

22  
JUN  
2026

NOTE DE  
CONJONCTURE

Commerce et Economie  
de proximité en Région  
Île-de-France :  
Crise et enjeux  
du modèle économique  
de distribution des  
biens et services

---



# Commerce et Economie de proximité en Région Île-de-France : Crise et enjeux du modèle économique de distribution des biens et services

# Note de conjoncture

Présentée par Patrick BRIALLART

*22 juin 2026*

# SOMMAIRE

- 1. Les signaux d’alertes sur la transformation du commerce et de l’économie de proximité en région Île-de-France. 3**
- 2. Les commerces de proximité : tous les ans, au moins 11 % des espaces commerciaux en Île-de-France sont vacants et ne trouvent que difficilement des preneurs. 9**
- 3. Les habitudes de la consommation de proximité se transforment d’abord dans les milieux urbains depuis le développement des centres commerciaux en périphérie. 13**
- 4. Commerces et artisans de proximité : un net ralentissement de la signature de baux commerciaux d’après les notaires et professionnels de l’immobilier 15**
- 05. Les hésitations fondées des repreneurs dans le contexte plus large de la crise immobilière 17**
- 06. La mutation des grands magasins et internet : un effet d’entraînement 18**
- 07. Une nouvelle vision du centre-ville (2015) : déambulation, convivialité & expériences 21**

<b>08. Des évolutions sectorielles et départementales en Île-de-France très contrastées</b>	<b>24</b>
<b>09. Les axes pour mieux soutenir le commerce et économie de proximité</b>	<b>26</b>
<b>10. Les actions de revitalisation de l'économie de proximité : les mesures en Île-de-France autour du pacte rural de l'aide à la revitalisation des communes et des aides aux commerces de proximité</b>	<b>28</b>
<b>Sources documentaires</b>	<b>32</b>
1) Principales études récentes sur la crise du commerce de proximité	32
2) Les différentes formes de commerce dans les départements franciliens	35
3) Grands magasins et e-commerce : la combinaison gagnante ?	37
4) Les propositions de Régions de France	39

# 01. Les signaux d'alertes sur la transformation du commerce et de l'économie de proximité en région Île-de-France.

La plupart des franciliens constatent tous les jours la transformation rapide du commerce et de l'économie de proximité : rideaux baissés, annonces d'espaces vacants à louer, transformation des commerces en services divers.

Il suffit d'arpenter la rue de Rivoli ou les Grands Boulevards pour observer la réalité : les petits commerces ont été remplacés par des magasins ou restaurants franchisés. Les agences bancaires ferment peu à peu et ne sont pas remplacées. Boulevard Saint-Michel, une quinzaine de pas-de-porte cherchent un repreneur.

Tous les rapports publiés en région Île-de-France font le même constat : les commerces de proximité en Île-de-France, autrefois espaces de rencontres ou d'identité territoriale et de centre-ville traversent une crise multidimensionnelle. Le ressenti est partagé par les collectivités et les citoyens, les espaces commerciaux sont en perte de vitesse. En particulier, dans les zones rurales, des pans entiers de l'activité économique disparaissent : boulangerie, boucherie, épicerie, commerces de service et de quotidienneté, de fabrication, poste<sup>1</sup>....

Depuis 2010, la transformation est alimentée par les nouvelles tendances de la consommation sur internet, le commerce, l'économie numérique, le besoin de promotion permanente et des réductions des articles en vente (discount). A cela s'ajoute, une ubérisation des services de livraison et depuis 2020, une économie numérique facilitant la comparaison et la mise en concurrence et un net rôle des influenceurs.

<sup>1</sup> Annexe bibliographie « pour aller plus loin sur la période 2019-2025 », lettre d'information n°93-01/26 une fin d'année morose pour l'ensemble des régions page 1

Par ailleurs, depuis 2022, les détaillants indépendants subissent aussi une forte inflation des locations et des prix. Ils sont dans la nécessité de proposer des promotions durant toute l'année, mettant fin aux traditionnelles périodes de soldes, autrefois attendues de façon régulière. Une dernière tendance traite aussi de la question des coûts des espaces commerciaux puisque la spéculation immobilière accentue également la et fragilisent les centres-villes.

Ainsi, les mutations urbaines, sociétales, technologiques font écho aux attentes des jeunes générations et transforment durablement les modes de consommation, les offres commerciales et les besoins économiques.

L'accélération de la transformation a été amplifiée avec la crise sanitaire 2020/21. Les Régions se sont penchées, comme les villes, vers un nouveau façonnage des espaces de centre-ville, des banlieues et des zones de stockage dans la périphérie.

Enfin, la guerre du Golfe a mis en lumière la forte dépendance des économies occidentales aux approvisionnements énergétiques du Moyen-Orient, entraînant un renchérissement durable des prix du pétrole. Les commerces de proximité, déjà fragilisés par la concurrence des grandes surfaces et du commerce en ligne, sont particulièrement exposés : hausse des charges (énergie, logistique), baisse du pouvoir d'achat des ménages et contraction de la demande locale. Il en résulte un effet ciseau qui accentue leur vulnérabilité et fragilise le tissu économique et social des territoires.

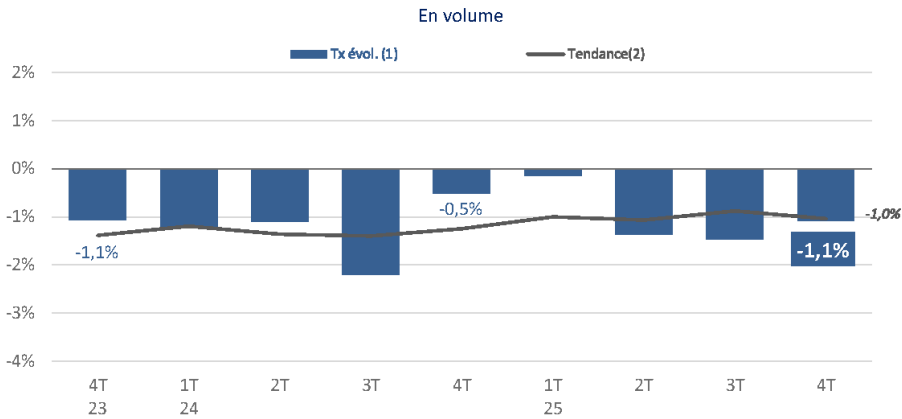


**ILE DE FRANCE**

Source : Lettre d'information de l'union des entreprises de proximité n°93-01/26, pages 21 et 22

o Ensemble des entreprises de proximité

Evolution<sup>(1)</sup> de l'activité



En valeur

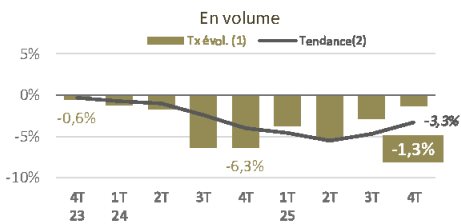
	4T 24	1T 25	2T 25	3T 25	4T 25
Tx évol. (1)	+0,2%	+1,0%	-0,3%	-0,1%	+0,2%
Tendance (2)	0,0%	0,0%	-0,1%	+0,2%	+0,2%

<sup>(1)</sup> Evolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)   
 <sup>(2)</sup> Evolution sur quatre trimestres cumulés (en %)   
 source U2P / Xerfi Specific

**ILE DE FRANCE**

o Détail Construction

Evolution de l'activité



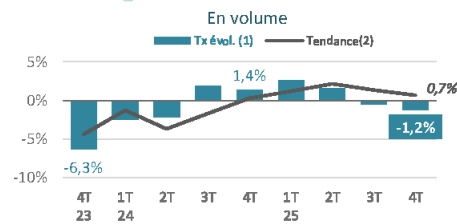
	4T 24	1T 25	2T 25	3T 25	4T 25
Tx évol. (1)	-5,4%	-2,8%	-4,2%	-1,5%	-0,2%
Tendance (2)	-2,8%	-3,6%	-4,5%	-3,6%	-2,2%

Positionnement des métiers au 4T 25



o Détail Alimentation

Evolution de l'activité



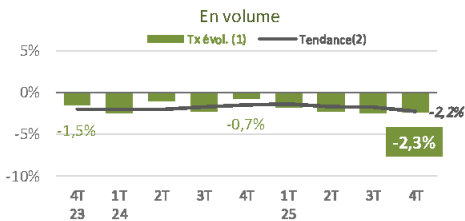
	4T 24	1T 25	2T 25	3T 25	4T 25
Tx évol. (1)	+2,7%	+4,0%	+3,2%	+1,4%	+0,5%
Tendance (2)	+2,4%	+2,9%	+3,8%	+3,0%	+2,4%

Positionnement des métiers au 4T 25



o Détail Fabrication et Services

Evolution de l'activité



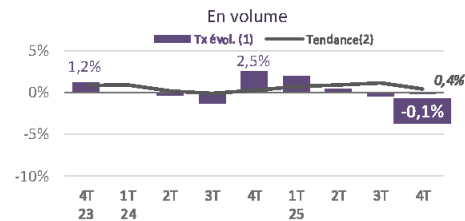
	4T 24	1T 25	2T 25	3T 25	4T 25
Tx évol. (1)	0,0%	-0,9%	-1,5%	-1,7%	-1,8%
Tendance (2)	-0,5%	-0,5%	-0,9%	-1,0%	-1,5%

Positionnement des métiers au 4T 25



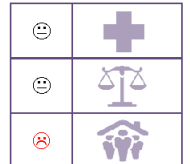
o Détail Professions libérales

Evolution de l'activité



	4T 24	1T 25	2T 25	3T 25	4T 25
Tx évol. (1)	+2,8%	+3,2%	+1,5%	+1,2%	+1,6%
Tendance (2)	+1,2%	+1,7%	+1,8%	+2,2%	+1,9%

