



# ENJEUX

## Ile-de-France

L'économie francilienne en bref

**CROCIS**  
L'économie en Île-de-France  
Chiffres, analyses, tendances

Un centre d'observation de

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

n°249 - Janvier 2024

## Un paysage commercial francilien contrasté, entre résilience et fragilité

Le dernier recensement exhaustif des locaux d'activité franciliens, effectué au printemps 2023, montre que le paysage commercial conserve encore des séquelles de l'impact de la crise sanitaire. Ce paysage est le reflet de la situation économique des Franciliens : face aux difficultés de pouvoir d'achat engendrées par l'inflation, les commerces « discount » font une percée notable et ce, dans plusieurs secteurs. Les commerces alimentaires et les cafés-hôtels-restaurants progressent, tout comme le secteur santé-beauté-soins du corps. L'équipement de la personne pâtit de la chute continue des commerces d'habillement et de chaussures.

Depuis trois ans, le nombre de commerces actifs (voir Définitions) dans la région a progressé de 2,1 %, passant de 153 993 en 2021 à 157 205 aujourd'hui, soit 3 212 commerces supplémentaires.

Le taux d'équipement commercial moyen (voir Définitions) de la région Ile-de-France est en 2023 de 14,5 commerces actifs pour 1 000 habitants, en légère progression par rapport à 2021 (14,2) ; ce chiffre recouvre toutefois des réalités très diverses selon les départements. Forte de ses 2,14 millions d'habitants et d'une fréquentation touristique élevée, Paris est largement en tête en nombre de commerces : avec 61 115 commerces actifs, la capitale représente 39 % des commerces d'Ile-de-France, alors qu'elle ne compte que 17 % de sa population. Elle affiche donc le taux d'équipement moyen le plus élevé de la région : 28,5 commerces pour 1 000 habitants, en légère baisse par rapport à 2021 où il était de 28,7.

Paris devance ainsi largement les Hauts-de-Seine (17 024 commerces actifs, 10,5 commerces pour 1 000 habitants), la Seine-et-Marne (14 679 commerces actifs, 10,3 commerces pour 1 000 habitants), la Seine-Saint-Denis (14 645 commerces actifs, 8,8 commerces actifs pour 1000 habitants) les Yvelines (14 368 commerces actifs, 9,9 commerces pour 1 000 habitants), le Val-de-Marne (13 470 commerces actifs, 9,6 commerces pour 1 000 habitants), l'Essonne (11 499 commerces actifs, 8,8 commerces pour 1 000 habitants) et le Val-d'Oise (10 405 commerces actifs, 8,3 commerces pour 1 000 habitants)

En 2023    En 2021



Commerces actifs en Ile-de-France

**157 205    153 993**



Taux de vacance commerciale

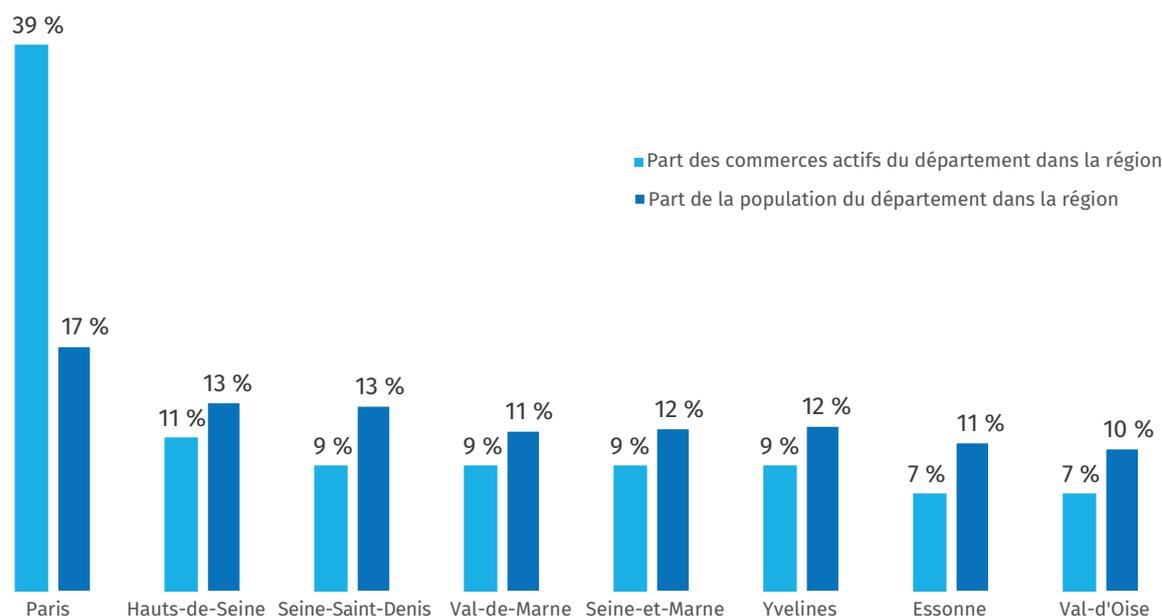
**12,9 %    12,6 %**



Locaux non exploités en Ile-de-France

**23 294    22 238**

## EQUIPEMENT COMMERCIAL EN ILE-DE-FRANCE EN 2023 RÉPARTITION PAR DÉPARTEMENT



Source : CCI Paris-Ile-de-France Equipement commercial, 2023 (CCI Paris Ile-de-France, Apur et Mairie de Paris pour Paris)

## UN TAUX DE VACANCE COMMERCIALE EN LÉGÈRE HAUSSE

**On compte aujourd'hui 23 294 locaux non exploités en Ile-de-France ; 3 047 d'entre eux sont des locaux en travaux, qui pourraient ensuite reprendre une activité commerciale.**

Le taux de vacance commerciale (voir Définitions) constaté est en légère augmentation dans la région par rapport au dernier recensement : 12,9 % contre 12,6 % en 2021. Cette hausse indique que la crise sanitaire des années 2020 et 2021 a entraîné une fragilisation du tissu commercial francilien ; en effet, la vacance traduit des difficultés dans le maintien et la transmission des activités commerciales. Paris, la Seine-Saint-Denis et le Val d'Oise sont les départements qui observent une augmentation de la vacance commerciale.

A cet égard le taux de vacance de la Seine-Saint-Denis apparaît particulièrement élevé (19,0 %, le plus haut de la région), et révélateur de fortes difficultés pour les commerces de ce département, aggravées notamment par la crise sanitaire. En revanche, les Hauts-de-Seine voient leur taux de vacance diminuer de 3,3 points, ce qui indique une forte résilience du tissu économique départemental.

Le taux de vacance des rez-de-chaussée actifs (voir Définitions) est aujourd'hui de 11,7 % dans la région ; il était de 11,5 % en 2021. Les 0,2 point de croissance correspondent à 1 056 locaux vacants supplémentaires dans la région.

