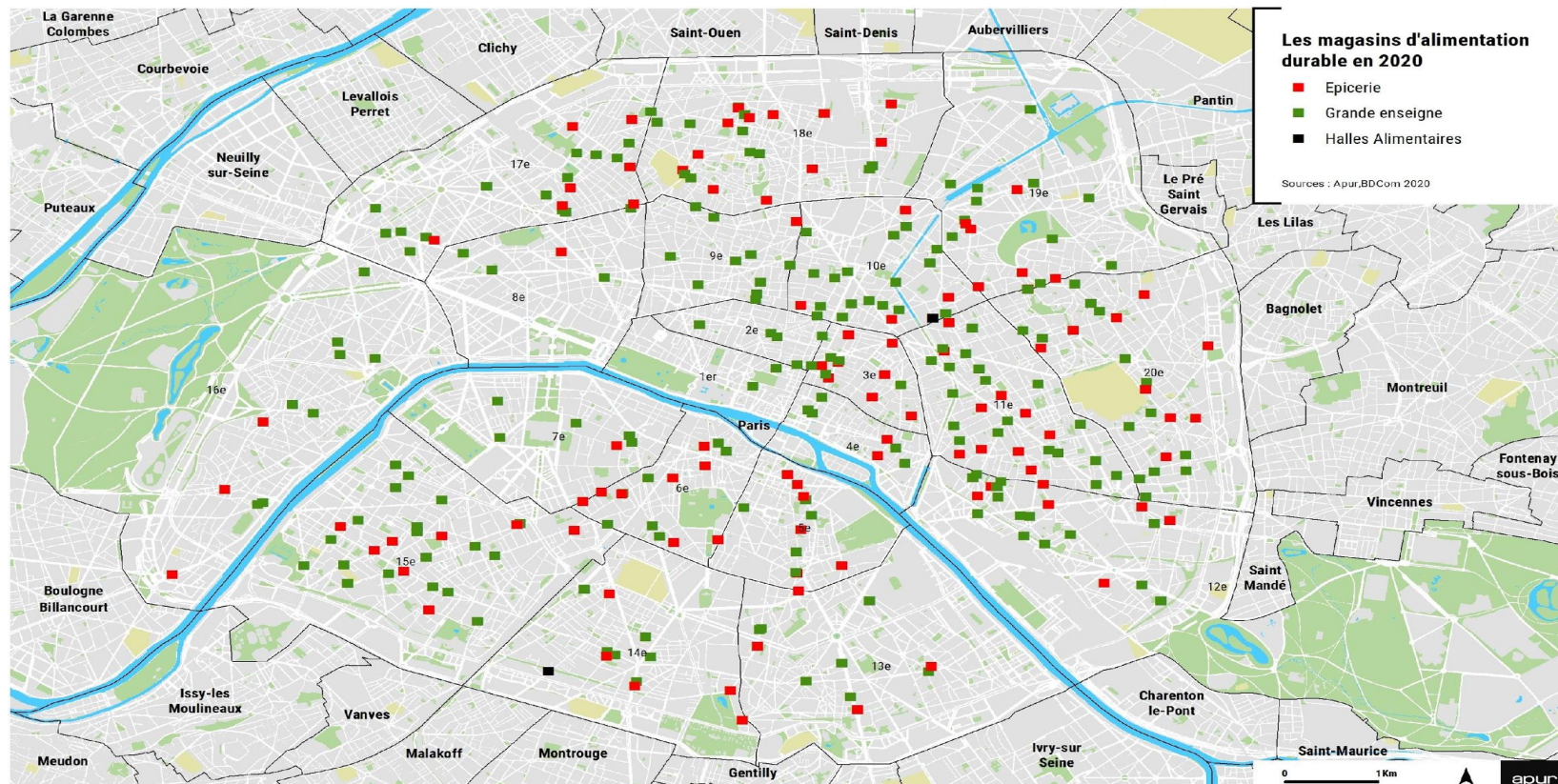
Accès par un trajet de 5 minutes à pied aux 3 principaux commerces du quotidien (boulangerie, pharmacie librairie/marchand de journaux)



80% des Parisiens ont accès aux 3 principaux commerces du quotidien par un trajet de 5 minutes à pied. Dans les autres territoires de la Métropole du Grand Paris, la part de la population ayant accès à ces 3 types de commerces par un trajet de 5 minutes à pied se situe entre 1/5 et 1/3 seulement

# Le choix d'une alimentation saine

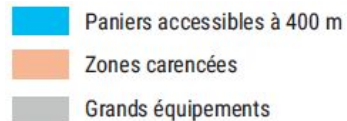
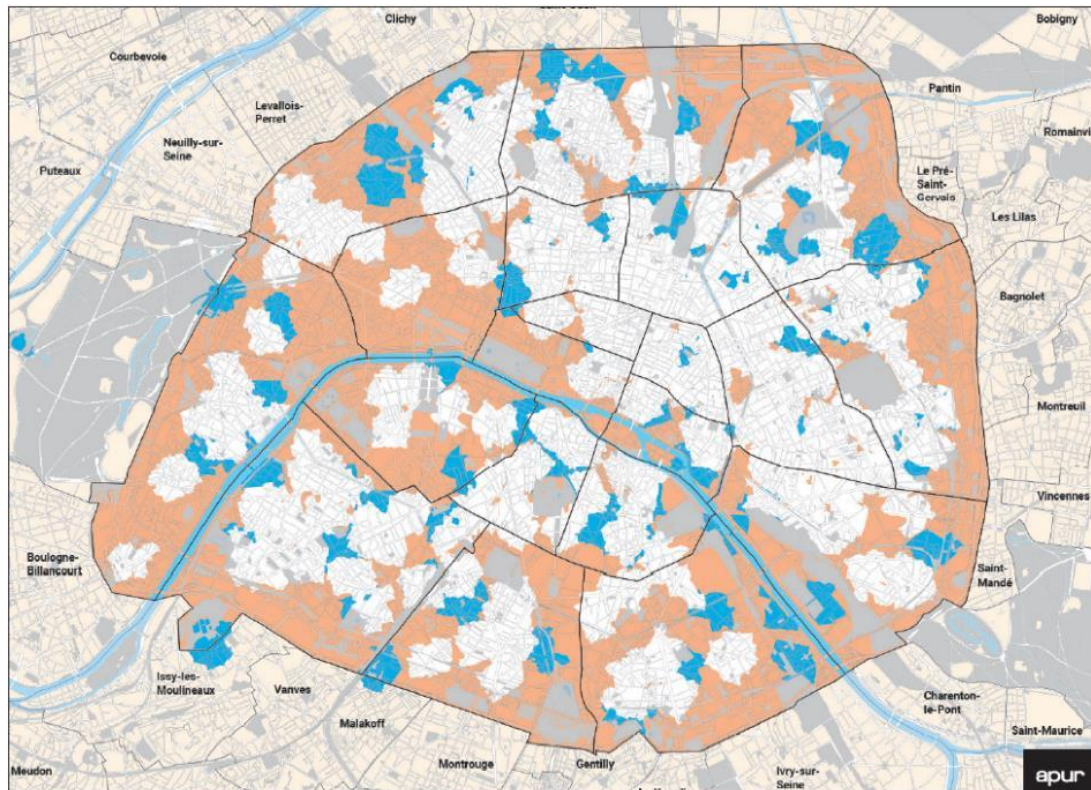
## LES POINTS DE VENTE EN ALIMENTATION DURABLE À PARIS EN 2020