Positionnement des métiers au 4T 25

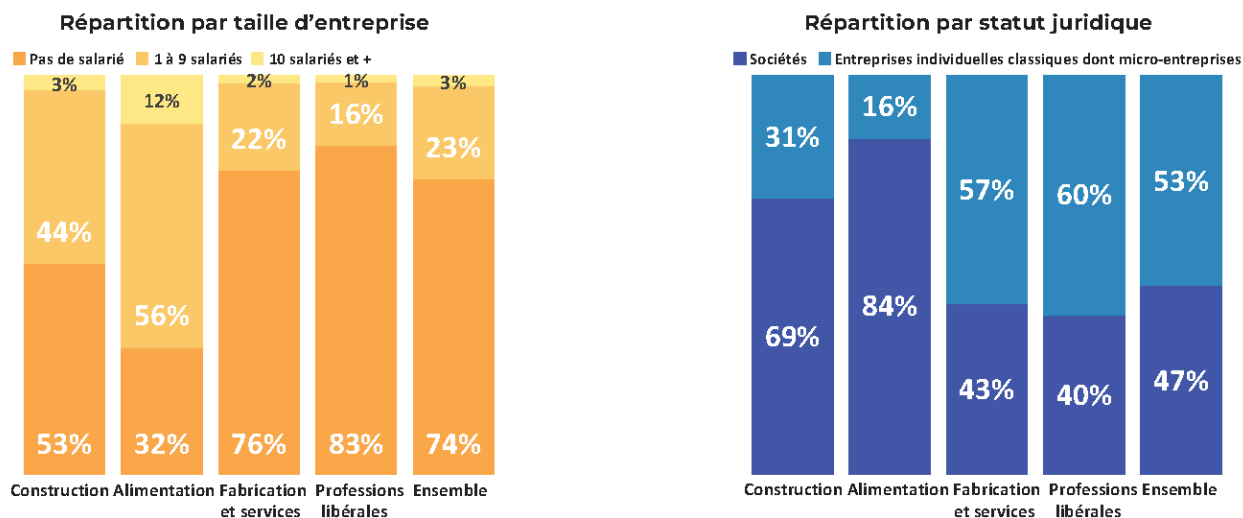


☹️ Très forte progression   
 😊 En progression ☹️ Stable   
 😞 En recul ☹️ En fort recul

<sup>(1)</sup> Evolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)   
 <sup>(2)</sup> Evolution sur quatre trimestres cumulés (en %)   
 source U2P / Xerfi Specific

## STRUCTURE ET TAILLE DES ENTREPRISES

Les trois quarts des entreprises de proximité n'ont pas de salarié, une proportion davantage marquée dans le secteur des professions libérales (83%). A l'inverse, les entreprises du secteur de l'alimentation sont plus souvent employeuses : seules 32% d'entre elles ne comptent aucun salarié. Parmi les entreprises des secteurs de proximité, 47% sont sous la forme sociétaire et 53% sont sous la forme individuelle (dont 32% ont choisi le régime de la micro-entreprise).



Source : INSEE/SIDE Stock 2022.

## EN FRANCE, 664 MILLIARDS D'EUROS DE CA

En 2022, les entreprises de proximité génèrent un chiffre d'affaires global estimé à 664 milliards d'euros, marquant une reprise notable suite à la crise sanitaire.

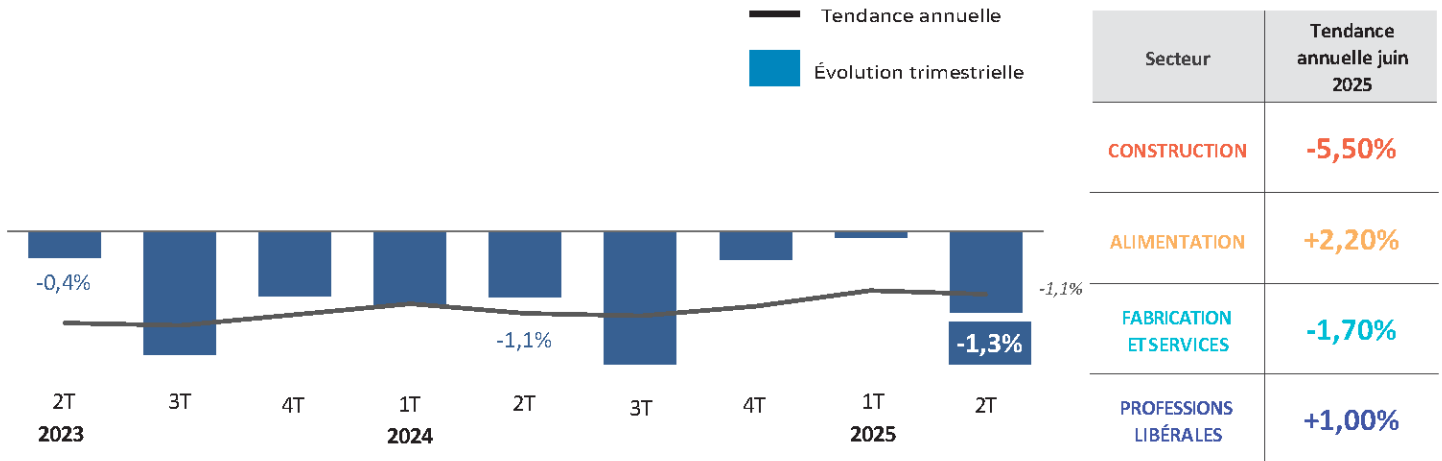
### Répartition par chiffre d'affaires (en milliards d'euros)



Source : Estimation d'après INSEE ESANE 2022. Pour les activités de moins de 20 salariés (cf. note méthodologique), le seuil retenu est ici de 10 salariés, ce qui entraîne une légère sous-estimation du chiffre d'affaires.

## RECU DE L'ACTIVITÉ

L'activité des entreprises de proximité est en recul depuis 2022. En volume, la baisse atteint 1,10% en juin 2025 comparativement à l'année précédente. Le secteur de la construction est le plus touché (-5,50%).



Source : U2P/Xerfi Spécific, Le baromètre régional des entreprises de proximité, Juillet 2025.

Dans sa note trimestrielle d'avril 2026, l'U2P confirme le repli généralisé des entreprises de proximité, une situation déjà observée dans la note de décembre 2025. La crise des commerces de proximité, sous l'effet des coûts énergétiques en hausse, se généralise sur le territoire, les dernières mesures de l'U2P traduisent un resserrement progressif des écarts entre régions.

## Réforme des baux commerciaux (loi du 26 mai 2026)

La loi de simplification de la vie économique du 26 mai 2026 introduit plusieurs mesures structurantes visant à rééquilibrer les relations entre bailleurs et locataires commerciaux, en particulier au bénéfice de la trésorerie et de la sécurité juridique des entreprises.

En premier lieu, le texte consacre pour les locataires la **faculté de demander la mensualisation du paiement des loyers**, applicable aux activités commerciales, artisanales et de services. Cette mesure, immédiatement applicable aux baux en cours, vise à lisser les charges financières, sous réserve d'une absence d'impayés ou de litiges.

En second lieu, la réforme renforce l'**encadrement des mécanismes d'indexation des loyers**. Elle autorise désormais l'introduction de clauses dites « tunnel », garantissant une évolution symétrique des loyers à la hausse comme à la baisse en fonction de l'indice des loyers commerciaux. Cette disposition concerne les nouveaux baux ou renouvellements, traduisant une volonté de limiter les effets inflationnistes asymétriques.

Par ailleurs, la loi introduit un **plafonnement du dépôt de garantie à un trimestre de loyer**, incluant l'ensemble des garanties exigées. Cette mesure vise à réduire les barrières financières à l'entrée et à renforcer l'accessibilité des locaux commerciaux.

La réforme modifie également les règles en cas de **mutation du bailleur** (vente, succession). Désormais, l'obligation de restitution du dépôt de garantie est transférée au nouveau propriétaire, mettant fin à une source d'insécurité pour le locataire. Cette mutation entraîne en outre la caducité de certaines garanties, avec obligation de régularisation dans un délai de six mois. En outre, le propriétaire doit justifier des augmentations de ses loyers.

Enfin, la loi instaure un **délai encadré de restitution des garanties** : trois mois pour le dépôt de garantie après remise des clés, et six mois pour les autres sûretés. Cette disposition renforce la prévisibilité et la protection du locataire en fin de bail.



Dans son ensemble, la réforme s'inscrit dans une logique de sécurisation économique et juridique des acteurs commerciaux, tout en introduisant des mécanismes d'équilibre contractuel plus stricts.

## 02. Les commerces de proximité : tous les ans, au moins 11 % des espaces commerciaux en Île-de-France sont vacants et ne trouvent que difficilement des preneurs.

-2,2 %

de baisse du  
chiffre d'affaires  
sur l'année 2025

Pour la Région Île-de-France, le commerce représente près de 172 000 établissements et 767 500 salariés, dont 23 240 dans l'artisanat alimentaire, tandis que le tertiaire regroupe plus de 625 000 entreprises<sup>2</sup>. En permanence et dans presque tous les quartiers, on trouve assez facilement des espaces à louer, la moyenne régionale est établie autour de 10 % par centre-ville ou quartier<sup>3</sup>.

La particularité des espaces vacants en déshérence se retrouve aussi dans les centre-commerciaux, un modèle économique de proximité fortement développé dans les années 1970/80 et peu à peu remis en question depuis 2020, avec la transformation des habitudes des consommateurs. Comme les magasins traditionnels, les centre-commerciaux sont également devenus des espaces en mutation.

Il est difficile de généraliser car les catégories de centres commerciaux sont nombreuses, néanmoins il y a une tendance qui se définit selon leur taille critique.

