

CARTOGRAPHIES DU COMMERCE EN ÎLE DE FRANCE

SITUATION, TENDANCES RÉCENTES ET PERSPECTIVES



SEPTEMBRE 2017

6.16.040

ISBN 9 78 2 7371 2022 0



www.iau-idf.fr

IAU

INSTITUT
D'AMÉNAGEMENT
ET D'URBANISME

 Ile de France

CARTOGRAPHIES DU COMMERCE EN ÎLE-DE-FRANCE

Situation, tendances récentes et perspectives

Septembre 2017

IAU île-de-France

15, rue Falguière 75740 Paris cedex 15
Tél. : + 33 (1) 77 49 77 49 - Fax : + 33 (1) 77 49 76 02
<http://www.iau-idf.fr>

Directeur général : Fouad Awada
Département Economie : Vincent, Gollain, directeur de département
Étude réalisée par Carole Delaporte et Christine Tarquis
Cartographie réalisée par Noémie Le Grand
N° d'ordonnancement : 6.16.040

Crédit photo de couverture : Christine Tarquis, IAU Île-de-France

Sommaire

Introduction	3
Les centres commerciaux franciliens	5
Une densité de centres commerciaux plus élevée en Île-de-France qu'en province	5
Un rythme élevé d'ouvertures.....	6
Des localisations différenciées selon les types de centres commerciaux.....	8
Les densités en commerces de 300m² et plus	11
Prédominance du commerce spécialisé	11
Des densités en moyenne inférieures en Île-de-France par rapport à la France	12
Des densités très variables selon les territoires.....	12
Les surfaces autorisées en CDAC depuis 2010	17
Vers une simplification de la procédure d'autorisation ?.....	17
Reprise en 2016 après une baisse du volume d'autorisation depuis 2010	18
Une majorité d'extension dans les dossiers d'équipements commerciaux.....	19
L'équipement de la maison en première place des autorisations	20
La grande couronne, un territoire attractif pour le commerce	22
Les équipements commerciaux en projet	23
Plus de 2 millions de m ² de surfaces nouvelles en projet.....	23
Une meilleure prise en compte du commerce dans les projets urbains	24
Carte de synthèse de l'offre existante et en projet	29
Conclusion	33
Bibliographie	34

Introduction

En 2012 est paru le document « les enjeux métropolitains du commerce, Panorama de l'organisation commerciale »¹. Réalisé en partenariat avec la Ville de Paris et l'APUR², l'étude proposait en une vingtaine de cartes, un panorama complet du commerce parisien et métropolitain. Cinq ans après, une actualisation s'avère nécessaire.

En effet depuis cette date, la dynamique commerciale a été intense témoignant de l'attractivité de l'immobilier commercial et de l'Île-de-France pour les investisseurs, les distributeurs et les enseignes. Depuis 2010, 2,2 millions de m² de commerces ont été autorisés par les commissions d'aménagement commercial. Si tous ces dossiers n'ont pas fait systématiquement l'objet d'une ouverture, pas moins de 25 centres commerciaux représentant plus de 800 000 m² ont été inaugurés parmi lesquels Quartz, Beaugrenelle, So Ouest ou Aéroville. En toile de fond, les achats en ligne ont poursuivi leur progression et ce sont aujourd'hui 9 Franciliens sur 10 qui consomment par ce canal³.

Des modifications législatives ont aussi ponctué ces dernières années, et influencé sans aucun doute les décisions des acteurs du développement des commerces : la loi relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises (ACTPE) et sa nouvelle procédure de permis de construire valant autorisation commerciale (AEC), la loi ALUR qui a soumis les drives à autorisation ou encore la nouvelle réglementation sur l'ouverture dominicale des commerces consécutive à la loi Macron.

Ce panorama réalisé cette fois à l'échelle de la région entière et non de l'agglomération propose une série de cinq cartes commentées :

- 1- Les centres commerciaux
- 2- Les densités commerciales en commerces de plus de 300 m² de surface de vente
- 3- Les projets autorisés en commissions départementales d'autorisation commerciale (CDAC)
- 4- Les projets d'équipements commerciaux
- 5- Une carte de synthèse de l'offre commerciale existante et future

Les cartes présentées donnent une vision d'ensemble de l'offre et de la dynamique du commerce en Île-de-France. Elles ont été réalisées à partir de l'analyse des bases de données de l'IAU ÎdF alimentées au fil des années grâce à diverses sources professionnelles⁴, les données des Préfectures, notre connaissance du terrain et une veille permanente notamment sur les projets.

1 Les enjeux métropolitains du commerce de l'agglomération de Paris – Panorama de l'organisation commerciale. Apur, IAU ÎdF, DDEES - Ville de Paris et DPCM - Ville de Paris, 2012

2 Atelier Parisien d'Urbanisme

3 Résultats détaillés de l'enquête réalisée en 2015 auprès des Franciliens dans : Comment améliorer la performance logistique du e-commerce ? Volet 2 : Pratiques d'achats et livraisons sur internet des Franciliens – <http://bit.ly/perfoecom>

4 Répertoire annuel Nielsen-Panorama Trade Dimension, Base de données LSA

Les centres commerciaux franciliens

Source et méthodologie

La base de données sur les centres commerciaux a été établie à partir de plusieurs sources : le répertoire Panorama Trade Dimensions édité tous les ans et le suivi des ouvertures effectué par l'IAU. Elle recense les centres commerciaux à partir de 5000 m² GLA⁵ (surface locative ou commerciale) en Île-de-France. Elle est réactualisée chaque année. En 2015, un partenariat avec l'ORIE a permis d'enrichir la base avec 140 centres commerciaux de proximité de Paris et de la petite couronne. Compte-tenu du caractère partiel de ce recensement, les centres commerciaux de proximité n'ont pas été cartographiés dans cet atlas.

La typologie des centres commerciaux présentée dans cette étude s'appuie sur deux critères, la nature de l'offre commerciale et le rayonnement de l'équipement (zone de chalandise). A défaut de données sur la fréquentation du centre ou son chiffre d'affaires, c'est sa taille calculée en surface commerciale (SDV + réserves) qui a été utilisée pour rendre compte du niveau d'attractivité.

On distingue donc :

- **les centres commerciaux régionaux** : très grands centres commerciaux de 80 000 m² et plus de surface commerciale et principaux centres commerciaux des villes nouvelles. Ils sont composés de plusieurs locomotives, hypermarchés, grands magasins ou grandes enseignes spécialisées (FNAC, Darty, Go Sport, Primark...), d'une galerie marchande de plusieurs centaines de boutiques et de services, d'un espace restauration conséquent. La plupart des centres comprennent dans leurs murs ou à proximité immédiate un multiplexe de plus d'une dizaine de salles. De plus en plus, des équipements de loisirs (aquarium, bowling, salle de fitness...) viennent compléter cette offre.
- **les centres commerciaux dont la locomotive est une grande surface alimentaire** dont la taille est variable selon qu'il s'agit d'un centre local de 5 000 m² à moins de 20 000 m², d'un centre intercommunal de 20 000 m² à moins de 40 000 m² ou d'un centre interdépartemental de 40 000 m² à 80 000 m².
- **Les magasins d'usines** (ou centres de marques) qui sont des unités dans lesquels sont commercialisés à rabais les invendus des années précédentes des marques.
- **Les centres commerciaux spécialisés** qui couvrent une gamme variée d'équipements : centres commerciaux sans locomotive alimentaire, retail park, galeries marchandes, quelques grandes zones commerciales...

Une densité de centres commerciaux plus élevée en Île-de-France qu'en province

En 2016, la base de données de l'IAU totalise 218 centres commerciaux d'une surface égale ou supérieure à 5 000 m² occupant une surface GLA près de 6 millions de m² (5 965 000 m²).

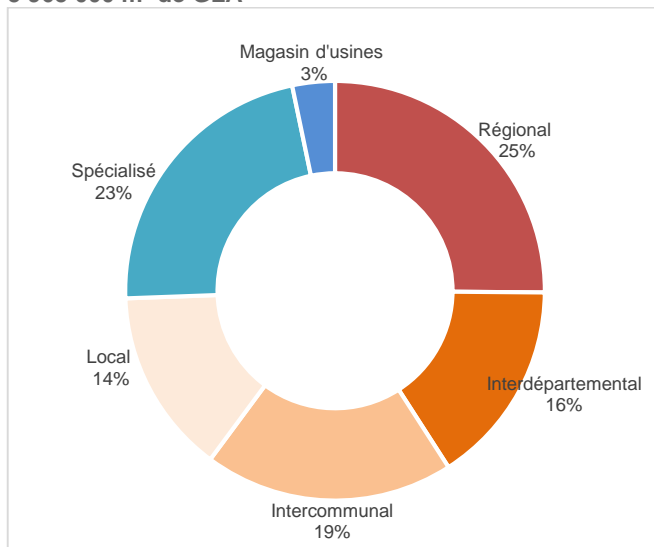
Plutôt faiblement équipée en grandes surfaces alimentaires, l'Île-de-France est a contrario fortement dotée en centres commerciaux. Les bases de données comparables entre l'Île-de-France et la France⁶ font état d'une densité rapportée à la population 1,85 fois supérieure en Île-de-France à celle de la province. Cela est lié au nombre important des très grands centres régionaux, 16 au total et le quart des surfaces, qui font une des spécificités du paysage commercial francilien.

⁵ La surface GLA correspond à la surface du commerce calculée à l'extérieur des murs, augmentée des auvents et gaines techniques. Les circulations communes à plusieurs lots ne sont pas comptabilisées.

⁶ Source : Panorama Trade Dimensions, le guide 2016 de la distribution

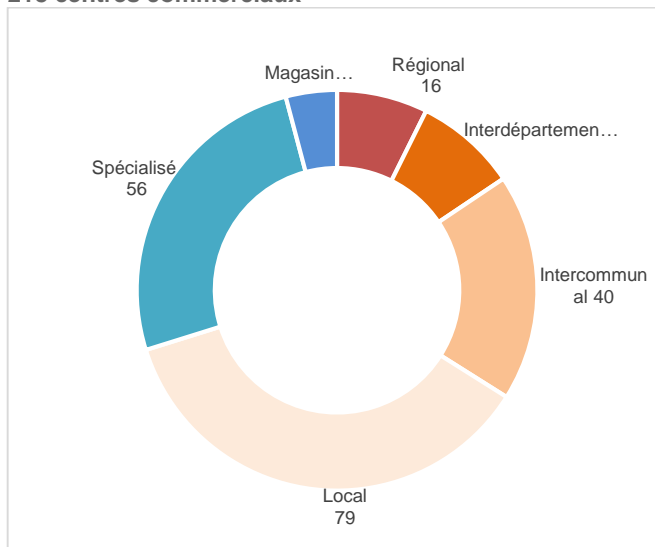
Typologie des centres commerciaux – répartition

5 965 000 m² de GLA



Source : BD IAU îdF 2016

218 centres commerciaux



Source : BD IAU îdF 2016

Un rythme élevé d'ouvertures

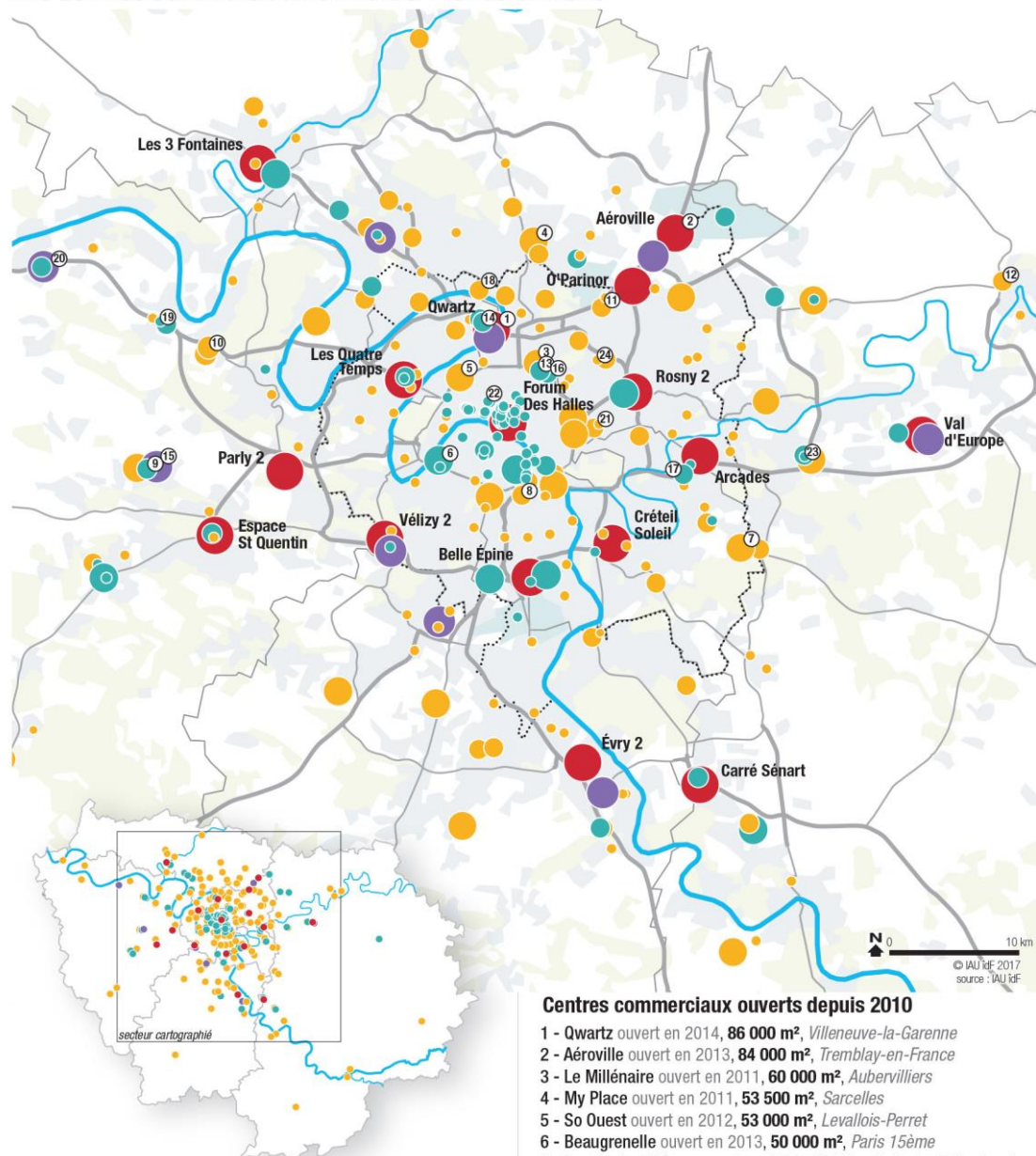
Depuis 2010, 24 centres commerciaux ont ouvert (ou réouvert⁷) leurs portes en Île-de-France. Ils totalisent un peu plus de 800 000 m² soit 14% du total des surfaces du parc de centres commerciaux. Ce rythme soutenu d'ouvertures dans un contexte économique peu favorable pose à la fois la question de la pérennité des centres plus anciens confrontés à cette nouvelle concurrence et de l'opportunité de réaliser de nouveaux équipements dans des territoires déjà fortement équipés. Aucun inventaire de friches commerciales, en particulier dans les villes moyennes⁸ (là où les niveaux de vacance sont les plus élevés en province) n'a été réalisé en Île-de-France mais il semble que contrairement à ce qui se passe en province, les centres fermés sont très peu nombreux, la fragilité de quelques-uns s'exprimant dans l'existence de cellules vacantes plus ou moins nombreuses. Le phénomène de vacance est davantage répandu dans les petits centres commerciaux de proximité dans les quartiers en rénovation urbaine. Cependant, certains centres récents comme le Millénaire (Aubervilliers, Seine-Saint-Denis), So Ouest (Levallois, Hauts-de-Seine), One Nation Paris (Les Clayes-sous-Bois, Yvelines) peinent à atteindre leurs objectifs de fréquentation initiaux.

