



---

# Réunion Publique – 11.01.2024

## Les commerces à Paris Centre en 2023

En présence d'**Ariel Weil**, Maire de Paris Centre, **Nicolas Bonnet-Oulaldj**, Adjoint à la Maire de Paris en charge de toutes les questions relatives au commerce, à l'artisanat, aux professions libérales, aux métiers d'art et à la mode, et **Dorine Bregman**, Adjointe au Maire de Paris Centre en charge de la propreté de l'espace public, des commerces et de l'artisanat de proximité, de la vitalité économique et du tourisme.

# Ordre du jour :

- **INTRODUCTION**

**Ariel Weil**, Maire de Paris Centre

**Nicolas Bonnet-Oulaldj**, Adjoint à la Maire de Paris en charge de toutes les questions relatives au commerce, à l'artisanat, aux professions libérales, aux métiers d'art et à la mode

**Dorine Bregman**, Adjointe au Maire de Paris Centre en charge de la propreté de l'espace public, des commerces et de l'artisanat de proximité, de la vitalité économique et du tourisme

- **PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE 2023 MENÉE PAR L'ATELIER PARISIEN D'URBANISME (APUR) SUR LES COMMERCES PARISIENS ET DE PARIS CENTRE**

**Alexandre Labasse**, Directeur Général de l'APUR

**François Mohrt**, Urbaniste à l'APUR

- **PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE 2023 COMMANDÉE PAR LA MAIRIE DE PARIS CENTRE AU CABINET JLL, PORTANT SUR LE TISSU COMMERCIAL DE LA RUE DE RIVOLI**

**Cédric Ducarrouge**, Directeur Transactions Retail France JLL

**Faustine Zgheib – Le Bourg**, Directrice de projets Conseil France JLL

- **QUESTIONS/RÉPONSES**



# INTRODUCTION

**Ariel Weil**, Maire de Paris Centre

**Nicolas Bonnet-Oulaldj**, Adjoint à la Maire de Paris en charge de toutes les questions relatives au commerce, à l'artisanat, aux professions libérales, aux métiers d'art et à la mode

**Dorine Bregman**, Adjointe au Maire de Paris Centre en charge de la propreté de l'espace public, des commerces et de l'artisanat de proximité, de la vitalité économique et du tourisme



# ETUDE APUR 2023

**Alexandre Labasse**, Directeur Général de l'APUR

**François Mohrt**, Urbaniste à l'APUR

apur

# Les commerces en 2023 à Paris et à Paris Centre

Etat des lieux, évolutions, perspectives

Réunion publique à la mairie de Paris Centre 11 janvier 2024



## Une enquête réalisée depuis 23 ans

- Un partenariat entre la Ville de Paris (DAE), la CCI Paris Ile-de-France et l'Apur acté par une convention triennale 2022-2023-2024
- Une vision de long terme sur le commerce parisien
- La méthode : un recensement fait à pied par 15 enquêteurs de tous les locaux en rez-de-chaussée ayant une vitrine et un accès depuis l'espace public sur les 1 900 km de rues, boulevards, avenues de Paris



ATELIER PARISIEN D'URBANISME

apur.org

## 60 846 commerces et services commerciaux à Paris en avril 2023



Rue des Rosiers

Apur, François Mohrt

- 83 154 locaux en rez-de-chaussée (11 193 à Paris Centre) :
  - 60 846 commerces et services commerciaux (73,2%) / 8 157 dans Paris Centre (73%)
  - 13 249 bureaux, activités médicales, commerce de gros (15,9%) / 1 677 dans Paris Centre (15%)
  - 9 059 locaux vacants (10,9%) / 1 359 dans Paris Centre (12,1%)
- Une légère baisse du nombre de commerces et services commerciaux entre 2020 et 2023 (-842 magasins, soit -1,4%) après 3 années particulièrement difficiles. Ce résultat prolonge une tendance de long terme : -1 119 magasins, soit -1,8% entre 2017 et 2020 et -1 926 établissements, soit -3,1% en 20 ans.
- A Paris Centre, les résultats 2020-23 montrent une stabilité du nombre de commerces, avec +8 établissements contre -125 entre 2017 et 2020 (-1,5%) mais la tendance de long terme est à l'augmentation (+434, soit +5,6% dans Paris Centre en 20 ans).
- Une augmentation du nombre de locaux vacants à Paris et une stabilité de la vacance à Paris Centre : + 512 locaux vacants à Paris entre 2020 et 2023 (taux : 10,2% en 2020 et 10,9% en 2023) dont + 16 locaux à Paris Centre (12,0% en 2020 et 12,1% en 2023)

## Une densité de commerces élevée

28 commerces pour 1 000 habitants / 82 à Paris Centre

### ÉQUIPEMENT COMMERCIAL 2023

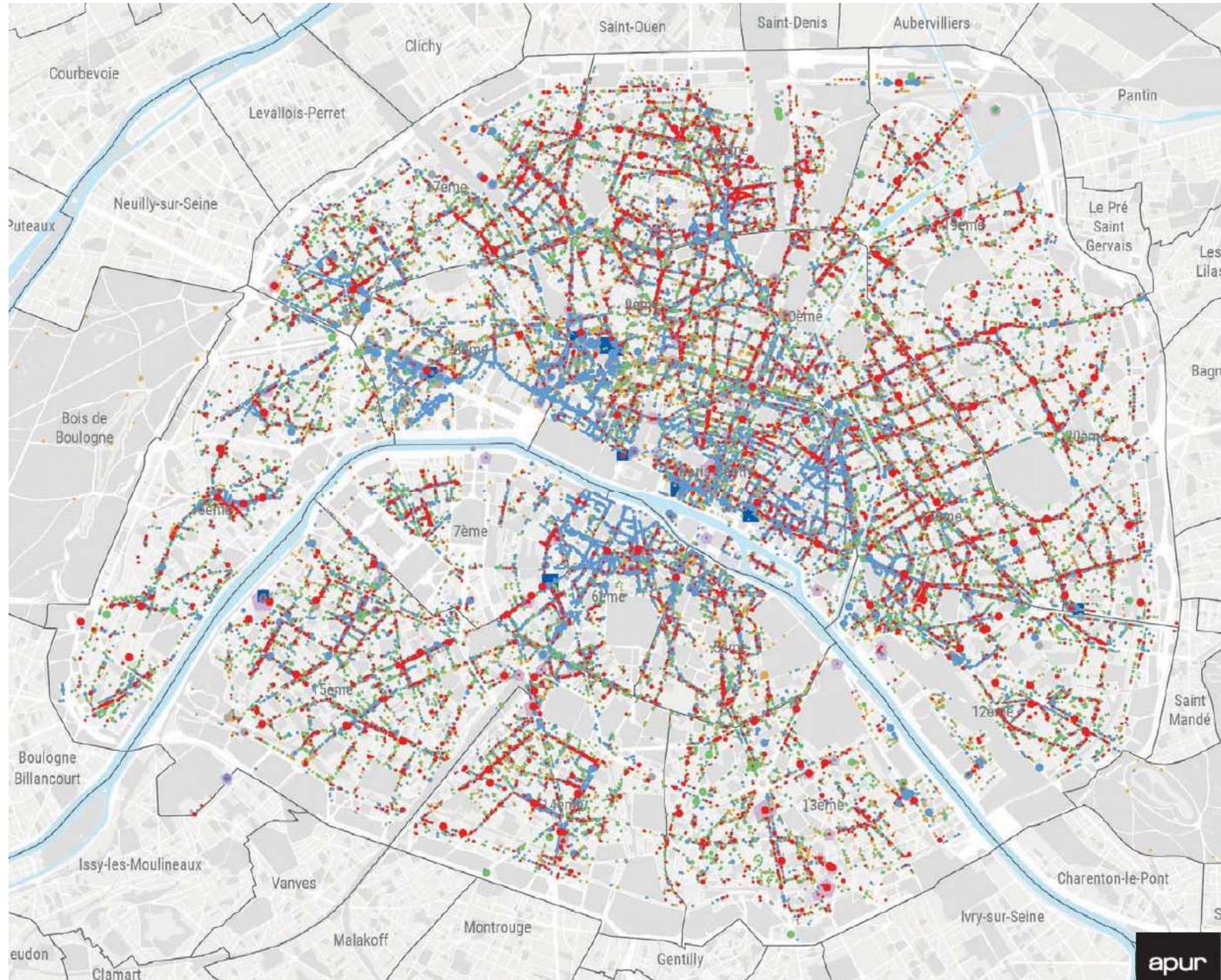
#### Type de commerce

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

#### Surface du local

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

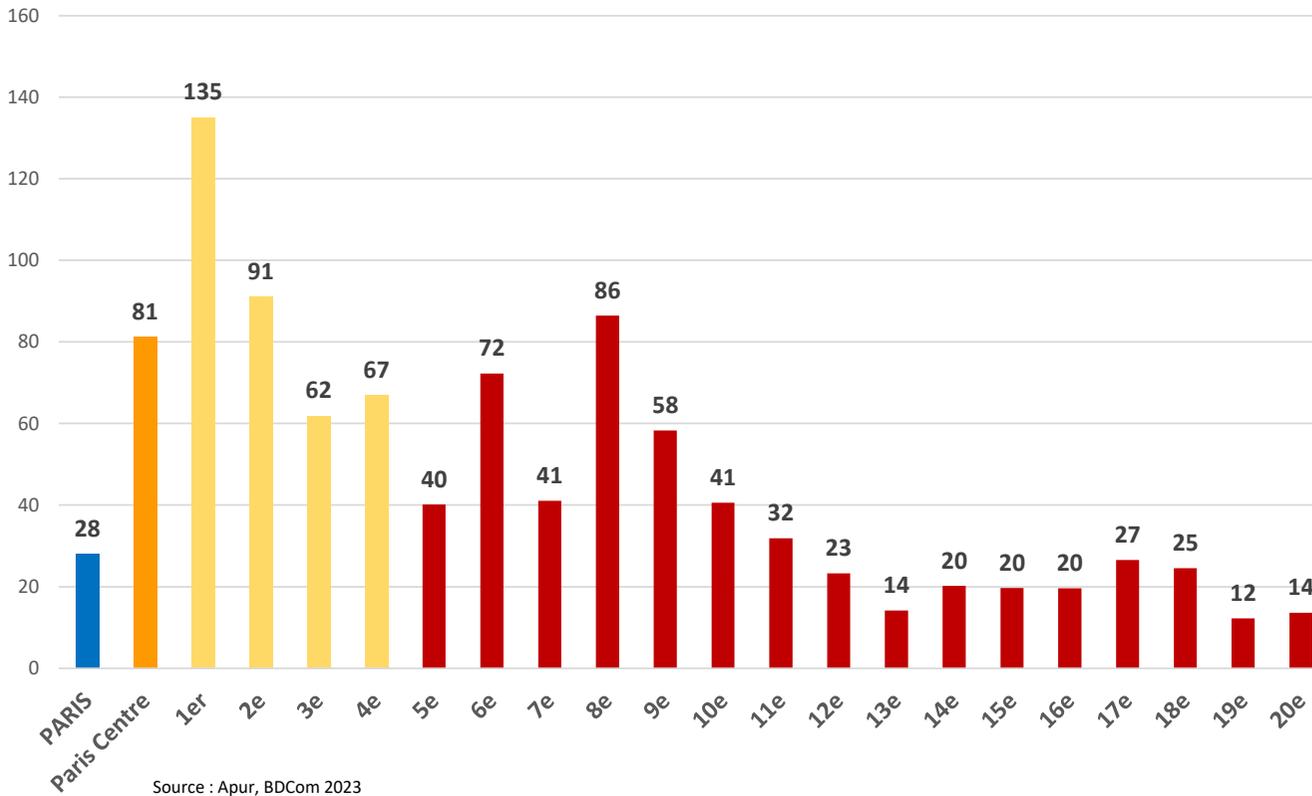
Source : Apur - BDCOM 2023



# Une très forte densité de commerces à Paris Centre

- Une densité de commerces et services commerciaux 3 fois plus forte qu'à Paris en moyenne  
Paris Centre est le deuxième arrondissement le plus dense en commerces