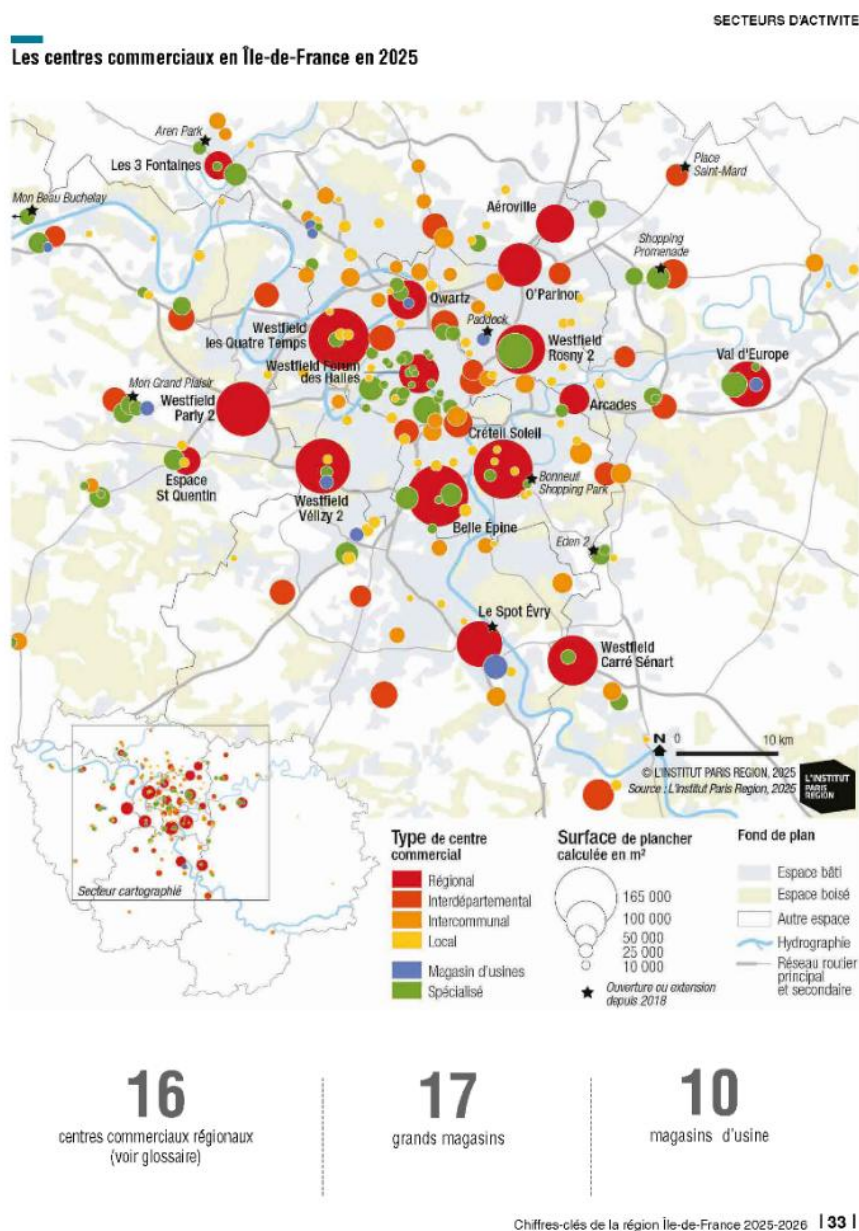
D'une part, il y a le centre commercial de dimension « super régionale », tels la SCU (surface construire utile) supérieur à 80 000 m<sup>2</sup> qui totalise au moins 150 magasins et services sous le même toit. Il est aussi proche du parc d'activité commercial en grande banlieue qui se définit plutôt comme un ensemble commercial à ciel ouvert, réalisé et géré comme une unité, qui attire les consommateurs avec leurs véhicules à cause de leurs facilités de stationnement, offrent des économies d'échelle importantes pour les marchandises à vendre, les stocker ou les redistribuer facilement. L'effet de la mise en concurrence bat son plein dans ces structures.

<sup>2</sup> « Chiffres clés de la région Île-de-France » publiés par la CCI Paris Île-de-France (CROCIS) 2024 sections Entreprises et secteurs activités

<sup>3</sup> Les commerces en Île-de-France, principaux éléments INSEE 2023 page 23

On peut ainsi citer, les Quatre Temps, Val d'Europe ou Vélizy 2. Pourtant, les chiffres d'affaires stagnent depuis quelques années, ils ont même été en baisse, de l'ordre de 2,2 % en 2025.

Pourtant les chiffres d'affaires se maintiennent depuis quelques années pour les grands centres commerciaux. En revanche, les petits centres commerciaux qui se définissent comme des entités regroupant au minimum 20 commerces sur 5000 m<sup>2</sup> sont ceux qui subissent le plus la crise.<sup>4</sup>



Aperçu des grands centres commerciaux en Île-de-France – point rouge Supra- Régionaux - et ceux de taille moyenne – point vert<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Banque des territoires et ANCT 2025, évolution du nombre de commerces par secteur, observatoire des commerces page 16

<sup>5</sup> IPR – Note sur L'insertion urbaine des centres commerciaux franciliens 7 juin 2023

La carence commerciale dans les centres commerciaux petits ou moyens est donc la plus préoccupante, car la progression continue avec un effet d'entraînement et de déclin sur les commerces qui subsistent ou résistent ; elle entraîne dans son sillon des problèmes de gestion, d'entretien, parfois de risques comme celle des violences urbaines.

Les explications liées à la surabondance des espaces commerciaux sont nombreuses. Selon Michèle LUTZ, Maire de Mulhouse, on assisterait aujourd'hui à une suroffre commerciale : 55 millions de m<sup>2</sup> auraient été créés depuis 2020 alors que la consommation n'a progressé que de 5%<sup>6</sup>

La fragilité des entreprises de commerce dépend aussi des enseignes et des secteurs. Les plus importantes défaillances sont dans le secteur du prêt à porter et de la chaussure. La moyenne est de +4,4% de défaillance début 2025.<sup>7</sup> Viennent ensuite les commerces alimentaires, ainsi les boucheries en 10 ans réduites de moitié sur l'ensemble de l'Île-de-France. Boulangeries et épiceries en zones rurales sont également réduites du tiers, souvent faute de repreneurs.



<sup>6</sup> Rapport de la mission sur l'avenir du commerce de proximité dans les centres-villes et les quartiers prioritaires de la politique de la ville, page 14

<sup>7</sup> Ibid page 13

# COMMERCE

## Grandes surfaces du commerce de détail en 2025

	CENTRES COMMERCIAUX			HYPERMARCHÉS			SUPERMARCHÉS			SUPERMARCHÉS À DOMINANTE MARQUES PROPRES		
	Nombre	Surface <sup>(1)</sup>	Densité <sup>(3)</sup>	Nombre	Surface <sup>(2)</sup>	Densité <sup>(3)</sup>	Nombre	Surface <sup>(2)</sup>	Densité <sup>(3)</sup>	Nombre	Surface <sup>(2)</sup>	Densité <sup>(3)</sup>
<b>Île-de-France</b>	<b>151</b>	<b>5 490 383</b>	<b>441</b>	<b>238</b>	<b>1 516 141</b>	<b>122</b>	<b>1 101</b>	<b>1 161 738</b>	<b>93</b>	<b>366</b>	<b>361 807</b>	<b>29</b>
France	693	19 601 163	295	2 379	12 289 882	185	6 082	7 548 411	114	3 426	3 411 686	51

	GRANDS MAGASINS			JARDINERIES <sup>(4)</sup>			BRICOLAGE		
	Nombre	Surface <sup>(2)</sup>	Densité <sup>(3)</sup>	Nombre	Surface <sup>(2)</sup>	Densité <sup>(3)</sup>	Nombre	Surface <sup>(2)</sup>	Densité <sup>(3)</sup>
<b>Île-de-France</b>	<b>16</b>	<b>278 136</b>	<b>22</b>	<b>101</b>	<b>435 270</b>	<b>35</b>	<b>174</b>	<b>934 372</b>	<b>75</b>
France	96	699 969	11	1 646	5 088 327	77	2 196	9 020 708	136

(1) Surface GLA en m<sup>2</sup> : Gross Leasing Area (surface brute louée, qui correspond à la surface commerciale, soit surface de vente + réserves + parties communes)

(2) Surface de vente

(3) La densité en m<sup>2</sup> pour 1000 habitants est calculée à partir des estimations de population ( Insee - Estimations de population (résultats provisoires arrêtés fin 2024).

(4) Hors LISA (Libre Service Agricole)

Source : Panoweb /Nielsen Trade dimensions, mai 2025

| 32 | Chiffres-clés de la région Île-de-France 2025-2026

# 03. Les habitudes de la consommation de proximité se transforment d’abord dans les milieux urbains et le développement des centres commerciaux en périphérie.

La transformation rapide des centres-villes a d’abord profité aux zones de très grande surface en banlieue et inciter les habitants à se faire livrer leurs achats grâce au e-commerce qui offre des prix compétitifs et des livraisons performantes

La croissance est portée par des sites de e-commerce comme Amazon. Ces derniers offrent une disponibilité immédiate, des prix compétitifs et des expériences d’achat faciles.

Au niveau mondial, la part du e-commerce dans les ventes du commerce de détail a été multipliée par plus de deux entre 2016 et 2026. Le fait que les grands distributeurs soient étrangers (USA, Chine) offrant des prix très compétitifs avec des délais de livraison personnalisés rapides avec le consommateur, contribue au décrochage du commerce traditionnel européen sur des lieux où c’est le consommateur qui doit se déplacer vers le lieu de vente.

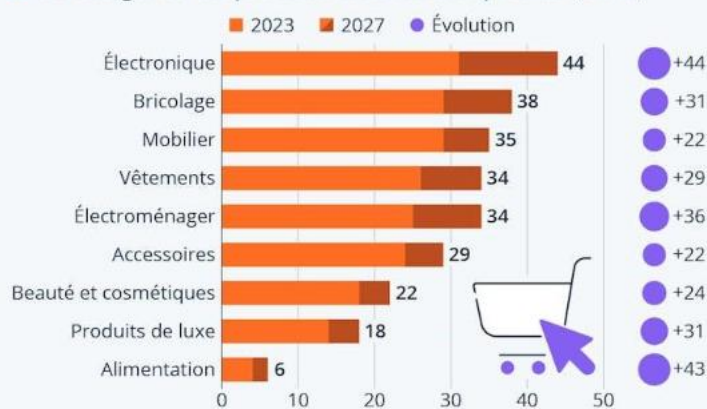
En 2024, la part du e-commerce dépasse la barre des 10% des ventes du commerce de détail en France, et le chiffre est en constante progression. Comme le montre le schéma, dans certaines catégories de produits comme l’électronique, cette part va même dépasser les 40%. La région capitale dispose d’une excellente infrastructure des nouveaux circuits de distribution, notamment pour Amazon.

En 2025, Amazon en France réalise environ 12 milliards d’euros de chiffre d’affaires, avec une présence forte en Île-de-France où l’entreprise exploite plusieurs grands sites logistiques (notamment Brétigny-sur-Orge, Boves, et autres centres de distribution)<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> Site Canopées, 10 décembre 2025, les chiffres d’Amazon

## Le poids des ventes en ligne dans le commerce de détail

Estimation de la part des ventes en ligne d'une sélection de catégories de produits et évolution prévue (en %)



Prévisions en date d'août 2023.  
Source : Statista Market Insights



statista

Source : Vacance commerciale en Île-de-France, état des lieux et perspectives CCI 12/2

Depuis 2010, l'économie de proximité investit continuellement dans le commerce numérique et l'intégration des canaux de distribution du type Amazon. Ces derniers misent sur le drive, le « click & collect », le référencement sur une marketplace tel un grand magasin, ou encore la livraison à domicile.