## UNE OFFRE COMMERCIALE RENOUVELÉE

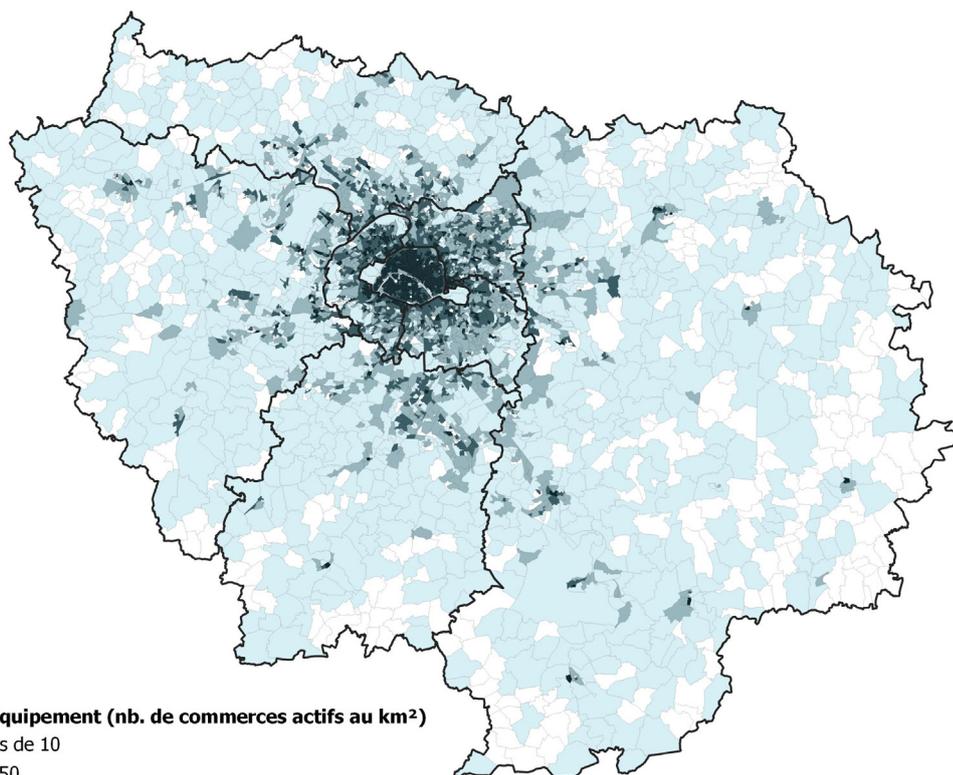
La mutation commerciale (voir Définitions) prend en compte tout changement d'état d'un commerce observé entre deux recensements. Par rapport à 2021, 73 % des locaux commerciaux franciliens n'ont pas connu de mutation ; mais 11 093 ont changé d'activité (soit 6 % du total) et 11 270 ont changé d'enseigne (6 % du total). 9 423 locaux précédemment occupés par un commerce sont désormais vacants, soit 5 % du total, alors que 8 583 locaux commerciaux qui étaient vacants lors du dernier recensement sont désormais ouverts (4 % du total). Seuls 1 % des commerces recensés sont des créations pures, ce qui représente 2 364 commerces.

C'est dans le Val-d'Oise qu'ont eu lieu depuis trois ans le plus de créations pures de commerces par rapport au

nombre total de commerces (401 créations, soit 3 % des locaux du département) ; c'est à Paris que le plus grand nombre de commerces ont été créés depuis 2021, avec 577 créations pures (1 % du total parisien). C'est également dans la capitale que le tissu commercial a le plus évolué avec 9 % des locaux commerciaux parisiens qui ont changé d'activité, soit 7 260 commerces.

De nombreux locaux commerciaux ont changé de destination et sont désormais utilisés à des fins autres que commerciales : ces locaux ont augmenté de 10 % en trois ans dans la région. Ainsi, les activités médicales en boutique (cabinets médicaux, dentaires, kinésithérapeutes,...) ont progressé de 18 % depuis trois ans, les bureaux en boutique de 7 % et les activités de stockage en boutique de 4 %.

## LES COMMERCES ACTIFS EN ILE-DE-FRANCE EN 2023



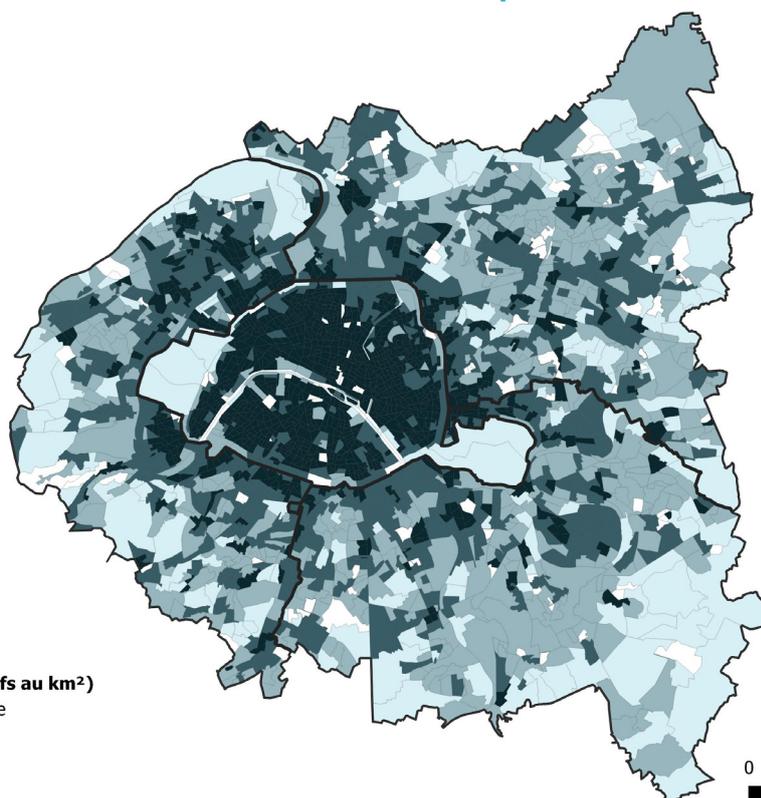
**Taux d'équipement (nb. de commerces actifs au km<sup>2</sup>)**

- Moins de 10
- 10 - 50
- 50 - 200
- Plus de 200

0 10 20 km

Sources: CCIR Paris- IdF - Equipement commercial 2023 / IGN - Iris Réf: SIGR-LB231213

## LES COMMERCES ACTIFS À PARIS ET DANS LA PETITE COURONNE EN 2023



**Taux d'équipement (nb. de commerces actifs au km<sup>2</sup>)**

- Absence de commerce
- Moins de 10
- 10 - 50
- 50 - 200
- Plus de 200

0 5 10 km

Sources: CCIR Paris- IdF - Equipement commercial 2023 / IGN - Iris Réf: SIGR-LB231213

## PARIS PERD PLUS DE 400 COMMERCES

En trois ans, Paris est le seul département qui ait vu le nombre de ses commerces actifs, et donc son taux d'équipement commercial, baisser : le recensement 2023 compte 418 commerces de moins qu'en 2021. La fermeture de nombreux magasins parisiens de grandes enseignes en faillite comme Gap ou Camaieu, explique en partie ce phénomène. De plus, le développement du télétravail, qui a privé les commerces parisiens d'une partie de la clientèle des travailleurs résidant hors Paris, ainsi que la forte chute

de la fréquentation touristique due à la crise sanitaire ont probablement conduit à une régulation du nombre de commerces dans la capitale.

Les autres départements enregistrent une hausse du nombre de commerces actifs ; celle-ci est particulièrement marquée en Val-d'Oise (543 commerces actifs de plus qu'en 2021, soit une hausse de 6 %).