Nombre de commerces et services pour 1 000 habitants par arrondissement



Rue Montmartre



Rue du Renard

## Les principales évolutions par grands types de commerce

### ↑ Principales hausses



#### Le commerce alimentaire

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

Paris Centre

/ **+19, +3%**



#### La santé et le bien-être

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

/ **+28, +16%**



#### La restauration

**+189** cafés, bars et restaurants, **+1 %** / **+105, +5%**



#### Les activités médicales

**+88** cabinets et laboratoires, **+4 %** / **+8, +7%**



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

**+69** établissements, **+39 %** / **+17, +81%**

### ↓ Principales baisses



#### L'équipement de la personne

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

Paris Centre

/ **-93, -5%**



#### Les agences bancaires

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

/ **-9, -8%**



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

**-72** établissements, **-9 %**

/ **-4, -12%**



#### Le commerce de gros

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

/ **-141, -21%**

Source: Apur, BDCOM 2023

apur

| apur

# La forte hausse des commerces alimentaires

## COMMERCE ALIMENTAIRE

Évolution 2020-2023 : +4 %

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

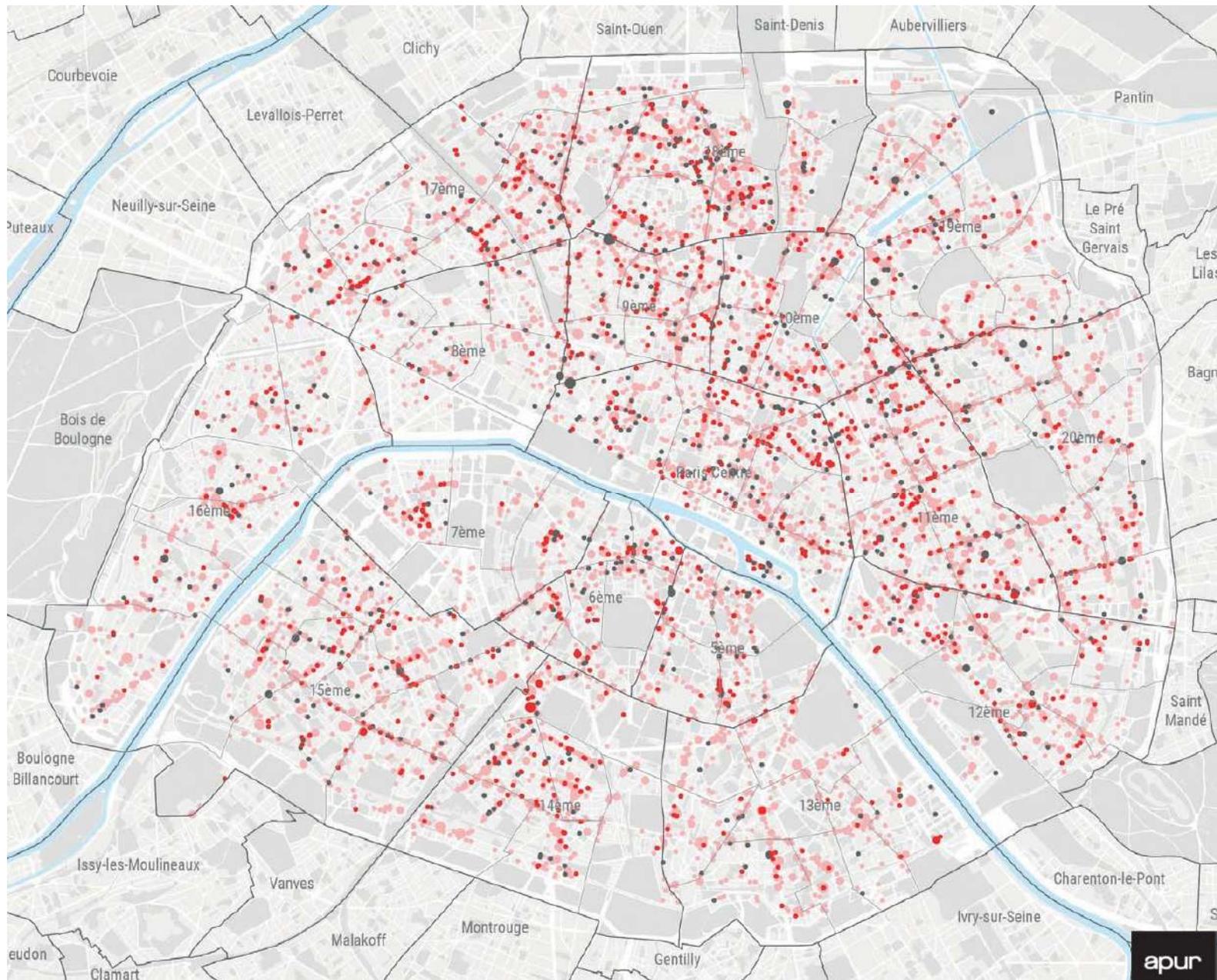
### Surface du local

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

Évolution 2020-2023 en nombre : +310 Paris Centre

Caviste : +61	-2
Primeur : +55	4
Pâtisserie : +52	8
Charcuterie - Traiteur : +46	6
Boulangerie : +24	4
Torréfacteur : +21	5
Supermarché : +18	1
Crèmerie - Fromagerie : +13	0
Alimentation générale : +10	-7
Chocolaterie - Confiserie : +10	-3
Glacier : +9	4
Poissonnerie : +8	0
Supérette spécialisée : +8	0
Produits régionaux et étrangers : +5	0
Traiteur asiatique : +3	1
Supérette : -1	0
Vente de produits surgelés : -2	0
Boucherie : -28	-2

Source : Apur - BDCOM 2023 (code activité : CA\*)



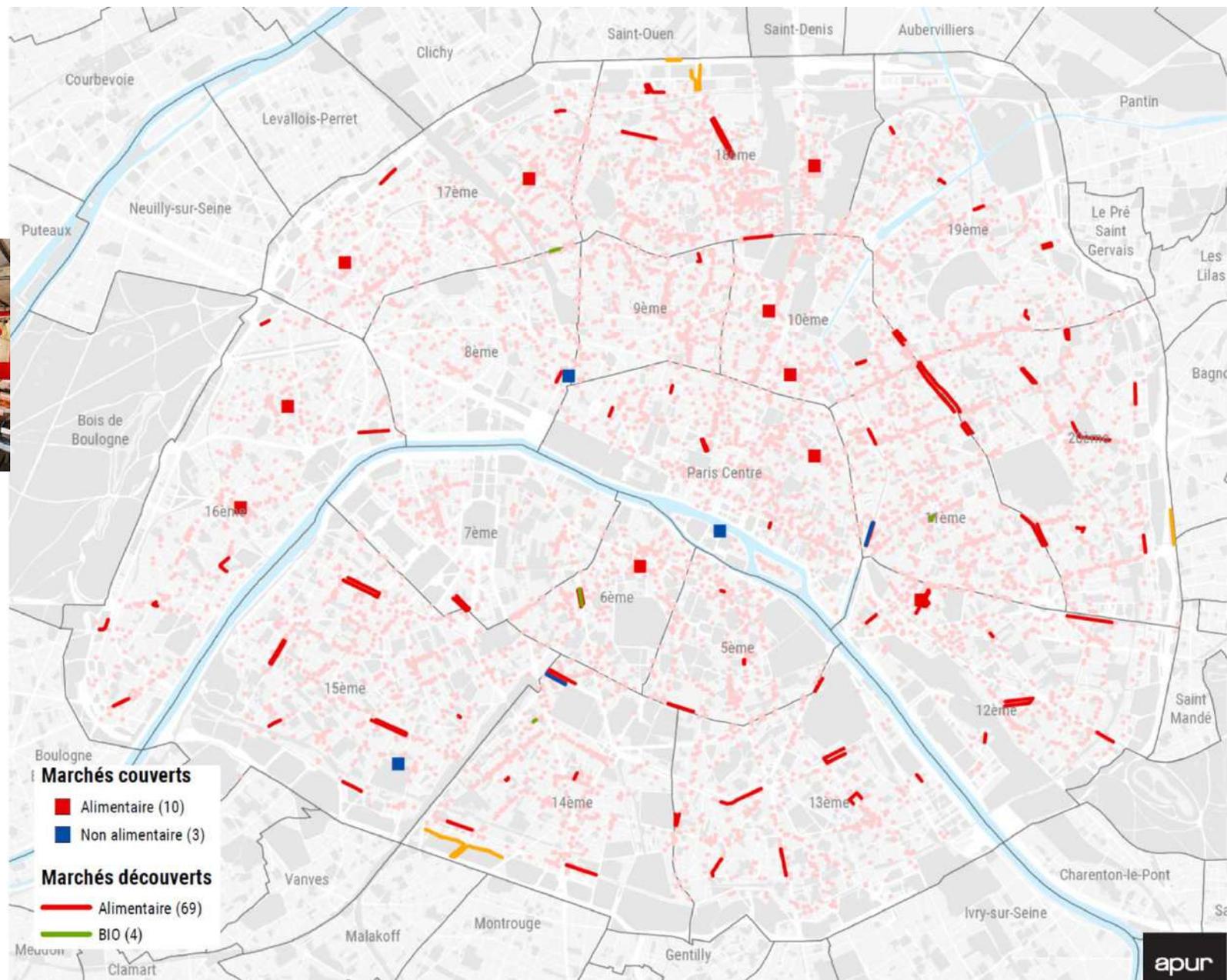
## En complément des commerces alimentaires, les 10 marchés couverts et les 73 marchés découverts



Près de 2 000 stands  
(dont 77 dans Paris-Centre) :  
667 primeurs et maraichers  
207 bouchers  
234 poissonniers  
133 fromagers/crémiers  
63 boulangers  
384 traiteurs ...

Marché Saint-Eustache/Les halles (22 stands)  
Marché Baudoyer (21 stands)  
Marché saint-Honoré (20 stands)  
Marché Bourse (14 stands)

Marché couvert Enfants Rouges (18 stands)  
Marché aux Fleurs (21 stands)



# 450 nouveaux commerces émergents entre 2020 et 2023

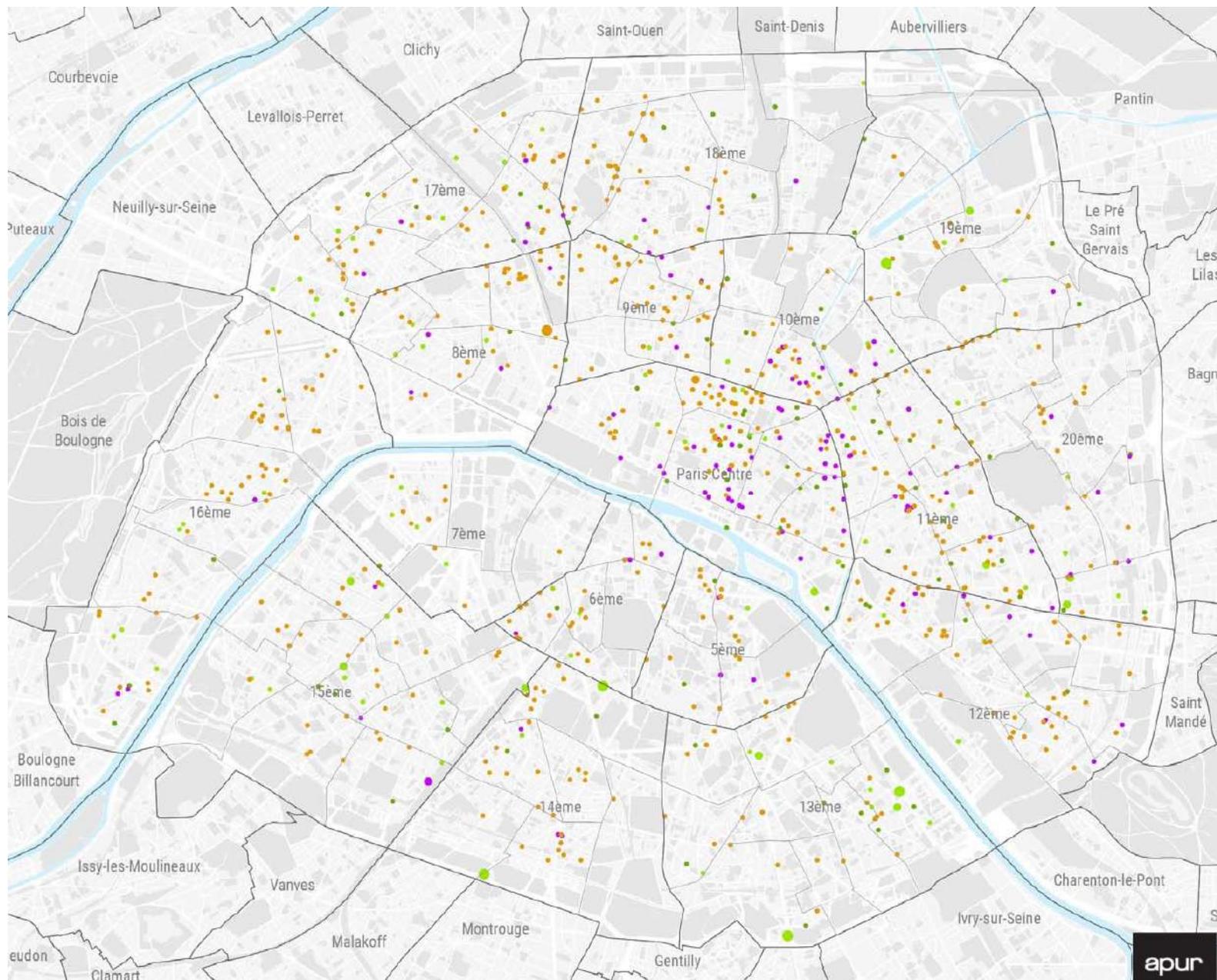


## CRÉATION DE COMMERCES ÉMERGENTS ENTRE 2020 ET 2023

### Commerces émergents

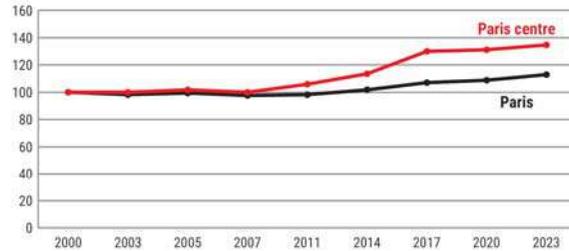
-  Vélo
-  Salles de sport
-  Seconde main (friperie)
-  Santé - Bien-être (institut de beauté, ongles, tatouage, vente de prothèses auditives, vente de CBD)