# Le choix d'une alimentation saine

ACCESSIBILITE A 400 M DE L'ENSEMBLE DES POINTS DE VENTE ET MARCHES BIO COMBLEE PAR LES PANIERS EN 2018

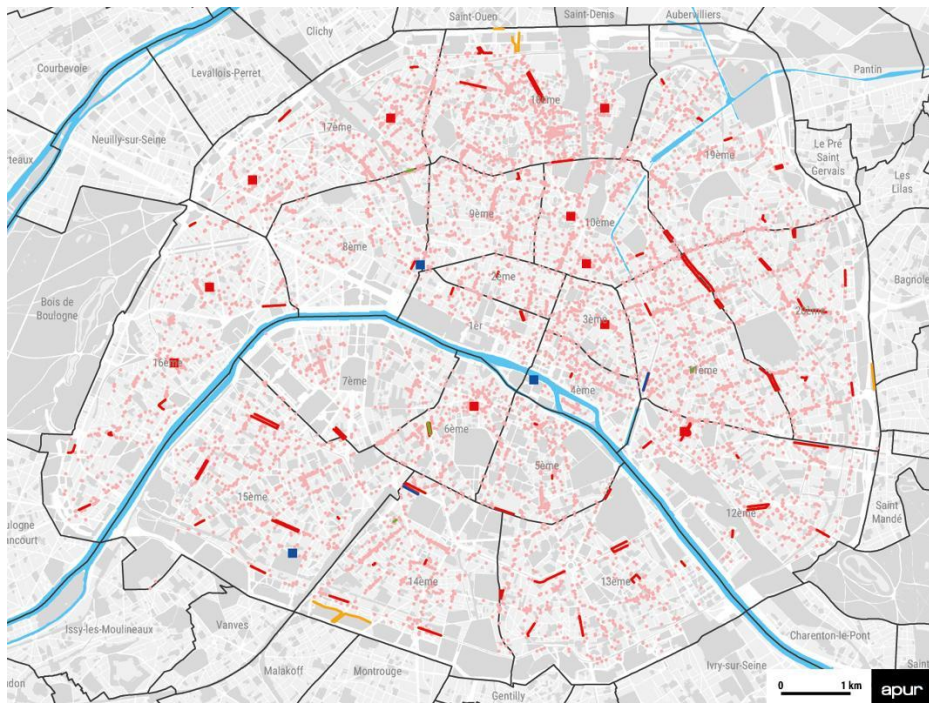


Sources : Apur (2018), BDCOM 2017

**43%** du territoire parisien est à moins de 5 minutes d'un point de vente en alimentation durable (grande enseigne bio, épicerie bio, halle alimentaire)

**53%** en incluant les points de distribution de paniers (Amap et Ruches qui dit oui)

# Le rôle important des marchés dans l'accès à l'alimentation des Parisiens



## MARCHÉS

### Marchés couverts

- Alimentaire (10)
- Non alimentaire (3)

### Marchés découverts

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

### Commerces alimentaires

- Spécialisés et généralistes (7 682)

Source : Ville de Paris, Apur BDCCom - avril 2021

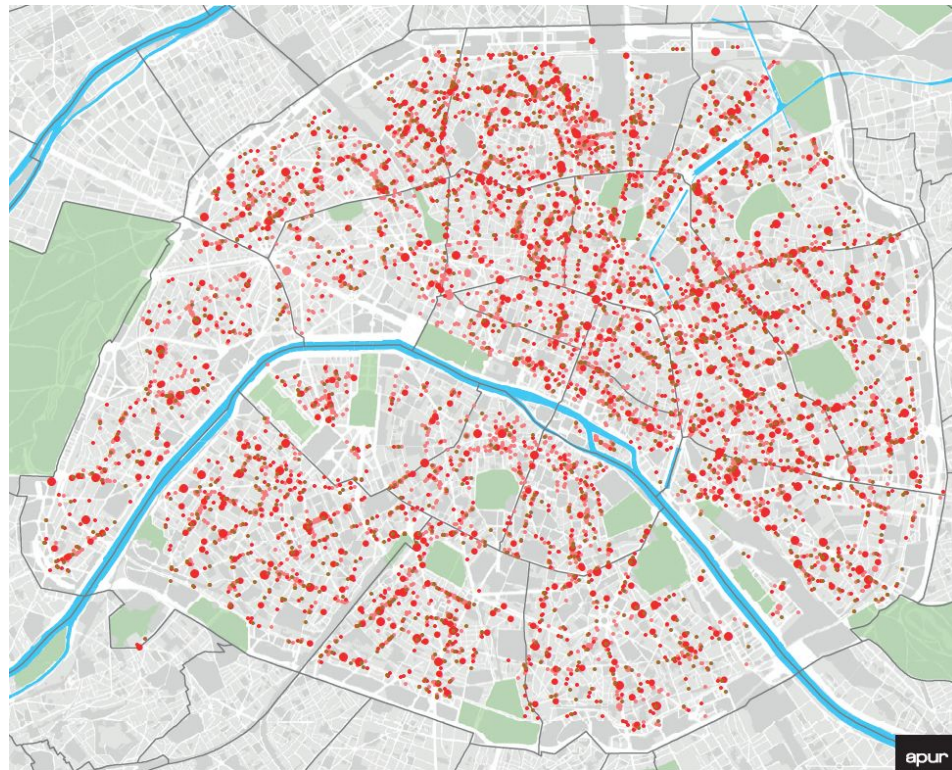
- 73 marchés alimentaires découverts : 2 200 stands (dont 90% alimentaires)
- 10 marchés alimentaires couverts : 230 stands environ



© Apur - François Maitre



# Pendant les confinements, le rôle des « commerces de 1<sup>e</sup> nécessité »



## COMMERCE ALIMENTAIRE

Commerces de 1<sup>re</sup> nécessité, qui peuvent continuer à recevoir du public pendant la crise liée à l'épidémie de Covid-19 \*

- Boulangerie
- Supérette, épicerie de quartier, supermarché
- Autre commerce alimentaire

### Surface

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

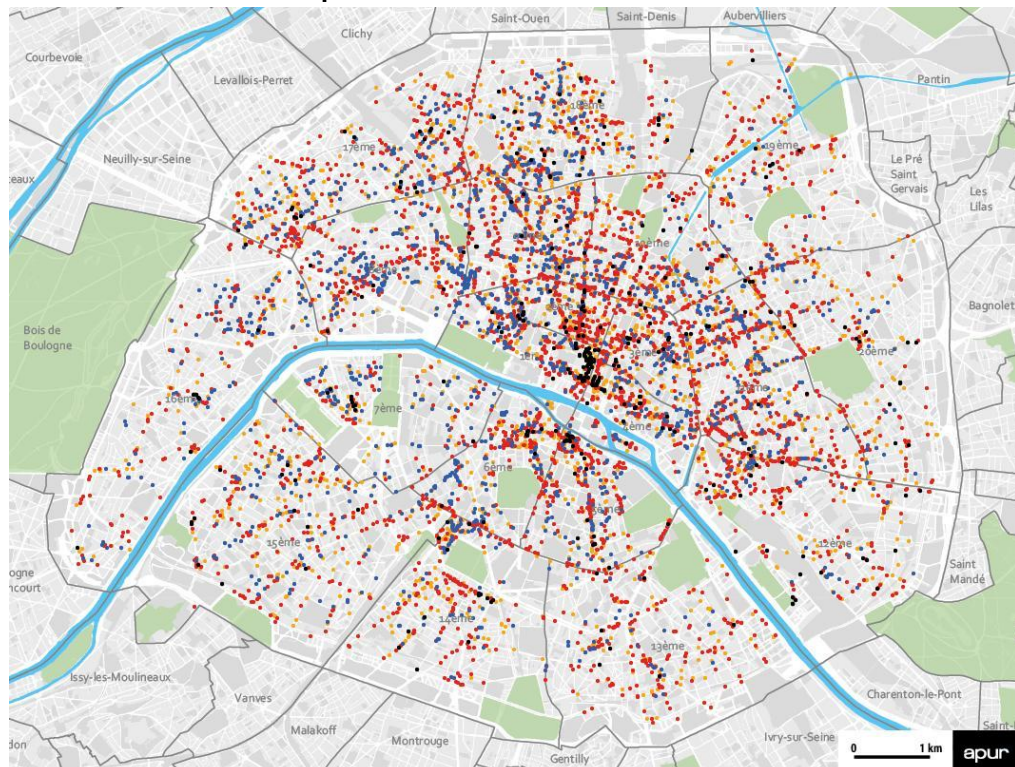
\* Arrêté du 15 mars 2020 complétant l'arrêté du 14 mars 2020 portant diverses mesures relatives à la lutte contre la propagation du virus Covid-19

Source : BDCOM 2017

Seulement 1/4 des commerces autorisés à ouvrir pendant le 1<sup>er</sup> confinement (commerces alimentaires, pharmacies, tabacs, services de laveries et de réparation...