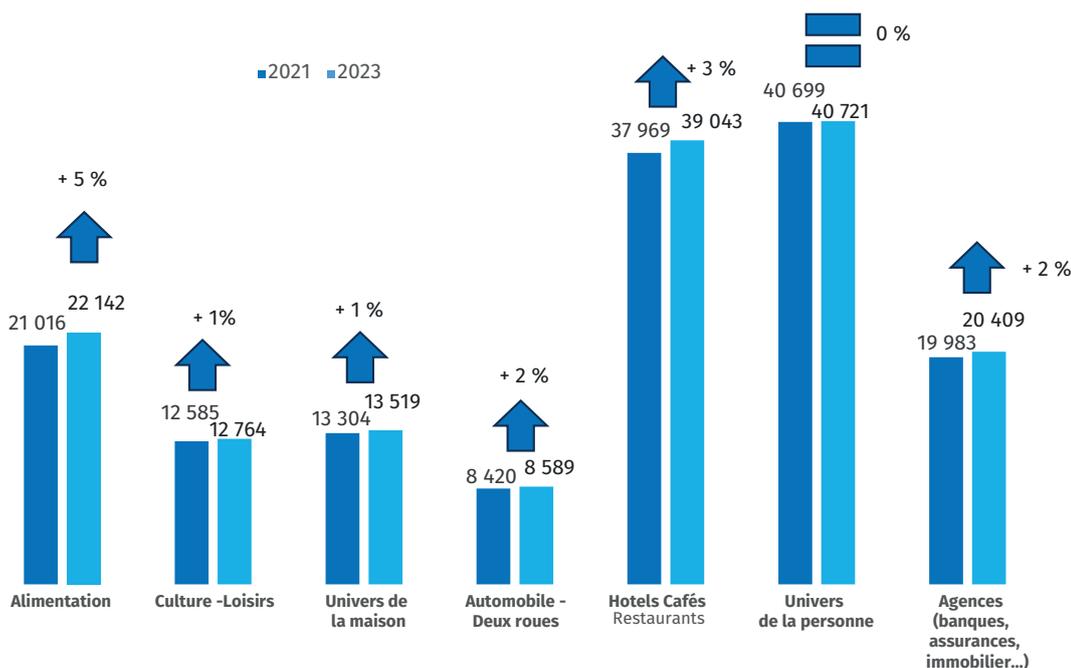
## LES ÉVOLUTIONS SECTORIELLES CONFIRMENT DES TENDANCES PRÉCÉDEMMENT OBSERVÉES

Mais c'est surtout selon les activités que le nombre de commerces de la région a significativement évolué. Le paysage commercial est en effet le reflet des évolutions économiques et sociétales : certains secteurs ont pu bénéficier d'une forte dynamique, portée par l'évolution des modes de consommation, tandis que d'autres ont pâti des arbitrages budgétaires ou de la désaffection des consommateurs.

Le recensement 2023 est la confirmation de grandes tendances déjà observées les années précédentes : recul des activités fortement touchées par la concurrence du e-commerce -notamment de la fast fashion - ou la dématérialisation des échanges, développement de commerces à bas prix adaptés à la baisse du pouvoir d'achat, crise persistante du secteur chaussures-habillement, fort développement de l'alimentaire et de la restauration, ainsi que du secteur santé-beauté-soins du corps.

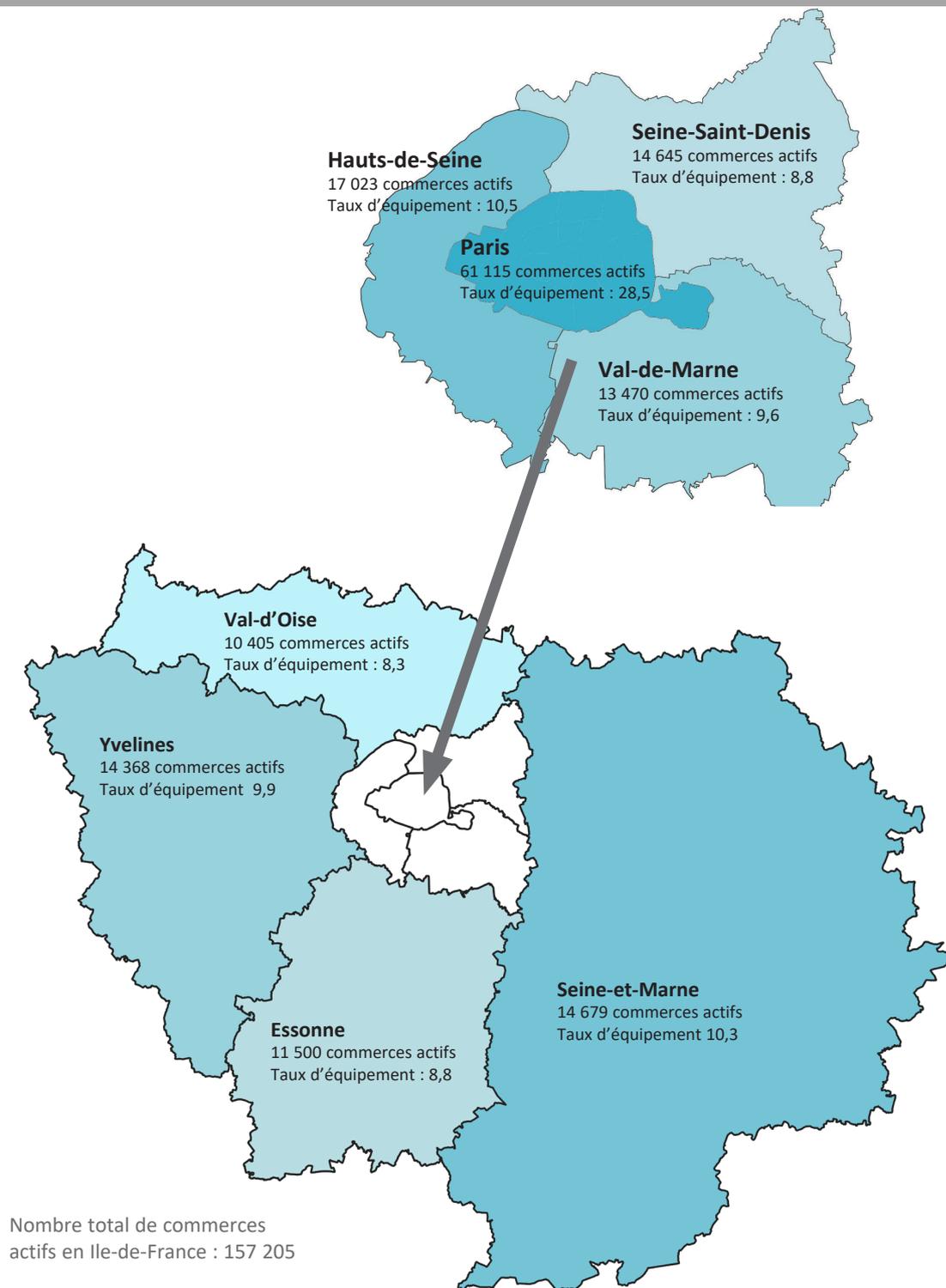
### ÉVOLUTION DU NOMBRE DE COMMERCES ACTIFS PAR GRAND SECTEUR EN ILE-DE-FRANCE ENTRE 2021 ET 2023

Evolution du nombre de commerces actifs par grand secteur en Ile-de-France entre 2021 et 2023



Source : CCI Paris-Ile-de-France Equipement commercial, 2023 (CCI Paris Ile-de-France, Apur et Mairie de Paris pour Paris)

## TAUX D'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL PAR DÉPARTEMENT EN 2023



Source : CCI Paris Ile-de-France - Equipement commercial 2023

### LOCAUX « HORS CATÉGORIE »

Certains locaux commerciaux sont classés « Hors catégorie » car ils ne sont pas occupés actuellement par des commerces, mais par des bureaux ou des activités de type médical. Ils sont susceptibles d'être à nouveau occupés par des commerces dans le futur. Ils représentent en 2023 19 063 locaux en Ile-de-France.