Source : Apur - BDCOM 2023 (code activité : CE203, SA405, SA406, CB109, CC103, SA202, SA203, SA207)



# Les évolutions commerciales sur le long terme depuis 2003 dans Paris Centre

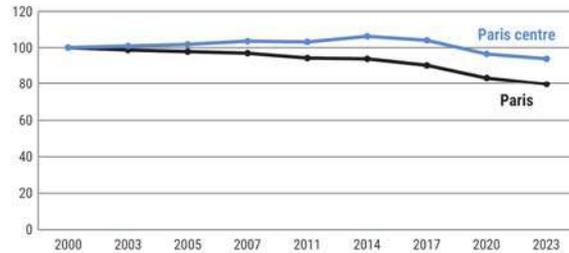
## ALIMENTAIRE



Année	Paris Centre	PARIS
2000	516	7 104
2003	517	6 974
2005	524	7 040
2007	517	6 931
2011	547	6 989
2014	584	7 213
2017	670	7 588
2020	675	7 708
2023	694	8 018

- Une augmentation de +34% de l'alimentaire depuis 2003 (+177 établissements)

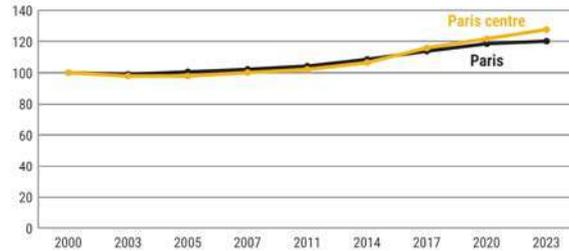
## NON ALIMENTAIRE



Année	Paris Centre	PARIS
2000	3 784	24 032
2003	3 823	23 757
2005	3 852	23 568
2007	3 915	23 329
2011	3 908	22 632
2014	4 023	22 542
2017	3 940	21 671
2020	3 654	19 978
2023	3 560	19 122

- Une diminution de -7% des commerces non-alimentaire depuis 2003 (-263 établissements)

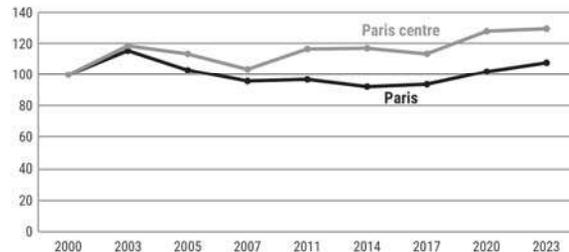
## RESTAURATION



Année	Paris Centre	PARIS
2000	1 813	12 831
2003	1 778	12 696
2005	1 773	12 895
2007	1 816	13 106
2011	1 856	13 389
2014	1 934	13 911
2017	2 106	14 598
2020	2 210	15 230
2023	2 315	15 419

- Une progression de +30% des bars, cafés et restaurants depuis 2003 (+537 établissements)

## LOCAUX VACANTS



Année	Paris Centre	PARIS
2000	1 049	8 396
2003	1 245	9 713
2005	1 191	8 666
2007	1 084	8 028
2011	1 224	8 103
2014	1 230	7 703
2017	1 191	7 840
2020	1 343	8 541
2023	1 359	9 059

- +9% de locaux vacants depuis 2003 (+114 unités)

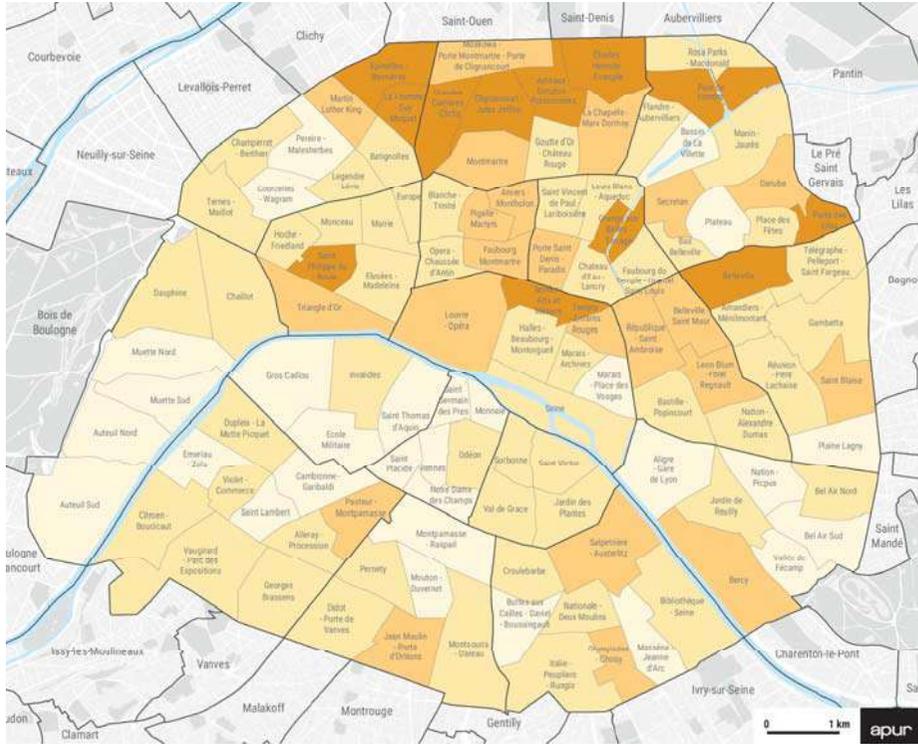
Source : Apur, BDCOM 2023

# Une augmentation modérée de la vacance après la crise sanitaire, des emplois en hausse

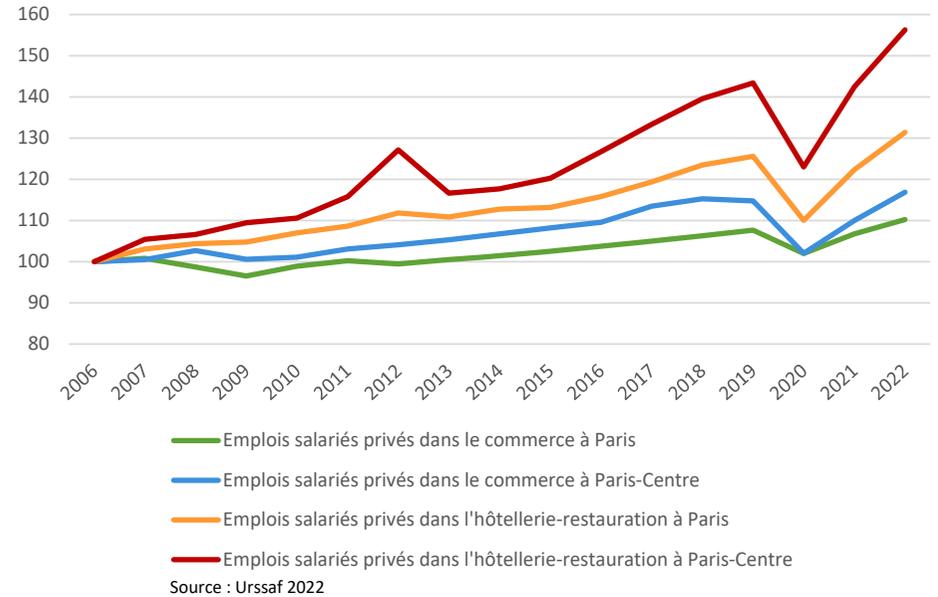
9 059 locaux vacants en avril 2023, soit 518 locaux vacants supplémentaires par rapport à 2020 et un taux de vacance qui passe de 10,2% à 10,9% à Paris.

Parmi les 9 059 locaux vacants, 1 565 (17%) étaient en travaux en avril 2023 / **1 359 locaux vacants dans Paris Centre, soit +16 locaux (dont 20% en travaux) et un taux qui passe de 12% à 12,1%.** 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 8,6% à 9% en 3 ans / le taux passe de 12,1% à 9,7%

Plus de 189 000 emplois salariés dans le commerce et presque autant dans l'hôtellerie et la restauration (175 000 emplois salariés privés). Cela représente au total 23% des emplois parisiens. **A Paris Centre, ces 2 secteurs d'activité regroupent 32% de l'emploi total.**



**Evolution des emplois salariés privés dans le commerce et dans l'hôtellerie-restauration à Paris et à Paris-Centre (base 100 à partir de 2006)**



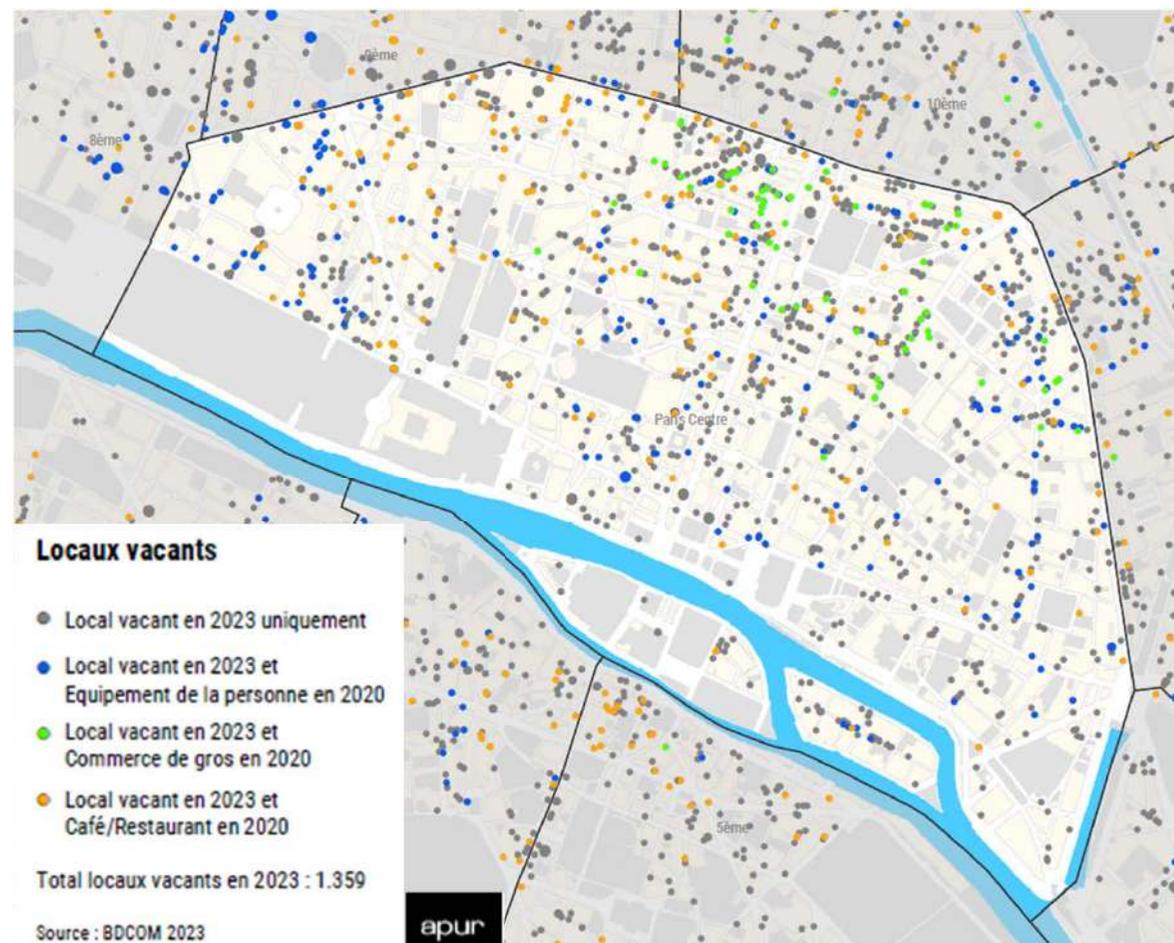
## La vacance des locaux dans Paris Centre

- 1 359 locaux vacants en 2023 (12,1%), dont 20% étaient en travaux (17% à Paris)

	2023	2020	Evolution 2020-2023
1er	11,8%	11,2%	0,6
2e	14,2%	14,2%	0,0
3e	12,9%	11,9%	1,0
4e	9,0%	10,0%	-1,0

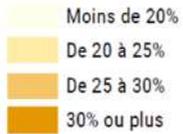
- Seulement +16 locaux vacants entre 2020 et 2023 (+1%) contre +152 entre 2017 et 2020 (+13%) ; +518 à Paris (+6%)
- Principaux secteurs d'activité à l'origine des 1 359 locaux vacants de 2023 (hors vacants 2020, 43%) :
  - Equipement de la personne (172 locaux, 13%)
  - Cafés et restaurants (144 locaux, 11%)
  - commerces de gros (70 locaux, 5%)

Quelle activité avait en 2020 les locaux vacants de 2023 ?