# 04. Commerces et artisans de proximité : un net ralentissement de la signature de baux commerciaux d'après les notaires et professionnels de l'immobilier

Confrontés au déclin du commerce de proximité, avec un taux de vacance commerciale en moyenne à 10 %, passé à 11% en 2025 (contre 6% en 2010), les centres-villes franciliens semblent connaître un certain essoufflement<sup>9</sup>. Il ne s'agit pas d'un secteur en fin de vie mais plutôt d'un secteur en pleine mutation.

De nombreux signaux d'alertes sur la baisse du nombre de baux à céder.

Si, dans un premier temps, les commerces de proximité semblent résister, avec 25% d'emplois créés entre 2006 et 2022 nombreux éléments pèsent sur la survie des petits commerces dans les centres-villes et les quartiers prioritaires :

Le déclin relatif du commerce traditionnel dans un espace dédié aux heures d'ouverture

Le déclin du prêt-à-porter, a entraîné la perte de 50 000 emplois en dix ans, tandis que la restauration est devenue le premier secteur employeur du commerce, avec la création de 100 000 emplois entre 2019 et 2024, ce qui redéfinit la vision du centre-ville<sup>10</sup>; La transformation concerne donc d'abord la mutation des commerces d'habillement vers des commerces de restauration dont la gamme s'est élargie : du restaurant classique au prêt à livrer, en passant par la restauration rapide ou à emporter.

La loi de simplification de la vie économique du 26 mai 2026 est venue apporter quelques solutions notamment pour relancer et simplifier la signature des baux commerciaux et éviter l'augmentation induite des loyers

50000

emplois perdus en 10 ans dans le secteur du prêt-à-porter

100000

emplois créés dans le secteur de la restauration entre 2019 et 2024

<sup>9</sup> Vie Publique intitulé « Commerces de proximité : comment redynamiser les centres-villes ? », daté du 14 novembre 2025

<sup>10</sup> La Dépêche dans son article « Crise du prêt-à-porter : 14 000 entreprises françaises fermées et près de 50 000 emplois supprimés en 12 ans » publié le 11 juillet 2025

Le développement de locations saisonnières, comme Airbnb, réduit fortement le nombre de résidents permanents fréquentant les commerces de proximité, l'économie des centres-villes se tourne donc vers les besoins touristiques en premier lieu.

# 31 %

*des français se rendent moins en centre-ville aussi à cause de l'insécurité et des incivilités*

Ailleurs, la situation est également devenue aussi critique dans les autres quartiers mais pour d'autres raisons. Ainsi pour les 1 609 quartiers prioritaires de l'Île-de-France, les "carences structurelles" au niveau des commerces dits de première nécessité, concernent par exemple les services de santé et bancaires<sup>11</sup>;

D'après la plupart des notes de conjoncture, près d'un quart des Français notamment en grande agglomération (31%) se rendent moins en centre-ville en raison de l'insécurité et des incivilités. Le centre-ville est aussi jugé, pour certains, difficile d'accès notamment pour se garer en voiture, là où les centres commerciaux sont plus adaptés avec toujours plus de choix et de meilleurs prix.



<sup>11</sup> La référence aux 1 609 quartiers prioritaires en Île-de-France et aux carences structurelles (santé, banques, commerces de première nécessité) provient des travaux de l'Observatoire national de la politique de la ville (ONPV) et de l'ANCT (Agence nationale de la cohésion des territoires). Le chiffre de 1 609 correspond à l'ancienne géographie prioritaire (2015-2023), avant la révision de janvier 2024 qui ramène le nombre à 298 quartiers en Île-de-France

# 05. Les hésitations fondées des repreneurs dans le contexte plus large de la crise immobilière

Les locaux commerciaux restent longtemps vides car les repreneurs craignent la poursuite d'une baisse durable de la fréquentation. Il existe un effet boule-de-neige d'une désertification d'un commerce de centre-ville, commerce commercial ou d'un quartier, lié à l'incertitude économique d'un environnement en déclin qui freine les décisions d'investissement. Par ailleurs, même dans les quartiers très fréquentés, les loyers élevés en centre-ville découragent les enseignes fragilisées face à la concurrence du e-commerce.

Par ailleurs, il faut noter que les banques exigent depuis le début de la crise des commerces traditionnels des garanties plus strictes, ralentissant les projets. Les délais de cession ou transformation des espaces commerciaux ont doublé d'après les notaires. En outre, les locaux trop grands ne correspondent plus aux besoins des enseignes actuelles et les repreneurs attendent des baisses de loyers avant de s'engager. Ont été signalées ainsi les incertitudes sur l'évolution des quartiers commerciaux traditionnels qui freinent les décisions. Enfin, les coûts de rénovation des espaces anciens dans les quartiers bien fréquentés sont jugés trop élevés, les contraintes commerciales et urbanistiques ne sont pas neutres dans les choix des investisseurs.

Enfin, les repreneurs redoutent le manque de clientèle locale dans certains arrondissements ou districts, ils hésitent à cause de la fiscalité et des charges sociales en hausse régulière depuis 2020.

Ce qu'il convient de noter enfin concerne les enseignes internationales qui privilégient les centres commerciaux plutôt que les rues commerçantes. Enfin se pose la question pour les repreneurs des doutes sur la rentabilité des commerces de proximité à moyen terme (4/5 ans), Fait nouveau, les incertitudes sur l'avenir des grands magasins parisiens ont une influence sur les décisions des plus petits acteurs dans les environnements immédiats.

Fondamentalement, les locaux restent vides car les repreneurs attendent une stabilisation du marché immobilier, les crises du commerce sont donc également liées à celles de l'immobilier et du logement.

# 06. La mutation des grands magasins et internet : un effet d'entraînement

La fréquentation des magasins en centre-ville continue de baisser en 2024 et plus fortement que dans les autres zones. Tel est le constat sur toute la France métropolitaine. L'étude de PROCOS présentée le 12 février 2025 pointe les difficultés que traversent ces centres-villes, entre contexte économique, développement du e-commerce et de la "seconde main", et les politiques des grandes villes jugées parfois excessives notamment en matière d'accès.<sup>12</sup>

De manière générale, le taux de vacance commerciale en Île-de-France est en hausse et se stabilise à près de 11 % (10,64% en 2025), il demeure dans la moyenne nationale.

A noter que les autorisations des commissions départementales atteignent un "plan historiquement bas", avec une chute des 67% des surfaces autorisées en cinq ans.

## 11 %

De taux de vacance commerciale en Île-de-France



<sup>12</sup> PROCOS – Dossier de presse du 12 février 2025, page 8

En 2024, on constate que la baisse de la fréquentation des magasins est moins forte qu'en 2023 (-1,6% contre -2,3%) mais elle est toujours plus marquée dans les centres-villes (-1,8%) qu'en périphérie (-1,2%) et que dans les centres commerciaux (-0,8%)<sup>13</sup>.

Les activités de commerce des villes rencontrent des difficultés croissantes, en particulier les activités non alimentaires, selon le bilan, qui fait part d'une année 2024 globalement en légère hausse des ventes en magasins (+1,1%) sur l'ensemble des secteurs, toutes zones confondues<sup>14</sup>.

Au cœur des problématiques de ces centres-villes, les difficultés économiques, avec la fermeture de magasins d'habillement et de chaussures ces dernières années au profit de la seconde main ou l'occasion, l'explosion des ventes des plateformes chinoises tels TEMU ou SHEIN.

Les années récentes ont connu des plans sociaux et fermetures de magasins chez Auchan, Casa, IKKS et d'autres grandes enseignes avec un pic durant l'année 2024. Les grands magasins parisiens ne sont pas en reste, ils connaissent également une forte diminution des ventes sur dix ans.

Les enseignes telles Galeries Lafayette ou Printemps ont annoncé des pertes de plusieurs centaines de millions d'euros, avec des plans de départs volontaires. Le Groupe Galeries Lafayette est d'abord touché par des restructurations massives de l'actionnariat, en province, de nombreux magasins ont fermé définitivement dans les villes françaises.

Même la Samaritaine du Groupe LVMH a connu une chute du chiffre d'affaires en 2024, et refait sa stratégie commerciale en 2025 à partir d'un modèle économique plus gagnant celui proche du Bon Marché du Groupe et de l'internet.

En 2024, les grands magasins parisiens ont subi un sérieux ralentissement pendant les JO, avec une baisse d'environ 10 % de l'activité, aggravée pour le BHV. Mais dès septembre 2025, la reprise portée par les Français puis les touristes a effacé les pertes estivales.

La fin d'année 2025 devrait être exceptionnelle : record pour les Galeries Lafayette, meilleur décembre pour la Samaritaine et légère hausse pour le Printemps, confirmant leur résilience.

Mais cette reprise progressive est dû au retour des touristes internationaux en priorité sur les franciliens, mais les ventes restent toujours inférieures aux niveaux de 2019 pour les grands magasins.

<sup>13</sup> Procos – Observatoire de la fréquentation et de l'activité commerciale (*rapport 2024*) page 9

<sup>14</sup> Vie Publique, article « Centres-villes : comment redynamiser les commerces de proximité » 14 novembre 2025.

Cette conjoncture met en lumière une révolution silencieuse qui redéfinit les fondements du salariat traditionnel du commerce de détail jusqu'au grand magasin parisien à Paris.

Le commerce de détail, pilier historique de l'économie française, vacille sous le poids des transformations économiques et sociétales de l'internet. Loin d'être une simple adaptation à la montée du commerce en ligne, cette crise révèle des fractures profondes dans un modèle traditionnel, désormais mis à mal.



# 07. Une nouvelle vision du centre-ville (2015) : déambulation, convivialité & expériences

64 %

*des franciliens  
se disent  
attachés à leur  
centre-ville*

**C**oncurrencé par le e-commerce et les zones périphériques, le centre-ville est en train de repenser son rôle pour s'adapter aux nouveaux usages de déambulation et livraisons. 64% des franciliens et jusqu'à 74% des 25-34 ans se disent attachés à leur centre-ville<sup>15</sup>. Les franciliens aspirent plus à des espaces agréables et animés, propices à la rencontre et à la convivialité, autour des cafés et des restaurants, où culture, loisirs et événements renforcent le lien social et l'appartenance.

Il ne s'agit donc plus d'un simple lieu d'économie de passage, mais d'un espace de déambulation, un véritable lieu de vie. Son attractivité repose sur la capacité à retenir, surprendre et fidéliser le visiteur, en faisant du commerce une expérience : boutiques de créateurs, galeries, artisans, microcinémas.