Parallèlement, les foncières propriétaires et gestionnaires (cf. graphique en supra) de centres commerciaux sont engagées dans d'importants travaux d'extension et de modernisation de leurs centres pour les faire mieux correspondre à l'évolution des modes de consommation. Ces extensions sont abordées dans la partie sur l'analyse des CDAC.

⁷ Parmi ces ouvertures, 5 correspondent en effet à des restructurations en profondeur de centres commerciaux vieillissants, vacants en tout ou partie. Tous les 5 sont situés à Paris ou en proche couronne : So ouest, Beaugrenelle, l'Ilo, Grand Angle, Gare saint-Lazare.

⁸ Sur ce thème, lire le récent rapport de l'IGF et du CGEDD intitulé « La revitalisation commerciale des centres villes », juillet 2016,

218 centres commerciaux en Île-de-France en 2016



Type de centre commercial



Centre commercial ouvert depuis 2010

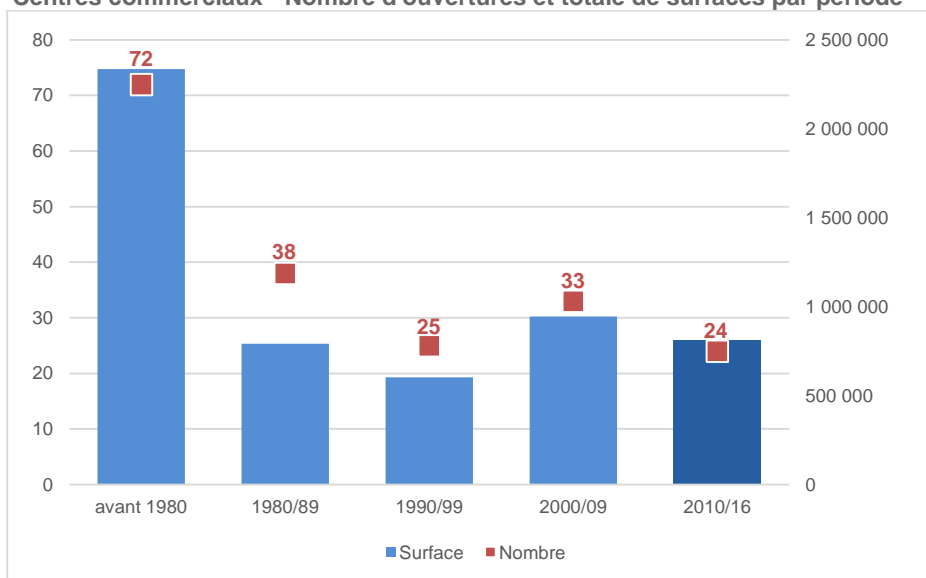
Fond de plan



Centres commerciaux ouverts depuis 2010

- 1 - Quartz ouvert en 2014, **86 000 m²**, Villeneuve-la-Garenne
- 2 - Aéroville ouvert en 2013, **84 000 m²**, Tremblay-en-France
- 3 - Le Millénaire ouvert en 2011, **60 000 m²**, Aubervilliers
- 4 - My Place ouvert en 2011, **53 500 m²**, Sarcelles
- 5 - So Ouest ouvert en 2012, **53 000 m²**, Levallois-Perret
- 6 - Beaugrenelle ouvert en 2013, **50 000 m²**, Paris 15^{ème}
- 7 - Les Quatre Chênes ouvert en 2012, **47 000 m²**, Pontault-Combault
- 8 - Okabé ouvert en 2010, **35 000 m²**, Le Kremlin-Bicêtre
- 9 - Alpha Park 2 ouvert en 2012, **34 700 m²**, Les Clayes-sous-Bois
- 10 - Les Vergers de la Plaine ouvert en 2012, **33 900 m²**, Chambourcy
- 11 - Plein Air ouvert en 2011, **33 000 m²**, Le Blanc-Mesnil
- 12 - Les Saisons de Meaux ouvert en 2015, **30 000 m²**, Chauconin-Neufmontiers
- 13 - Le Parks ouvert en 2016, **30 000 m²**, Paris 19^{ème}
- 14 - Enox ouvert en 2015, **26 000 m²**, Gennevilliers
- 15 - One Nation Paris ouvert en 2013, **24 000 m²**, Les Clayes-sous-Bois
- 16 - Vill'Up ouvert en 2016, **24 000 m²**, Paris 19^{ème}
- 17 - Armoirie Shopping Center ouvert en 2010, **20 500 m²**, Bry-sur-Marne
- 18 - L'Ilo ouvert en 2013, **18 700 m²**, Épinay-sur-Seine
- 19 - White Parc ouvert en 2014, **15 500 m²**, Orgeval
- 20 - Marques Avenue A13 ouvert en 2015, **12 900 m²**, Aubergenville
- 21 - Grand Angle ouvert en 2012, **11 150 m²**, Montreuil
- 22 - Gare Saint-Lazare ouvert en 2012, **10 000 m²**, Paris 9^{ème}
- 23 - Parc commercial de Torcy ouvert en 2012, **8 500 m²**, Torcy
- 24 - Centre E.Leclerc ouvert en 2013, **4 800 m²**, Bobigny

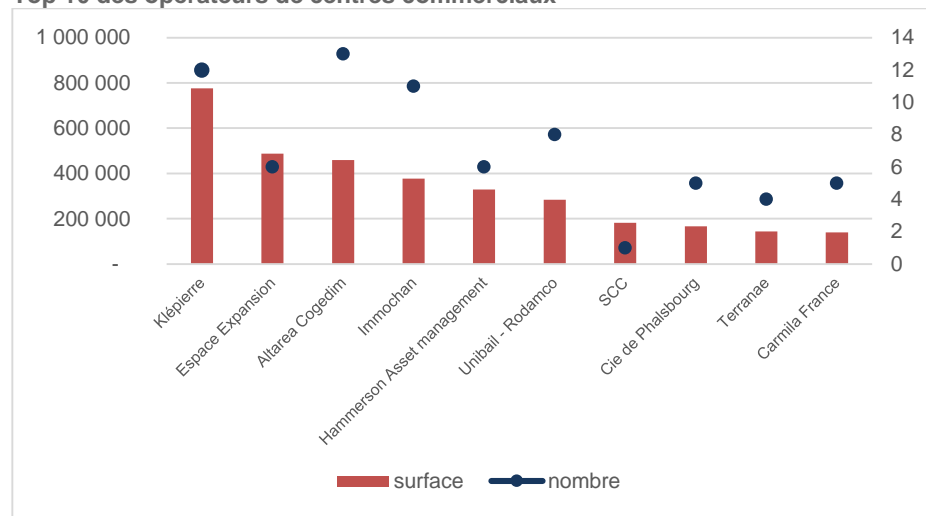
Centres commerciaux - Nombre d'ouvertures et totale de surfaces par période



Source : IAU îdF 2016

La propriété et la gestion des centres commerciaux sont concentrées entre un petit nombre d'opérateurs. Les 10 premiers gèrent plus de la moitié des surfaces en Île-de-France. Klépierre est le leader. Il est aussi un des principaux acteurs de l'immobilier commercial à l'échelle européenne.

Top 10 des opérateurs de centres commerciaux

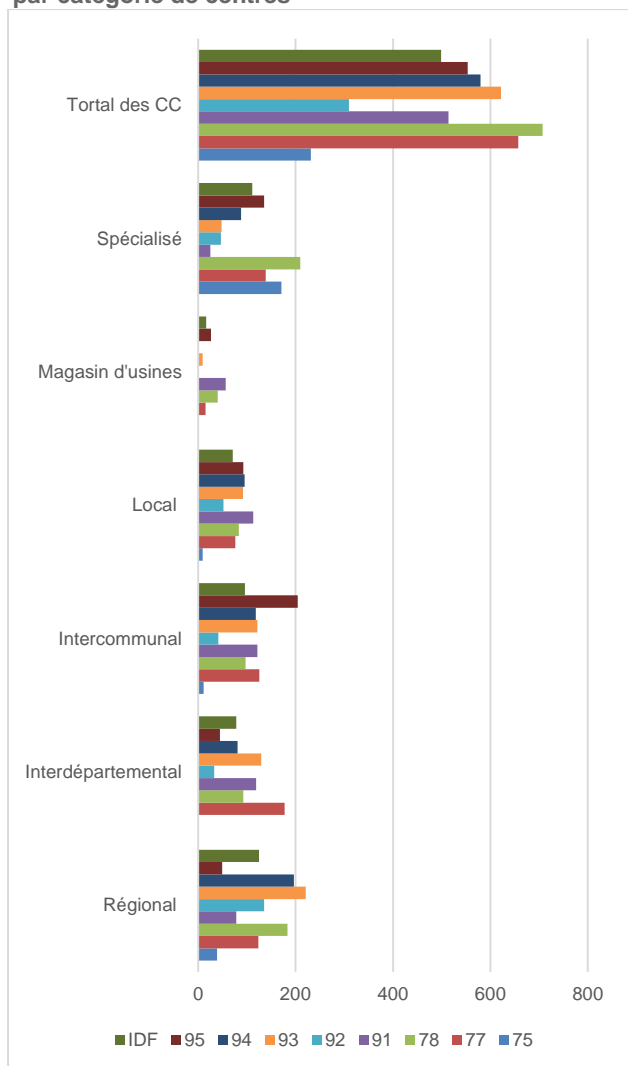


Source : BD IAU 2016

Des localisations différenciées selon les types de centres commerciaux

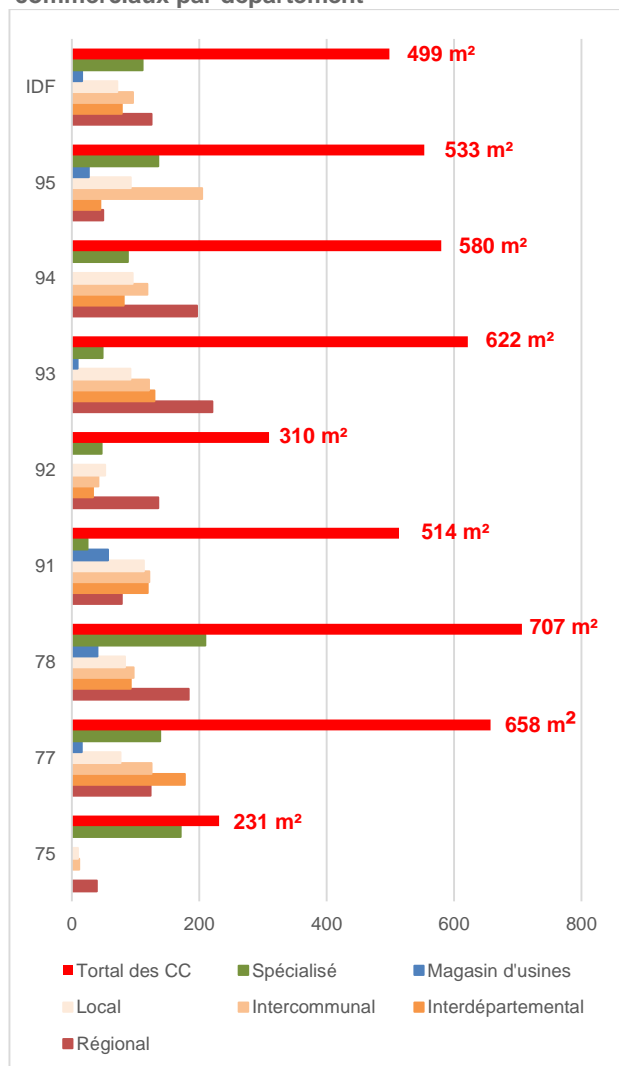
Nous le verrons tout au long de ce document, à la différence des autres activités économiques comme le tertiaire supérieur ou les activités innovantes qui sont très polarisées dans l'espace régional, ou bien les activités industrielles ou logistiques plus excentrées, la géographie du commerce demeure calée sur les lieux d'habitat et de travail des Franciliens et donc la zone agglomérée. Même si la localisation des points de ventes a tendance à se diversifier avec l'accroissement de la mobilité et le développement du e-commerce, l'achat se fait encore principalement au départ du domicile, les distances parcourues s'allongent avec la diminution de la périodicité de celui-ci.