## L'ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE PLOMBÉ PAR LA CHUTE DU SECTEUR HABILLEMENT-CHAUSSURES

La plupart des grands secteurs d'activité ont vu en trois ans le nombre de leurs commerces augmenter, à l'exception de l'univers de la personne, qui stagne, plombé par la crise de l'équipement de la personne et notamment des commerces de chaussures et d'habillement. L'ensemble du secteur du prêt-à-porter (masculin, féminin, mixte, enfants) enregistre une chute de 9 % et les chaussures de 15 %.

En effet ces activités disposaient d'un nombre très élevé de commerces alors que la consommation de la clientèle changeait (arbitrages budgétaires en faveur des outils technologiques ou des voyages au détriment de l'équi-

pement de la personne, préoccupations environnementales face à une industrie textile source de pollution, concurrence du e-commerce et de la seconde main). Les enseignes Pimkie, Kookaï, Burton, Camaïeu, Gap, André, Kaporal, Don't call me Jennyfer, San Marina se sont ainsi l'une après l'autre retrouvées en redressement judiciaire ou en liquidation.

En revanche trois activités d'équipement de la personne connaissent une progression : le prêt-à-porter de luxe (+ 12 %), essentiellement dans la capitale et dans les Hauts-de-seine, les articles de sport (+ 10 %) et surtout les friperies-solderies (+ 40 %).

## L'ALIMENTATION EN HAUSSE

Le secteur qui a le plus fortement progressé est l'alimentation (+ 5 %), aussi bien généraliste que spécialisée. Les plus fortes croissances concernent les supérettes classiques (+ 28 %) ou discount (+ 9 %), les supermarchés discount (+ 4 %) et les hypermarchés discount, qui sont passés de 1 à 6 dans la région entre 2021 et 2023. En ce qui concerne les commerces alimentaires spécialisés, les pâtisseries ont augmenté de 24 %, les commerces de détail

de thé et de café de 19 %, les fromageries-crémeries de 17 %. A un degré moindre, on enregistre également des hausses pour les traiteurs-charcuteries-épicerie fines (+ 11 %), les commerces de fruits et légumes (+ 9 %), les poissonneries (+ 8 %). Cette croissance du nombre de commerces alimentaires confirme une tendance déjà observée lors du précédent recensement en 2021.

## LA RESTAURATION RAPIDE CONTINUE SON ASCENSION ININTERROMPUE

Le secteur hôtels-café-restaurants, qui avait particulièrement souffert durant la crise sanitaire, a, malgré tout, enregistré de son côté une hausse de 3 % de ses établissements, tiré par la restauration rapide (+ 9 %) : depuis 2021, 1 055 établissements de restauration rapide de plus sont apparus dans la région. Cette activité connaît une hausse

continue depuis vingt ans car elle est bien adaptée aux nouveaux rythmes de vie, accessibles à des budgets réduits et que l'offre s'est considérablement élargie pour s'adapter à toutes les habitudes alimentaires. Elle a également bénéficié de l'engouement pour la livraison à domicile, dopé par la crise sanitaire.

## VÉLO ET SALLES DE SPORT BOOSTENT LE SECTEUR CULTURE-LOISIRS

Dans le secteur culture-Loisirs, les activités les plus porteuses sont la vente-réparation-location de vélos (+ 47 %) qui illustre le développement des mobilités douces, favorisé par la multiplication des pistes cyclables, les commerces de développement photo, photographie et

matériel d'optique (+ 26 %), et les salles de sport et activités sportives (+ 16 %). On a ainsi pu observer le développement de salles de sport discount à côté des grands opérateurs historiques du secteur. Les débits de tabac et les activités de soutien scolaire sont chacune en progression de 8 %.

## SANTÉ-BEAUTÉ-SOINS DU CORPS TOUJOURS EN FORME

Dans le prolongement du recensement de 2021, le secteur santé-beauté-soins du corps maintient une bonne progression : le vieillissement de la population favorise la croissance des commerces de prothèses auditives (+ 32 %), et d'articles médicaux (+ 9 %). Les ongleries (+ 23 %) et les

salons de tatouage et piercing (+ 19 %) continuent leur développement rapide. Quasiment inexistant il y a trois ans, les commerces de CBD passent de 27 en 2021 à 235 dans la région aujourd'hui.

## LES AGENCES PROGRESSED GRÂCE AUX SERVICES À LA PERSONNE

Dans le domaine des agences, plusieurs activités reculent, essentiellement en raison de la dématérialisation des échanges qui rend inutile l'intermédiation d'un agent : c'est le cas pour les agences bancaires (- 3 %), les organismes de crédit (- 6 %) et les agents d'assurance (- 2 %). En revanche, on note une nette progression des agences de téléphonie discount (+ 13 %), encore une illustration du succès des magasins à petits prix, dans ce domaine comme dans l'alimentaire ou le textile. Les agences de services à la personne (aides ménagères, gardes d'enfants, livraison de repas, etc.) progressent de 23 %. En effet d'une part les facteurs démographiques et socioéconomiques de la

population régionale sont favorables à ce secteur : 1 259 000 couples bi-actifs, donc un recours important aux gardes d'enfants et aux prestations de ménage, une population qui vieillit (20 % de 60 ans ou plus), donc un recours accru aux auxiliaires de vie, une part importante de ménages aux revenus élevés susceptibles de faire appel à des services à domicile « de confort » ; d'autre part, la loi Borloo de 2004 qui encadre encore aujourd'hui les activités de services à la personne impose à toute entreprise du domaine de disposer d'un lieu d'accueil physique. Contrairement à d'autres activités, toute entreprise de services à la personne qui se crée doit donc occuper un local commercial.

## E-COMMERCE ET INFLATION BOUSCULENT LE PAYSAGE

Dans l'équipement de la maison, les activités en concurrence directe avec les sites de e-commerce souffrent, comme les spécialistes hi-fi (- 15 %) ou électroménager (- 28 %), ainsi que les commerces de matériel de bureau (- 15 %). En revanche, les discounters non alimentaires-déstockeurs enregistrent une forte poussée (+ 68 %), ainsi que les salles de ventes aux enchères (+ 15 %).

Le discount et la seconde main tirent donc profit de la crise du pouvoir d'achat puisqu'ils progressent aussi bien dans l'équipement de la personne que l'équipement de la maison ou dans l'alimentaire : discount non alimentaire-déstockeur : + 68 %, friperie-solderie : + 40 %, téléphonie discount + 16 %, salles des ventes + 15 %, supérette discount + 9 %, supermarché discount + 4 %, hypermarchés discount passés de 1 en 2021 à 6 en 2023 dans la région.