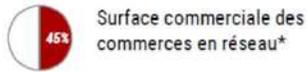


# Les réseaux commerciaux en perte de vitesse

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

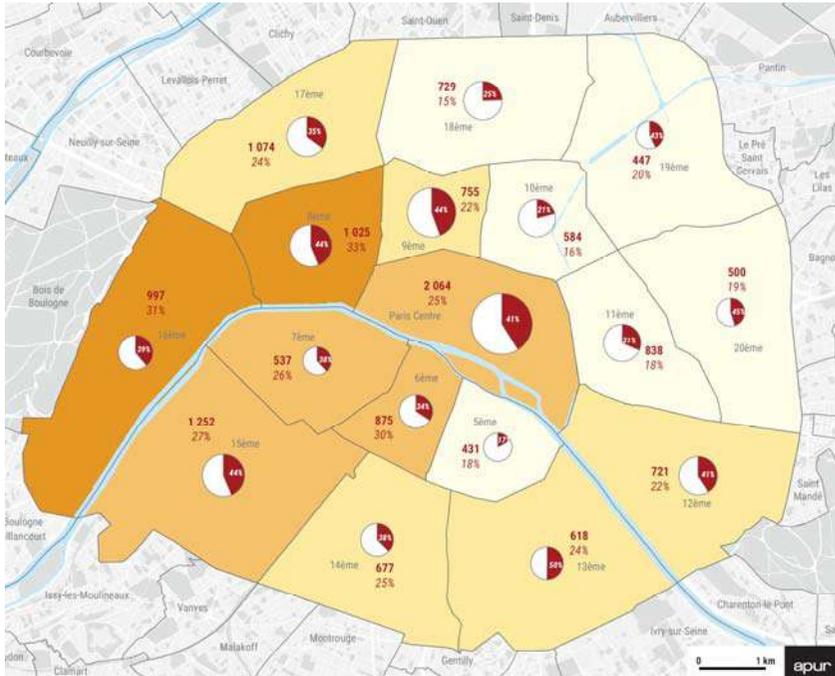


**500** Nombre et part des commerces en réseau  
**19%**



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

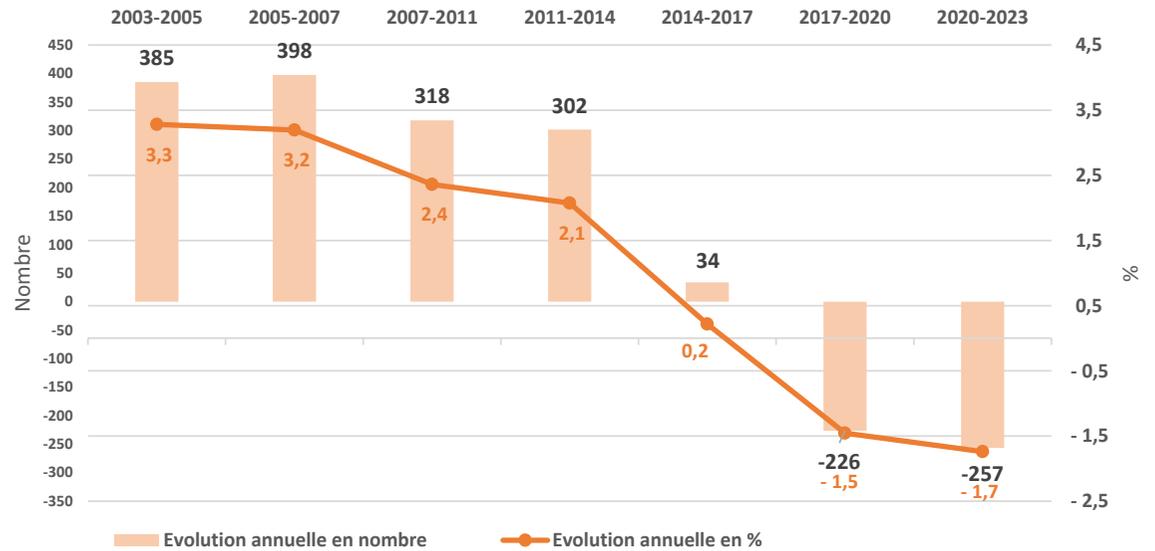
Principaux équipements



- 14 100 commerces appartiennent à des réseaux d'enseignes : 23% des locaux mais 38% des surfaces commerciales / 2 064 réseaux dans Paris Centre (25% des locaux et 41% des surfaces)

- La part des réseaux diminue entre 2020 et 2023 : -620 établissements, soit -4% en 3 ans / -160 établissements, soit -7% dans Paris Centre

- Une baisse qui affecte certains secteurs en particulier, où les réseaux sont très présents : habillement, chaussures, bijouterie.

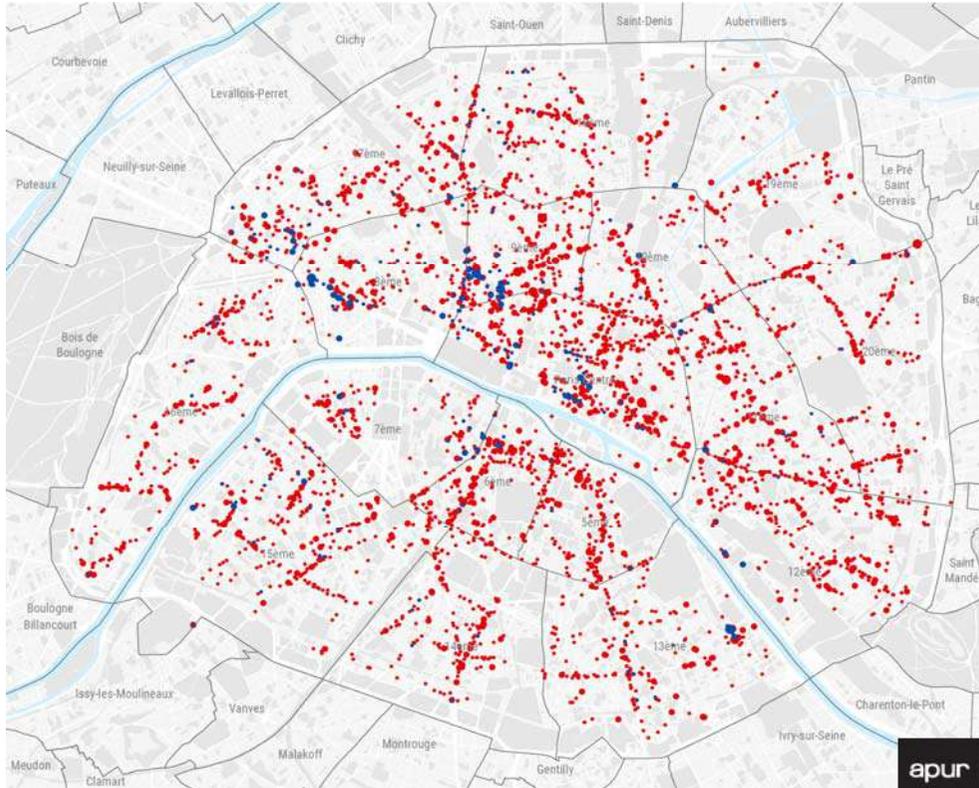


Source : Apur, BDCCom 2023

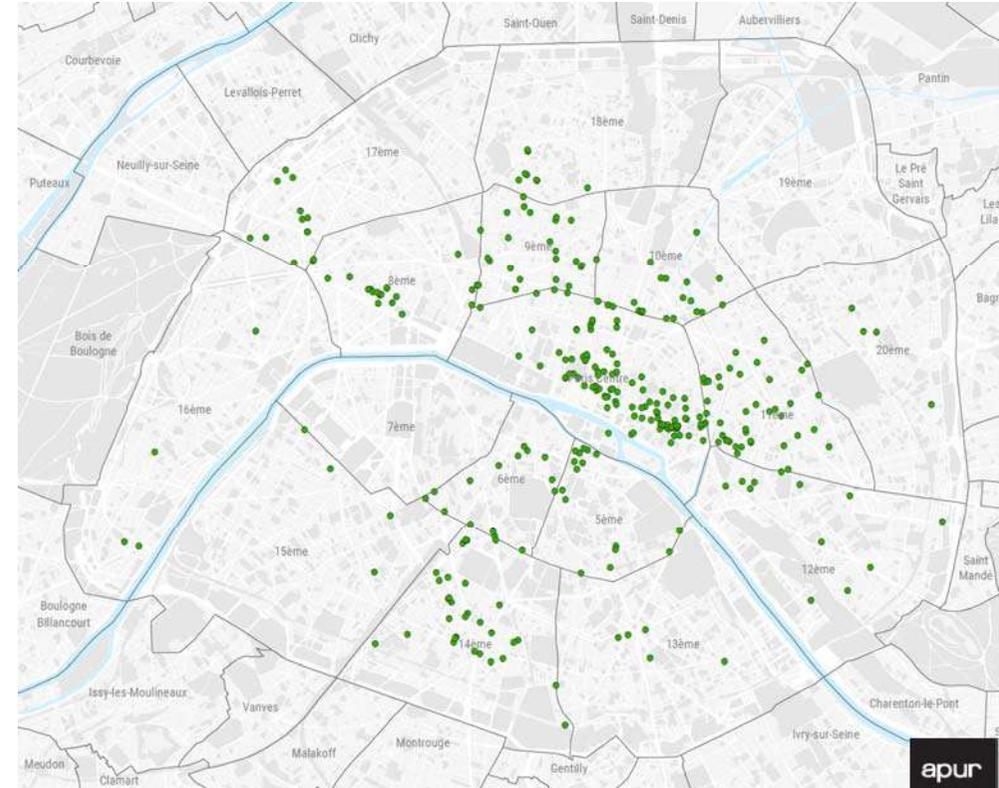
**Note de lecture** : entre 2020 et 2023 a lieu chaque année une perte de 257 commerces et services en réseaux, soit une diminution annuelle moyenne de -1,7% de l'ensemble de leurs effectifs sur la même période

## Autres résultats de l'enquête 2023

Une augmentation des **panneaux publicitaires numériques** de 63% entre 2020 et 2023 : 4 116 petits panneaux et 320 grands panneaux en 2023 / +18% dans Paris Centre (573 petits et 76 grands, soit 15% du total des panneaux à Paris)



Depuis quelques années, le développement des **façades « fleuries »** : 325 façades fleuries dont 220 ornent des bars ou restaurants / 111 façades dans Paris Centre, soit 34% du total



## La fin des *darkstores* et l'essor, pour l'instant modérée, des drive piétons solos

7 *dark stores* en 2021

Plus que 4 locaux début 2023 qui ont fermés depuis.

Décret du 22 mars 2023 confirme l'interprétation de la Ville de Paris sur la nature des *dark stores* : ce sont des entrepôts et non des commerces, ils doivent demander un changement de destination et ne peuvent pas s'installer en rez-de-chaussée d'un immeuble d'habitation.