Densité pour 1000 habitants en centres commerciaux par catégorie de centres



Source : IAU îdF 2016

Densité pour 1000 habitants en centres commerciaux par département



Source : IAU îdF 2016

Les 16 centres commerciaux régionaux principalement issus de la programmation des grands schémas directeurs et des villes nouvelles sont distribués dans une logique de quadrant et répartis en deux anneaux autour de la capitale, un premier d'environ 10 km de diamètre où l'on trouve dans le sens des aiguilles d'une montre O' Parinor, Rosny 2, Créteil soleil, Belle Épine, Vélizy 2, Parly 2, les Quatre Temps. Le second anneau, plus éloigné, se situe au niveau des villes nouvelles avec des centres généralement de plus petite taille (les Arcades, Val d'Europe, Carré Sénart, Évry 2, Espace St-Quentin, Les 3 Fontaines). Le Forum des Halles récemment rénové, au centre de Paris, vient compléter cette armature. Alors que la tendance était à la réalisation d'unités de taille plus modeste, deux centres, Aéroville (84 000 m²) à Tremblay-en-France (93) et Quartz (86 000 m²) à Villeneuve-la-Garenne (92) ont ouvert en 2013 et 2014.

Pour **les centres commerciaux à locomotive alimentaire**, la densité du maillage territorial est inversement proportionnelle à la taille de ces centres. Calculée à l'échelle régionale, les centres commerciaux interdépartementaux (19) et locaux (79) ont une densité inférieure (respectivement de 79 et de 71 m² pour 1000 habitants), à celles des centres intercommunaux (40 centres et 96 m² pour 1000 habitants). **Les magasins d'usine** (village de marques) qui ont une zone de chalandise beaucoup plus large, régionale, nationale, voire internationale (parmi les 6,3 millions de visiteurs en 2014 de la Vallée Village à proximité de Disney Paris, 1/3 sont Chinois), sont peu nombreux, 9 au total et bien répartis sur le territoire. Concept & Distribution détient quatre d'entre eux, trois Marques Avenue à Aubergenville, l'Île-St-Denis, Corbeil-Essonnes et un Quai des Marques à Franconville. L'Île-de-France a enregistré deux ouvertures récentes aux Clayes-sous-Bois en 2013 et à Aubergenville en lieu et place du Family Village en 2015.

La dernière rubrique, celles des **centres commerciaux « spécialisés »** regroupent une grande diversité d'équipements différents par leur taille, leur morphologie, leur ancienneté avec un point commun l'absence d'offre alimentaire significative et la présence d'un gestionnaire commun. Le seuil de taille retenu, 5000 m², fait que ne sont pas pris en compte la plupart des galeries marchandes et les passages couverts, principalement parisiens. L'unicité du mode de gestion explique que les grandes zones commerciales périphériques et les lotissements le long des grandes infrastructures sont également exclus de cet inventaire. Dans les années 2000, des foncières (Altarea, Frey, Compagnie de Phalsbourg) se sont lancées dans la promotion d'un nouveau produit, le retail park, centre commercial à ciel ouvert, géré par un seul gestionnaire et mettant en commun les parkings. Ces réalisations, qui sont un mieux par rapport aux classiques boîtes à chaussures tant décriées, se sont beaucoup développées à partir de 2005 en Île-de-France.

L'Île-de-France compte une soixantaine de centres spécialisés dont la localisation dépend en grande partie de la nature du centre : galeries marchandes (passage du Havre, Carrousel du Louvre, commerces en gare...) en zone centrale, retail park (Les Chanteraines, Alpha park) souvent en petite couronne ou en frange d'agglomération).

Les densités en commerces de 300m² et plus

Source et méthodologie

Les données cartographiées sont issues de la base LSA (Libre-Service Actualités) acquises chaque année par l'IAU, reclassées selon une typologie spécifique à l'IAU et géoréférencées. Cet inventaire peut s'avérer incomplet pour certains types d'activités comme les commerces indépendants, et dans les secteurs d'offre les moins intégrés comme l'habillement.

Les données portent ici sur les commerces à partir de 300 m² de surface de vente classés selon 4 grandes rubriques :

- **alimentaire** (hypermarché, supermarché, drive, alimentaire spécialisé),
- **spécialisé** (sport, loisirs culture, équipement de la personne, équipement de la maison, bricolage, jardineries, beauté/santé),
- **multispécialiste** (grand magasin, bazar),
- **restauration** (restauration de chaîne uniquement).

Les cartographies représentent les densités pour 1000 habitants par intercommunalité (découpage 2017) soit la surface de vente 2016 rapportée à la population 2013 tous commerces confondus (carte 1), dans l'alimentaire (carte 2) et dans le non alimentaire (spécialisé, multispécialiste et restauration) (carte 3).

Prédominance du commerce spécialisé

La base LSA recense 6701 commerces et restaurants d'une surface de vente de 300 m² et plus en Île-de-France en 2016 représentant 8.7 millions de m² de surface de vente. Plus de la moitié des surfaces sont occupées par des commerces spécialisés, dans le domaine de l'équipement de la maison pour presque la moitié des surfaces, de la culture, du sport et des loisirs pour le quart, et de l'équipement de la personne pour le cinquième.

L'alimentaire occupe le second poste avec 38% des surfaces, il s'agit principalement d'hypermarchés (43% des surfaces) et de supermarchés (40%). Une des caractéristiques de l'Île-de-France est la place relativement importante occupée par l'enseigne Monoprix (9% des surfaces), seule enseigne représentant aujourd'hui ce qu'on a appelé historiquement les magasins populaires.

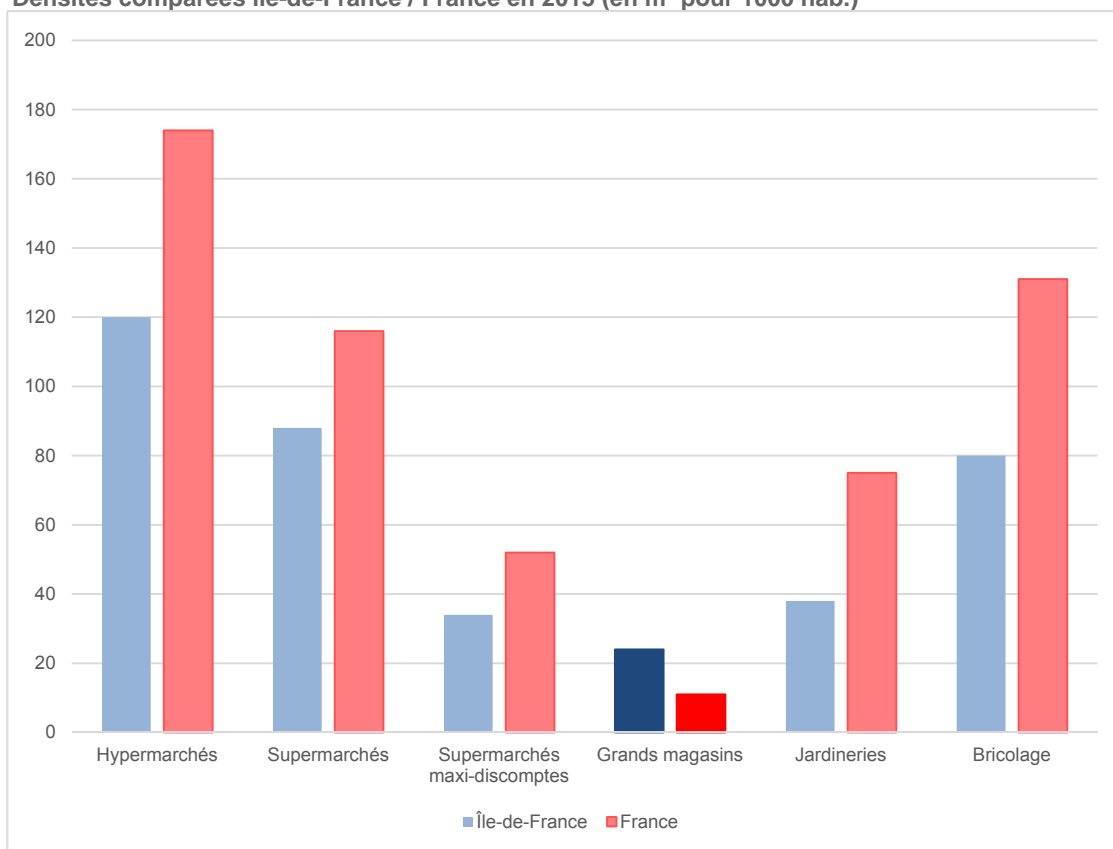
Domaine	Surface de vente en m ²	Sous-domaine	Surface de vente	Principales enseignes	Part de ces enseignes dans le total des surfaces
Alimentaire	3 278 000		3 278 000	Carrefour, Leclerc, Franprix, Auchan, Monoprix	50%
Spécialisé	4 418 000	Culture, sport, loisirs	1 092 000	Truffaut, Décathlon, Jardiland	37%
		Equipement maison	2 182 000	Leroy Merlin, Castorama, Ikea	49%
		Equipement de la personne	877 000	C&A, H&M, La halle	27%
		Hygiène/santé /beauté	51 000	Séphora, Marionnaud	23%
Multispécialiste	599 000		599 000	Printemps et Galeries Lafayette	26%
Restauration	396 000		396 000	Mac Do	35%

La grande distribution poursuit sa concentration oligopolistique comme l'atteste le tableau ci-dessous qui donne pour chaque secteur la part des principales enseignes dans le total des commerces de plus de 300m² de surface de vente.

Des densités en moyenne inférieures en Île-de-France par rapport à la France

Le guide de la distribution édité par Panorama Trade dimensions permet de comparer le niveau d'équipement en commerces franciliens à celui de la France entière. On a vu que du fait de la présence de très nombreux grands centres commerciaux en Île-de-France, les densités commerciales en centres commerciaux étaient supérieures à la moyenne française. La situation est inverse si l'on considère cette fois les commerces, qu'ils soient alimentaires ou pas, à l'exception des grands magasins, autre spécificité francilienne et plus particulièrement de la capitale.

Densités comparées Île-de-France / France en 2015 (en m² pour 1000 hab.)



Source : Panorama / Trade Dimensions, le guide 2016 – Traitement IAU îdF

Des densités très variables selon les territoires

Les 3 cartes représentent les densités de commerces rapportées à la population pour l'ensemble des commerces de 300 m² et plus, l'alimentaire et le non alimentaire. La densité en Île-de-France est de 727 m² pour 1000 habitants pour l'ensemble des commerces, de 274 m² pour l'alimentaire et de 453 m² pour le non-alimentaire. Les résultats sont très variables selon les intercommunalités, il est vrai que les périmètres des intercommunalités sont loin d'être tous adaptés pour évaluer le niveau d'équipement en commerce des territoires.

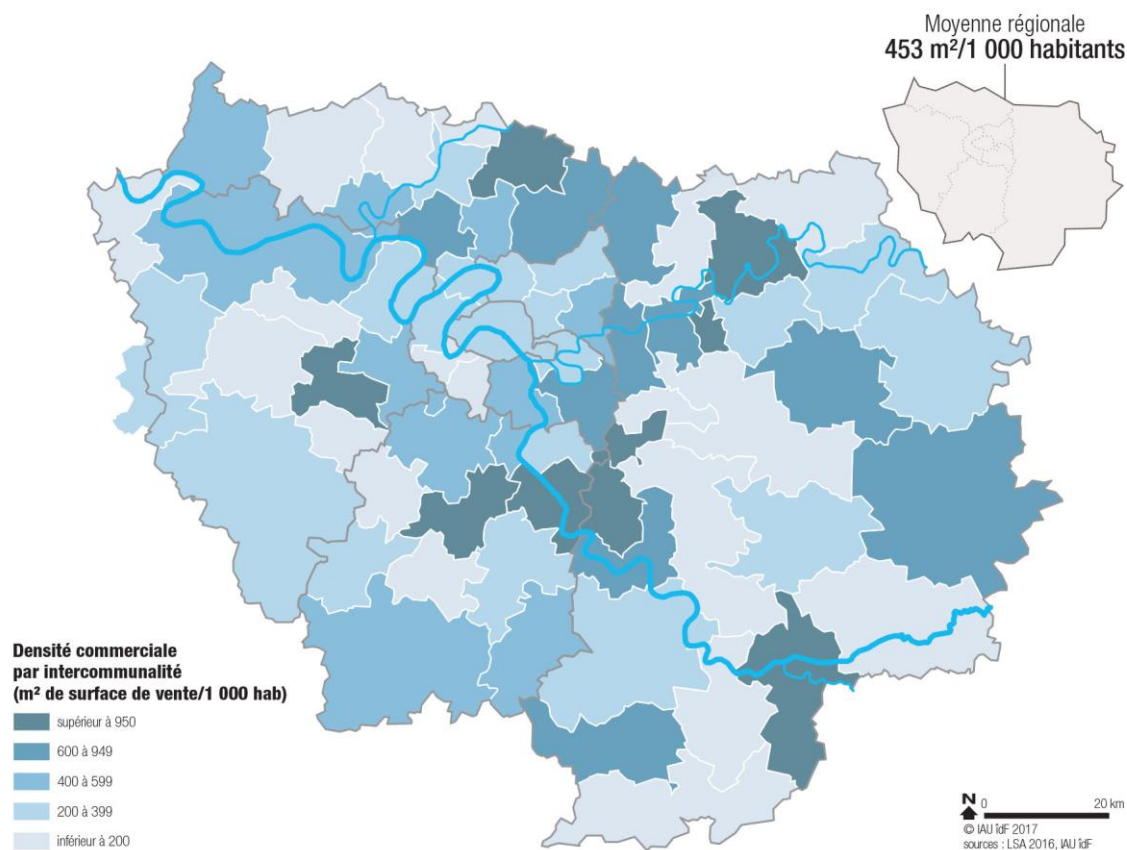
727 m² de commerce pour 1 000 habitants en Île-de-France