### En hausse significative : ↗

- Commerce de CBD (27 commerces en 2021, 235 en 2023)
- Supermarché discount (1 en 2021, 6 en 2023)
- Discount non alimentaire-déstockeur (+ 68 %)
- Commerce spécialisé de produits frais (+ 52 %)
- Vente, location et réparation de vélos (+ 47 %)
- Friperie-solderie (+ 40 %)
- Bricolage (+ 33 %)
- Prothèses auditives (+ 32 %)
- Supérette classique (+ 28 %)
- Développement photo-matériel photo et optique (+ 26 %)

### En baisse significative : ↘

- Matériel d'arts graphiques (- 43 %)
- Libre-service informatique (- 34 %)
- Spécialiste électroménager (- 28 %)
- Disquaire (- 20 %)
- Tailleur sur mesure (- 19 %)
- Quincaillerie (- 19 %)
- Chaussures mixte (- 19 %)
- Cafeteria (- 19 %)
- Spécialiste radio-tv-hifi (- 15 %)
- Linge de maison (- 13 %)

## LES 10 PLUS GRANDS CENTRES COMMERCIAUX FRANCILIENS

Centre commercial	Commune	Département	Nombre de cellules commerciales
3 FONTAINES	Cergy	95	298
WESTFIELD CARRE SENART	Lieusaint	77	276
LES QUATRE TEMPS	Puteaux	92	256
CRETEIL SOLEIL	Créteil	94	248
BELLE EPINE	Thiais	94	215
VELIZY 2	Vélizy-Villacoublay	78	205
O PARINOR	Aulnay-sous-Bois	93	194
ROSNY2	Rosny-sous-Bois	93	194
PARLY 2	Le Chesnay-Rocquencourt	78	192
EVRY 2	Evry-Courcouronnes	91	190

Source : CCI Paris Ile-de-France - Equipement commercial 2023

## Paris maintient son offre élevée de commerces

72,2 % des 82 835 locaux en rez-de-chaussée à Paris sont occupés par une activité commerciale. Avec 61 115 commerces et services de détail actifs en 2023 (-1 % par rapport à 2021), Paris maintient son offre élevée et sa position de capitale du commerce. Ainsi, son taux d'équipement de 28,5 commerces pour 1 000 habitants reste à un niveau exceptionnel traduisant une haute densité commerciale favorable à l'animation des rues et des quartiers. Cette richesse et cette diversité constituent des atouts propices à l'attractivité de la Ville Lumière appréciés des touristes et des visiteurs.

La répartition des commerces, inégale sur le territoire, est d'autant plus dense que l'on se rapproche du cœur de la capitale. Avec plus de 80 commerces pour 1000 habitants, la densité commerciale de Paris centre et du 8<sup>ème</sup> arrondissement est près de 4 fois supérieure à la moyenne parisienne. A contrario, les arrondissements périphériques des 13<sup>ème</sup>, 19<sup>ème</sup> et 20<sup>ème</sup> arrondissements comptent moins de 15 commerces pour 1 000 habitants.

9 059 locaux commerciaux de Paris sont vacants en 2023. Le taux de vacance commerciale a légèrement cru et passe de 12,5 en 2021 à 12,9 % en 2023. Le taux de vacance des rez-de-chaussée actifs atteint 10,9 %, en légère hausse par rapport à 2021 (10,7).

La stabilité en volume de l'offre des commerces ne saurait masquer les évolutions du tissu commercial de la capitale. En effet, le commerce parisien, flexible et adaptable au gré des ouvertures et des fermetures, reflète les attentes et des besoins des consommateurs. On relève ainsi que :

- Les principales hausses concernent le commerce alimentaire (+ 310 unités/4 %), la santé et le bien être (+ 283/ + 15 %), la restauration (+ 189/ + 1 %) et la vente, location et réparation de vélos (+ 69/+ 39 %). Les petits commerces alimentaires spécialisés, très présents dans les « rues-marché », progressent en effet beaucoup, les pâtisseries (+52/+22 %), les cavistes (+61/+10 %) et les primeurs (+ 55/ + 22 %) en particulier ; seules les boucheries reculent (- 28/- 5 %).
- Les cafés restaurants, très présents dans le paysage parisien (15 419) se déploient en volume, et remanient leur offre. Les brasseries, fleuron du paysage parisien accusent un net repli (- 93), à l'instar des restaurants traditionnels (- 115). A l'inverse, la restauration rapide a multiplié les concepts innovants et gagne 352 emplacements.
- A contrario, les baisses les plus notables touchent l'équipement de la personne (- 621 / - 8 %), les agences bancaires (- 77 / - 7 %), les garages, concessionnaires et stations-services (- 72 / - 9 %). L'habillement homme, femme ou enfant est en déclin, à l'exception de l'habillement de seconde main (+ 67 / + 28 %) et des vêtements de sport. Les commerces de chaussures et les bijouteries et joailleries reculent également fortement.
- Soutenue par la fréquentation touristique croissante et malgré l'offre élevée de meublés en location de courte durée (type Airbnb), l'hôtellerie résiste et poursuit sa montée en gamme : les hôtels 4 et 5 étoiles gagnent du terrain (+ 18 %) au détriment des hôtels bon marché en déclin.

Sophie LAUNAY, CCI Paris

## Le commerce dans les Hauts-de-Seine a surmonté les effets de la crise sanitaire

Le commerce dans les Hauts-de-Seine a surmonté les effets de la crise sanitaire pour progresser. Ainsi, le nombre de commerces actifs est, en 2023, en hausse par rapport à 2021 de 3 % pour atteindre 17 023 commerces ; le taux de vacance commerciale est de 11,5 % en baisse de 3,3 points sur cette même période. Le taux de vacance des rez-de-chaussée actifs s'élève à 10,5, en baisse de 3 points par rapport à 2021.

Le tissu commercial des Hauts-de-Seine en 2023 met en évidence les changements de comportements de consommation. Les commerces alimentaires poursuivent leur croissance en 2023, avec une hausse de 7 %, portée par celle des commerces de plus petite taille (supérettes classiques + 24 %), les hypermarchés et les supermarchés stagnent. Les commerces de bouche augmentent : « Boulangeries-Pâtisseries » + 6 %, « Boucheries-Charcuteries » + de 3 % et les « Commerces de fruits et légumes » + 8 %.

Les commerces « Culture-Loisirs » connaissent une hausse de 3,4 % du fait des commerces de « Loisirs » (+ 6,5 %). Cette croissance masque deux mouvements contraires. Les commerces relatifs à l'informatique et aux jeux-vidéos chutent, alors que les commerces relatifs à l'activité sportive et aux modes de déplacements doux connaissent des hausses : « Vente-réparation-location de vélo » + 53 %, « Activités sportives - salles de sports - espaces jeux enfants » + 27 %.

Les commerces de « l'univers de la maison » poursuivent leur chute (- 1,8 %) ; ce mouvement affecte les 3 sous-catégories « Bricolage-Jardinage », « Equipement de la maison » et « Services liés à l'habitat ».

La catégorie « Automobile / Deux-Roues motorisés » connaît une baisse de 3,5 % depuis 2021 en lien avec celles du « commerce de l'automobile » (- 9 %), et des « commerces d'équipements automobile et deux-roues » (- 16 %). Toutefois, la hausse des « commerces de deux-roues motorisés » (+ 3 %) et des « garages de deux-roues motorisés » (+ 11 %) amortit la baisse du secteur.