De nombreuses causes de fragilisation sont à rechercher du côté de la politique des villes et des décisions des élus locaux. Si certains objectifs sont louables (baisser la pollution, pacifier l'espace public, partager celui-ci entre la voiture, vélo, piétons...), les politiques des villes ont eu des conséquences très destructrices, soit parce qu'elles sont devenues excessives (trop grande difficulté d'accès avec des plans de circulation trop compliqués, politique de stationnement restrictive, mise en œuvre de travaux urbains sans planification tenant compte des impacts économiques). Les impacts irrémédiables sur certains types de commerce sont indéniables.

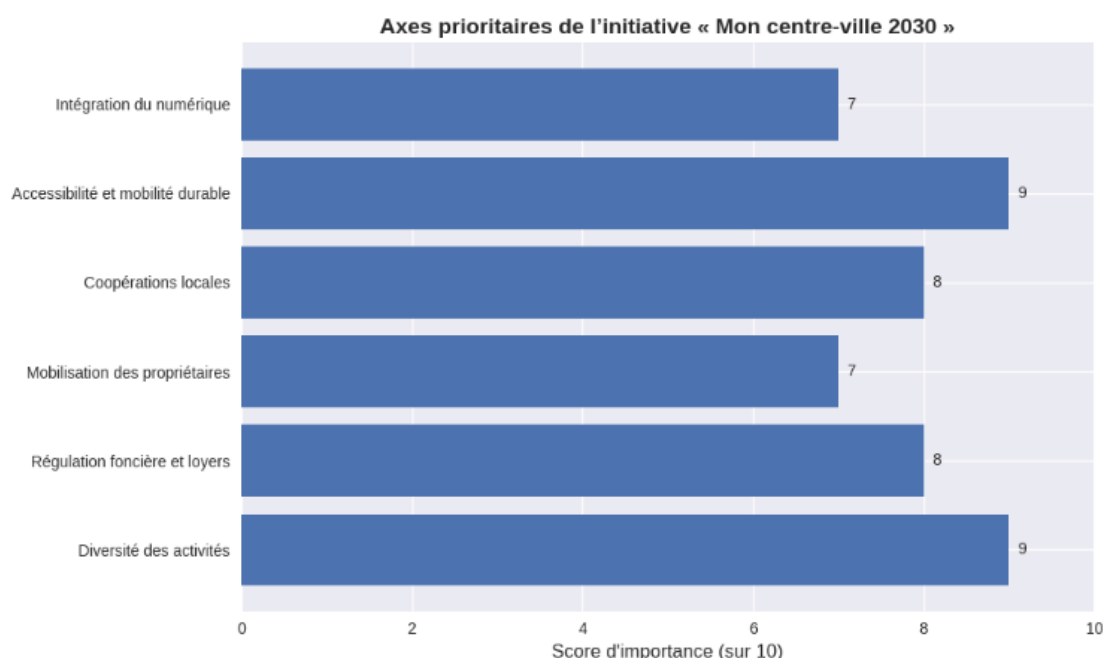
La mise en œuvre et la gestion de dispositifs tels que les zones à faibles émissions (ZFE) ou à trafic limité (ZTL) compliquent aussi les choses et permettent difficilement un retour en arrière. Une loi est en cours de révision. Or l'accessibilité demeure un point vital pour les activités de

<sup>15</sup> Baromètre du Centre-Ville et des Commerces 2025 page 8

commerce, tant pour les livraisons au dernier kilomètre que pour la marchandise et les consommateurs<sup>16</sup>.

Un pic de croissance de la vacance d'après les projections d'ici 2030 est prévu par la plupart des économistes. Une hausse surtout significative dans les rues marchandes et dans les petits centres commerciaux, dans une moindre mesure dans les grandes zones commerciales.

Ce constat rejoint celui dressé par l'association Villes de France pour qui le contexte politique incertain et mouvant a malheureusement occulté ce qui doit être aujourd'hui considéré comme un véritable sujet de vigilance. Il y a un an déjà, l'association avait alerté les pouvoirs publics sur les difficultés rencontrées par les commerces de proximité<sup>17</sup>. La nécessité d'une révision de la taxe sur les locaux commerciaux vacants et la création d'un dispositif équivalent à l'ancien, tout comme de nouveaux outils devrait permettre aux maires de valider à nouveau l'installation de certains magasins en centre-ville.



L'approche cherchant à développer la diversité des activités et l'accessibilité apparaît comme étant la plus stratégique et la plus prisée dans les projets (score 9) des collectivités territoriales en France. Puis la Régulation foncière/loyers et Coopérations locales suivent de près (score 8), enfin la mobilisation des propriétaires et Intégration du numérique sont également essentiels mais légèrement en retrait (score 7)<sup>18</sup>

Le bilan de Procos fait aussi le point sur l'immobilier commercial, avec des autorisations très contraignantes de transformation des commerces qui doivent

<sup>16</sup> Procos – Bilan 2024 de l'activité commerciale.

<sup>17</sup> Communiqué de presse de l'association **Villes de France**, intitulé « *Commerce de proximité : il est plus que temps d'agir !* », publié le 3 février 2025

<sup>18</sup> L'expérimentation **Mon centre-ville 2030** a été conduite par l'Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT) dans le cadre du programme *Action cœur de ville*. Elle s'est déroulée entre décembre 2024 et juin 2025 dans cinq villes pilotes : Angoulême, Cosne-Cours-sur-Loire, Douai, Mâcon et Redon. Les conclusions ont été publiées à l'automne 2025

être accordées en CDAC (commissions départementales d'aménagement commerciales) et qui ont atteint un plancher historiquement bas : elles sont passées de 552 autorisations en 2023 à 406 en 2024, soit une baisse de 26% en un an et une chute de plus de 35% entre 2022 et 2024<sup>19</sup>.

Entre 2019 et 2024, le total de surface autorisée en CDAC est passé de 1,3 million de m<sup>2</sup> à 470.000 m<sup>2</sup>, soit une baisse de 67%, c'est sept fois moins de transformation qu'en 2011. C'est un véritable changement de paradigme. Et la surface moyenne des dossiers autorisés est de plus en plus faible. On atteint 1.320 m<sup>2</sup> de surface de vente moyenne en 2025. Il faudra donc plusieurs années pour renverser la tendance. Du reste, le stock de projets nouveaux commerces est en baisse au fil des années. Plus globalement, le stock de projets recensés par Procos diminue largement : Sur les cinq dernières années, le total de surfaces terminées est de 1,7 million de m<sup>2</sup> sur 376 projets alors qu'il y a cinq ans, 5,4 millions de m<sup>2</sup> étaient recensés sur 518 projets<sup>20</sup>.

Seuls les projets mixtes (commerce et logement) sont en augmentation, avec une inflexion récente moins favorable due aux difficultés de crédit et de logement. Les centres commerciaux de centre-ville quant à eux occupent une place très faible et ne cessent de décroître du fait des difficultés de mise en œuvre de ces projets.

La rapport Procos s'interroge aussi sur la transformation des zones commerciales, qui fait l'objet d'un appel à manifestation d'intérêt lancé pour sélectionner 70 territoires qui seront accompagnés. Avec les élections municipales de 2026, qu'advient-il de cette démarche ?

La transformation ne pourra se faire qu'à travers un double partenariat, entre public et privé d'une part, et entre les acteurs de ces projets (collectivités, promoteurs, aménageurs) et ceux qui sont déjà sur place (propriétaires et exploitants), d'autre part.

<sup>19</sup> Bilan annuel de Procos (Fédération pour la promotion du commerce spécialisé), repris par *Vie Publique* dans son dossier consacré aux centres-villes et au commerce de proximité.

<sup>20</sup> Ibid page 12

# 08. Des évolutions sectorielles et départementales en Île-de-France très contrastées

Les départements ont connu, entre 2018 et 2021, des évolutions variées. Seules les Yvelines tirent leur épingle du jeu en voyant leur nombre de commerces actifs augmenter légèrement (+ 1 %). Ce chiffre est resté stable pour les autres départements.<sup>21</sup>

Ainsi, l'évolution a été négative pour la Seine-et-Marne (- 1 %), le Val-de-Marne et Paris (- 2 %), et c'est dans les Hauts-de-Seine que la baisse a été la plus importante (- 3 %). Mais c'est surtout selon les activités que le nombre de commerces de la région a significativement évolué, à la hausse ou à la baisse ; 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 défection des consommateurs.

Deux secteurs seulement ont vu le nombre de leurs commerces augmenter entre 2018 et 2021 : l'Alimentation (+ 3 %), et les Cafés-Hôtels-Restaurants (+ 2 %). Dans l'Alimentation, les activités les plus porteuses sont : les supérettes (+ 25 %), les commerces bio (+ 13 %), les charcuteries-traiteur-épicerie fines (+ 57 %), les fromageries-crémeries (+ 15 %), les commerces de fruits et légumes (+ 11 %). Dans le secteur Café Hôtel Restauration, la dynamique est surtout portée par la restauration rapide (+ 8 %) et les salons de thé (+ 9 %), alors que les hôtels enregistrent une légère baisse (- 1 %). Dans le domaine de l'équipement de la maison, seuls les spécialistes des meubles de salons enregistrent une évolution très positive : + 66 % sur la période<sup>22</sup>.

Avec les ventes en ligne, les offensives d'acteurs étrangers sont nombreuses, la transformation de la région s'accélère. L'arrivée de Shein au BHV est un symbole de la révolution du commerce. Si le BHV devait être contraint de baisser le rideau, il serait une nouvelle victime de la crise qui s'abat sur les magasins de mode dans la capitale.

Certes, depuis la pandémie de Covid, le nombre de commerces, bars et restaurants de la capitale n'a que très légèrement baissé : 60 846 adresses en 2023, contre 61 688 en 2020 selon la dernière étude de l'Atelier parisien d'urbanisme (Apur), soit un recul d'un peu plus de 1 %<sup>23</sup>.

<sup>21</sup> ANCT et banque des territoires programme action cœur de ville et analyse territoriale 2018-2025 pages 4 et suivantes

<sup>22</sup> APUR, premiers résultats 2023 de l'enquête sur les commerces parisiens, septembre 2023, page 4

<sup>23</sup> Ibid page 6

Mais cette stabilité statistique est seulement permise par la hausse de 4 % des commerces alimentaires et la flambée de ceux des hyper (33 %) et supermarchés spécialisés (44 %). L'explosion du commerce en ligne et la vogue de la seconde main ont entraîné une chute de 8% du nombre de magasins d'équipement de la personne (prêt-à-porter, chaussures, bijouterie...) entre 2020 et 2023. Il y a donc bien un changement d'habitude de consommation des Parisiens et des visiteurs français et étrangers de la capitale qui contribue à bouleverser le paysage commercial.