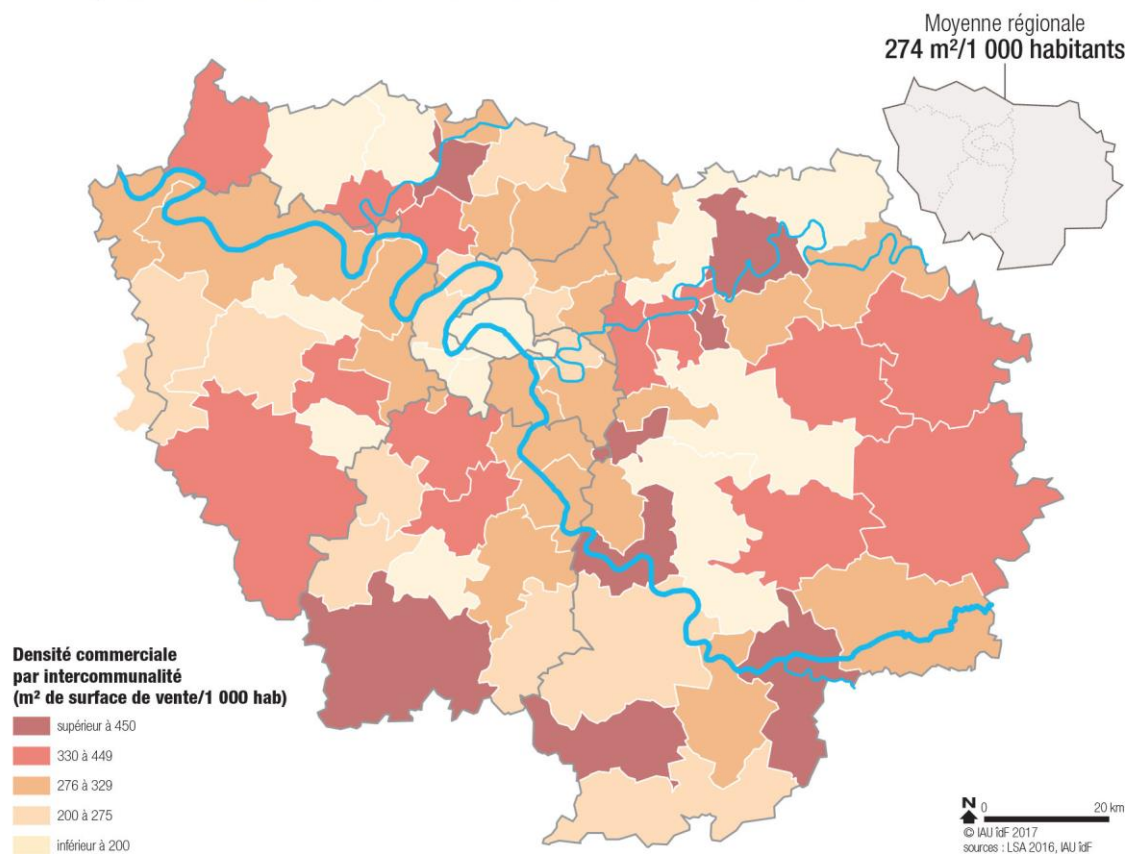
Toutefois une géographie générale se dessine :

- une zone centrale qui couvre à peu près le territoire de la Métropole du Grand Paris (MGP) (hors T9, 11 et 12) et qui est dans l'ensemble moins dense en grands commerces en raison d'une population plus importante et d'un foncier moins favorable au développement de grandes surfaces. En revanche, c'est sur ce territoire que les densités en petits commerces sont les plus élevées.
- un premier anneau au-delà de la MGP, schématiquement localisé entre l'A86 et la Francilienne, qui se prolonge dans la vallée de la Seine, dans lequel les densités se rapprochent de la moyenne francilienne : moins peuplés, ces territoires disposent d'un foncier plus abordable qui a favorisé le développement commercial.
- un second anneau au-delà de la Francilienne avec des densités faibles dans l'ensemble, avec toutefois quelques exceptions liées à l'existence d'un ou plusieurs équipements commerciaux dont le rayonnement dépasse l'aire de l'intercommunalité : à Saint-Quentin en Yvelines, dans les CA Cœur d'Essonne Agglomération et Val d'Europe Agglomération, ainsi que dans la CC L'Orée de la Brie.
- enfin des situations diverses en très grande couronne avec des densités faibles voire très faibles dans des intercommunalités très rurales (Vexin, Sausseron Impressionnistes, Gally Mauldre, Cœur d'Yvelines, Entre Juine et Renarde, Bassée Montrois), et plus élevées dans les territoires structurés autour d'une ville intermédiaire : Etampois, Pays de Montereau, Pays de Meaux, Provinois, Pays de Coulommiers, Pays de Nemours.

453 m² pour 1 000 habitants dans le non alimentaire en Île-de-France

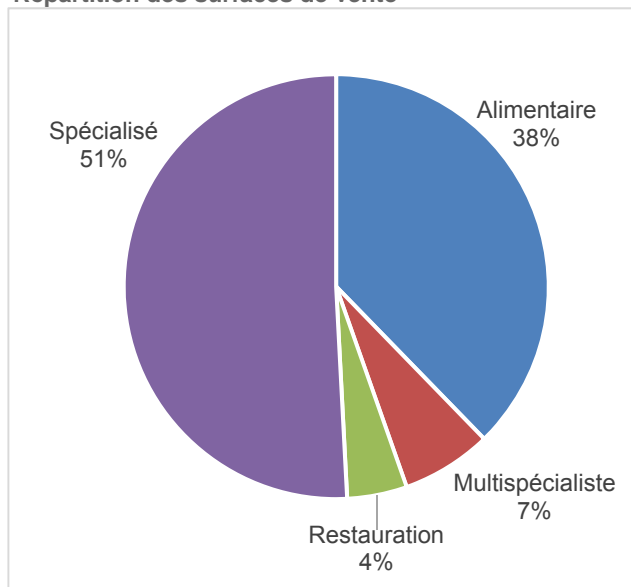


274 m² pour 1 000 habitants dans l'alimentaire en Île-de-France



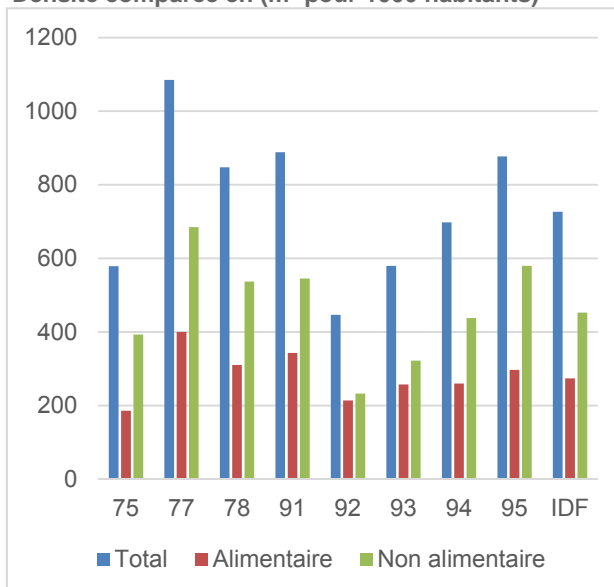
La cartographie des **densités dans le non alimentaire** est plus contrastée que celle de l'alimentaire car les commerces spécialisés (équipement de la maison, loisirs, sport, personne) sont davantage polarisés, les consommateurs parcourant des distances plus importantes pour ces achats anomaux à la différence des achats dans l'alimentaire pour lesquels le consommateur opte davantage pour la proximité. Les fortes densités sont calées sur la géographie des grandes concentrations de commerces spécialisés dont les plus emblématiques sont la Patte d'Oie d'Herblay (Val Parisis D14), la zone de la Croix Blanche (Cœur d'Essonne Agglomération), Sénart, Evry et Corbeil-Essonnes (Grand Paris Sud Seine Essonne Sénart). Les densités plus faibles correspondent à des territoires ruraux au cœur des Yvelines (Gally Mauldre, Cœur d'Yvelines), de la Brie seine-et-marnaise (Val briard, Les portes briardes), du Val d'Oise (Vexin centre et Sausseron impressionnistes). Plusieurs de ces intercommunalités sont situées dans des Parcs naturels régionaux dans lesquels le développement des grandes surfaces est volontairement freiné.

Répartition des surfaces de vente



Source : IAU îdF 2016

Densité comparée en (m² pour 1000 habitants)



Source : IAU îdF 2016

Les écarts de densités entre intercommunalités dans **l'alimentaire** sont, eux plus réduits. Les commerces concernés, supermarchés, hypermarchés, magasins alimentaires spécialisés, sont mieux répartis dans l'espace et suivent de près les localisations résidentielles des Franciliens. Néanmoins, plusieurs intercommunalités de très grande couronne ont vu l'implantation d'hypermarché alors même que le territoire était faiblement peuplé et se situent donc nettement au-dessus de la moyenne régionale : Vexin Val de Seine, Vallée de l'Oise et des trois Forêts, Deux Morin, La Brie nangissienne, le Provinois, le Pays de Montereau, le Pays de Nemours, l'Etampois Sud-Essonnes, Rambouillet Territoires. À l'opposé, on observe des densités faibles dans des intercommunalités très peuplées, à Paris où la municipalité a interdit de longue date l'ouverture d'hypermarchés, dans les T2 et T3 dans la Métropole ainsi que dans des espaces ruraux des Yvelines (Gally Mauldre, Haute vallée de Chevreuse), de l'Essonne (entre Juine et Renarde), de Seine-et-Marne (Val briard et Brie des rivières et Châteaux), du Val d'Oise (Vexin centre, Sausseron, Plaine et Monts de France, Pays de l'Ourcq).

Les surfaces autorisées en CDAC⁹ depuis 2010

Source et méthodologie

Depuis 1998, l'IAU effectue un suivi des dossiers déposés en commissions départementales d'aménagement commercial en Île-de-France et a constitué une base de données à partir des informations collectées auprès des services instructeurs des préfectures. Des informations sur la nature de l'offre, la surface de vente, les enseignes et le résultat de la procédure sont renseignées.

Depuis 2005, les projets sont géolocalisés à l'adresse.

Les analyses ci-après ont été réalisées à partir de cette base sur les opérations autorisées en CDAC et en CNAC (commission départementale et nationale d'aménagement commerciale) lorsqu'elles ont fait l'objet d'un recours. La période observée est de 2010 à 2016, même si les données de cette dernière année ne sont pas totalement consolidées compte tenu des délais de recours qui peuvent être décalés sur l'année 2017.

C'est pour cette raison que la carte de synthèse des CDAC autorisées n'a été réalisée que sur la période 2010-2015 dans l'attente de la consolidation de l'année 2016.

Vers une simplification de la procédure d'autorisation ?

Depuis plus de 40 ans¹⁰ avec la loi Royer, les commerces de détail doivent, préalablement au permis de construire, obtenir une autorisation d'exploitation commerciale délivrée par des commissions départementales, composées d'élus et de personnes qualifiées. Leurs décisions peuvent éventuellement être confirmées ou invalidées par une commission nationale¹¹ en cas de recours. Le seuil d'autorisation a varié au fil des nouvelles lois sur l'urbanisme commercial et est questionné de manière récurrente de même que le bien fondé de ces commissions. Depuis la loi de modernisation de l'économie (LME, 2008), le seuil d'autorisation en CDAC est de 1000 m² de surface de vente. Cependant, un amendement abaissant le seuil d'autorisation à 400 m², à Paris à titre expérimental du 1er janvier 2018 au 31 décembre 2020, vient d'être adopté dans le projet de loi sur le statut de Paris¹². Cette mesure, qui vise à mieux protéger le tissu de petits commerces et à lutter contre la « mono-activité », ne concerne que la ville de Paris.

Depuis le 12 février 2015, le décret d'application de la loi relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises (ACTPE)¹³ a modifié le code de l'urbanisme pour créer une nouvelle procédure : le permis de construire valant autorisation commerciale (AEC).

La fusion des procédures d'autorisation d'exploitation commerciale et de permis de construire devait permettre de simplifier la procédure et raccourcir les délais d'instruction des dossiers. Les retours d'expérience montrent que ces objectifs ne sont pas forcément atteints et que cette nouvelle procédure a eu pour conséquence d'alourdir le dossier de PC pour les petits porteurs de projet.

Concernant les *drives*¹⁴ qui n'étaient pas soumis à autorisation, car ne possédant pas de surface de vente ouverte à la clientèle, ils sont depuis la Loi ALUR (art. 129 VI et VII) du 24 Mars 2014¹⁵ soumis à l'avis de la CDAC. Les législateurs ont en effet souhaité encadrer la création de ce format de distribution qui « bénéficiait d'un avantage concurrentiel au regard des activités commerciales classiques ». Mais cette réglementation arrive un peu tard, un grand nombre de *drives* ayant déjà été ouverts auparavant.