Pas de drive piéton solo en 2021

2 en 2023 (Leclerc Relais, boulevard de Sébastopol et, Auchan Minute, rue Turbigo/Volta)



70 rue de Clery



4 rue du Nil



109 rue du Temple



139 rue Saint-Martin

# Les protections commerciales au PLU dans Paris Centre

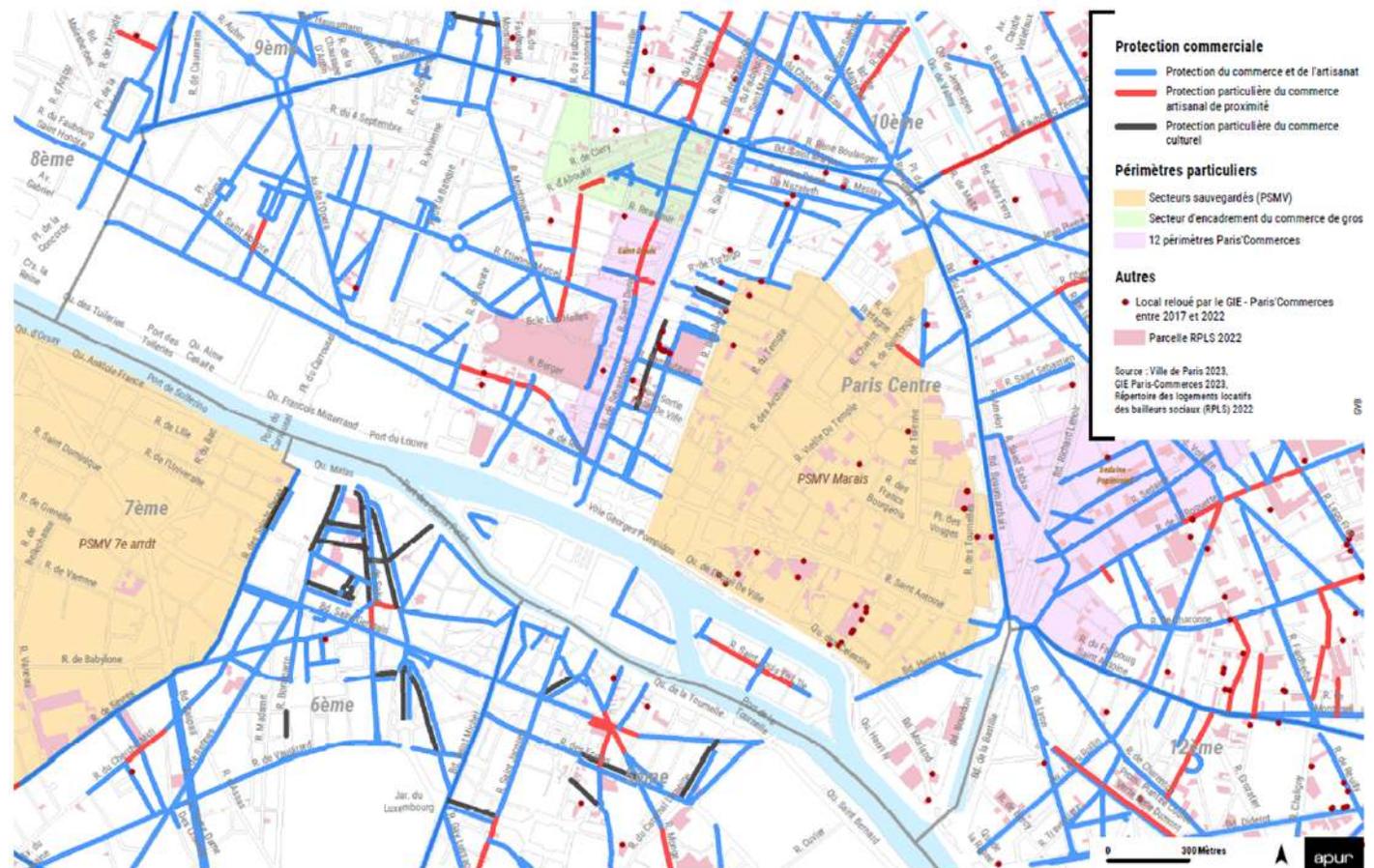
Protection du commerce et de l'artisanat concerne déjà 3.000 commerces. Proposition : +540 commerces, soit au total 45% des commerces de Paris Centre (tronçon rue Etienne Marcel, passages couverts...)

Protection particulière de l'artisanat concerne déjà 300 commerces. Proposition : +90 commerces (tronçon de la rue Saint-Honoré...)

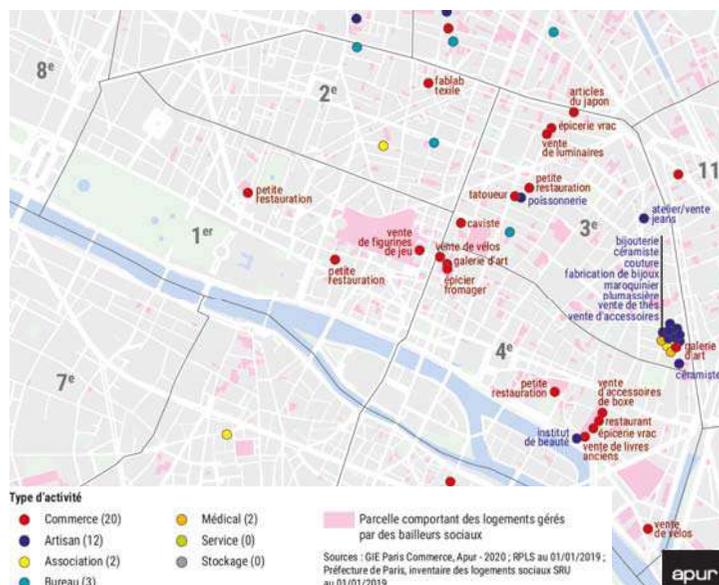
Proposition d'une nouvelle protection des commerces culturels, concernant les commerces culturels des rues Chapon (3e) et Quincampoix (3e - 4e)

Secteur d'encadrement du commerce de gros : 250 commerces de gros ne peuvent pas se transformer en bureaux ou en meublés touristiques

PARIS CENTRE : LINÉAIRES PROTÉGÉS AU PLU (ACTUALISATION PAR LE VOTE DU PLUB DU 5 JUNI 2023) ET PÉRIMÈTRES PARTICULIERS



# Les actions de soutien aux commerces jusqu'en 2023 avant la création de la foncière : relocations par le GIE Paris commerces et actions de revitalisation commerciale par la Semaest



## EXEMPLES DE COMMERCES IMPLANTÉS

- Poisson (Poissonnerie) (ES)
- Du vert en bocal (Épicerie vrac bio) (RIVP)
- Puerto Inca (Restauration péruvienne) (PH)
- 1083 (Atelier boutique de jeans) (RIVP)
- Comptoir de kimono (Vente de kimonos) (ES)
- Arahkun Tattoo (Tatoueur) (ES)
- Vélo station (Vente, location, réparation de vélos) (ES)
- Galerie F16 (Galerie Photos) (ES)
- Mercier Scalabre (Céramique) (ES)

## EXEMPLES D'ASSOCIATIONS IMPLANTÉES

- Institut médico-éducatif « Notre Café » (Café associatif) (ES)
- Emmaüs Alternatives (Ressourcerie) (PH)
- Le quatrième café (Café associatif) (RIVP)

- Le périmètre Paris'Commerces Saint-Denis totalise 1.370 locaux en rez-de-chaussée, dont 744 (54%) sont des commerces et services commerciaux.
- Les objectifs à atteindre sont la diminution :
  - des commerces de gros de textile et d'habillement
  - des commerces liés au sexe
  - des commerces de restauration rapide

## Répartition des locaux reloués entre 2017 et 2022

	Nombre	%	Loyer annuel moyen (€/m <sup>2</sup> )	Surface moyenne (m <sup>2</sup> )
Commerce	35	52%	79	550
Artisanat	20	30%	48	355
Activité Médicale	2	3%	92	275
Association	5	7%	156	407
Bureaux	5	7%	120	368
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>	<b>79</b>	<b>459</b>

Source : GIE Paris Commerces 2022

# Chiffres clés

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

## Plus grands commerces

- Samaritaine, 19 rue de la Monnaie, 38 800 m<sup>2</sup>
- BHV, 52 rue de Rivoli, 35 258 m<sup>2</sup>
- FNAC, 1 rue Pierre Lescot, 7 734 m<sup>2</sup>
- Leroy Merlin, 52 rue Rambuteau, 5 800 m<sup>2</sup>
- Ikea, 21 boulevard de la Madeleine, 4 217 m<sup>2</sup>
- BHV Homme, 36 rue de la Verrerie, 4 000 m<sup>2</sup>

## Principales galeries et centre commerciaux

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

apur

## ÉQUIPEMENT COMMERCIAL EN 2023

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

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

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

### Type de marché

- Alimentaire et Bio
- Non alimentaire
- Principaux équipements

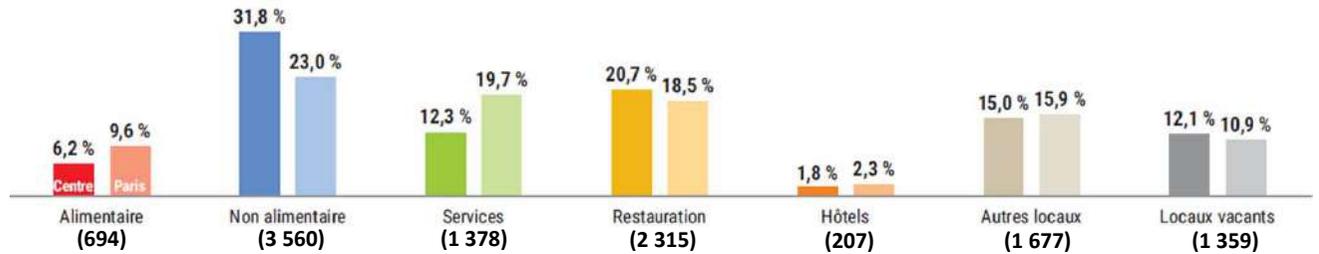
Sources : Apur - BDcom 2023, DAE (Ville de Paris)

### Marchés découverts

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

### Marchés couverts

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



**Merci**

apur



# ETUDE JLL 2023

**Cédric Ducarrouge**, Directeur Transactions Retail France JLL

**Faustine Zgheib – Le Bourg**, Directrice de projets Conseil France JLL

# Rue de Rivoli

**Etude et analyse du tissu commercial parisien  
sur l'ensemble de la rue de Rivoli**

*Version synthétisée – Mise à jour*

*8 janvier 2024*



# Contexte

- Face à la décroissance démographique (habitants), fermeture de classes, la demande en santé et la raréfaction des centres médicaux et des médecins (notamment généralistes), les nouveaux comportements, etc. **le soutien au commerce et services n'a jamais été aussi central et prégnant dans les politiques publiques**
- **Parce que le commerce est à « hauteur d'homme », il est un formidable levier pour le maintien des habitants, leur satisfaction, la dynamique migratoire, etc. et une vitrine remarquable des politiques publiques.** Toute action sur le commerce peut permettre de faire évoluer les choses rapidement et durablement
- **La Ville de Paris s'est dotée de nombreux outils et politiques pour accompagner le commerce depuis des années** : de nombreuses études fournies par l'APUR, la CCI, etc. ; la mise en place de politiques publiques de soutien aux librairies notamment, en décembre dernier, le renforcement de l'outil foncière, co-financée avec la Caisse des Dépôts et Consignations, voté en Conseil
- **Artère majeure de la Ville de Paris, et de Paris Centre, la rue de Rivoli, longue de plus de 3 kms, est marquée par des dynamiques variées.** Elle s'articule autour de 3 tronçons : Arcades Rivoli, Halles/Forum et la rue Saint-Antoine aux profils, forces et activités diverses.

▶ **La Ville de Paris et la Mairie de Paris Centre souhaitent aujourd'hui être accompagnées dans l'étude du tissu commercial de la rue de Rivoli.** Cette étude a vocation à éclaircir sa connaissance et sa compréhension des mécanismes de cet axe et de chacun de ses tronçons, leur dynamique propre, leur évolution, leur positionnement (activité, prix, etc.), leurs points forts et faibles, du point des vue des enseignes, des commerces indépendants mais également des usagers / clients pour identifier des solutions opérationnelles visant à renforcer cet axe et réduire la vacance durablement.



# Méthodologie

## Notre approche

### Dynamiques commerciales

### Enquêtes-clients

### Entretiens commerçants

#### Objectifs et Méthodologie

Cette partie vise à bien comprendre les **dynamiques commerciales** à l'œuvre sur la rue de Rivoli afin **d'identifier les potentiels dysfonctionnements** ou **pistes d'action à mettre en œuvre** pour répondre aux enjeux d'attractivité commerciale, de soutien aux commerçants, d'animation de quartier et de la ville métropolitaine en vue d'en faire un démonstrateur du commerce parisien de demain.