Nombre de boutiques historiques (merceries, cordonneries, drogueries...) qui faisaient le charme de la capitale baissent le rideau. En revanche, le nombre de points de vente de services a explosé (+ 405 %), comme celui des ongleries et coiffeurs, en hausse de 20 % et 100 %. Les activités médicales, esthétiques et dentaires descendent des étages pour se mettre au rez-de-chaussée<sup>24</sup>.

L'accélération des fermetures et changements d'enseignes frappe autant les restaurants que les magasins. Les fast-foods prolifèrent partout dans Paris (+ 10 % entre 2020 et 2023), remplaçant souvent des bistrot de quartier. Plus de 1 130 distributeurs de mode ont été placés en procédure collective en 2023 dans la région, soit moitié plus qu'en 2022, selon la CCI Paris<sup>25</sup>.

Seule consolation, le luxe tient toujours son rang, malgré la crise de l'habillement. Notamment les marques de haute couture.



<sup>24</sup> Le Figaro, dans un article de Pauline Landais-Barrau, la crise des commerces de proximité, 16/01/24

<sup>25</sup> CCI Paris Île-de-France, bilan 2023 des défaillances d'entreprises de commerce, 01/24

# 09. Les axes pour mieux soutenir le commerce et économie de proximité

Face à ce constat, le rapport le plus cité est celui de la mission sur l'avenir de proximité dans les centres-villes et les quartiers prioritaires de la politique de la ville (octobre 2025), car il recense les 30 recommandations principales, organisées autour de cinq axes. Ce rapport fait référence et demeure le plus complet pour la période récente<sup>26</sup>. Il s'agit en ce qui concerne les 5 axes des dispositions suivantes :

- Lutter contre la concurrence déloyale en instaurant notamment une taxe minimale de deux euros par article sur les achats numériques importés ;
- Déployer des moyens supplémentaires contre l'économie souterraine en renforçant les contrôles sur les activités informelles, en vérifiant la notoriété des commerçants avant la création d'entreprises, et en améliorant la sécurité dans les zones commerciales ;
- Renforcer les pouvoirs des élus locaux en prolongeant les programmes Cœur de Ville et Villes de demain au-delà de 2026. Cet axe est celui poursuivi par le Conseil régional Île-de-France.
- Soutenir le commerce et l'économie sociale dans les quartiers prioritaires (QPV), en soutenant les dispositifs dédiés à l'économie sociale ;
- Dynamiser les outils immobiliers et fonciers pour faciliter l'implantation et la pérennité des commerces : le rapport propose d'adapter l'usage des locaux commerciaux obsolètes et de mieux maîtriser les loyers et leurs charges.

Ces mesures inspirent largement les politiques de la ville dans les régions françaises et en particulier en Région Île-de-France, où les appels d'offres se multiplient sur ces thèmes. La question principale est leur devenir et évaluation dans le cadre de la gouvernance complexe de la Région Île-de-France entre Métropole du Grand Paris Ville et Département de Paris et intercommunalités et la réglementation des baux commerciaux, l'indemnité d'éviction qui met fin au bail qui rigidifie les passations.

<sup>26</sup> Ministère de la Cohésion des territoires (2025), mission sur l'avenir du commerce de proximité rapport 10/25

## Île-de-France - Subventions - dans le cadre Initiative Smart Région

- **Le Chèque numérique à destination des commerçants et artisans** : d'un montant maximum de 1 500€, il vise à accélérer la transition numérique et l'activité en ligne des artisans et commerçants de moins de 20 salariés. Cette aide peut permettre de financer plusieurs types de dépenses : la création d'un site internet, la publicité digitale et les abonnements à des places de marché. La Région a ajouté récemment dans les dépenses éligibles le développement de solutions de livraison et de vente à emporter ou encore la formation aux outils numériques pour ceux qui en éprouveraient le besoin. Chèque commerces : 660 bénéficiaires pour 800 000 € (1.600 chèques donnés ou en cours d'année), total disponible 5 M€.
- Il existe également un chèque numérique à destination des communes, qui les aide à créer une **place de marché jusqu'à 10.000€**.
- Smart Services de la Région afin d'abriter près de 750 solutions qualifiées à destination des entreprises, des professionnels et près de 130 solutions disponibles pour eux (solutions de livraison, de référencement) rendues accessibles via la plateforme smart région



### **Le Chèque Numérique**

Région Île-De-France

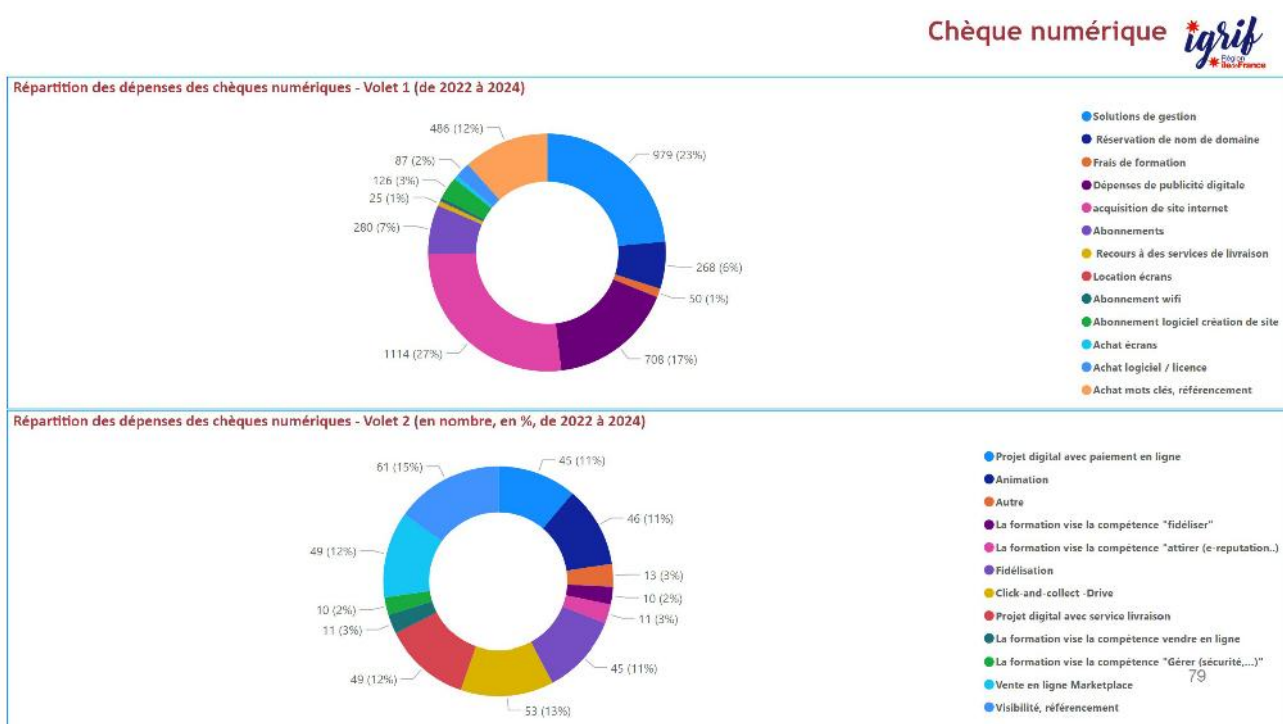


# 10. Les actions de revitalisation de l'économie de proximité : les mesures en Île-de-France autour du pacte rural de l'aide à la revitalisation des communes et des aides aux commerces de proximité

**E**n priorité sont concernées les villes et les intercommunalités, afin de permettre au maire de mettre à jour des stratégies commerciales s'exprimant par une stratégie sur les outils numériques mobilisables et favoriser les mutations des espaces commerciaux. L'animation commerciale est au cœur des politiques urbaines et dans l'ensemble les villes franciliennes sont très actives sur le sujet. Ainsi, le métier d'animateur de centre-ville est mis en place dans les communes depuis 2020.

Durant la crise sanitaire (2021), le conseil régional a développé les programmes de soutien des mairies franciliennes à la création de commerces et économie de proximité d'abord dans ses territoires les plus fragiles en lien avec le Fonds Résilience et à travers les chèques commerces numériques. **Ces aides exceptionnelles à la relance de commerce en centre-ville ont pris fin en octobre 2025.** Il prend en charge une partie des dépenses liées à la transformation digitale des commerçants. Il permet de financer la création du site web du commerce ou économie de proximité, le développement du click & collect, la mise en place d'un site e-commerce ou encore des outils de communication digitale.

# Bilan chèque numérique octobre 2020 – octobre 2025 (clôture du dispositif)



En revanche, le conseil régional maintient dans les zones rurales, des actions d'aides à la revitalisation commerciale des communes et EPCO en milieu rural. Il s'agit du dispositif dénommé PARTE. A ce jour, environ 150 projets ont été financés pour un montant total de l'ordre de 3,663 M€ par an.

De manière ponctuelle, il pourrait y avoir aussi des actions particulières à mettre dans les appels d'offres de l'initiative sur les 100 quartiers innovants, pour coordonner l'action, développer le logement, l'aménagement urbain et le commerce de proximité. Dans les fonds européens, les investissements territoriaux intégrés – ITI – permettent également pleinement de cofinancer des actions en faveur des thèmes commerce et économie de proximité.

Aujourd'hui le commerce est largement en mesure de s'appuyer sur les outils et sites numériques pour concrétiser un achat en dehors de l'espace commercial et ce créneau a été bien développé dans l'initiative régionale sur 5 ans. Les communes prennent désormais le relais de ces

A titre d'exemple, le programme de Digitalisation de commerces locaux a aussi permis de rénover quelques devantures, digitaliser l'activité via les applications smartphone, proposer des cartes de fidélité numérique et renforcer le tissu économique local. Cela a permis d'accroître la visibilité des commerces, développer la clientèle et offrir de nouveaux services numériques. A signaler également le programme "Boutique connectée" de la CCI Paris Île-de-France qui est également un programme itinérant qui accompagne les commerçants dans l'adoption de solutions digitales simples et rentables<sup>27</sup>.

Ces programmes publics permettent de tester des outils numériques pour booster l'activité et désacraliser l'usage du digital, tout en préservant l'ancrage local et l'attractivité des centres-villes.