# Avec la crise de la Covid-19, l'autorisation d'installer des terrasses éphémères



## DÉCLARATIONS D'INSTALLATIONS DES TERRASSES SUR L'ESPACE PUBLIC

### Localisation de l'emprise

- Sur chaussée
- Sur place de stationnement
- Sur trottoir
- Mixte

Source : Ville de Paris, DU 2020

## 61 541 commerces et services commerciaux

Une légère baisse du nombre de commerces et services commerciaux entre 2017 et 2020 (-1 164).

## 8 760 locaux vacants (10,5%)

Une progression du nombre de locaux vacants : +911 entre 2017 et 2020.

Parmi les 8 760 locaux vacants, 1520 (17%) étaient en travaux en octobre 2020.

## Principales hausses :

- **Les commerces « bio »** : +200 commerces (+67%)
- **La restauration rapide** : +327 restaurants (+10%)
- **Les services de la santé-beauté et du bien-être** : +22 parapharmacies, +112 ongleries, +58 parfumeries, + 43 instituts de beauté, +39 salons de massage, +76 salles de sport spécialisée, +20 coiffeurs
- **La vente, réparation, location de vélos** : +38 commerces (+29%)
- **Les activités médicales** : +125 cabinets médicaux et dentaires en RDC (+20%)
- **La téléphonie discount** : +96 magasins (+27%)

## Baisses constatées pour :

- **L'équipement de la personne** : -1 097 commerces (-13%)
- **Les agences de voyages** : -98 établissements (-15%)
- **Les agences bancaires** : -120 établissements (-10%)
- **Les assurances** : -93 établissements (-17%)
- **Les commerces de gros** : -583 commerces (-37%)

ÉVOLUTION DU COMMERCE PARISIEN DE 2017 À 2020



### Principales hausses



#### La restauration

**+660** cafés, bars et restaurants, **+4,5%**



#### La santé-beauté et le bien-être

**+44** établissements, **+1,5%**  
(dont +58 parfumeries)



#### Les commerces « bio »

**+200** commerces, **+67%**



#### La vente, réparation, location de vélos

**+38** commerces, **+29%**



### Principales baisses



#### L'équipement de la personne

**-1 097** commerces, **-13%**



#### Les agences de voyages

**-98** établissements, **-15%**



#### Les agences bancaires

**-120** établissements, **-10%**



#### Les assurances

**-93** établissements, **-17%**



#### Les commerces de gros

**-583** commerces, **-37%**



Evolution de la consommation à Paris et perspectives

## Paris : une dynamique commerciale à réinventer



**Emily Mayer,**  
Directrice Business Insights  
IRI



**IRi**  
Growth delivered.





# AGENDA

**1** | **CRISE SANITAIRE : UN IMPACT AMPLIFIÉ ET UNE RÉMISSION PLUS LONGUE À PARIS**

**2** | **DES IMPACTS DIFFÉRENCIÉS SELON LES ZONES DE LA CAPITALE**

**3** | **LES OPPORTUNITÉS POUR LE COMMERCE À PARIS**



# CRISE SANITAIRE : UN IMPACT AMPLIFIÉ ET UNE RÉMISSION PLUS LONGUE À PARIS



# Des dépenses courantes en plus forte baisse à Paris tant à travers les achats non alimentaires que les achats alimentaires.

2020 vs 2019, foyers français

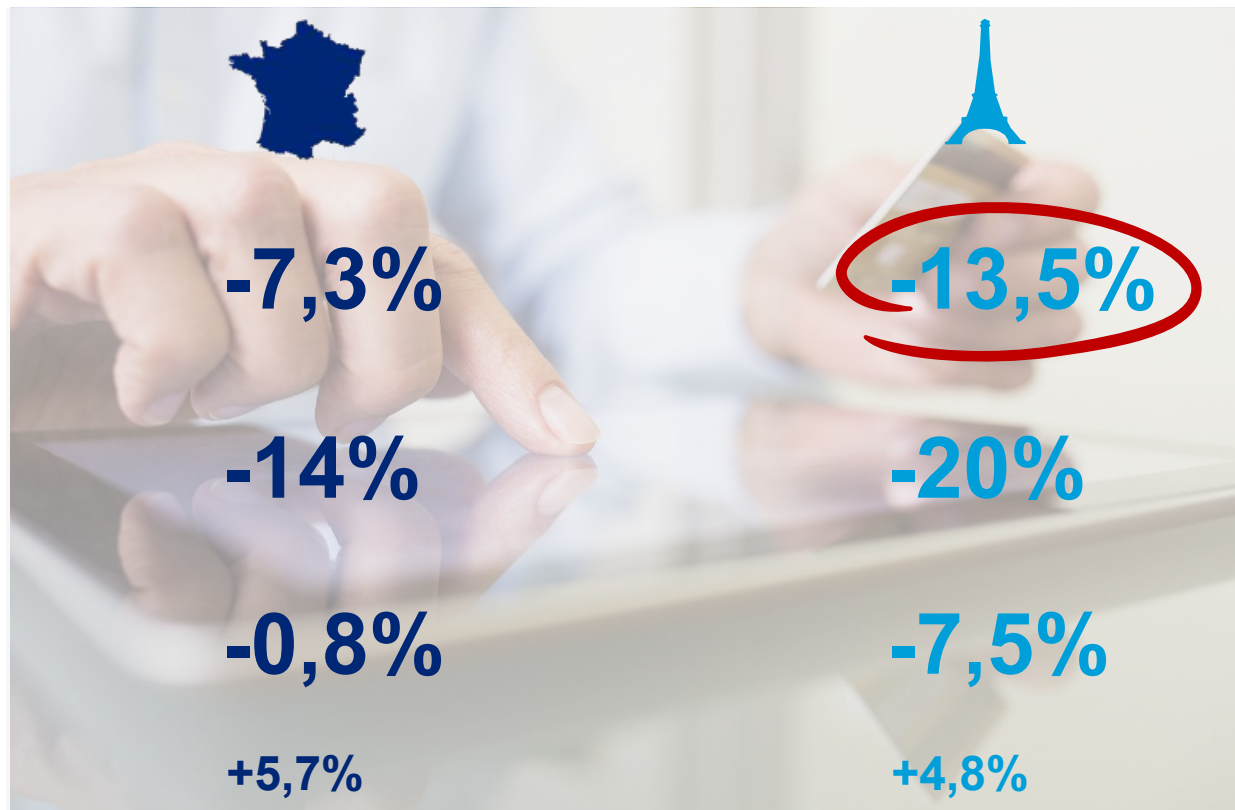
**IRi** 360°

Évol. dépenses courantes

Évol. dépenses non alimentaires

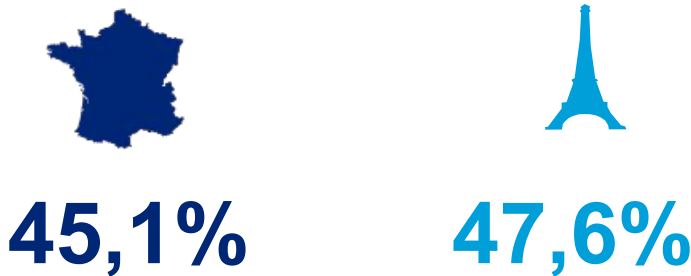
Évol. dépenses alimentaires

Évol. pure players



# Non alimentaire : ce poste de dépense pèse lourd dans le budget des Parisiens et les secteurs les plus touchés sont les plus significatifs dans leurs budgets.