Bien que durement touchées durant la crise sanitaire, les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration connaissent une augmentation pour atteindre 4 180 unités en 2023, nombre jamais aussi haut depuis 2002. Avec 197 unités, les hôtels de tourisme augmentent de 21 %, principalement près des gares et du périphérique. Les « Restaurants traditionnels-Brasseries » augmentent de 2 % ; ils sont les commerces les plus représentés dans le département avec 1 933 unités. La « Restauration rapide » connaît un essor de plus de 16 %.

Portée par le développement des « Ongleries » (+ 35 %), des « Coiffeurs-Barbiers » (+ 4 %) et des « Articles médicaux et orthopédiques » (+ 29 %), la sous-catégorie des « Soins du corps » affiche une croissance du nombre de commerces de 6 % en 2023.

Robin BENOIST, CCI Hauts-de-Seine



### Un nombre de commerces actifs assez stable

Les enquêteurs de la Chambre de commerce et d'industrie de Seine-Saint-Denis ont recensé, au printemps 2023, les locaux avec une vitrine (au rez-de-chaussée) des 40 villes du département. Le relevé terrain de cette année a été marqué par deux nouveautés : le recensement des commerces de gros à Aubervilliers et du marché aux puces à Saint-Ouen.

En 2023, la Seine-Saint-Denis compte 14 645 commerces actifs (+ 1 % par rapport à 2021) et un taux d'équipement commercial de 8,8 commerces pour 1 000 habitants. L'équipement commercial séquan-dyonisien a connu, entre 2021 et 2023, des évolutions variables selon les activités.

Depuis le dernier recensement de 2021, le secteur alimentaire a progressé de 9 % dans le département, notamment les commerces d'alimentation générale (+ 16 %). En alimentation spécialisée, les pâtisseries et les fromageries-crêmeries progressent fortement (+ 8 pâtisseries et + 5 fromageries).

Les cafés-restaurants, déjà très implantés dans le département (3 561 établissements) ont continué de s'accroître (+ 3 %, soit 106 unités de plus qu'en 2021). La restauration rapide en particulier connaît une hausse de 9 %, soit 139 unités supplémentaires.

Les commerces de l'équipement de la maison enregistrent une forte hausse (+ 13 %), en particulier le discount non alimentaire (+ 26 %) et les spécialistes du meuble de salon (+ 23 %).

L'équipement de la personne voit le nombre de ses commerces chuter (- 9 %) en raison de la chute du prêt-à-porter masculin, féminin et mixte qui ont perdu au total 63 commerces dans le département et des commerces de chaussures, qui en ont perdu 37. En revanche, les commerces liés au sport (habillement ou de chaussures) ont enregistré une hausse de 25 % (+ 11 commerces).

Au total, on compte aujourd'hui 3 440 locaux vacants en Seine-Saint-Denis, dont 10 % sont en travaux. Le taux de vacance commerciale est élevé (19,0 %), en hausse de 0,7 point par rapport à 2021 ; Le taux de vacance des rez-de-chaussée actifs est de 17,5 %, contre 17,1 en 2021.

Simplex MEYA-TABU, CCI Seine Saint-Denis



### Des signaux contrastés pour le commerce Val-de-Marnais en 2023

Le Val-de-Marne compte 13 470 commerces actifs en 2023, et a connu une augmentation modeste du nombre de commerces de 1 % depuis 2021. Entre 2021 et 2023 on observe une plus forte augmentation du nombre total de commerces (1 %) qu'entre 2018 et 2021 (0 %).

Le taux d'équipement commercial du département dans la région est de 9,6 (commerces actifs pour 1 000 habitants), alors que la part de la population représente 11 %.

La mutation commerciale a baissé en 2023 passant à 15 % au lieu de 26 % en 2021 (post pandémie) et 22 % en 2017.

Parmi les plus fortes hausses on remarque celles des services à la personne (18 %), des soins du corps (+ 5 %), le secteur des agences (+ 7 %) et la culture-loisirs (+ 5 %).

L'évolution dans la catégorie alimentaire montre un gain global de 81 commerces par rapport à 2021 soit une augmentation de 4 %. La catégorie est répartie entre 2 089 commerces alimentaires (1 168 spécialisés et 921 généralistes), 22 hypermarchés, 176 supermarchés et 362 superettes.

La catégorie des cafés-hôtels-restaurants montre une croissance de 3 % portée par la restauration rapide et asiatique alors que le nombre de restaurants traditionnels a diminué.

Bien que supérieur à la moyenne régionale (12,9 %) le taux de vacance commerciale se réduit en Val-de-Marne passant à 14,4 % en 2023, contre 16,8 % en 2021 et 15,8 % en 2017. Ces résultats sont moins satisfaisants concernant les concentrations commerciales dont le taux de vacance augmente progressivement : 14,8 % en 2017, 19,4 % en 2021 et 19,6 % en 2023 et ceci malgré les efforts d'embellissement, de réhabilitation parking et rénovation urbaine.

A terme, la dynamique commerciale du département du Val-de-Marne sera impactée positivement par des grands projets d'aménagement et l'ouverture progressive de nouveaux moyens de transports publics (ligne 15 du Grand Paris Express, métro ligne 14, le téléphérique « le Cable 1 », le bus T Zen).

Ioana TEODORESCU, CCI Val-de-Marne

### Une évolution du commerce en Seine-et-Marne plutôt positive

Le département compte en 2023 environ 14 700 commerces actifs. La période 2021-2023 a été plutôt calme en termes de développement de grands équipements commerciaux. Selon les secteurs d'activités, les évolutions sont diverses.

Le secteur alimentaire continue de se consolider avec une augmentation du nombre de commerces de + 2 % entre 2021 et 2023 faisant suite à un bond important entre 2018 et 2021 (+ 4 %). Le solde ouvertures/fermetures est très excédentaire pour les épiceries fines, les cavistes, les boulangeries-pâtisseries... Le solde est en revanche négatif pour les boucheries-charcuteries. Avec le retour de l'inflation, le nombre de commerces bio s'est stabilisé après plusieurs années de développement. Dans le même temps, le parc de magasins généralistes de plus de 1 000 m<sup>2</sup> a augmenté de 3 %.

Après une nette hausse avant 2021, le nombre de cafés-hôtels-restaurants reste stable dans son ensemble mais des difficultés ressortent pour les débits de boissons (- 5 %).

Autre pilier du commerce : le textile. C'est dans ce secteur que l'équipement commercial se tarit le plus. L'offre de commerces de vêtements-chaussures a décliné de 7 % en 2 ans après une diminution déjà sensible entre 2018 et 2021.

Il résulte de la crise du textile une hausse de la vacance commerciale qui, après avoir concerné les centres-villes, touche fortement les centres commerciaux où ce type de commerces est le plus dense. Les galeries marchandes de Seine-et-Marne subissent un taux de vacance commerciale moyen de 10,5 %. Les fleurons régionaux de la consommation que sont Westfield Carré Sénart et le Val d'Europe, jusqu'à présent plutôt épargnés, commencent à subir ce phénomène. Le taux de vacance commerciale du département est de 9,1 % ; le taux de vacance des rez-de-chaussée actifs est de 8,7 %.