⁹ CDAC : Commission départementale d'aménagement commercial

¹⁰ Loi n° 73-1193 du 27 décembre 1973 d'orientation du commerce et de l'artisanat, dite *Loi Royer*

¹¹ CNAC : Commission nationale d'aménagement commercial

¹² LOI n° 2017-257 du 28 février 2017 relative au statut de Paris et à l'aménagement métropolitain

¹³ Loi n° 2014-626 du 18 juin 2014, dite loi Pinel. Décret n°2015-165 du 12 février 2015

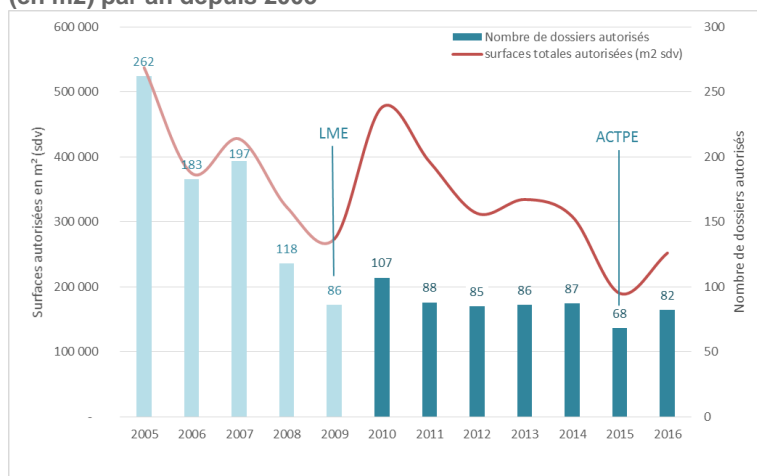
¹⁴ Point permanent de retraits d'achats au détail commandés par internet, organisé pour l'accès automobile

¹⁵ Soumis à l'Autorisation d'exploitation commerciale (article L 752-1 du code du commerce)

Reprise en 2016 après une baisse du volume d'autorisation depuis 2010

L'analyse des surfaces autorisées est un bon indicateur de l'activité de l'immobilier commercial. Au cours de la période 2010 à 2016, 603 dossiers totalisant près de 2,3 millions de m² de surfaces de vente ont été autorisés en Île-de-France, soit une moyenne de 324 000 m² par an, soit 13% du total France. Le volume annuel autorisé est important mais on note depuis 2010, un infléchissement de l'activité. On peut l'attribuer à la crise économique, à l'attentisme des opérateurs sensibles aux nouvelles réglementations et aux contraintes qu'elles apportent, mais aussi à une certaine saturation de l'espace régional en commerce.

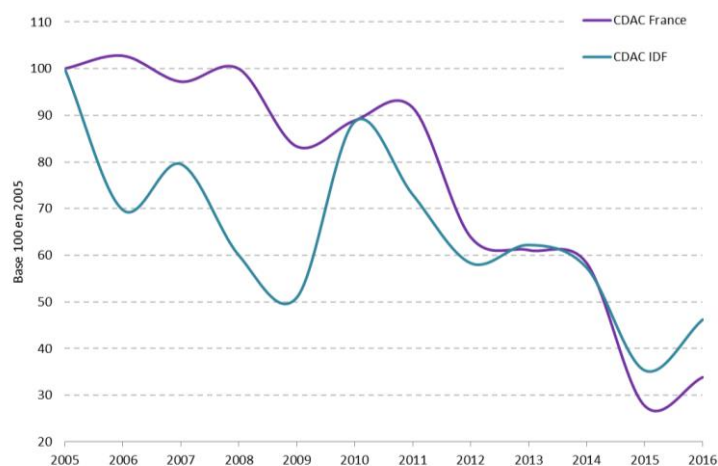
Nombre de dossiers et surfaces autorisées en Île-de-France (en m²) par an depuis 2005



Sources : Préfectures, traitements IAU îdF-déc 2016

Sur la période étudiée, post loi LME¹⁶, on constate le caractère cyclique de l'activité des CDAC qui est plus marqué pour les surfaces que sur le nombre de dossiers. Ceci s'explique notamment par l'évolution du seuil d'autorisation passé de 300 à 1000 m² avec la loi de modernisation de l'économie, diminuant ainsi le nombre de dossiers pour des petites surfaces.

Surfaces autorisées en France et Île-de-France (Base 100 en 2005)



Sources : Préfectures, bilans annuels Procos, traitements IAU îdF-déc 2016

Le caractère cyclique se vérifie au niveau national mais on observe depuis 2010 une tendance plus rapide à la décroissance des surfaces autorisées en Île-de-France que sur le reste de la France. La reprise en 2016 est constatée aussi bien en France Métropolitaine qu'en Île-de-France. Avec plus

¹⁶ Loi du 4 août 2008

d'1,6 million de m² autorisés en France en 2016, Procos¹⁷ observe un rebond des surfaces autorisées qui demeure néanmoins très en-deçà des niveaux de 2014.

Le constat est le même en Île-de-France en 2016¹⁸, avec 82 dossiers et un peu plus de 252 000 m² autorisés, par rapport à 2015 qui avait connu une baisse record avec 68 dossiers et moins de 190 000 m² autorisés.

En 2016, trois projets supérieurs à 20 000 m² ont été autorisés : un centre commercial à Buchelay dans les Yvelines (28 892 m²) sur une friche laissée libre par le déménagement d'un magasin Leroy Merlin (Compagnie de Phalsbourg), un retail park Les Arches des Marmousets (22 608 m²) à la Queue-en-Brie, dans le Val-de-Marne (groupe Les Arches Métropoles) et un retail park à Persan, Val d'Oise (29 922 m²) sur la ZAC du Chemin Herbu qui, après de nombreux recours (depuis 2011) et une révision du projet, vient d'être autorisé par la CNAC¹⁹.

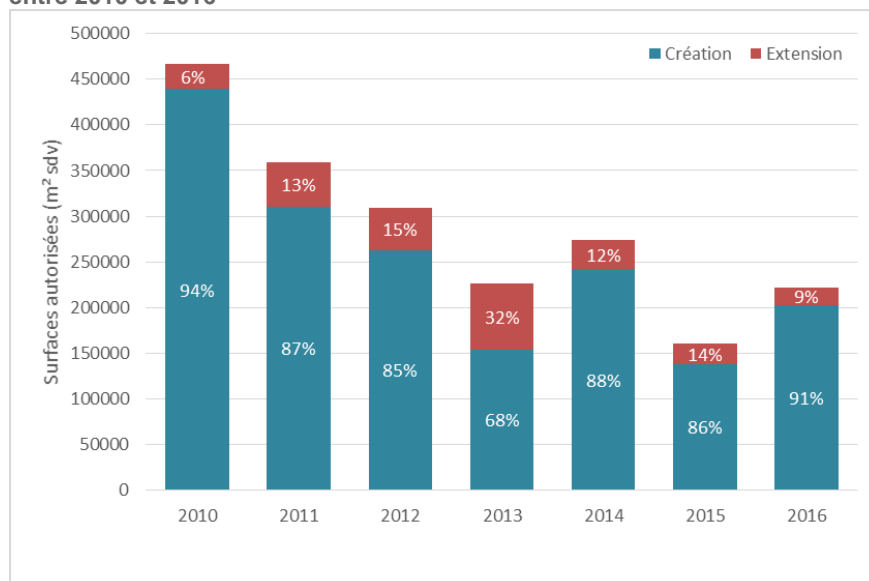
Une majorité d'extension dans les dossiers d'équipements commerciaux

Comme on l'a rappelé en introduction, l'autorisation d'exploitation commerciale s'applique aux créations de 1000 m² de surface de vente mais aussi aux extensions d'équipements commerciaux dépassant ce seuil.

Si l'on prend en compte les surfaces, les créations sont très majoritaires : une très grande part de surfaces autorisées, entre 68% (2013) et 94% (2010), portent sur des créations (soit une moyenne de 86 % sur la période). Parmi les plus grandes surfaces autorisées, on citera le futur Central Parc Valvert au Plessis-Pâté en 2014 (62 396 m²) So Ouest à Levallois Perret en 2011 (33 300 m²), Les Saisons de Meaux à Chauconin-Neufmontiers en 2010 (33 100 m²), My Place à Sarcelles en 2011 (31 351 m²), Les Promenades de Brétigny à Brétigny-sur-Orge en 2010 (31 340 m²), un ensemble de commerces dans la ZAC de la Fontaine du Berger à Saint-Mard en 2012 (29 432 m²), ou encore Le Parks à Paris 19^{ème}, en 2010 (27 119 m²).

Si l'on s'intéresse au nombre de dossiers, ce sont cette fois les extensions ou les restructurations d'équipements existants qui sont majoritaires. Cela témoigne de la concurrence acharnée qui s'exerce entre les centres commerciaux et les poussent sans cesse à augmenter leur surface de vente. Elles représentent chaque année depuis 2011, plus de la moitié des dossiers (entre 53 % et 66 % suivant les années). Certaines sont d'envergure comme l'extension de Carré Sénart à Lieusaint en 2013 (28 196 m²), celle de Servon en 2015 (22 000 m²) ou de Val d'Europe à Serris - Marne la Vallée en 2011 (16 170 m²). On notera dans les restructurations, le projet de réhabilitation du centre commercial Sqy Ouest à Montigny - Le Bretonneux dans les Yvelines (CDAC autorisée en 2016 pour 7637 m²).

Répartition des surfaces autorisées, créations /extensions, restructurations entre 2010 et 2016



Sources : Préfectures, traitements IAU îdF-déc 2016

17 Bilan 2016 : chiffres d'affaires du commerce spécialisé étale par rapport à 2015, Procos, 12 janvier 2017

18 Données provisoires pour l'année 2016, à consolider suite aux réponses des divers recours (CNAC, Conseil d'état).

19 Décision du 16-02-2017

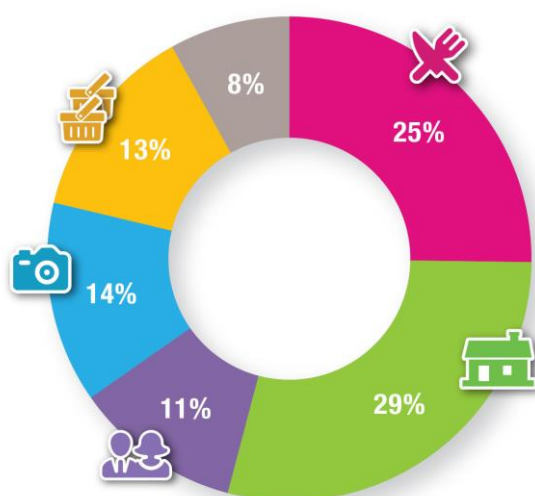
L'équipement de la maison en première place des autorisations

Concernant la répartition des surfaces suivant le type d'offre, sur la période 2010 à 2016, l'équipement de la maison arrive en première position, avec 29% des surfaces autorisées, ce qui se comprend par la taille des magasins, qui du fait de leurs produits, occupent généralement des surfaces importantes. Un Leroy Merlin occupe en moyenne 10 000 m², un Castorama, 11 000 m², un Ikea 20 000 m². de surface de vente hors parking.

L'alimentaire (hypermarché, supermarché) arrive en deuxième place avec le quart des surfaces, puis viennent la culture, les ensembles commerciaux²⁰ et l'équipement de la personne.

Il faut signaler que l'information sur le type d'offre et l'enseigne sont loin d'être systématiquement renseignés par les pétitionnaires. Les statistiques ci-dessous s'appuient uniquement sur les autorisations où cette rubrique était renseignée.

Répartition des surfaces autorisées de 2010 à 2016 selon le type d'offre proposé (1)



Type d'offre

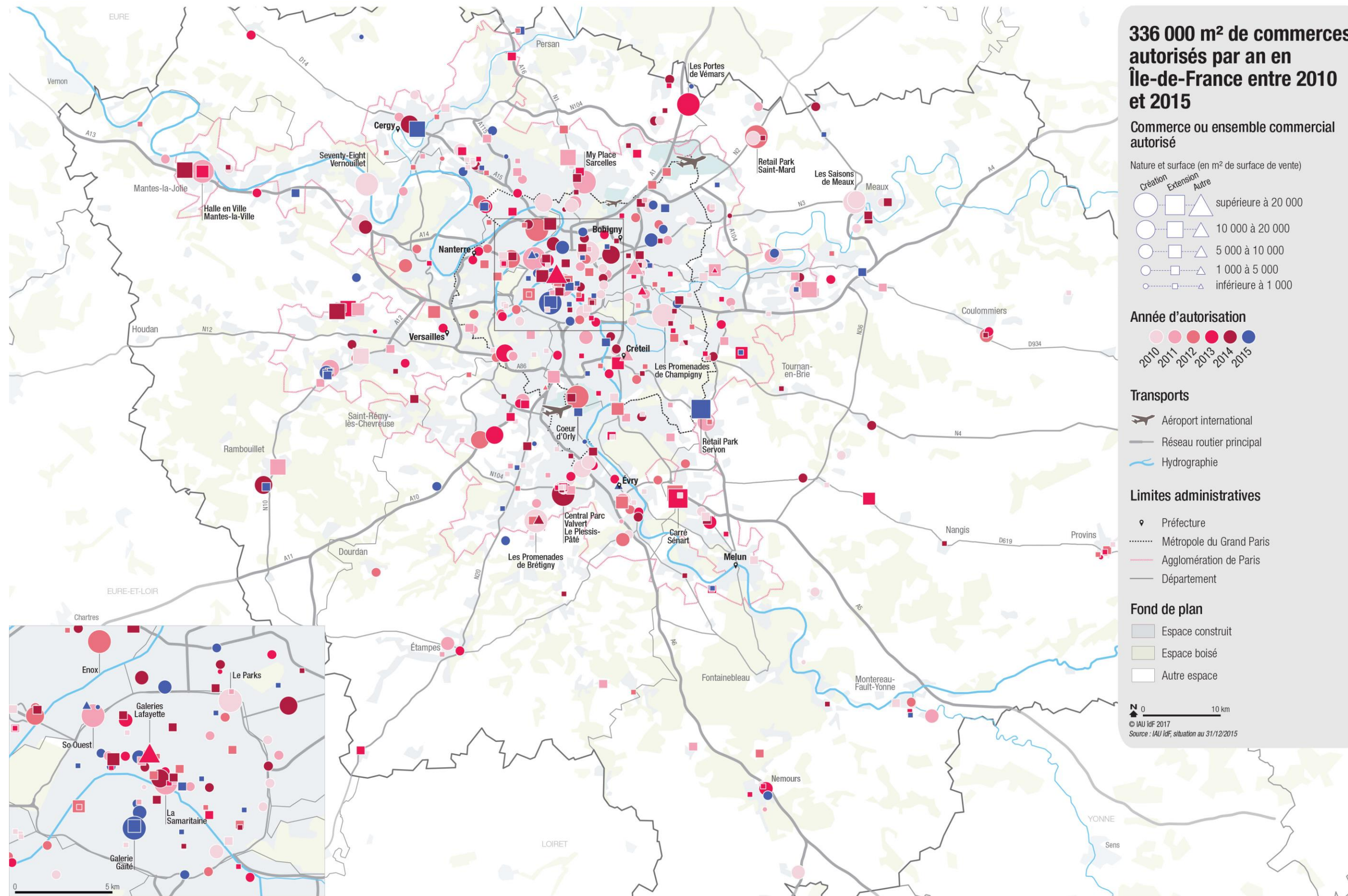
- Alimentaire
- Eqt de la maison
- Eqt de la personne
- Culture, loisirs, sport
- Ensemble commercial
- Autres *