Le numérique est vu comme un levier de résilience face à la baisse de fréquentation physique des magasins. Les commerces de proximité en Île-de-France peuvent difficilement maintenir leur attractivité et leur rôle économique en ignorant la montée du e-commerce.



<sup>27</sup> Initiative conjointe de la CCI Paris Île-de-France et de la chambre régionale des métiers et de l'artisanat CRMA IDF, 2024-2025



# Sources

# Sources documentaires

---

Les références utiles et actionnables, mêlant analyses nationales directement applicables à l'Île-de-France et documents régionaux ou sectoriels. Elles éclairent la vacance commerciale, la concurrence du e-commerce, les mutations des usages, ainsi que les leviers publics de redynamisation. La Banque des Territoires a fortement étudié la question.

## 1) Principales études récentes sur la crise du commerce de proximité

Banque des Territoires - 10/2025

Le commerce de proximité évolue : il devient un espace d'expérience et de services. Les centres-villes et communes rurales souffrent de vacance commerciale, l'habillement décline, tandis que la restauration et l'alimentaire se développent. Pression sur le pouvoir d'achat, e-commerce et fast-fashion fragilisent les commerces. Les QPV manquent d'attractivité. Les recommandations portent sur fiscalité, régulation, foncier, prolongation des programmes ACV/PVD et soutien à l'ESS pour revitaliser le secteur.

<https://www.banquedesterritoires.fr/sites/default/files/2025-11/Rapport-mission-commerce-de-proximite-centres-villes-QPVf.pdf>

CCI Paris

Le commerce en Île-de-France comprend 171 913 établissements et 767 541 employés. Les grandes surfaces totalisent plus de 9,4 M m<sup>2</sup>, incluant centres commerciaux, hypermarchés, supermarchés et magasins spécialisés. Le commerce de proximité, via l'artisanat alimentaire, compte 23 240 entreprises. Le secteur tertiaire, composé de bureaux et services, représente plus de 625 000 établissements et souligne la diversité et l'importance du tissu économique régional.

<https://www.cci-paris-idf.fr/sites/default/files/2025-06/CC2025-secteurs.pdf>

Les marchés fonciers francilien : note de tendance - Observatoire régional du foncier en Île-de-France - 10/2025

Entre 2021 et 2023, l'activité représente 42 % de la consommation d'ENAF, dépassée pour la première fois par l'habitat (44 %). L'efficacité foncière chute en 2023 avec +58 % d'ENAF pour l'activité et -21 % de mises en chantier commerciales. Autour des gares du GPE, les ventes de terrains d'activité reculent de 50 %. Les professionnels dominent les achats de fonciers à urbaniser, concentrés en petite couronne.

[https://www.orf.asso.fr/wp-content/uploads/2025/11/orf\\_nt\\_04\\_web-1.pdf](https://www.orf.asso.fr/wp-content/uploads/2025/11/orf_nt_04_web-1.pdf)

Le Moniteur – Transformation des commerces

La transformation des zones commerciales d'entrée de ville, devenue urgente face à la sobriété foncière et à la crise du logement, progresse difficilement. La loi Climat et résilience a freiné l'étalement urbain, faisant chuter la création de surfaces commerciales, tandis que le décret tertiaire impose une sobriété énergétique aux bâtiments. Ces mesures amorcent une mutation profonde des périphéries.

<https://www.lemoniteur.fr/article/immobilier-commercial-la-transformation-des-zones-peripheriques-n-est-pas-encore-en-tete-de-gondole.2344816>

Les magasins de centres-villes en mal de fréquentation - Banque des Territoires - 13/02/2025

En 2024, la fréquentation des commerces spécialisés continue de baisser, surtout en centre-ville. Conjoncture économique difficile, fermetures, essor du e-commerce et des plateformes comme Temu ou Shein fragilisent le secteur. Les politiques urbaines compliquant l'accès aggravent la situation. La vacance commerciale progresse, tandis que les projets immobiliers commerciaux chutent, rendant cruciale la revitalisation via partenariats publics-privés. »

[https://www.banquedesterritoires.fr/les-magasins-de-centres-villes-en-mal-de-frequentation?pk\\_campaign=Flux%20RSS](https://www.banquedesterritoires.fr/les-magasins-de-centres-villes-en-mal-de-frequentation?pk_campaign=Flux%20RSS)

L'activité économique compte pour moins d'un quart de la consommation d'espaces - Banque des Territoires - 12/02/2025

[https://www.banquedesterritoires.fr/lactivite-economique-compte-pour-moins-dun-quart-de-la-consommation-despaces?pk\\_campaign=Flux%20RSS](https://www.banquedesterritoires.fr/lactivite-economique-compte-pour-moins-dun-quart-de-la-consommation-despaces?pk_campaign=Flux%20RSS)

L'étude de l'Insee (2012-2021) montre que 227 000 ha d'espaces naturels ont été artificialisés, surtout par l'habitat (63 %), puis l'économie (23 %) et les infrastructures (7 %). L'artificialisation économique se stabilise et se concentre dans peu de communes. Industrie et tertiaire dominant, avec effets d'emploi contrastés. Le commerce recule. Ces résultats alimentent les débats sur l'application du ZAN.

Le commerce de détail : un secteur en crise ? - The Conversation - 20/01/2025

Le commerce de détail français traverse une crise profonde : recul des ventes, fermetures d'enseignes et concurrence accrue de l'e-commerce. La baisse du pouvoir d'achat et la transformation numérique modifient les attentes. Pour survivre, les enseignes misent sur l'omnicanal, de nouveaux services, l'occasion et des modèles plus durables afin de concilier expérience en magasin et innovation digitale.

<https://theconversation.com/le-commerce-de-detail-un-secteur-en-crise-245805>

Situation du commerce de détail en 2022 – Etude de la DARES

Dans le commerce de détail, l'emploi salarié s'ajuste et change de visage en 2022 - Dares - 16/05/2023

<https://dares.travail-emploi.gouv.fr/publication/dans-le-commerce-de-detail-lemploi-salarie-sajuste-et-change-de-visage-en-2022>

En 2022, l'emploi salarié hors apprentis dans le commerce de détail recule (-0,5 %) sous l'effet de l'inflation, de la baisse de consommation et de la montée des achats en ligne. La structure de l'emploi évolue : baisse des vendeurs, hausse des caissiers, employés de libre-service et manutentionnaires. Les plans de sauvegarde de l'emploi augmentent fortement, reflétant des perspectives pessimistes pour le secteur.

Note d'information la situation des commerces de proximité - 01/01/2026

Le baromètre régional des entreprises de proximité Janvier 2026 Note 93 LETTRE TRIMESTRIELLE D'INFORMATION Activité du 4ème trimestre 2025 (octobre-novembre-décembre 2025)

<https://u2p-france.fr/>

Au quatrième trimestre 2025, le volume d'activité des entreprises de proximité demeure en recul dans la totalité des régions françaises. Le bilan de l'année 2025 est négatif pour l'ensemble des régions avec des contractions de chiffre d'affaires qui s'échelonnent de -5% pour l'Outre-Mer à -0,8% pour la Nouvelle-Aquitaine. L'Outre-Mer (-5%), le Centre-Val de Loire (-2,1%) et la Bourgogne-Franche Comté (-2,1%) sont les régions les plus concernées par les difficultés. Selon les secteurs, l'activité des entreprises de la construction régresse sur tout le territoire (-2,2% au global), notamment dans le Grand-Est (-4%), l'Auvergne-Rhône Alpes (-3,3%), la Bretagne (-3,1%) et la Bourgogne-Franche-Comté (-3%).

Union des Entreprises de proximité U2P – Notes trimestrielles (conjoncture des entreprises de proximité)

Note trimestrielle – 4<sup>e</sup> trimestre 2025 (décembre 2025)

U2P (Union des entreprises de proximité)

*Baromètre des entreprises de proximité – 4<sup>e</sup> trimestre 2025*, résultats nationaux et régionaux (artisanat, commerce de proximité, HCR, professions libérales), publié début 2026.

Accès direct : [Baromètre U2P – 4<sup>e</sup> trimestre 2025](#)

Note trimestrielle – 1<sup>er</sup> trimestre 2026 (avril 2026)

U2P (Union des entreprises de proximité)

*Baromètre des entreprises de proximité – 1<sup>er</sup> trimestre 2026*, publié en avril 2026.

Accès direct : [Baromètre U2P IDF – 1<sup>er</sup> trimestre 2026 \(20 avril 2026\)](#)

## 2) Les différentes formes de commerce dans les départements franciliens

Les zones d'activité économique de la Seine-et-Marne : un tissu économique diversifié - Insee - 17/07/2025

En 2022, la Seine-et-Marne compte 1 000+ ZAE, regroupant 12 500 établissements et 260 000 salariés, dont 76 % concentrés dans 60 grandes zones proches de Paris. Dominées par le commerce, le transport et l'industrie, ces zones voient 40 % des établissements changer de localisation en cinq ans. Les salariés y parcourent plus de distance et mettent plus de temps pour se rendre au travail que la moyenne départementale.

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8610584>

État des lieux du commerce en Seine-et-Marne - CCI Paris - Île-de-France - 06/2025

<https://www.seineetmarne.cci.fr/comprendre-le-commerce-en-seine-et-marne>

La Seine-et-Marne compte 17 000 locaux commerciaux, dont 14 600 actifs, répartis surtout en CHR (20 %), beauté-santé (16 %) et alimentaire (14 %). La surface de vente totale atteint 2 millions m<sup>2</sup>, dominée par l'alimentaire. 500 pôles commerciaux concentrent 85 % des commerces. Les Seine-et-Marnais achètent majoritairement en magasins (79 %), mais Internet/VAD progresse, surtout pour l'équipement et la culture. Les centres-villes captent 15-28 % des achats.

### Les commerces en Île-de-France - CCI Paris - Île-de-France - 2023

Réalisée à partir d'une base de données créée au début des années 2000 et actualisée tous les 3 ans, cette cartographie est issue d'une collecte d'informations prélevées directement sur le terrain (Le dernier recensement a eu lieu au printemps 2023). Les locaux vacants ainsi que les activités ne relevant ni du commerce ni des services mais implantées dans des locaux commerciaux (ex : professions libérales, locaux associatifs, ...) ne figurent pas sur cette carte.