Dans ce cadre, pour répondre à ces questions, JLL s'est appuyé sur :

- Les expertises de ses équipes transactions Commerces, Etudes et Recherche et Conseil
- Les outils de collecte, traitement et analyse de données relatives aux transactions, offres, demandes, zones de chalandise, etc. gérés en interne et pilotés par les équipes de documentalistes
- Les outils digitaux tels que Next Retail ©, MyTraffic, Codata pour obtenir des données plus globales servant à quantifier les expertises terrains et les données collectées par JLL en prise directe avec le marché

#### Éléments de cadrage

Fréquentation mesurée via 5 points de captation MyTraffic

- 71 rue Saint Antoine
- 55 rue de Rivoli
- 92 rue de Rivoli
- 144 rue de Rivoli
- 218 rue de Rivoli

#### Périmètre

Cette partie vise à bien restituer les résultats des enquêtes clients réalisées sur la rue de Rivoli. L'objectif de ces enquêtes clients est de plusieurs ordres :

- **Confronter les analyses « théoriques » de dynamique**, fréquentation, et d'adéquation de l'offre et de la demande en commerces avec le terrain et les réalités des clients
- **Identifier les potentiels manques d'offres commerciales** ou ajustements à apporter sur cet axe fondamental pour la Ville de Paris
- **Croiser la perception des clients interrogés et des commerçants interrogés en parallèle**

Dans ce cadre, pour répondre à ces questions, JLL s'est appuyé sur

- Les étudiants de la Junior Entreprise de l'ESCP pour la réalisation des enquêtes clients
- Les équipes de conseil pour l'analyse des résultats

Cette partie vise à bien restituer les résultats des entretiens commerçants réalisés sur la rue de Rivoli. Ces entretiens visent à :

- **Prendre le pouls des commerçants sur cet axe**, notamment dans un contexte complexe pour les acteurs du commerce
- **Identifier les potentiels mouvements des commerçants et les facteurs de ces évolutions** (fermetures, nouvelles ouvertures, travaux, extension, etc.)
- **Identifier les potentiels besoins de soutien aux commerçants et menaces** pour leur activité

Dans ce cadre, pour répondre à ces questions, JLL s'est appuyé sur

- Les équipes transactions Commerces de JLL pour la réalisation des entretiens qualitatifs avec les commerçants et enseignes
- Les équipes de conseil pour l'analyse des résultats

- 175 clients interrogés auprès de 24 commerçants
- ~50 questionnaires par tronçons
- 4 jours d'enquête : 2 jours en semaine (29 juin et 4 juillet) ; 2 samedis (1er et 8 juillet)

- 24 commerçants interrogés
- 7 sur les tronçons Les Arcades et Les Halles
- 10 sur le tronçon Saint Antoine
- La réalisation des entretiens commerçants a été bousculée par les émeutes de début juillet. Ils ont été réalisés sur la période du 17 juillet au 08 août 2023

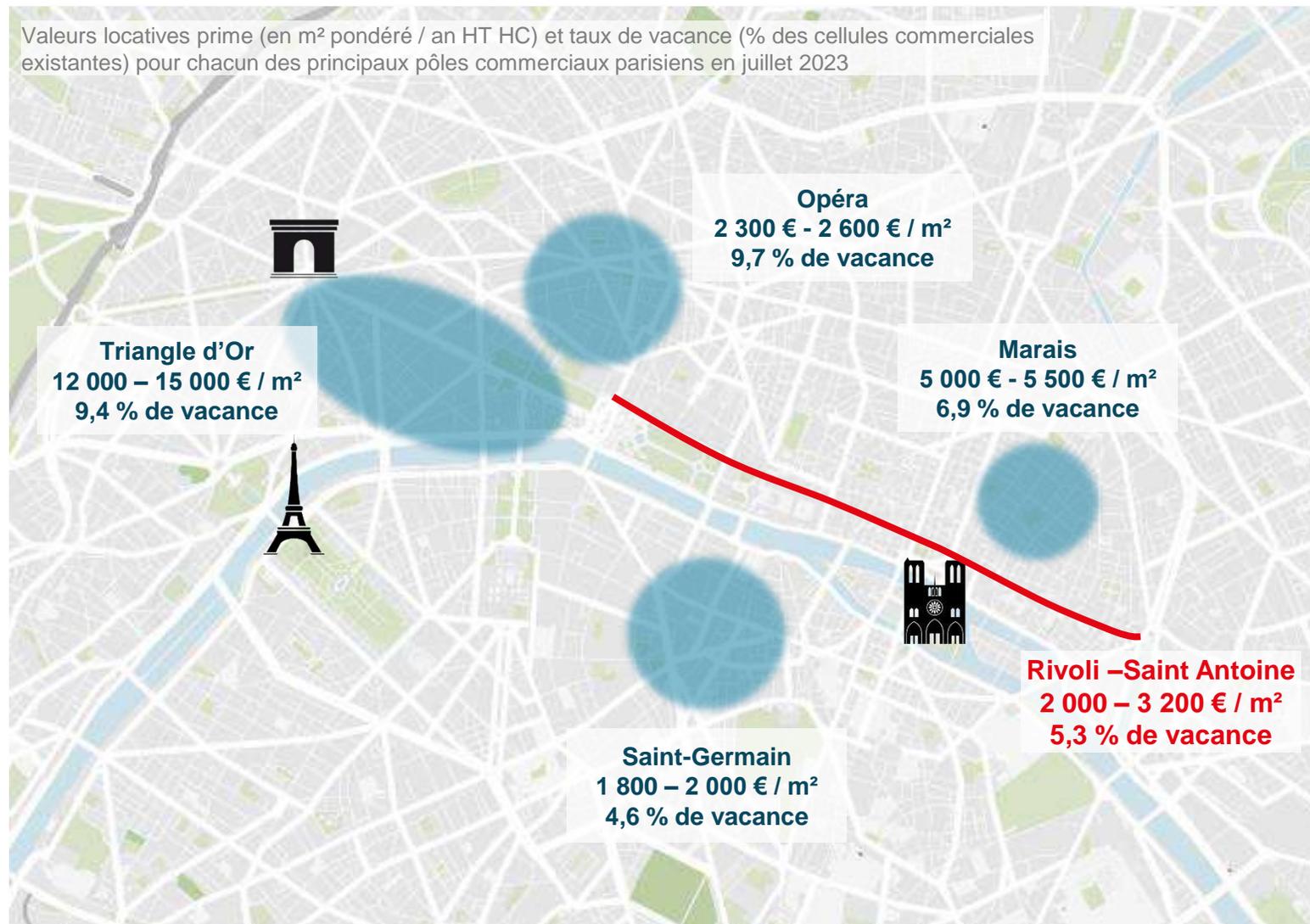
#### 3 tronçons

- **Les Arcades** : Place de la Concorde, rue du Louvre
  - **Les Halles** : rue du Louvre, rue des Archives
- **Saint Antoine** : rue des Archives, Place de la Bastille

# Résultats de l'étude

# Rivoli, artère commerciale majeure de Paris

- Avec une valeur locative supérieure à 3 000 €/m<sup>2</sup>, la rue de Rivoli est l'un des axes « grands commerces tous publics » avec la valeur locative la plus élevée de Paris, devant la rue de Rennes (2 500 €/m<sup>2</sup> p), l'avenue de l'Opéra (2 600 €/m<sup>2</sup>) ou le boulevard Saint-Germain (2 000 €/m<sup>2</sup>) vs les axes haut de gamme et luxe, comme le Triangle d'or ou la rue Saint-Honoré avec des valeurs locatives supérieures à 5 000 €/m<sup>2</sup>
- En juillet 2023, l'axe Rivoli / Saint-Antoine enregistre un taux de vacance en baisse continue à 5,3 %, qui s'explique par 2 facteurs majeurs :
  - De nombreuses et récentes signatures de baux notamment sur le secteur Les Halles : de nombreuses cellules sont restées vacantes plusieurs mois, suite à un ajustement (lent) des valeurs locatives de la part des bailleurs. Depuis 2021, la partie ouest du tronçon connaît un gain d'attractivité avec l'arrivée de la Samaritaine et de IKEA. Il reste 6 locaux vacants, dont la restructuration du local C&A (6 200 m<sup>2</sup>)
  - Une faible rotation du parc notamment sur le secteur Saint Antoine qui recense le plus de cellules sur l'axe Rivoli (2 cellules vacantes > 1 an sur 6 disponibles)
- La vacance est majoritairement concentrée sur le secteur Les Arcades : 10 locaux vacants, avec une forte concentration sur les immeubles 184 et 176 Rivoli, occupés principalement par des boutiques souvenirs (8 locaux vacants)



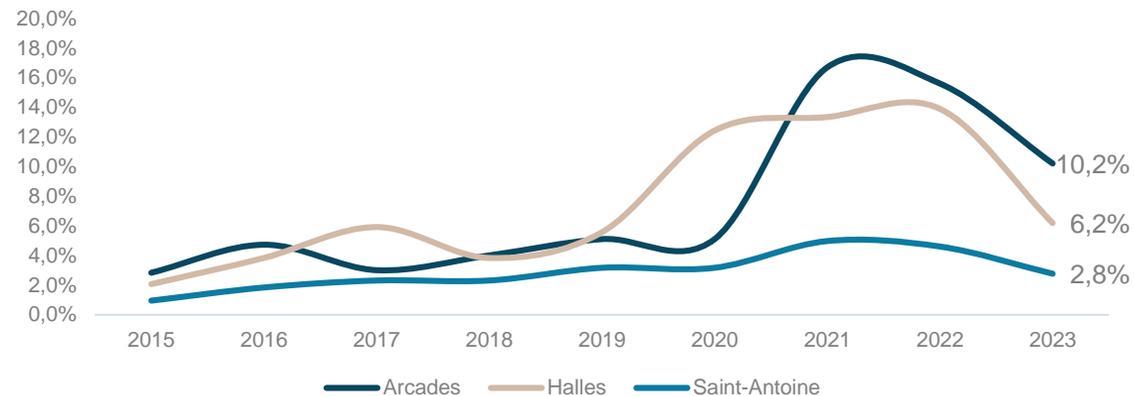
Source : JLL - Juillet 2023

# Un taux de vacance en baisse autour de 5 %

Taux de vacance commerciale observée sur la rue de Rivoli Saint-Antoine depuis 2010



Evolution du taux de vacance observée par tronçon

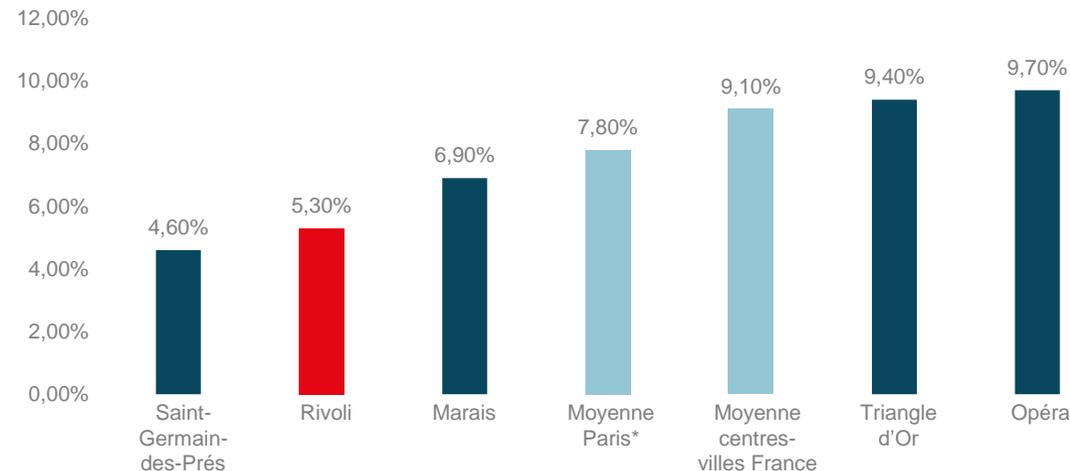


- **On distingue plusieurs phases :**

- 2010 – 2015 : taux de vacance < 2 – 3 %
- 2016 – 2019 : légère augmentation de la vacance commerciale, en cohérence avec les tendances nationales
- 2020 à aujourd’hui : l’impact notoire de la crise sanitaire du Covid ajouté aux travaux de piétonisation et de développement des modes doux lancés en 2019 et terminés en 2021 sur l’axe Rivoli on conduit à une croissance importante de la vacance. En parallèle, la crise du secteur du PAP a également fortement impacté la rue de Rivoli, fortement exposée aux enseignes de mode

- **Cette vacance permet finalement l’arrivée de nouvelles enseignes et de nouveaux secteurs d’activités commerciales, ce qui peut contribuer à diversifier l’offre et à renforcer l’attractivité du secteur**

Taux de vacance comparé entre principaux pôles parisiens et les centres-villes en France



Source: JLL, données en juin 2023

\*Moyenne Paris : Moyenne des principaux axes commerçants parisiens – hors cellules en travaux