*multispécialiste, cycles-auto, hygiène-santé-beauté, station-service

© IAU îdF 2017

(1) Seuls les dossiers dont la nature est renseignée ont été comptabilisés
Sources : Préfectures, traitements IAU îdF-déc 2016

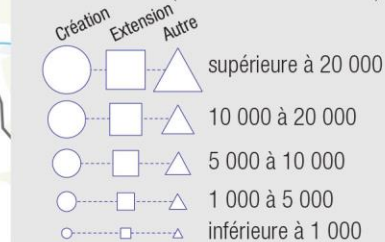
²⁰ Un ensemble commercial est un ensemble de magasins réunis sur un même site. Ceux-ci sont réalisés dans le cadre d'une même opération d'aménagement et/ou bénéficient d'un accès commun et/ou font l'objet d'une gestion commune (art. 752-3 du Code du Commerce).



336 000 m² de commerces autorisés par an en Île-de-France entre 2010 et 2015

Commerce ou ensemble commercial autorisé

Nature et surface (en m² de surface de vente)



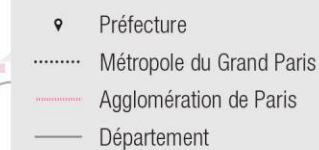
Année d'autorisation



Transports



Limites administratives



Fond de plan



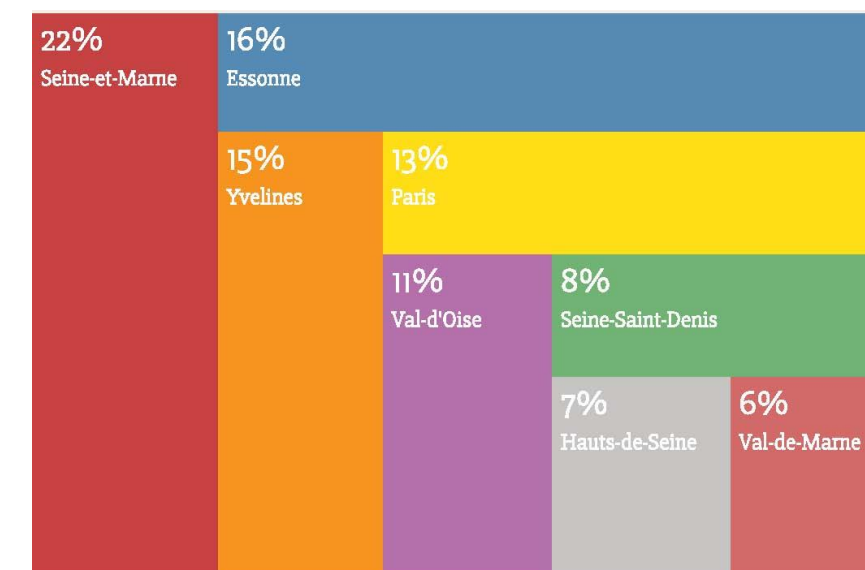
La grande couronne, un territoire attractif pour le commerce

La carte ci-contre présente les commerces ayant obtenu l'autorisation d'exploitation commerciale entre 2010 et 2015.

Avec 13% des surfaces autorisées sur la période, **Paris** vient en 4^{ème} position parmi les départements d'Île-de-France. Les projets y sont principalement localisés dans la zone du pôle d'attraction métropolitain²¹ ainsi qu'autour des gares qui, depuis quelques années, se transforment pour accueillir plus de commerces. On citera ici la Gare de Lyon qui a obtenu en 2013 une autorisation de 4541 m² d'extension de sa galerie marchande et la Gare Montparnasse qui restructure ses commerces en agrandissant les surfaces sur 6950 m² (CDAC 2015). D'autres autorisations concernent des projets de restructuration, comme celle de la Galerie Gaîté dans le 14^{ème} arrondissement (20 950 m²), de grandes rénovations comme celle des Galeries Lafayette dans le 8^{ème} arrondissement (65 835 m²) ou encore Le Parks (27 119 m²), ancien entrepôt dédié à la logistique.

Les départements de **petite couronne** ne regroupent que 21 % des surfaces. Les plus grosses opérations sur cette période se trouvent dans le nord-ouest de la Seine-Saint-Denis, comme l'Ilo à Épinay-sur Seine, 18 711 m² en 2010, et dans le nord des Hauts-de-Seine, avec Enox à Genevilliers et So Ouest à Levallois-Perret. Le Val-de-Marne ne compte que pour 6 % des surfaces mais parmi celles-ci on trouve de grands projets comme Les Promenades de Champigny ou le projet plus récent des Arches des Marmousets à La Queue-en-Brie, autorisé en 2016.

Répartition des surfaces autorisées par département de 2010 à 2016



Sources : Préfectures, traitements IAU îdF-déc 2016

Plus de la moitié des surfaces sont localisées en **grande couronne** avec une place particulière pour la Seine-et-Marne, qui cumule 340 dossiers et 22% des surfaces. Les commerces les plus importants ont été autorisés sur les franges de l'agglomération ou viennent parfois renforcer les pôles existants: les 29 434 m² de commerces de la zone d'activités de la Fontaine du berger à Saint-Mard en 2012, les 28 196 m² de l'extension de Carré Sénart en 2013, et les 22 000 m² de l'extension de la zone commerciale de Servon en 2015 sont parmi les plus gros projets en Seine-et-Marne.

En Essonne et dans les Yvelines, les pôles commerciaux se renforcent aussi comme celui de la Croix Blanche à Sainte-Geneviève-des-Bois avec un projet de 62 396 m², Central Park Valvert autorisé en 2014 ou la réactivation de 28 892 m² de commerces dans la zone des Gravières à Mantes-Buchelay.

21 Défini par l'APUR, il s'étend sur les quatre premiers arrondissement, le nord des 5^e, 6^e, 8^e et 9^e arrondissements, avec des extensions vers les Champs Elysées, Montmartre et Montparnasse.

Les équipements commerciaux en projet

Source et méthodologie

Une veille des grands projets commerciaux en Ile-de-France est réalisée en continu à l'IAU. Les créations d'équipements aussi bien que les extensions et les restructurations conséquentes sont concernés :

- les projets de 1000 m² ou plus pour Paris,
- les projets de 5000 m² ou plus pour les autres départements.

Une typologie des projets a été établie : Magasin, Centre commercial, Parc d'activités commerciales, projets situés dans une zone de flux (gare, aéroport, grands équipement sportif ou culturel), Magasin d'Usines ou projet situé dans une opération mixte d'aménagement.

Différentes sources sont utilisées : La presse et les publications spécialisées, les décisions des CDAC et CNAC notifiées par les préfetures des départements et le ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, la connaissance de terrain et les études menées par les chargés d'études, notamment par les correspondants départementaux de l'IAU îdF, les dossiers de presse et les sites internet des différents acteurs : promoteurs, investisseurs, commercialisateurs, mairies.

Le suivi du projet est effectué depuis l'annonce jusqu'à l'ouverture de l'équipement, avec trois niveaux d'avancement :

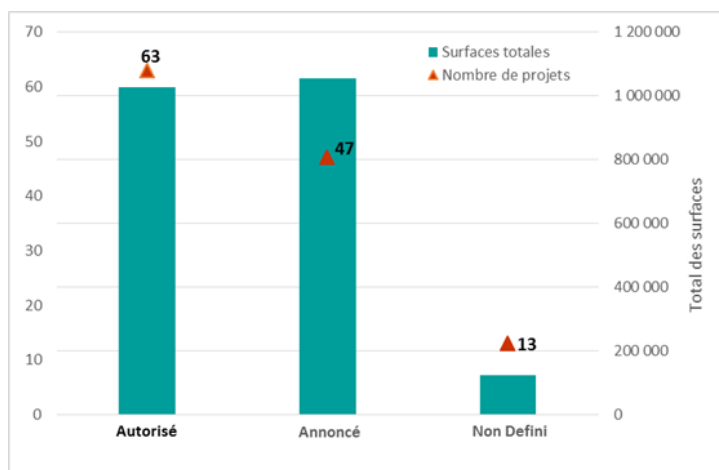
- Non défini : le projet est envisagé mais le programme n'est pas très défini,
- Annoncé : le projet est annoncé, avec des informations concrètes de contenu et de surface
- Autorisé : le projet est passé en CDAC, avec la précision de la surface de vente autorisée.

Afin d'être objectif dans les comparaisons, les unités de surfaces étant diverses selon les sources, la surface utilisée pour la carte est une surface plancher calculée à partir des données qui ont pu être obtenues (surface de vente lorsque le projet a été autorisé en CDAC, GLA (Surface commerciale utile) ou surface plancher).

Plus de 2 millions de m² de surfaces nouvelles en projet

A partir de la veille et de l'observation des territoires réalisés à l'IAU²², 123 grands projets ont été recensés en Île-de-France, ce qui représente un peu plus de 2,2 millions de m² de nouvelles surfaces commerciales envisagées, chiffre à comparer aux 6 millions de m² de centres commerciaux existants. Parmi ceux-ci, la moitié sont déjà autorisés (63 projets). A peu près autant de surfaces sont aussi annoncées pour 47 projets avec parfois des programmations déjà bien définies.

Nombre de projets et total des surfaces envisagées



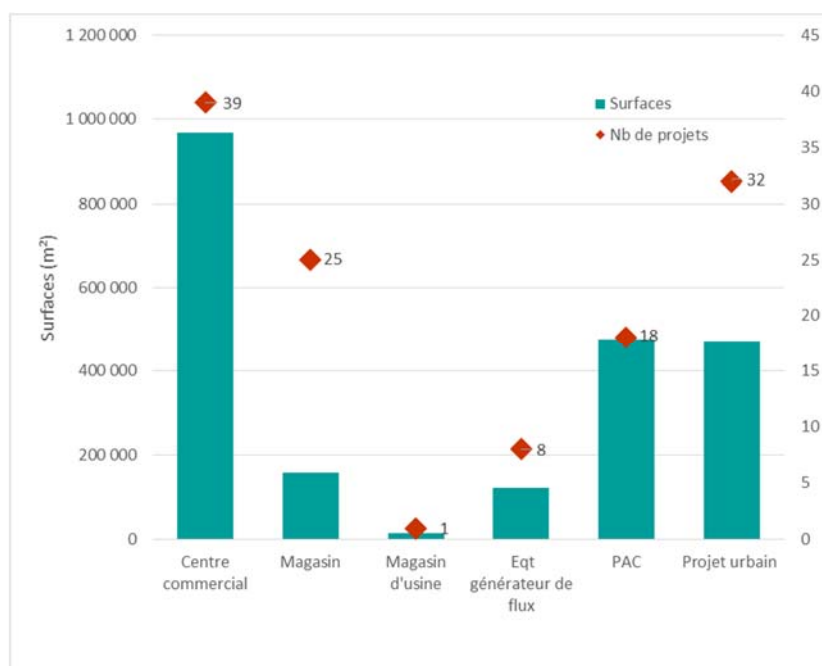
Source : IAU IdF, 20

22 Il faut noter néanmoins qu'il est difficile d'assurer une exhaustivité sur les projets

Concernant la nature de ces projets, le plus grand nombre, 72%, sont des créations, 17 % des restructurations, des requalifications ou des transferts et 11 % des extensions.

Cependant, certains programmes et surfaces sont aussi susceptibles d'évoluer jusqu'à leur passage en CDAC voire d'être abandonnés. La période s'écoulant entre l'annonce d'un projet, son autorisation et son inauguration peut être longue. C'est particulièrement le cas des projets complexes de la zone dense de l'agglomération. Le projet du centre commercial Le Millénaire à Aubervilliers, par exemple, initié en 1995, n'a été inauguré qu'en 2011, soit 16 ans plus tard. Autre exemple, le projet Halles en Ville, à Mantes-la-Ville, lancé il y a 10 ans, qui prévoyait la création d'un centre commercial et d'un pôle universitaire à la place de la Halle Sulzer, imposant site industriel inoccupé depuis 2003, a été lui abandonné en 2016 alors que le projet porté par le groupe Hammerson avait été autorisé en 2011. Ces délais importants jusqu'à l'ouverture pose la question du décalage entre les temps de l'aménagement et du commerce avec le risque de voir évoluer le contexte économique du territoire, arriver de nouveaux concurrents et de nouveaux modes de consommation qui peuvent remettre en cause la pertinence du projet.