<https://www.cci-paris-idf.fr/fr/prospective/crocis/commerces-Île-de-France>

### Le paysage commercial en Essonne - CCI Essonne - 2023

<https://www.essonne.cci.fr/sites/default/files/inline-files/Le%20paysage%20commercial%20essonnien%202023%20vweb.pdf>

En 2023, l'Essonne compte 11 499 commerces (+2 % depuis 2021), avec 8,8 commerces pour 1 000 habitants. Le nord concentre 85 % des commerces, mais la croissance est plus rapide au sud (+4,5 %). Les secteurs alimentaires, généralistes, hygiène-santé-beauté et restauration rapide progressent, tandis que l'équipement de la personne, la restauration traditionnelle et les salles de sport reculent. Le taux de vacance commerciale baisse à 12 %.

### L'aménagement commercial en Essonne - Institut Paris Région - 12/12/2023

<https://www.institutparisregion.fr/nos-travaux/publications/lamenagement-commercial-en-essonne/>

En Essonne, la consommation est tendue et le e-commerce pèse 12,5 % du commerce de détail. L'armature commerciale est moins dense qu'en Grande Couronne, avec des zones rurales mal desservies. Les GMS sont surreprésentés dans l'équipement maison, les centres commerciaux anciens. Le développement extensif est stoppé, les projets se concentrent sur le renouvellement urbain. Les axes stratégiques visent requalification des fonciers et dynamisation des centres-villes.

### Principales polarités commerciales à moins de 100 km de l'Île-de-France - Institut Paris Région - 20/11/2023

<https://www.institutparisregion.fr/nos-travaux/publications/principales-polarites-commerciales-a-moins-de-100-km-de-lÎle-de-France/>

Cette carte représente les principaux pôles commerciaux autour de l'Île-de-France dans un périmètre d'environ 100 km. Elle complète l'étude sur l'Île-de-France et a été réalisée à partir de plusieurs sources de données disponibles dans la documentation spécialisée, essentiellement l'Atlas Panorama 2019 de Nielsen Trade dimension, complétée par une observation de vues aériennes pour les zones commerciales.

Les Zones d'Activités Économiques des Yvelines - CCI Paris - Île-de-France - s.d.

<https://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/cci78/zae-yvelines>

Les ZAE jouent un rôle clé dans le développement économique et l'attractivité des Yvelines, avec 178 zones couvrant 5 000 ha sur 95 communes. L'Atlas propose des outils pour diagnostiquer

Le commerce de proximité en Seine-Saint-Denis - CCI Paris - Île-de-France - s.d.

<https://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/cci93/commerce-proximite>

Le commerce de proximité, moteur de dynamisation territoriale, tend à disparaître en Seine-Saint-Denis. En 2011, 14 678 commerces sont actifs sur 17 435 locaux, avec un taux de vacance de 16 %. L'offre comprend 616 grandes surfaces, 24 centres commerciaux, 131 hôtels, 77 marchés et 28 cinémas. La densité commerciale est de 9,7 commerces pour 1000 habitants, concentrée près de Paris et le long des axes majeurs.

Tendances historiques : évolution sur les 10 dernières années

Après dix ans de tempête, le commerce de l'habillement relève la tête en France - Les Echos - 29/01/2025

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/mode-luxe/apres-dix-ans-de-tempete-le-commerce-de-lhabillement-releve-la-tete-veut-croire-la-profession-2145405>

Le commerce français de la mode amorce une reprise après dix ans de crise. En 2024, le chiffre d'affaires se stabilise et la faible inflation soutient les ventes. La fréquentation des magasins progresse, tandis que le secteur se montre résilient grâce aux reprises d'enseignes. Menacé par Shein et Temu, il réclame des mesures urgentes. Malgré 30 à 40 000 emplois perdus, l'attrait pour les boutiques relance la dynamique.

### 3) Grands magasins et e-commerce : la combinaison gagnante ?

A Paris, après le coup de frein des JO, l'activité des grands magasins a connu un net rebond - Les Echos - 27/01/2025

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/mode-luxe/a-paris-apres-le-coup-de-frein-des-jo-lactivite-des-grands-magasins-a-connu-un-net-rebond-2144824>

En 2024, les grands magasins parisiens ont subi un sérieux ralentissement pendant les JO, avec une baisse d'environ 10 % de l'activité, aggravée pour le BHV. Mais dès septembre, la reprise portée par les Français puis les touristes a effacé les pertes estivales. La fin d'année a été exceptionnelle : record pour les Galeries Lafayette, meilleur décembre pour la Samaritaine et légère hausse pour le Printemps, confirmant leur résilience.

Tech for Retail : Quand l'innovation redessine le commerce de demain - Maddyne - 14/11/2024

<https://www.maddyne.com/2024/11/14/tech-for-retail-quand-linnovation-redessine-le-commerce-de-demain/>

Le retail connaît une révolution grâce au e-commerce, à l'IA, à la réalité augmentée et à l'exploitation des données, qui transforment l'expérience client et les opérations. Le digital réinvente les magasins en mêlant digital et physique. Mais petits commerçants, coûts technologiques et protection des données posent défi. L'avenir repose sur un équilibre entre innovation, confiance et relation humaine.

L'avenir de l'e-commerce : tendances et innovations à surveiller en 2024 - Le Bulletin des Communes - 10/11/2024

<https://bulletindescommunes.net/lavenir-de-le-commerce-tendances-et-innovations-a-surveiller-en-2024/>

Le e-commerce évolue avec l'IA, qui personnalise l'achat et optimise le service client. Le commerce social croît fortement, tout comme la réalité augmentée qui améliore l'expérience produit. Durabilité, et nouvelles pratiques comme le commerce vocal et les abonnements transforment aussi le secteur. Le texte évoque enfin les enjeux des collectivités, de l'attractivité à la résilience hydrique.

Les difficultés s'accumulent pour les magasins d'habillement-chaussures depuis les années 2010 - INSEE - 24/09/2024

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8258346>

Entre 2019 et 2023, le chiffre d'affaires des magasins d'habillement et de chaussures progresse faiblement, bien moins que l'ensemble du commerce de détail, en partie à cause de la crise sanitaire. Depuis les années 2010, le secteur décroche face à la vente en ligne, aux grandes enseignes étrangères et à la seconde main. Le nombre de magasins chute fortement, tandis que la rentabilité se redresse après la crise. La concentration du marché se stabilise dès 2018.

La politique de l'État en faveur du commerce de proximité - Cour des Comptes - 29/09/2023

Le rapport évalue la politique 2017-2022 de soutien au commerce de proximité, touché par les transitions numérique et écologique. L'État a privilégié la redynamisation des centres. Les outils (managers, foncières, FRLA) avancent lentement et restent insuffisants face à la vacance croissante. La numérisation progresse mais le soutien demeure dispersé. La fiscalité a peu d'effet. La Cour pointe un manque de coordination et recommande une stratégie unifiée et un meilleur suivi.

Nouvelle cartographie du commerce en Île-de-France : situation, tendances récentes et perspectives - Institut Paris Région - 11/2022

La cartographie du commerce en IDF montre un secteur en ralentissement, marqué par l'essor du e-commerce, la pénurie foncière et des règles plus strictes. Densités plus faibles qu'en province, centres-villes fragilisés et accès inégal aux commerces de proximité. Les projets se raréfient et la tendance va au recyclage urbain et à la requalification plutôt qu'à la création de grandes surfaces.

Le commerce de proximité : des pôles plus florissants en périphérie qu'en centre-ville - Insee - 20/05/2021

En 2015, on compte 7 951 pôles de commerce de proximité. Les pôles de périphérie, plus grands et spécialisés, portent la croissance de l'emploi (+2,3 %/an), tandis que les centres-villes stagnent (+0,2 %). Le déclin y est marqué dans les zones peu peuplées. Les territoires attractifs résistent mieux et aucun lien direct

## 4) Les propositions de Régions de France

<https://regions-france.org/commerce-de-proximite-regions-a-laction/>

Régions de France - 22/11/2020

Renaud Muselier réclame un cap clair pour la réouverture des commerces et souligne le rôle central des Régions dans la relance. Celles-ci déploient des aides financières et des dispositifs agiles, surtout pour soutenir la trésorerie des petits commerces et accélérer leur digitalisation : fonds d'urgence, aides aux loyers, chèques numériques, marketplaces locales et formations, afin de renforcer durablement les TPE-PME.

[https://www.banquedesterritoires.fr/une-nouvelle-approche-du-developpement-economique-fondee-sur-la-vitalite-territoriale?pk\\_campaign=Flux%20RSS&pk\\_kwd=2025-10-06&pk\\_source=Actualit%C3%A9s%20Localtis&pk\\_medium=RSS](https://www.banquedesterritoires.fr/une-nouvelle-approche-du-developpement-economique-fondee-sur-la-vitalite-territoriale?pk_campaign=Flux%20RSS&pk_kwd=2025-10-06&pk_source=Actualit%C3%A9s%20Localtis&pk_medium=RSS)

La vitalité des Territoires à développer

Une nouvelle approche du développement économique fondée sur la "vitalité territoriale" - Banque des Territoires - 03/10/2025

Vincent Gollain et Arnaud Ménard proposent une approche du développement économique territorial basée sur la « vitalité territoriale », intégrant enjeux sociaux, environnementaux et long terme. La méthode repose sur cinq composantes : dynamisme entrepreneurial, infrastructures, services publics, rayonnement et résilience. Elle valorise les « pépites » locales et préconise une vision stratégique de 15 ans, illustrée par l'exemple de Nantes Métropole.

La collecte des données et la participation du privé, indispensables à la redynamisation des centres-villes - Banque des Territoires - 12/11/2025

[https://www.banquedesterritoires.fr/la-collecte-des-donnees-et-la-participation-du-prive-indispensables-la-redynamisation-des-centres?pk\\_campaign=Flux%20RSS](https://www.banquedesterritoires.fr/la-collecte-des-donnees-et-la-participation-du-prive-indispensables-la-redynamisation-des-centres?pk_campaign=Flux%20RSS)

Les assises européennes du centre-ville soulignent l'importance des données, de la sécurité et de la mobilité pour revitaliser les centres. Montréal et Copenhague servent d'exemples, tout comme l'implication du privé et les programmes français ACV et PVD. La revitalisation devient un enjeu citoyen majeur, appuyé par la MGP et la Banque des Territoires, tandis que les maires sont appelés à jouer un rôle central.



## CONSEIL ÉCONOMIQUE, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL RÉGIONAL D'ÎLE-DE-FRANCE

2, rue Simone Veil - 93400 Saint-Ouen-sur-Seine

Email : [ceser@iledefrance.fr](mailto:ceser@iledefrance.fr)

[www.ceser-iledefrance.fr](http://www.ceser-iledefrance.fr)