Les dépenses non alimentaires pèsent plus lourd dans le budget des Parisiens qu'en moyenne nationale :



Poids des dépenses non alimentaires dans les dépenses courantes, 2019.

Une structure des dépenses non alimentaires à Paris plus pénalisante qu'en moyenne nationale :



Poids dans les dépenses non alimentaires en 2019.

x% Evol. dépenses 2020 vs 2019 à Paris.



## Alimentaire : le report de la restauration sur les grandes surfaces alimentaires ne s'est pas opéré à Paris.

Les dépenses alimentaires chutent bien plus fortement à Paris (-7,5%) qu'en moyenne nationale (-0,8%).

### RESTAURATION



**9,8%**

**-27%**



**13,7%**

**-30%**

Poids dans les  
dépenses  
courantes (2019)

Evol. 2020

### GRANDES SURFACES ALIM.



**32,4%**

**+5%**



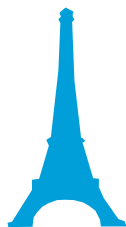
**23,6%**

**-1,3%**

CA PGC alimentaires+vins+produits frais traditionnels

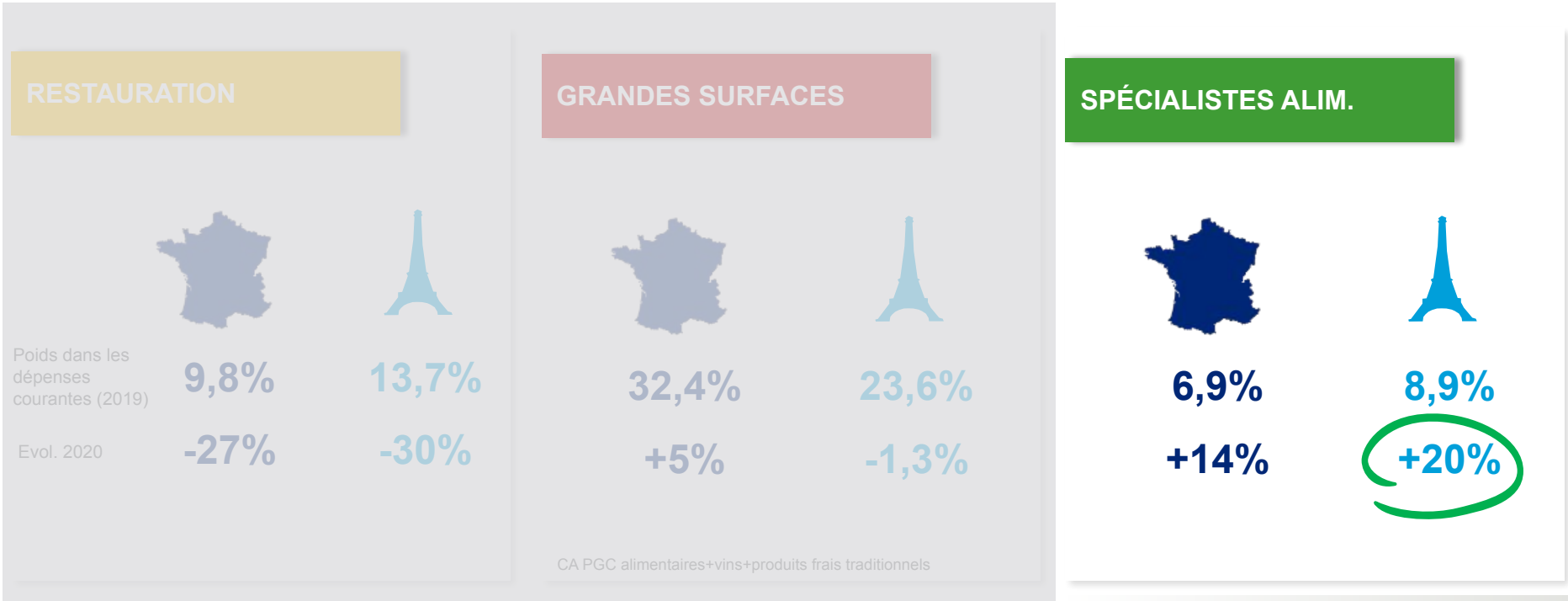
# Grandes surfaces : les formats physiques sont à la peine quand ils progressent en moyenne nationale.

Evol.CA PGC alimentaires + produits frais trad. + vins 2020.



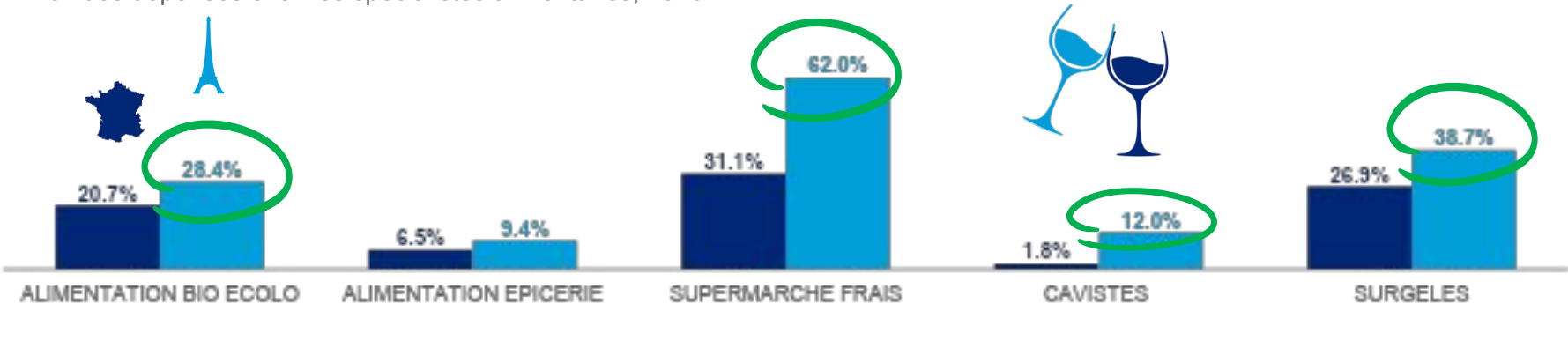
# Seuls les spécialistes alimentaires, puissants à Paris, ont bénéficié du report de la restauration.

Les dépenses alimentaires chutent bien plus fortement à Paris (-7,5%) qu'en moyenne nationale (-0,8%).

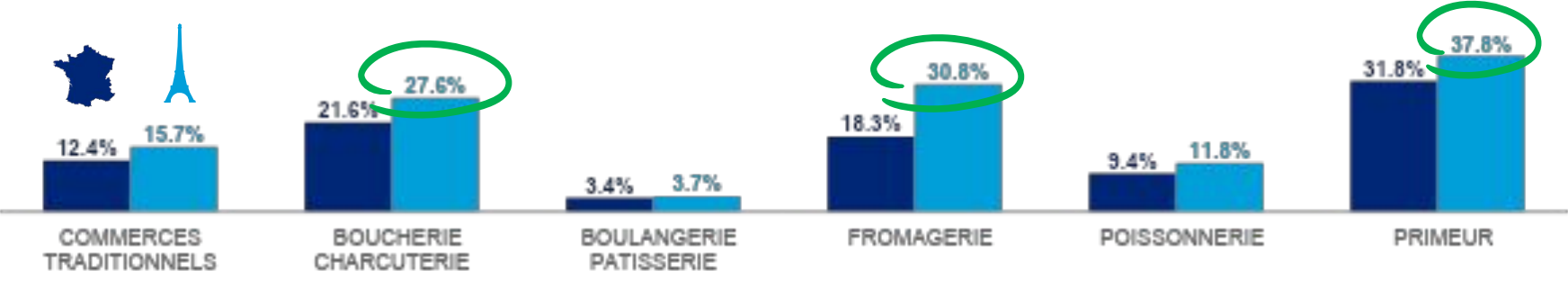


# Les Parisiens ont en effet plus massivement investi dans les commerces alimentaires « de quartier » que la moyenne nationale.