Nombre et surfaces des projets par type



Source : IAU IdF, 2016

Les projets sont classés par type d'équipement. On constate que le plus grand nombre (39) ainsi que les plus grandes surfaces sont, sans surprise, des centres commerciaux. Il faut noter sur ce point qu'1/4 de ces surfaces sont celles des 230 000 m² du projet EuropaCity à Gonesse.

Par ailleurs, le nombre de projets (32) intégrés dans des opérations urbaines mixtes est de plus en plus important. Ceux-ci se traduisent souvent par des ensembles de commerces en pied d'immeubles d'où les surfaces proportionnellement moindres. Avec 18 projets, les Parcs d'Activités Commerciales représentent des surfaces pratiquement équivalentes.

Une meilleure prise en compte du commerce dans les projets urbains

Pour faire face à la concurrence et s'adapter aux nouveaux modes de consommation les centres commerciaux continuent de se rénover avec souvent une extension de leurs surfaces. C'est le cas, par exemple, de Parly2, au Chesnay, ouvert en 1969, qui avait déjà effectué une extension / rénovation en 1987, et qui va s'agrandir à nouveau de 16 000 m² pour atteindre 123 000 m². C'est aussi le cas de Velizy 2, à Velizy-Villacoublay, ouvert en 1972 et rénové en 2007 qui prévoit une extension de 20 000 m², de Val d'Europe, à Serris, ouvert en 2000 qui vient d'inaugurer sa nouvelle extension de 17 000 m² portant le centre à 115 000 m², ou encore de Carré Sénart, ouvert plus récemment en 2002 à Lieusaint, qui rénove son centre et son offre en accueillant une nouvelle locomotive, les Galeries Lafayette dans une extension de 30 500 m² qui portera la surface du centre à 113 000 m².

Parfois, dans la lancée de leur succès, certains centres ouverts plus récemment souhaitent s'agrandir comme Quartz, inauguré en 2014 sur 86 000 m² et atteindra 125 000 m² après extension. Pour

certains centres vieillissants, la rénovation passe par la destruction / reconstruction comme c'est le cas au cœur de la zone commerciale de Plaisir-Les Clayes où un nouveau centre commercial Open Sky va être construit sur la friche de la Galerie des Sablons

Cependant, la création de nouveaux centres commerciaux est toujours d'actualité, comme à Saint-Mard, Buchelay, Champigny-sur-Marne, Vernouillet/Triel-sur-Seine, Sainte-Geneviève-des-Bois ou Servon pour ne parler que des plus grands et sans oublier de citer le plus imposant, celui d'EuropaCity à Gonesse.

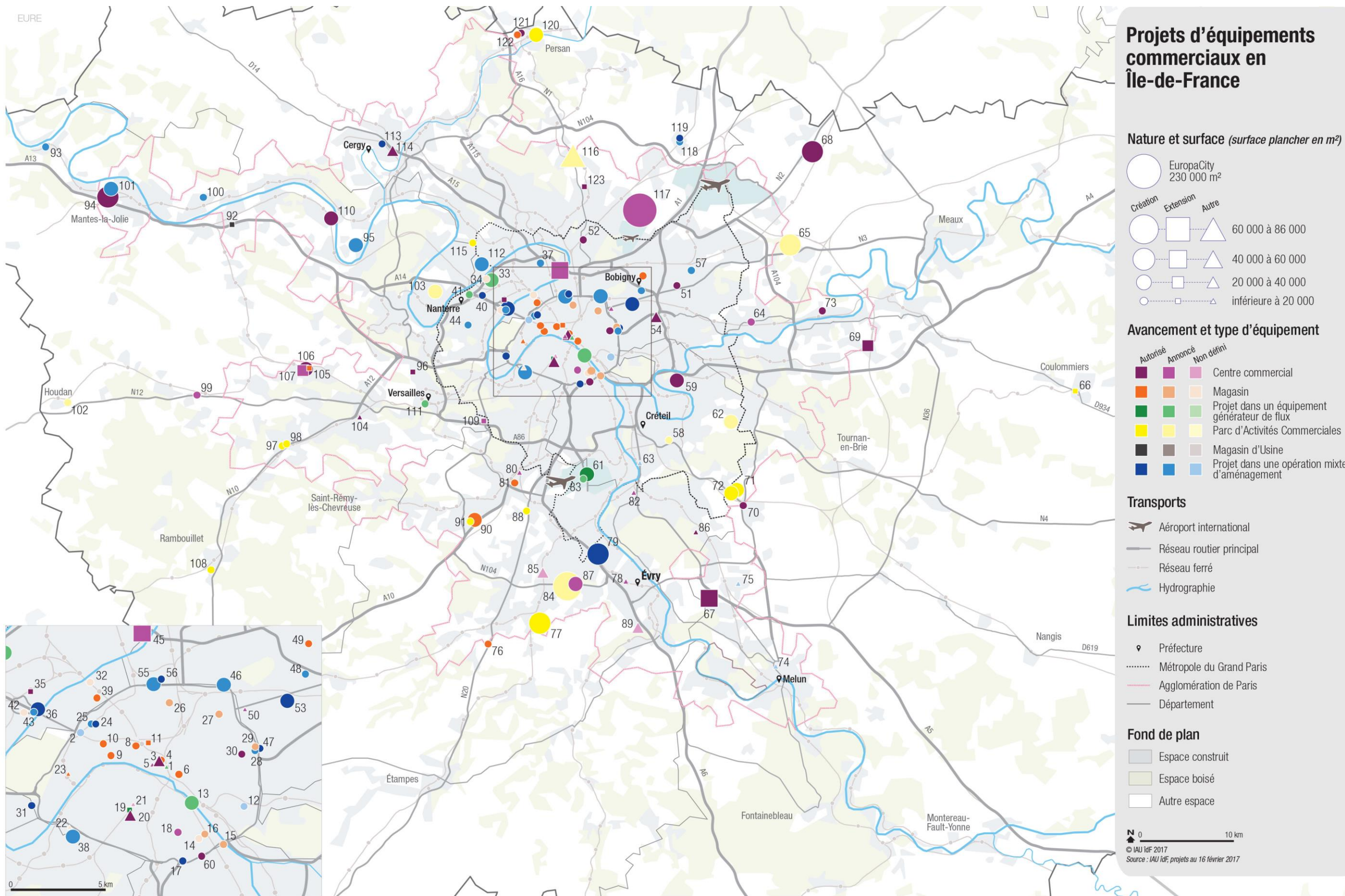
On assiste aussi depuis quelques années, à l'émergence de projets mieux intégrés dans le tissu urbain et pensés dans des opérations mixtes d'aménagement. Dans les nouveaux écoquartiers, à Saint-Ouen, Louvres-Puiseux, à Rueil-Malmaison ou au sein des restructurations de quartiers ou de centre-ville, Nouvelle Centralité à Carrières-sous-Poissy, le quartier de l'Horloge à Romainville, le Cœur de Quartier à Nanterre... Ces projets de requalification et de ré-aménagement de quartiers sont aussi parfois une issue pour les centres commerciaux vieillissants. Dans les tuyaux depuis de nombreuses années, la rénovation du centre commercial Charras à Courbevoie devrait démarrer au sein d'un projet plus vaste de requalification du centre-ville. Bobigny 2 sera aussi l'objet à plus longue échéance d'une mutation mais celle-ci passera par la destruction du centre commercial pour faire place à un quartier réorganisé avec des logements supplémentaires et une offre de commerces plus intégrée et adaptée aux usages actuels.

Les équipements générateurs de flux comme les grandes gares parisiennes, mais aussi les aéroports et les grands équipements sportifs attirent aussi les projets commerciaux. Après le succès de la galerie commerciale de la Gare Saint-Lazare, on voit d'autres projets émerger dans d'autres gares parisiennes, les gares Montparnasse et d'Austerlitz entreprennent des travaux de rénovation faisant la part belle aux magasins. On voit aussi apparaître d'autres projets dans les équipements générateurs de flux comme l'aéroport d'Orly ou le stade U Arena à Nanterre.

Après une période intense d'ouverture dans les années 2000, le rythme de création de parcs d'activités commerciales s'est un peu ralenti mais des opérations sont toujours en projets. Ils se situent plutôt en seconde couronne comme à Coulommiers (PAC de la Prairie), à Servon (Eden) ou encore à Coignières (l'Espace Boréal). Ils viennent souvent agrandir des zones commerciales déjà existantes.

Liste des projets recensés en Île-de-France – début 2016

PARIS			44	Écoquartier de l'Arsenal	Rueil Malmaison	84	Central Parc Valvert	Le Plessis-Pâté
1	Châtelet-les-Halles	Paris 01	45	Qwartz	Villeneuve – la – Garenne	85	Grand Bois	St-Michel-sur-Orge
2	1000 arbres sur le périphérique	Paris 17	SEINE-ST-DENIS			86	Val d'Yerres 2	Quincy-sous-Sénart
3	La Samaritaine	Paris 01	46	Gare des Mines	Aubervilliers / Paris / St-Denis	87	Le Patio	Ste-Geneviève-des-Bois
4	Poste du Louvre	Paris 01	47	CC rue Benoît Huré	Bagnolet	88	Ensemble commercial	Saulx-les-Chartreux
5	Le Louvre St-Honoré	Paris 01	48	Bobigny 2	Bobigny	89	Villabé 2 (Villabé A6)	Villabé
6	Megastore Eataly	Paris 04	49	Park Avenue	Drancy	90	Parc de l'Atlantique	Villebon-sur-Yverre
8	Leroy Merlin	Paris 08	50	Verpantin	Pantin	91	Castorama	Les Ulis
9	Av. Montaigne	Paris 08	51	Les Berges de l'Ourcq	Les Pavillons-sous-Bois	YVELINES		
10	Apple Store	Paris 08	52	O' Marché frais	Pierrefitte-sur-Seine	92	Marques Avenue A13	Aubergenville
11	H&M	Paris 09	53	L'horloge – quartier les Ecuries	Romainville	93	ZAC Cœur de ville	Bonnières-sur-Seine
12	Bercy-Charenton	Paris 12	54	Domus	Rosny-sous-Bois	94	Centre commercial	Buchelay
13	Gare d'Austerlitz	Paris 13	55	Docks de St-Ouen	St-Ouen	95	ZAC nouvelle centralité	Carrières-sous-Poissy
14	Paris Rive Gauche–Av. de France	Paris 13	56	Village des Rosiers	St-Ouen	96	Parly 2	Le Chesnay
15	Paris rive gauche–Tours Duo	Paris 13	57	Sevran Westinghouse	Sevran	97	La Fabrique	Coignières
16	Tolbiac sud- Chevaleret	Paris 13	VAL-DE-MARNE			98	Espace Boréal	Coignières
17	ZAC Paul Bourget	Paris 13	58	Retail Park Bonneuil	Bonneuil-sur-Marne	99	Centre Leclerc	Galluis
18	Italik	Paris 13	59	Les Promenades de Champigny	Champigny-sur-Marne	100	ZAC Les Hauts de Rangiport	Gargenville
19	Gare Montparnasse	Paris 14	60	Ivry Confluence	Ivry-sur-Seine	101	Écoquartier fluvial	Mantes-la-Jolie / Rosny-sur-Seine
20	Galerie Gaité	Paris 14	61	Cœur d'Orly	Orly-Paray-Vieille-Poste	102	Retail Park	Maulette
21	CC Maine Montparnasse	Paris 15	62	Les Arches de Marmouset	La Queue-en-Brie	103	Carrefour Parc d'activités	Montesson
22	Aquaboulevard	Paris 15	63	Centre-Ville	Villeneuve-St-Georges	104	SQY Ouest	Montigny-le-Bretonneux
23	La Grande Épicerie	Paris 16	SEINE-ET-MARNE			105	Ikea	Plaisir
24	ZAC Clichy Batignolles	Paris 17	64	Écoquartier Casternant	Chelles	106	Open Sky	Plaisir
25	Porte Pouchet	Paris 17	65	Greencenter	Claye-Souilly	107	Grand Plaisir	Plaisir
26	Cœur d'Îlot	Paris 18	66	Pac de la Prairie	Coulommiers	108	CC Carrefour	Rambouillet
27	Ourcq-Jaurès	Paris 19	67	Carré Sénart	Lieusaint	109	Vélizy 2	Vélizy-Villacoublay
28	GPRU Porte de Montreuil	Paris 19 et 20	68	Ensemble commerciale	Saint-Mard	110	Seventy-eight	Vernouillet / Triel-sur-Seine
29	GPRU St-Blaise	Paris 20	69	CC Val d'Europe	Serris	111	Versailles Chantiers	Versailles
30	Ensemble commercial Market	Paris 20	70	Eden (Ormétoile)	Servon	VAL-D'OISE		
HAUTS-DE-SEINE			71	Eden (Les Portes de Brie)	Servon	112	Bezons Cœur de Ville	Bezons
31	L'Île Seguin–Rives de Seine	Boulogne-Billancourt	72	Ensemble commercial	Servon	113	Aren' Park	Cergy
32	ZAC du bac d'Asnières	Clichy	73	CC Intermarché	Thorigny-sur-Marne	114	Les 3 Fontaines	Cergy
33	Stade Yves du Manoir	Colombes	74	Le Plateau de Corbeil	Le Mée-sur-Seine	115	My Valley	Cormeilles-en-Parisis
34	ZAC Charles de Gaulle Est	Colombes	75	Centre Ville	Moissy-Cramayel	116	DécouVertes	Ézanville / Moisselles
35	CC Charras	Courbevoie	ESSONNE			117	Europa City	Gonesse
36	Hermitage Plaza	Courbevoie	76	Bricomarché	Avrainville	118	Écoquartier Louvres-Puiseux-en-France	Louvres
37	Gennevilliers-Cœur de ville	Gennevilliers	77	Les Promenades de Brétigny	Brétigny-sur-Orge	119	Ensemble commercial ZAC Louvres-Puiseux	Louvres
38	Ancien site Orange	Issy-les-Moulineaux	78	Evry 2	Evry	120	Chemin Herbu	Persan
39	Bricorama	Levallois-Perret	79	Coeur de ville	Grigny	121	Ensemble commercial	Persan
40	Cœur de quartier	Nanterre	80	CC les Franciades	Massy	122	Magasin de bricolage	Persan
41	Arena	Nanterre	81	Place du Grand Ouest	Massy	123	Le Val'Do	St-Brice-Sous-Forêt
42	Les folies des Jardins de l'Arche	Puteaux	82	CC Valdoly	Montgeron / Vigneux-sur-Seine			
43	Oxygen	Puteaux – la Défense	83	Nouvel Envol- Rénovation aéroport	Paray-Vieille-Poste / Orly			



Carte de synthèse de l'offre existante et en projet

Méthodologie

Seuls les principaux équipements ont été représentés sur cette carte.