# Rivoli : une rue, trois dynamiques de marché

## 1 - Les Arcades

## 2 - Les Halles

## 3 - Saint-Antoine



Les secteurs Arcades et Saint-Antoine sont principalement portés par des opérations de cession, qui traduisent les caractéristiques suivantes :

- Des loyers inférieurs à la valeur de marché constatée sur l'axe Rivoli
- Un faible taux de vacance théorique, et un faible taux de rotation des commerçants pour des motifs de difficultés économiques, les locataires ne trouvant pas de repreneurs
- Des locataires « qui font le marché », c'est-à-dire en direct, en autonomie sans intermédiaire ; les bailleurs intervenant de manières opportunistes dans les transactions

Le secteur Halles est dominé par les locations pures :

- Des loyers proches de la valeur de marché. La variation des loyers est donc fortement corrélée à l'importance des départs des locataires en cas de difficultés économiques ; ou au refus des locataires de supporter des valeurs supérieures à celles du marché, ce qui peut entraîner une baisse des valeurs locatives de marché
- Une concentration d'investisseurs institutionnels, qui préfèrent racheter les droits au bail des locataires afin de valoriser aux mieux les immeubles. Ces investisseurs, généralement soumis à des communications financières concernant la valeur de leur portefeuille, peuvent préférer conserver des locaux vacants en période de difficultés économiques, plutôt que de dégrader la valeur des immeubles en baissant les loyers
- Une destination presque exclusive pour les enseignes internationales, qui ne connaissent pas les notions de propriétés commerciales, et donc de droit au bail

Des valeurs locatives prime animées par le secteur des Halles

Le secteur Rivoli Halles reste l'une des destinations commerciales les plus prisées de Paris, avec des valeurs locatives supérieures à 3 000 €/m². Nous notons cependant 2 éléments remarquables :

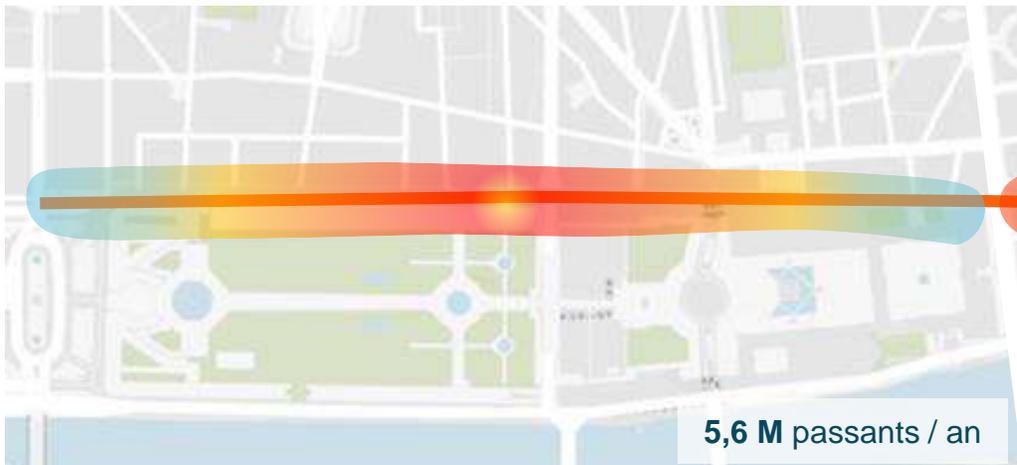
- Une baisse des valeurs locatives sur le secteur Hôtel de Ville, où les valeurs prime s'établissaient en 2019 au-dessus de 3 500 €/m² pondéré. Les valeurs prime ont connu une baisse après la période COVID
- Le secteur « Samaritaine », entre le Forum des Halles et le Louvres, moins attractif il y a quelques années, a connu une forte augmentation des valeurs locatives avec l'arrivée de nombreuses enseignes locomotives (Samaritaine, IKEA, Uniqlo...). En 2023, nous ne constatons plus d'écart entre ce secteur et le secteur Hôtel de Ville

La rue Saint-Antoine, moins prisée des grandes enseignes, conserve des valeurs locatives autour de 1 000 €/m², ce qui permet aussi une plus grande diversité d'activités

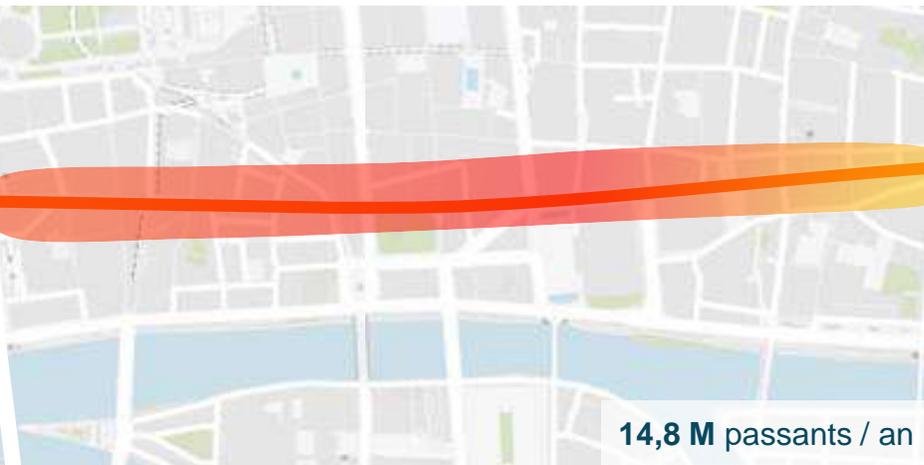
Nous notons peu de transactions récentes sur le secteur Les Arcades, ce qui devrait impliquer une baisse des valeurs locatives au regard de l'augmentation du taux de vacance

# Une fréquentation qui atteint 15 M de passants / an en mai 2023

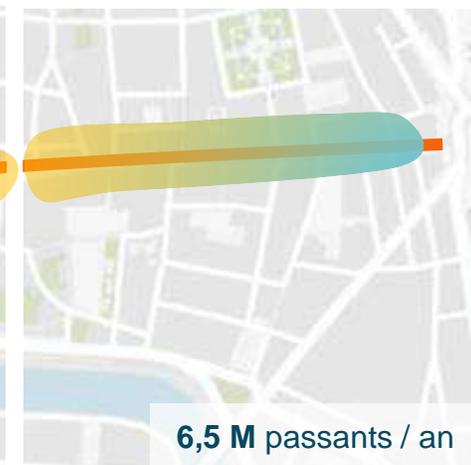
## 1 - Les Arcades



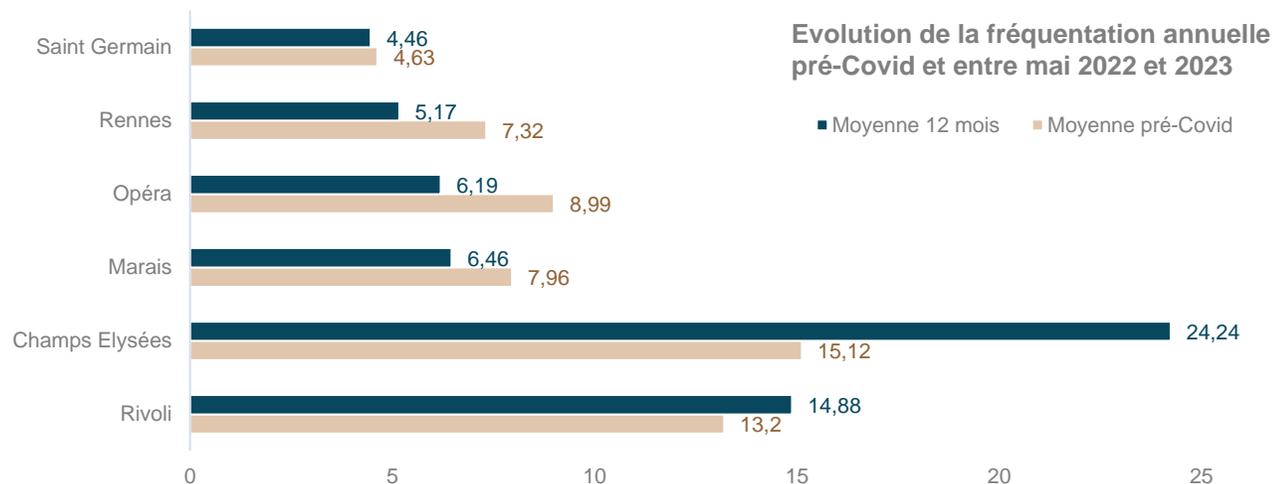
## 2 - Les Halles



## 3 - Saint-Antoine



- **La rue de Rivoli est classée parmi les rues les plus fréquentées de Paris.** On recense environ 15 M de passages / an (mai 2022 à mai 2023). On constate ainsi une hausse de 13 % de la fréquentation sur l'axe, principalement du à deux phénomènes :
  - le regain d'attractivité du tronçon Les Halles, et notamment les ouvertures de la Samaritaine et des enseignes à proximité immédiate
  - la transformation et l'arrivée d'enseignes luxe / haut de gamme sur le tronçon est des Arcades (prolongement de la rue Castiglione), bien que la fréquentation ne soit pas forcément ce qui est recherché par ces acteurs



# Des usagers qui viennent parfois de très loin

## 1 - Les Arcades

### Profil de la zone de chalandise à 10 min

~9 300 habitants  
~5 100 ménages  
~43 000 employés bureaux

## 2 - Les Halles

### Profil de la zone de chalandise à 10 min

~27 600 habitants  
~16 200 ménages  
< 21 000 employés bureaux

## 3 - Saint-Antoine

### Profil de la zone de chalandise à 5 min

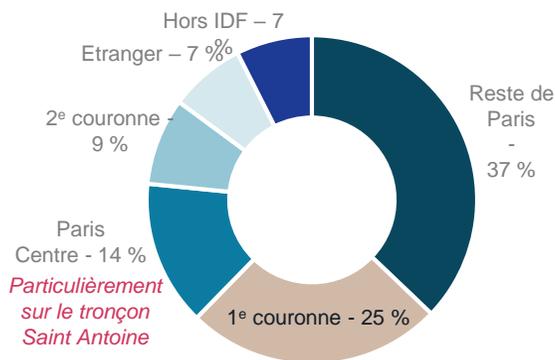
~11 900 habitants  
~7 000 ménages  
< 1 000 employés bureaux

Source : JLL sur données Arcgis

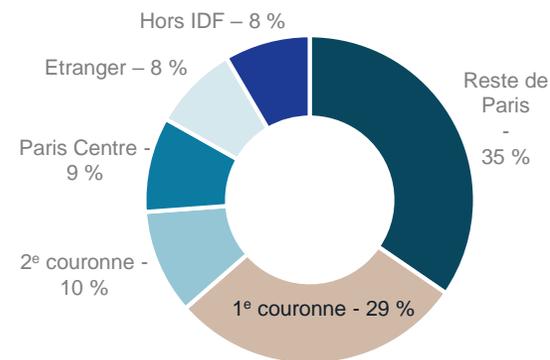
- Une diversité de positionnements commerciaux et serviciels qui conduit à une variété d'usagers et de clients, aux profils divers et aux origines résidentielles hétérogènes : le secteur des Halles attire particulièrement les usagers résidant hors de Paris et dans Paris (hors secteurs centraux) ; le tronçon Saint Antoine attire plus spécifiquement les résidents de Paris Centre

**Secteur 1 - Les Arcades** : Une polarité commerciale animée par une clientèle principalement composée de touristes et d'actifs. La fréquentation y est plus faible que sur les autres tronçons, ce qui n'est pas nécessairement négatif