Evol. des dépenses chez les spécialistes alimentaires, 2020.



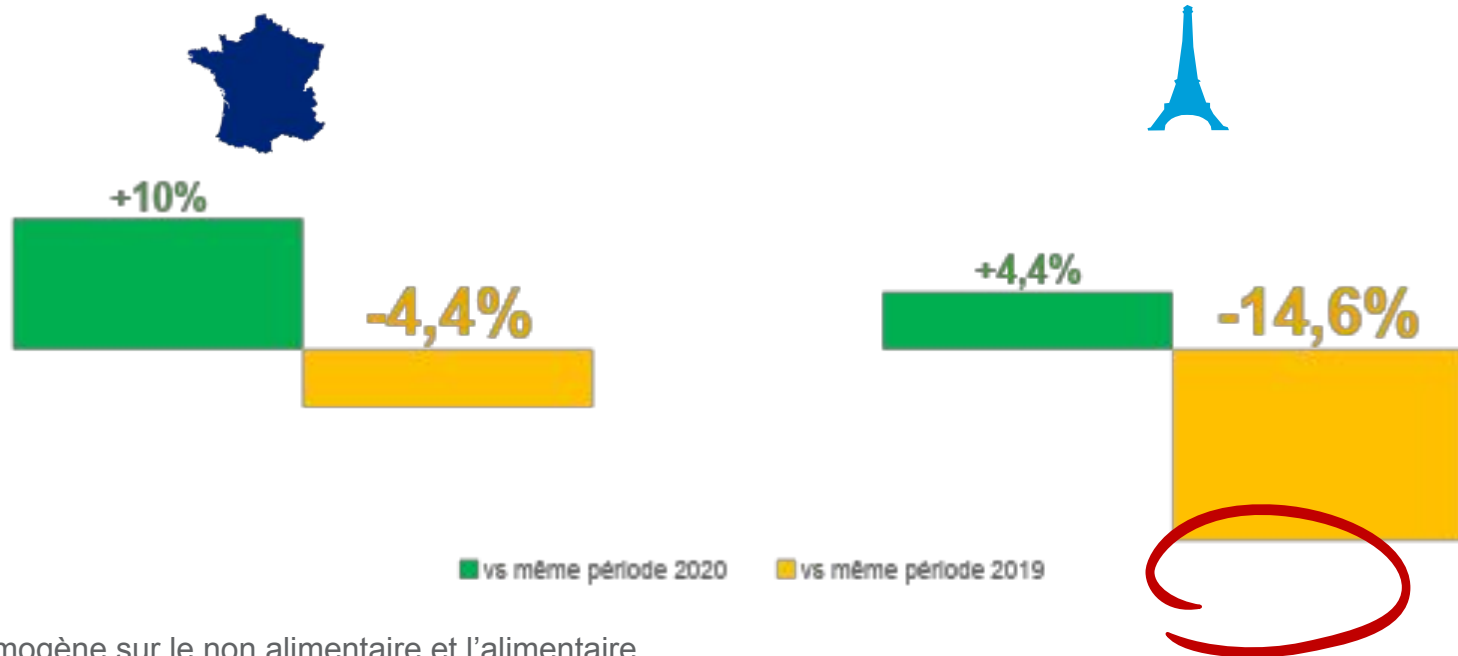
Zoom sur l'évol. des dépenses au sein des commerces traditionnels, 2020.





Un impact plus lourd de la crise sur le commerce parisien, alimentaire comme non alimentaire, et un **retour à la normale** plus difficile que pour le reste du pays.

Evol. des dépenses courantes sur les 4 premiers mois de 2021.

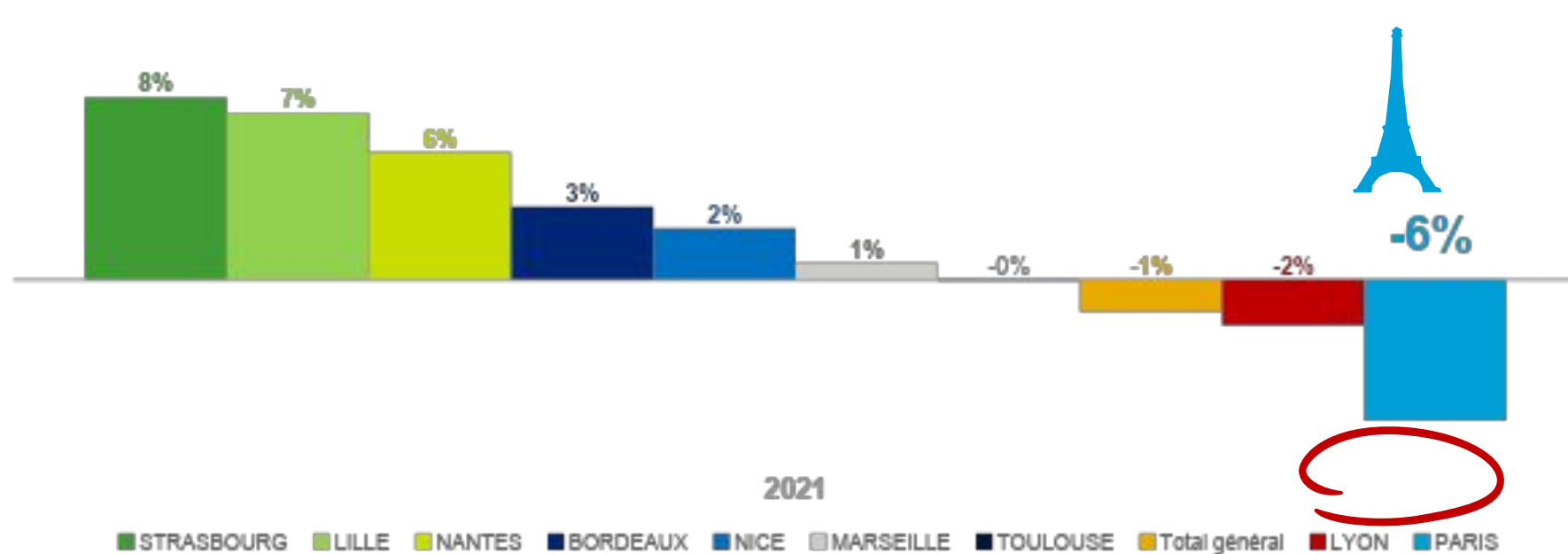


Constat homogène sur le non alimentaire et l'alimentaire.

# Paris connaît le retour à la normale le plus difficile des grandes villes françaises.

Evol. CA tous produits des grandes surfaces alimentaires, grandes villes.