Toutefois, la baisse de la consommation en textile est en partie compensée par un glissement vers les achats de prestations en soins du corps. Cela se traduit par le développement de commerces de beauté/santé (+ 3 %), avec des ouvertures, notamment en centre-ville, de salons de beauté, tatouage, coiffure/barbiers, audioprothésistes... Sous une forme hybride entre la santé et le loisir, les centres de remise en forme ont aussi le vent en poupe (10 centres en plus en 2 ans). Plus généralement, l'offre de commerces en culture et loisirs s'est nettement étoffée (+ 8 %).

Jérôme BLANQUART, CCI Seine-et-Marne

### Le commerce dans les Yvelines en 2023 : résilience et mutation

16 865 cellules commerciales ont été recensées en 2023 dans les Yvelines, dont 14 368 commerces actifs, en hausse de 2 % par rapport à 2021.

Le taux d'équipement commercial atteint 9,9 commerces actifs pour 1 000 habitants. Tous les grands secteurs ont vu le nombre de leurs commerces augmenter par rapport à 2021, à l'exception du secteur automobile - deux roues (- 1 %) : les plus fortes progressions concernent l'alimentaire (+ 5 %), l'univers de la maison (+ 4 %), le secteur culture-loisirs (+ 3 %) et celui des cafés-hôtels-restaurants (+ 3 %). Les secteurs des agences (+ 1 %) et de l'univers de la personne (+ 1 %) connaissent quant à eux une croissance modérée.

Les évolutions sur la période 2021-2023 sont contrastées au sein de chaque grand secteur. Ainsi, le secteur des cafés-hôtels-restaurants est principalement porté par la hausse du nombre d'établissements de restauration rapide et des salons de thés-glaciers. Dans l'alimentaire, les activités ayant gagné le plus de points de vente sont les supérettes, les commerces bio, les fromageries, épiceries, charcuteries-traiteurs et chocolateries. Dans le non alimentaire, ce sont les commerces de vélos, de prothèses auditives, d'optique, de bricolage, les discounts non alimentaires et les services à la personne. Les activités ayant perdu le plus de points de vente sont les agences bancaires, les commerces d'équipement automobile, les débits de boissons, les agences de voyage, les pressings, ainsi que le prêt-à-porter et les chaussures.

Ces évolutions viennent confirmer la tendance déjà observée en 2021 vers plus de commerces alimentaires de proximité et de services à la personne, et moins de commerces d'équipement de la personne (concurrence du e-commerce, mutation des comportements d'achat...). Après une hausse en 2021, au sortir de la crise sanitaire, le taux de vacance commerciale connaît une baisse de 0,4 point et passe de 11,1 en 2021 à 10,7 % (1 713 cellules commerciales vacantes recensées) : un signe positif qui illustre la résilience du commerce dans le département.

Esthel KOBROSLI, CCI Yvelines

### Une croissance du tissu commercial essonnien tirée par le secteur alimentaire en 2023

En 2023, l'Essonne compte 11 500 commerces actifs, en progression de 2 % par rapport à 2021 ; le taux d'équipement commercial du département s'élevant ainsi à 8,8 commerces actifs pour 1 000 habitants. Une des spécificités du tissu commercial essonnien repose sur une forte dichotomie entre les intercommunalités du nord-Essonnes, qui concentrent 85 % des cellules du département, et celles du sud-Essonnes, commercialement moins denses. Toutefois, ce sont dans ces territoires périurbains et ruraux que le nombre de commerces a augmenté le plus rapidement (+ 5 % contre + 2 %) depuis 2021.

La croissance relevée en 2023 a surtout bénéficié aux commerces alimentaires (+ 7 %), généralistes (+ 8 %) ou spécialisés (+ 6 %). A titre d'exemple, on observe, une augmentation des commerces spécialisés de produits frais (+ 89 %), qui continuent leur maillage du département avec notamment 5 nouveaux magasins depuis 2021.

Dans l'univers de la personne, le nombre d'établissements a augmenté de 2,9 %, avec cependant des évolutions contrastées entre la catégorie soins du corps (+ 5 %) et l'équipement de la personne (- 4 %), qui observe une érosion du nombre d'enseignes, surtout dans le prêt-à-porter (- 9 %) et la maroquinerie (- 17 %). Le constat est similaire pour les cafés-restaurants, portés par la croissance de la restauration rapide (+ 8 %), alors que la restauration traditionnelle perd des effectifs (- 4 %).

Par ailleurs, sur le front de la vacance commerciale, une amélioration est constatée après le pic observé en 2021. Le taux de vacance commerciale s'élève ainsi à 12,0 % en 2023, en diminution de 0,7 point par rapport à 2021, signe d'une certaine résilience du commerce essonnien. Le taux de vacance des rez-de-chaussée actifs baisse légèrement, passant de 12,1 à 11,4. Néanmoins, dans un contexte économique fragile, la nuance est apportée par la recrudescence des discounters, à l'instar des destockeurs non alimentaires (+ 67 %) et au détriment, par exemple, du secteur de la culture-loisirs (- 8 %).

L'année 2023 marque également le démarrage ou l'aboutissement de plusieurs projets de restructuration/extension d'espaces commerciaux, dont le Carrefour La Ville-du-Bois et d'Évry 2. Avec de nouveaux projets de développement commercial à venir (Valvert, Cœur de ville de Grigny, ...), le paysage commercial essonnien n'a pas fini son évolution !

Yvan CHELLIN, CCI Essonne

### L'offre commerciale du Val-d'Oise se renforce

En 2023, le Val-d'Oise compte 12 702 locaux commerciaux, soit une hausse de 9 % entre 2021 (11 671 cellules commerciales) et 2023. Or, seulement un tiers concerne les créations pures, cela s'explique par le lancement de nouvelles zones commerciales et de nouveaux cœurs de ville : Bezons – cœur de ville ; Cergy – extension des 3 Fontaines ; Persan – Retail Park Parenthèses ; Domont – nouveau cœur de ville.

Le paysage commercial évolue légèrement dans le Val-d'Oise même si certaines tendances restent les mêmes qu'en 2021 :

- un taux de vacance en légère augmentation (de 1,2 point) mais similaire à celui de la région Ile-de-France (13,2) et en augmentation. Ce phénomène est lié à la création de locaux commerciaux et se manifeste dans ces nouvelles zones commerciales par des locaux en attente d'être commercialisés ; le taux de vacance des rez-de-chaussée actifs progresse aussi de 0,9 point pour atteindre 12,5.
- Une croissance toujours importante des activités non commerciales (+ 21 %) implantées dans les cellules en rez-de-chaussée.
- Une croissance constante du secteur alimentaire (+ 3 %). La croissance se fait au profit des commerces de proximité (charcuterie, traiteur, épicerie fine, chocolaterie) et parallèlement aussi chez les commerces ethniques ; et paradoxalement une évolution constatée dans les plus grandes surfaces : fermetures de supérettes discounts et petits bazars au profit des grands destockeurs (Action, B&M, Maxxilot...) qui multiplient les implantations ;
- Le recul de l'univers de l'équipement de la maison se poursuit (- 3 %). Tous les secteurs de l'habitat sont en baisse, excepté pour les discounters et destockeurs non alimentaires en progression (+ 15 %) ;
- De même, les agences subissent une baisse constatée déjà en 2011 (- 2 %). Leur taille et leur nombre baissent pour s'adapter à une clientèle moins présente en agence (agences de voyage, agences bancaires,...). En revanche, les agences de téléphonie discount s'accroissent (49 %) ;
- La période Covid a fortement touché les secteurs de l'univers de la personne et des cafés-hôtels-restaurants. Dans le Val d'Oise, ces 2 secteurs qui étaient en baisse en 2021, sont aujourd'hui en légère hausse (2 %).