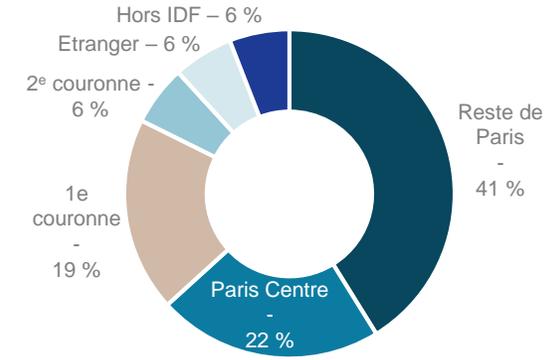
### Global – Rue de Rivoli



### Tronçon Arcades – Halles



### Tronçon Saint-Antoine

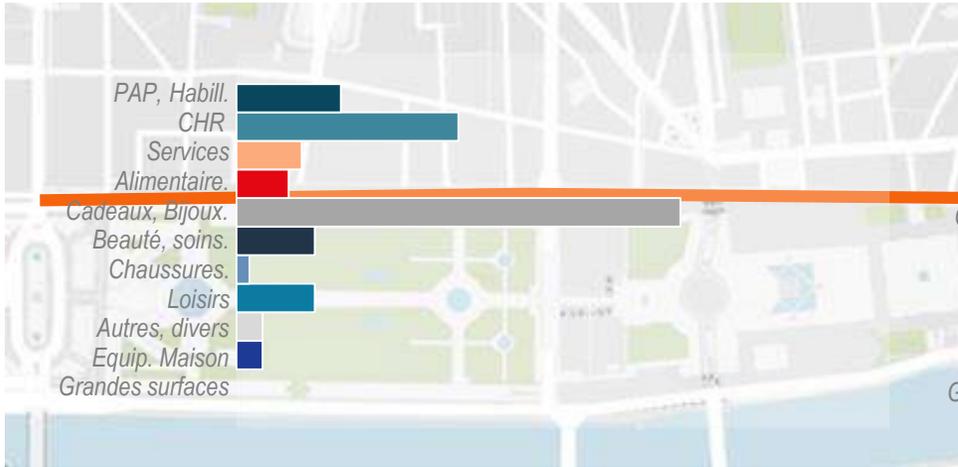


**Secteur 2 - Les Halles** : Un secteur commercial très dynamique, le plus attractif des 3 tronçons, « grande destination shopping grands commerces tous publics » avec en point fort d'attractivité les enseignes et la qualité des marques. La desserte très dense, et notamment la présence du hub de Châtelet-les-Halles, et du Forum conduit à attirer les nombreux résidents, la population francilienne ainsi que les touristes

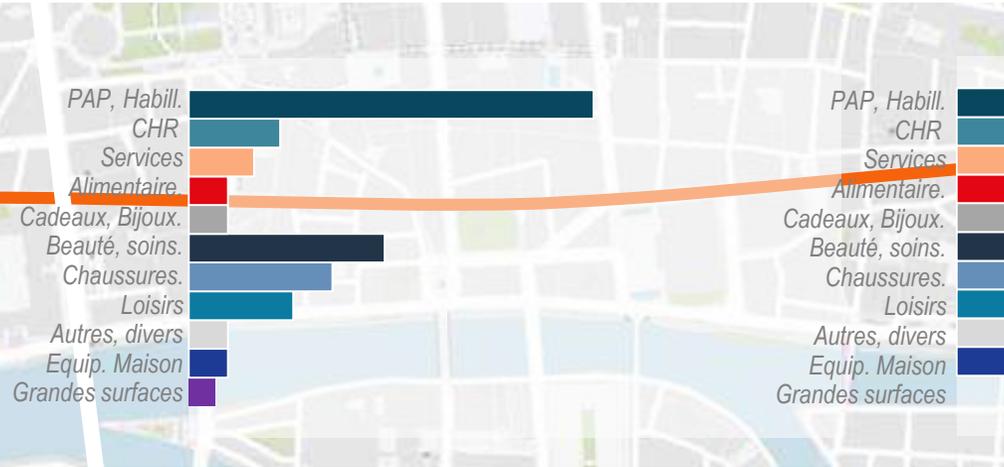
**Secteur 3 - Saint-Antoine** : Une polarité commerciale dite de proximité animée par des usagers et clientèle locale en recherche de services et commerces répondant à leurs besoins du quotidien. Elle est moins recherchée par les grandes marques

# Une résilience fortement liée à la diversité commerciale

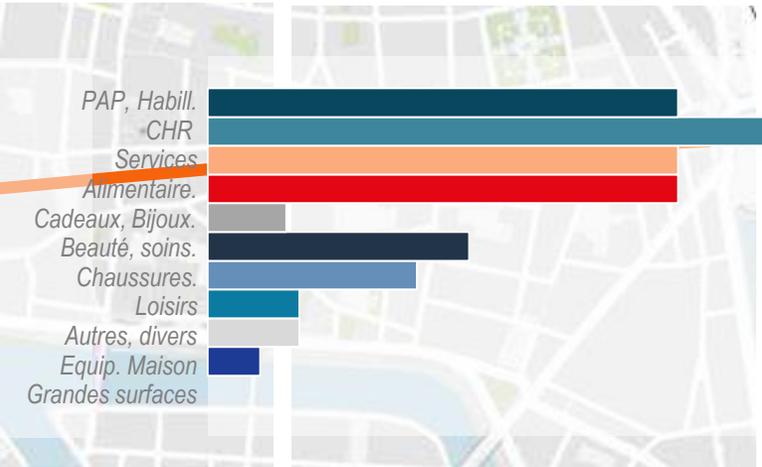
## 1 - Les Arcades



## 2 - Les Halles



## 3 - Saint-Antoine



**102 cellules commerciales**  
10 cellules vacantes et 7 cellules en travaux

**97 cellules commerciales**  
6 cellules vacantes

**217 cellules commerciales**  
6 cellules vacantes

**>1/3**  
**Cadeaux et**  
**souvenirs**

Parmi les boutiques du tronçon Les Arcades

**1/3**  
**Prêt-à-porter**

Parmi les boutiques du tronçon Les Halles

**1/3**  
**Cafés,**  
**restaurants**

Parmi les boutiques du tronçon Saint-Antoine

# Des attentes fortes pour un renforcement de la diversité commerciale, mais pas que

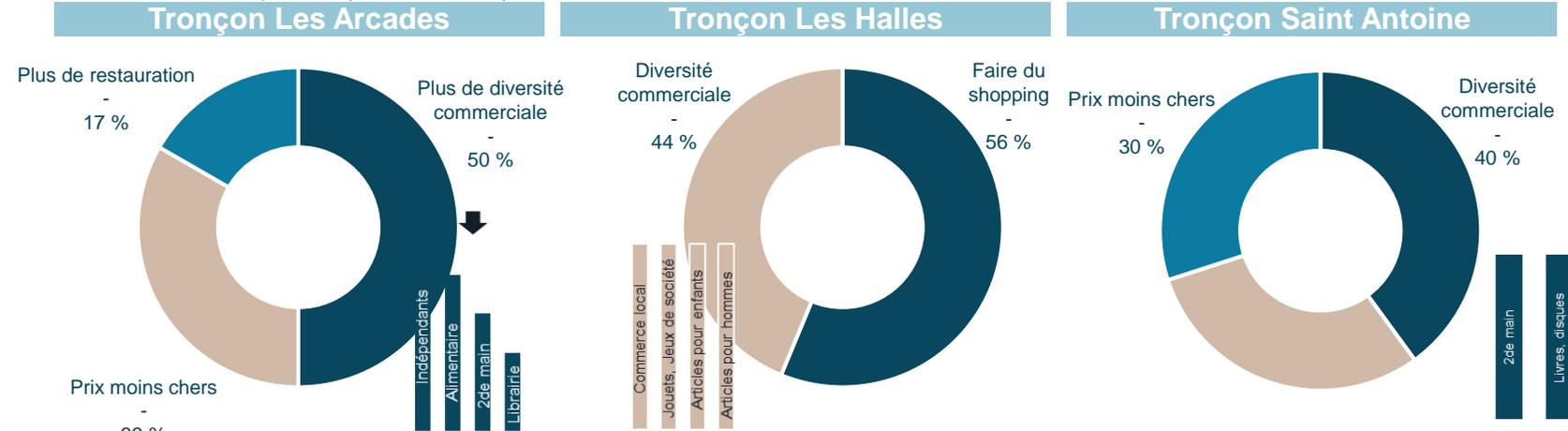
## Des attentes des clients pour encore plus de mixité commerciale, une circulation apaisée et un environnement plus vert

- **Des commerces indépendants** pour introduire plus d'originalité dans les concepts et les offres, et favoriser les circuits courts et les acteurs locaux
- **De l'alimentaire**, particulièrement sur les tronçons des Arcades et des Halles pour « manger sur le pouce à des prix abordables »
- **Du seconde main** pour répondre aux nouveaux modes de consommation plus responsables. Les services également type pressing, retouche pourraient également compléter l'offre
- **Des commerces de loisirs** : jeux de société, jouets, livres, disques, etc. De nouveaux concepts sont peut-être à tester avec notamment des cafés-jeux ou cafés littéraires qui permettraient de créer des événements et de l'animation
- **Des commerces pour enfants et pour hommes** afin de diversifier l'offre d'habillement et d'équipement de la personne

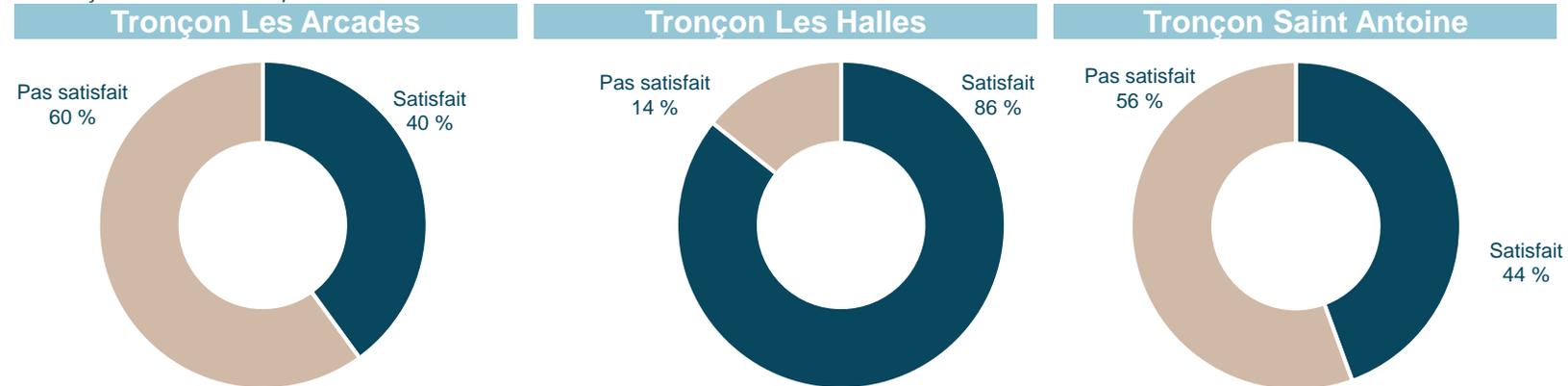
## Des commerçants qui aspirent également à un environnement urbain amélioré

- **Baisse des trottinettes visible et appréciée.** L'intensité du trafic vélo reste un point de frustration. Ils gênent les piétons qui eux génèrent du chiffre d'affaires
- **Entretien, nettoyage et éclairage des rues à renforcer**
- **Végétalisation à introduire.** C'est l'aspect le plus mis en avant
- Viennent ensuite : des espaces repos, des toilettes, des poubelles, des animations et l'organisation d'événements

Clients : Globalement, qu'est-ce qui vous ferait fréquenter la rue de Rivoli ?

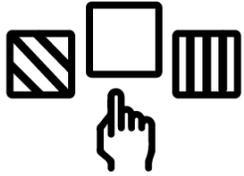


Commerçants : Globalement quel est votre niveau de satisfaction de la rue de Rivoli ?



« Plus de petits commerces »  
 « Faire du shopping »  
 « Vente de seconde main »  
 « Les services de la Ville passent une fois par mois pour nettoyer »  
 « Plus de terrasses »  
 « Shopping et prendre un verre »  
 « Nous avons perdu la vie de quartier »  
 « C'est l'autoroute des vélos »  
 « Les obtentions des autorisations administratives et d'urbanisme furent infernales pour la rénovation du magasin »

# En synthèse, ce qu'il faut retenir



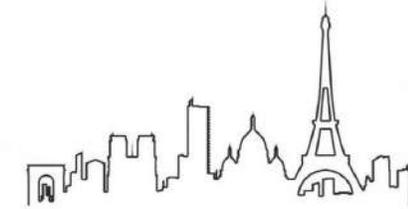
## Diversité des commerces

- Une diversité commerciale qui rend cet axe très attractif
- Une demande pour renforcer cette diversité avec des commerces en ligne avec les modes de vie et de consommer d'aujourd'hui (seconde main, circuits courts, loisirs, etc.)



## Performance remarquable

- Un taux de vacance parmi les plus faibles de Paris à 5,3 % en juin 2023
- Une fréquentation en nette hausse, 2<sup>e</sup> après les Champs-Élysées avec 15 M de visiteurs / an en mai 2023
- Dans le contexte actuel, une attention est à porter sur les évolutions en cours et à venir afin d'accompagner et soutenir les commerçants et l'image de cet axe



## Environnement authentique

- Un cheminement « shopping » très apprécié aussi pour le décor
- Une attractivité des parisiens, des franciliens mais également des touristes
- Une ambiance plus verte et apaisée répondant aux différents types d'utilisateurs est souhaité

Merci



# QUESTIONS/REPOONSES

**Merci de votre attention !**