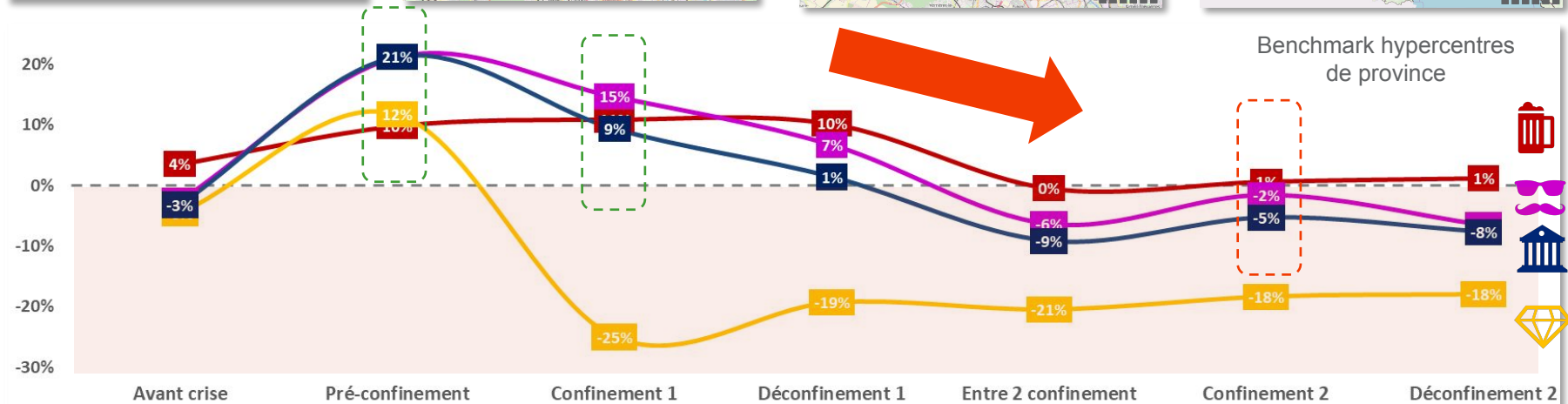
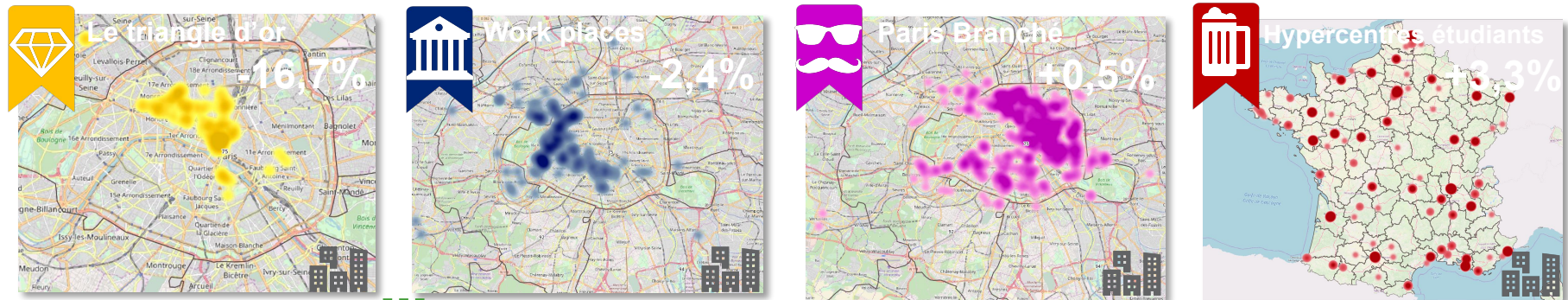
Mars-mai 2021 vs mars-mai 2019.



# DES IMPACTS DIFFÉRENCIÉS SELON LES ZONES DE LA CAPITALE



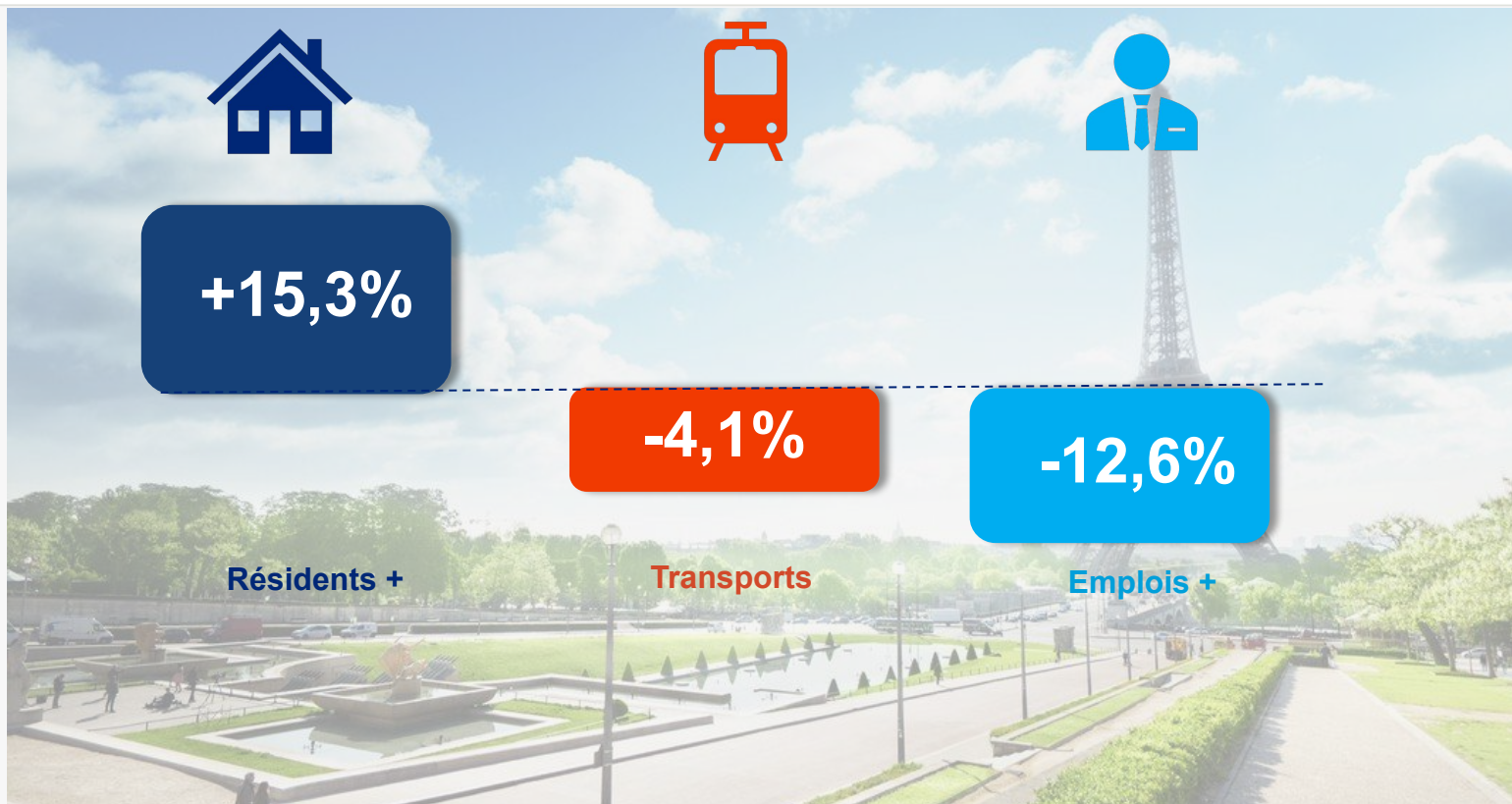
# Le triangle d'or est de loin la zone de Paris la plus en difficulté en 2020. Une dégradation de la situation dans toutes les zones jusqu'à l'été 2020.