Cela s'explique partiellement par l'arrivée de nouvelles zones commerciales qui accueillent majoritairement des commerces du secteur de la personne mais aussi de la restauration (comme le « District », réservé à la restauration aux 3 Fontaines). Pour l'univers de la personne, la croissance est à nuancer : le prêt à porter est en forte chute contrairement aux spécialistes du sport.

Laetitia BIZEUL-DELALANDE, CCI Val-d'Oise

## METHODOLOGIE : RECENSEMENT DES LOCAUX COMMERCIAUX

La CCI Paris-Ile-de-France maintient et exploite depuis le début des années 2000 une base de données de l'équipement commercial de Paris, des Hauts-de-Seine, de la Seine-Saint Denis et du Val-de-Marne.

A ce jour, la CCI Paris-Ile-de-France dispose d'un historique depuis 2002 pour Paris et la Petite Couronne et depuis 2018 pour la Grande Couronne.

Le recensement a pour objectif d'établir un état des lieux précis du tissu commercial des territoires d'Ile-de-France. La base de données de l'équipement commercial se caractérise par un recensement exhaustif des locaux commerciaux en rez-de-chaussée avec vitrine, réalisé directement sur le terrain, rue par rue. Sont recensés à l'adresse :

- Les commerces et services de proximité
- Les grandes et moyennes surfaces
- Les centres commerciaux
- Les hôtels de tourisme
- Les locaux vacants
- Les hors catégories (locaux commerciaux accueillant des activités médicales ou de bureaux, mais pouvant éventuellement accueillir un commerce)
- Et pour la première fois cette année, les commerces de gros.

Cette base de données permet de qualifier l'équipement commercial et d'analyser ses mutations sur le territoire de l'Ile-de-France. Elle constitue également un outil d'aide à la décision contribuant au développement de l'activité commerciale.

Le recensement 2023 a été réalisé avec une nomenclature qui intègre 161 activités commerciales réparties en 9 catégories. Pour le recensement 2023, le commerce de gros a été ajouté aux commerces recensés. Une campagne de recensement terrain a été réalisée dans la zone de commerce de gros à Aubervilliers (93). Les locaux implantés dans les rues du quartier des puces de Saint-Ouen (93, hors périmètre des marchés couverts / fermés), ont également tous été pris en compte et intégrés à la base de données commerce de la CCI Paris-Ile-de-France dès lors qu'ils possèdent une vitrine et un accès sur rue.

NB : certains calculs d'évolution ne sont pas disponibles pour la Seine-et-Marne en raison d'un changement de méthodologie en 2023.

Détail des 9 catégories, composantes de l'équipement commercial du Grand Paris

- Agences : Banque – Assurances (agences bancaires, d'assurances, distributeurs de billets...), Postes et Télécommunications (téléphonie mobile, la poste...), Services à la personne (agences de conduite, services à domicile, agences d'intérim...), Services immobiliers (agences immobilières)
- Alimentation : Alimentation Généraliste (supermarchés, hypermarchés, supérettes, épiceries, drives, commerces bio...), Alimentation Spécialisée (boulangeries, boucheries, commerces de produits surgelés...)
- Automobiles - Deux roues (concessionnaires, garages, stations de lavage, stations essence...)
- Culture – Loisirs (cinémas, disquaires, librairies, tabacs, agences de voyages, magasins de jeux vidéo...)
- Commerce de gros (grossiste alimentaire, grossiste en équipement de la personne, grossiste en habitat-construction, autre commerce de gros).
- Grands magasins
- Univers de la maison : Bricolage – Jardinage (magasins de bricolage, fleuristes, quincailleries...), Equipement de la maison (brocantes, spécialistes luminaires, cuisine, salon...), Services liés à l'habitat (serrureries, menuiseries, sécurité...)
- Hôtel - Cafés – Restaurants (hôtels de tourisme, restauration traditionnelle, restauration rapide, cafétérias, débits de boisson...)
- Univers de la Personne : Equipement de la personne (chaussures, prêt-à-porter, maroquinerie, puériculture...), Services aux ménages (pressings, laveries, cordonneries...), Soins du corps (coiffeurs, instituts de beauté, opticiens...).

## Définitions

**Commerce actif** : Un commerce actif désigne un magasin ouvert au public et proposant à la vente des biens ou services. Par opposition, un commerce vacant n'est pas un commerce actif. Les commerces « Hors catégorie » ne font pas non plus partie des commerces actifs.

**Taux d'équipement commercial** : Il s'agit du nombre de commerces actifs recensés pour 1 000 habitants.

**Mutation commerciale** : La mutation commerciale prend en compte tout changement d'état d'un commerce observé entre deux recensements. Il peut s'agir de changements d'enseigne, d'activité, de commerces devenus vacants, de commerces vacants réouverts ou de créations d'activités.

**Vacance commerciale** : La vacance commerciale désigne un local commercial non exploité pour une durée indéterminée. Les locaux en travaux en font partie. Le taux de vacance désigne le rapport entre le nombre de locaux commerciaux vacants et le nombre total de locaux commerciaux diminué des locaux « hors catégorie ».

**Vacance des rez-de-chaussée actifs** : Le taux de vacance des rez-de-chaussée actifs désigne le rapport entre le nombre de locaux commerciaux vacants et le nombre total de locaux commerciaux.

Bénédicte GUALBERT  
bgualbert@cci-paris-idf.fr

Directeur de la publication : Stéphane FRATACCI  
Directeur de la rédaction : France MOROT-VIDELAINE  
Rédactrice en chef : Isabelle SAVELLI  
Maquette et mise en page : Nathalie PAGNOUX  
Reproduction autorisée à la condition expresse de mentionner la source  
Copyright photo : © AdobeStock\_624286504  
Dépot légal : janvier 2024  
Copyright photos : ISSN : 1266-3255

### CROCIS de la CCI Paris Ile-de-France

27 avenue de Friedland - 75382 PARIS cedex 08  
tél. : +33 (0) 1 55 65 82 00 - fax : +33 (0) 1 55 65 82 62

**e-mail : [crocis@cci-paris-idf.fr](mailto:crocis@cci-paris-idf.fr)**

**Retrouvez toutes nos publications sur [www.crocis.cci-paris-idf.fr](http://www.crocis.cci-paris-idf.fr)**

**Suivez nous sur X @CROCIS\_CCI\_IDF**

Responsable : Julien TUILLIER

Industrie - Démographie d'entreprises - Enquêtes : Yves BURFIN

Conjoncture - Benchmark européen - Tourisme : Mickaël LE PRIOL

Services - Commerce - Développement durable : Bénédicte GUALBERT

Veille économique : Marielle GUERARD, Charlotte BIZIEUX

PAO - Multimédia : Nathalie PAGNOUX

Administration - Secrétariat : Isabelle BURGOT-LAMBERT



Un centre d'observation de