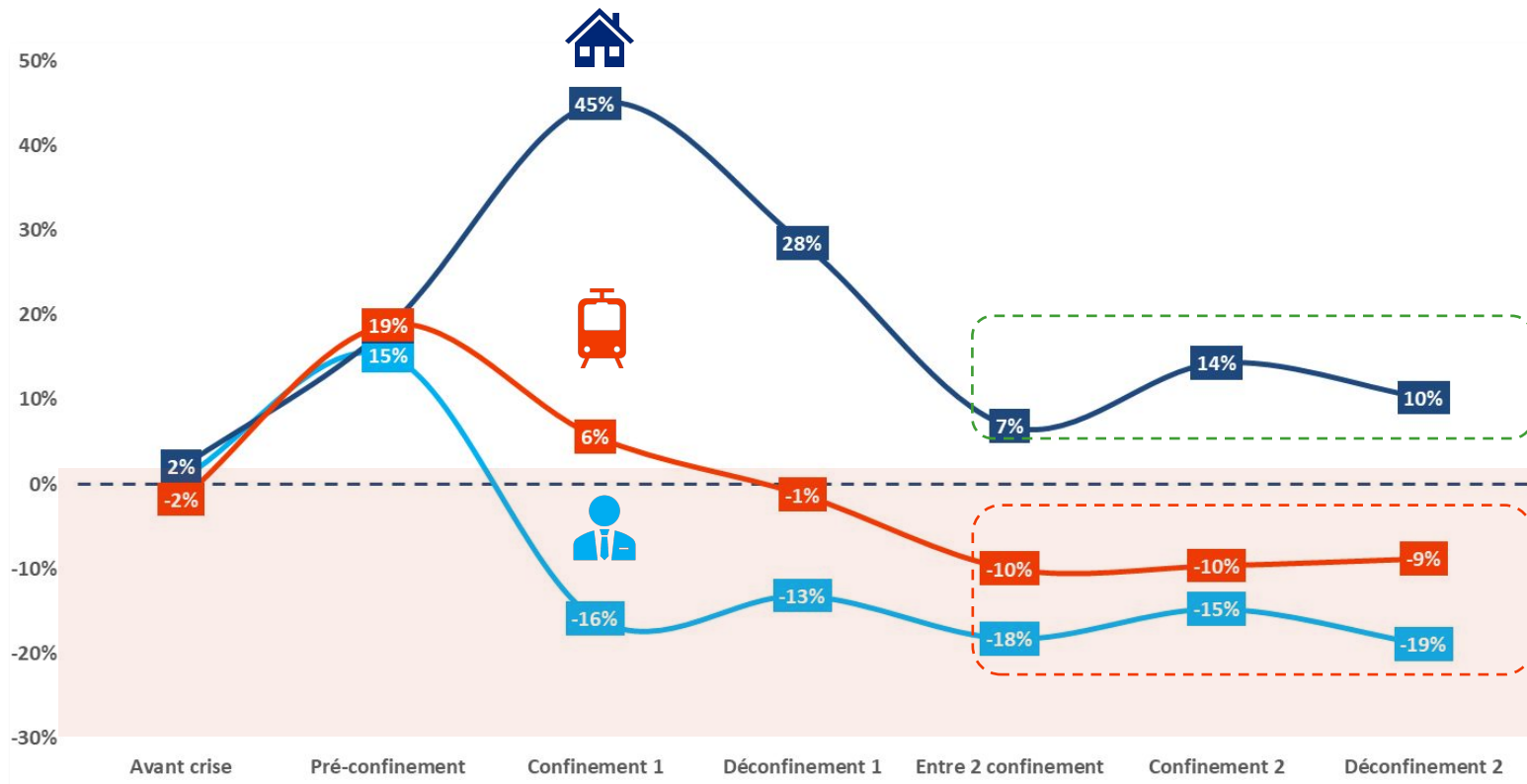
Soulignons néanmoins une belle croissance des ventes en magasins de proximité dans les zones très résidentielles de la capitale.

Evol. CA des produits de grande consommation dans les magasins de proximité en fonction de la dominante du territoire d'implantation, 2020 – Paris/IDF.



## Et cette croissance dans les zones résidentielles s'est maintenue tout au long de l'année 2020.

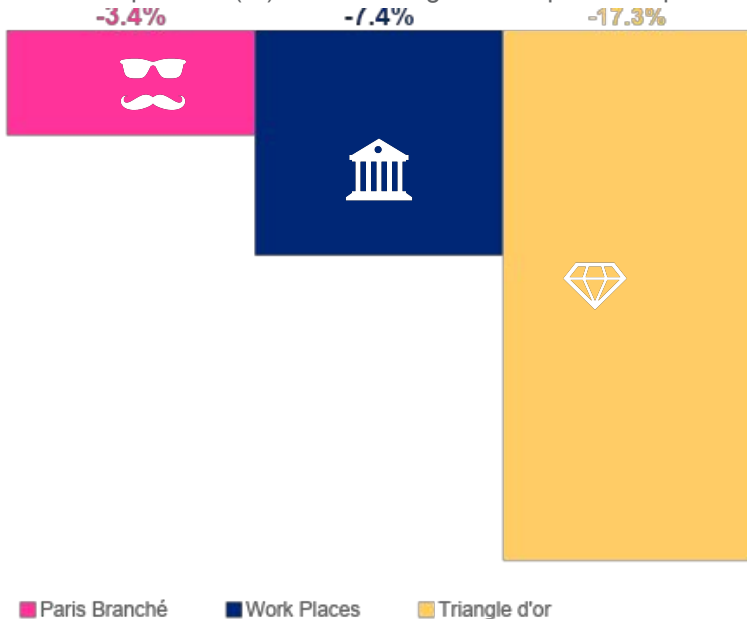
Evol. CA des produits de grande consommation dans les magasins de proximité en fonction de la dominante du territoire d'implantation, 2020 par séquence de la crise – Paris/IDF.



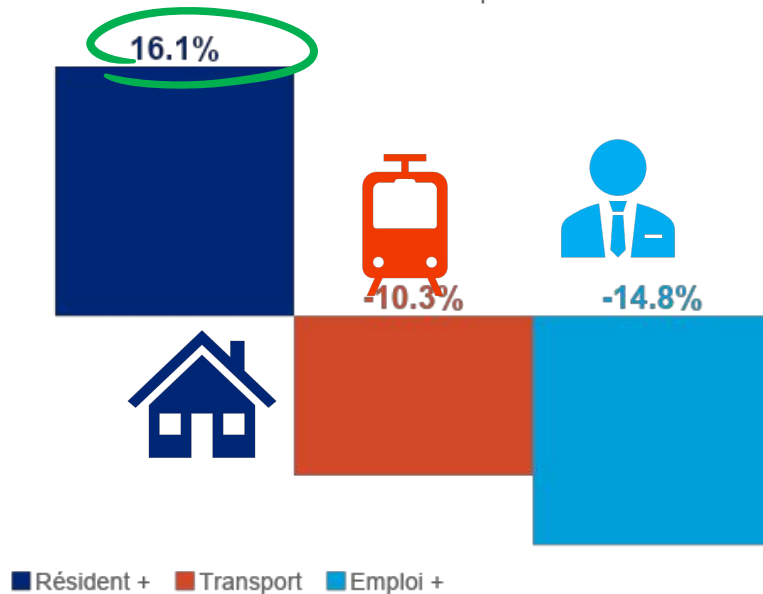
# Retour à la normale : les magasins du Paris Branché « recollent » presque à leur niveau de ventes de 2019. Ceux des zones très résidentielles sont en forte progression.

Mars-mai 2021 vs mars-mai 2019

Evol. CA tous produits (%) dans les magasins de proximité parisiens.



Evol. CA tous produits (%) dans les magasins de proximité parisiens en fonction de la dominante du territoire d'implantation.



# LES OPPORTUNITÉS POUR LE COMMERCE À PARIS

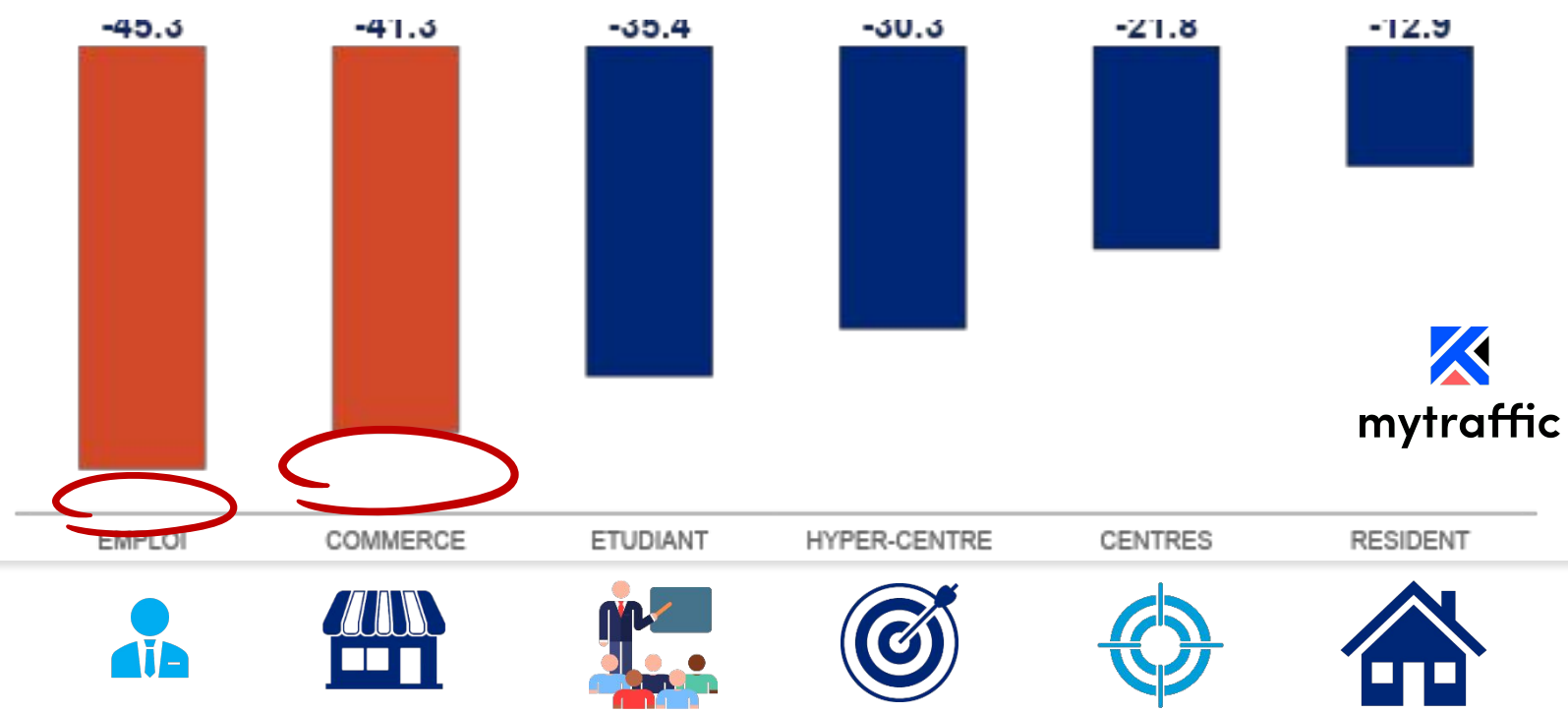


**mytraffic**



# Près de la moitié des « flux » perdue dans les zones d'emplois et de commerce en 2020.

Evolution du trafic individus par zone de vie Paris, 2020 vs 2019.



1<sup>er</sup>, 4<sup>ème</sup>, 6<sup>ème</sup> et 2<sup>ème</sup> sont les arrondissements qui ont perdu le plus de flux de population l'année dernière par rapport à 2019.

Evolution du trafic individus par arrondissement parisien, 2020 vs 2019.



mytraffic

# Différentes actions à mener pour recréer des flux, à adapter selon les zones :

Multiplier les points de contacts sur les créneaux « porteurs ».

- Seconde main / Occasion / Location / Réparation
- Local / Mieux consommer / Vrac
- Equipement de la maison
- Mobilité « douce »
- Magasin de démonstration (pour achat online)
- Magasin de « retrait » (click&collect)



PENETRATION AU BOUT DU CHAMP, PARIS (75)



PANIER MOYEN 2020  
**14€90**

IRI<sup>360°</sup>

## Alinéa arrive dans Paris le 9 juin

MAGALI PICARD | ENTREPRISES, DISTRIBUTEURS, AUCHAN

PUBLIÉ LE 26/05/2021



TWITTER



FACEBOOK



LINKEDIN



EMAIL



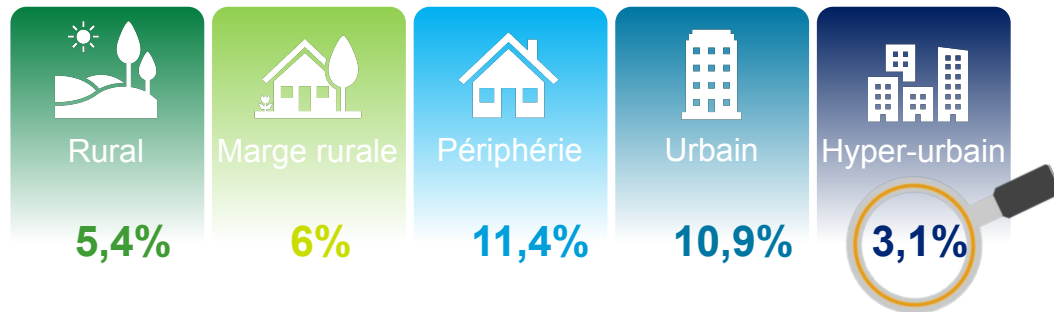
IMPRIMER

Neuf mois après sa mise en redressement judiciaire et la fermeture de deux tiers du réseau, Alinéa réapparaît...rue de Rennes, au 45 précisément, sur 450 m². Un nouveau format donc pour son entrée dans la capitale. Quelques images en avant-première.



# E-commerce alimentaire : un potentiel très important dans les grandes villes françaises et à Paris.

Poids CA du E-commerce GSA dans le total produits de grande consommation selon le type de territoire, 2020



Nouveaux opérateurs livraison rapide : des ambitions très fortes sur le territoire français.

|                                                                                                     | Dépenses | Evol. Dépenses<br>vs A-1 | Pénétration | Fréquence de<br>transaction | Panier Moyen |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------|-------------|-----------------------------|--------------|
| <br><b>FRICHTI</b> | 20M€     | +11%                     | 5,2%        | 10,6                        | 20€80        |

12 mois glissants arrêtés à avril 2021, Paris



## Différentes actions à mener pour recréer des flux, à adapter selon les zones :

### Multiplier les points de contacts sur les créneaux « porteurs ».

- Seconde main / Occasion / Location / Réparation
- Local / Mieux consommer / Vrac
- Equipement de la maison
- Mobilité « douce »
- Magasin de démonstration (pour achat online)
- Magasin de « retrait » (click&collect)

### Capitaliser sur le « réinvestissement » des Parisiens dans leur vie de quartier.

- Rapprocher les commerces des lieux d'habitation
- Commerces de bouche
- Solutions repas

### Adapter la proposition commerciale dans les zones d'emplois

- Offre de snacking / restauration en attente avec les aspirations renforcées par la crise (origine/santé) / Incitation aux achats pour le repas du soir
- Investir sur les « moments » conviviaux au bureau
- Offre de service aux entreprises

### Faire venir pour un autre motif que le travail. (Re)donner l'envie de Paris.



- Pop up stores : créer l'évènement
- Magasins expérientiels
- Concepts hybrides



## Table ronde :

## Échanges sur les résultats de l'enquête sur l'équipement commercial en 2020





## Intervenants



**Dominique Anract,**  
Président de la  
Confédération Nationale de  
la Boulangerie et de la  
Boulangerie-Pâtisserie  
française



**Pascal Mousset,**  
Président Ile-de-France  
du GNI Synhorcat



**Yohann Petiot,**  
Directeur général de l'Alliance  
du Commerce



## Table ronde :

## Comment envisager le commerce parisien en 2024 ?







## Intervenants



**Frédéric Chouzenoux,**  
Directeur du développement  
et de la commercialisation,  
StatioNord



**Olivier Louis,**  
Directeur régional Ile-de-France  
Auchan



**Pierre-François Le Louët,**  
Président de la Fédération  
Française du Prêt-à-porter  
Féminin



**Melvina Sarfati El Grably,**  
Directrice générale  
Deliveroo France

# Merci pour votre attention !

Conférence à retrouver en replay sur YouTube

Tout savoir sur votre CCI

**[www.cci75.fr](http://www.cci75.fr)**



**01 55 65 44 44**

Prix d'un  
appel local

Du lundi au vendredi de 9H00 à 17H30

Suivez-nous sur



CCI Paris



@CCI\_75



CCI Paris



**CCI PARIS**  
PARIS ILE-DE-FRANCE



# Situation du commerce à Paris : quelles perspectives après la crise ?

Conférence le 15|06|21



CCI PARIS  
PARIS ILE-DE-FRANCE