Les symboles carrés représentent les équipements commerciaux selon une typologie croisant l'importance de leur chalandise et la nature de leur offre.

Les à plats bleus ou hachurés correspondent à des regroupements de commerces de centre-ville ou de grands commerces le long des infrastructures ou dans des zones commerciales. Plusieurs sources ont été utilisées : Base de données IAU IDF, BD LSA, BD entreprise. Le tableau ci-après précise pour chaque poste de légende les définitions retenues et les sources.

La carte de synthèse témoigne de la diversité et de la multiplicité des modes et des lieux de consommation des Franciliens et des personnes qui la visitent. Elle montre également une certaine tendance à la polarisation des équipements majeurs de la grande couronne.

Plusieurs constats ressortent :

1er constat : Une localisation dans l'ensemble assez centrale du commerce de détail. Une récente étude de l'Insee²³ indique que l'espace situé à moins de 20 km du centre de Paris rassemble les $\frac{3}{4}$ de l'emploi salarié du commerce.

2^{ème} constat : Les commerces et services du quotidien suivent la localisation résidentielle des ménages. Pour leurs achats quotidiens, les ménages privilégient la proximité de leur domicile d'où une concentration des équipements dans la partie agglomérée de la Région et des localisations un peu plus éloignées du centre.

3^{ème} constat : Pour des achats plus occasionnels, les ménages effectuent des déplacements plus importants principalement en voiture. Une logique de fonctionnement en quadrant prévaut, là encore généralement à partir du domicile même si l'on fait le constat d'une tendance à la fragmentation des lieux d'achat en lien avec la mobilité croissante. Le maillage est finalement assez équilibré au sein de l'agglomération.

Première illustration avec les centres commerciaux régionaux qui sont distribués en deux anneaux autour de Paris, un premier d'environ 10 km de diamètre, un autre plus éloigné au niveau des villes nouvelles.












Deuxième illustration : les concentrations commerciales le long des grandes infrastructures routières ou les grandes zones commerciales. Elles sont plus nombreuses en grande couronne, bien réparties dans cette partie de l'agglomération même si une certaine tendance à la polarisation se dessine depuis quelques années autour de quelques axes et territoires clés : la RD14 entre Franconville et Pierrelaye (Val-d'Oise), le secteur de Claye-Souilly/Villeparisis en limite d'agglomération en Seine-et-Marne, Sénart-Melun-Evry-Corbeil-Essonnes au sud et à cheval entre les départements de Seine-et-Marne et l'Essonne, la zone commerciale de la Croix blanche à Sainte-Geneviève-des-Bois dans l'Essonne, et enfin celle de Plaisir-les Clayes-sous-Bois à l'ouest au nord de la RN12.

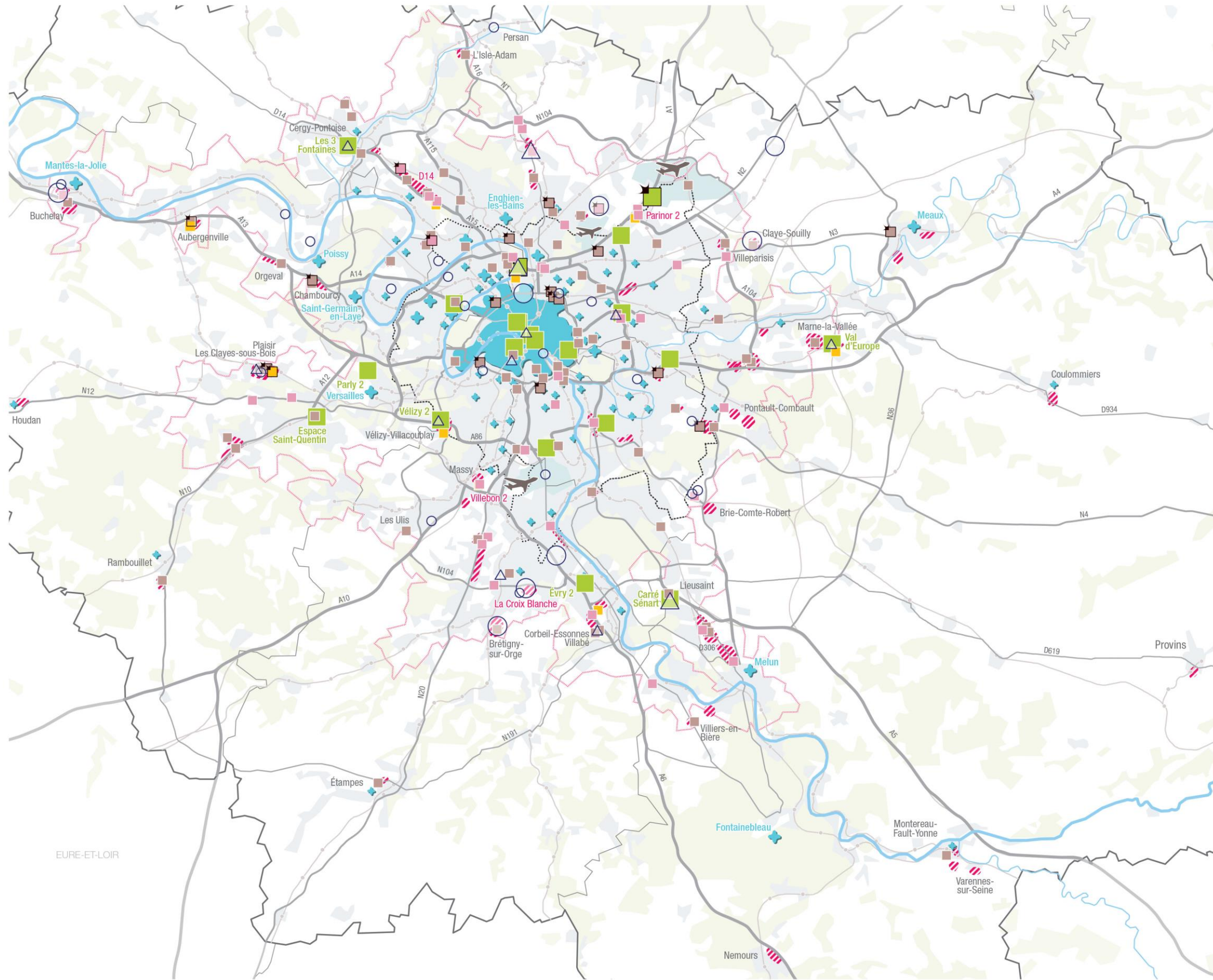
4^{ème} constat : La place particulière de Paris dans cette organisation avec une offre commerciale très dense et originale par rapport au reste de la région²⁴ : avec un pôle d'attraction métropolitain au centre où sont localisés les grands magasins parisiens et les grandes artères commerciales plutôt à destination des touristes, des zones commerçantes plus périphériques à destination des Parisiens. Tous ces lieux sont largement fréquentés par le reste des Franciliens qui viennent travailler ou se distraire à Paris, le soir ou le week-end.

5^{ème} constat : Les centralités commerciales des centres villes représentées par des croix bleues de deux tailles différentes sont mal réparties dans l'espace francilien. Les plus fortes densités en commerces se rencontrent dans les communes situées dans la continuité de Paris, à l'ouest, Clichy, Neuilly, Levallois-Perret, Boulogne-Billancourt, au nord, Saint-Denis et à l'est Vincennes. Plus loin en première et seconde couronnes, les concentrations commerciales sont plus réduites en taille et en nombre plus limitées. Elles sont plus présentes dans les communes à revenu élevé de l'ouest et du Val-de-Marne et sont souvent concentrées dans un espace restreint limité au centre-ville de la commune.

²³ Les entreprises en France, Insee références, édition 2016 fiches sectorielles – Commerce

²⁴ Pour plus d'informations sur l'offre commerciale à Paris, cf. les enjeux métropolitains du commerce de l'agglomération de Paris, IAU, Apur, Ville de Paris, Juin 2012

Equipements commerciaux			
Equipements commercial de niveau régional			
	Centres commerciaux et grands magasins	Centres commerciaux $\geq 80\ 000\ m^2$ de GLA et principaux centres commerciaux de villes nouvelles	Source : IAU IDF 2016
		Grands magasins parisiens hors centres commerciaux	Source : LSA 2016
Principaux équipements commerciaux de niveau infrarégional			
	Avec hypermarché	Centres commerciaux $\geq 20\ 000\ m^2$ GLA avec hypermarché	Source : IAU IDF 2016
	Spécialisé	Centres commerciaux $\geq 20\ 000\ m^2$ GLA sans hypermarché	Source : IAU IDF 2016
		Commerces spécialisés hors centres commerciaux (éqt de la personne, de la maison, sport-loisirs-culture) $\geq 10\ 000\ m^2$ SDV	Source : LSA 2016
	Magasins d'usines		Source : IAU IDF 2016
Equipements récents			
	Centres commerciaux et commerces ouverts depuis 2010		Source : IAU IDF 2016
Equipements en projet			
	$> 40\ 000\ m^2$	Création et/ou extension d'équipements commerciaux $> 40\ 000\ m^2$ de plancher	Source : IAU IDF 2016
	$\leq 40\ 000\ m^2$	Création ou extension de commerces et centres $\leq 40\ 000\ m^2$ de plancher	Source : IAU IDF 2016
Concentrations commerciales			
Concentrations commerciales dans centres urbains			
	Concentration très élevée	Dominante commerces et services petits et moyens	Source : IAU IDF 2017
	Concentration élevée	Dominante commerces et services petits et moyens	Source : IAU IDF 2017
	Concentration modérée	Dominante commerces et services petits et moyens	Source : IAU IDF 2017
Concentrations commerciales périphériques			
	Zone commerciale	Dominante grands commerces	Source : IAU IDF 2017
	Linéaire commercial	Dominante grands commerces	Source : IAU IDF 2017



Armature commerciale de l'Île-de-France

Équipements commerciaux de niveau régional

- Centre commercial ou grand magasin

Principaux équipements commerciaux de niveau infrarégional

- Dominante alimentaire
- Spécialisé (éqt. de la maison, sport et loisirs)
- Magasin d'usine

Équipements récents

- Centre commercial ou commerce ouvert depuis 2010

Principaux équipements en projet

- Création
- Autre
- supérieur à 40 000 m²
- inférieur à 40 000 m²

Concentrations commerciales dans les centres urbains

- Concentration très élevée
- Concentration élevée
- Concentration modérée

Concentrations commerciales périphériques

- Zone/linéaire commercial

Transports

- Aéroport international
- Réseau routier principal
- Réseau ferré
- Hydrographie

Limites administratives

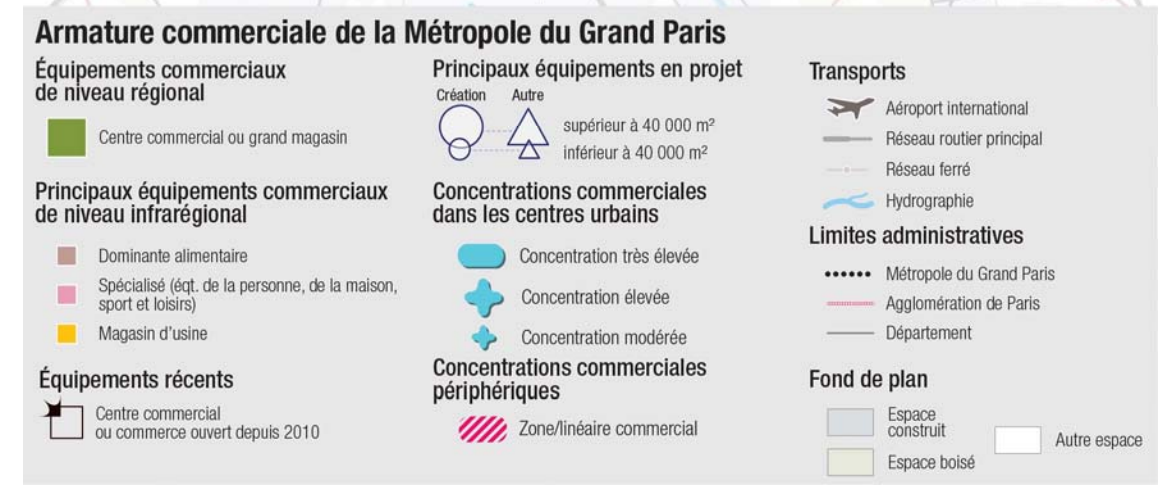
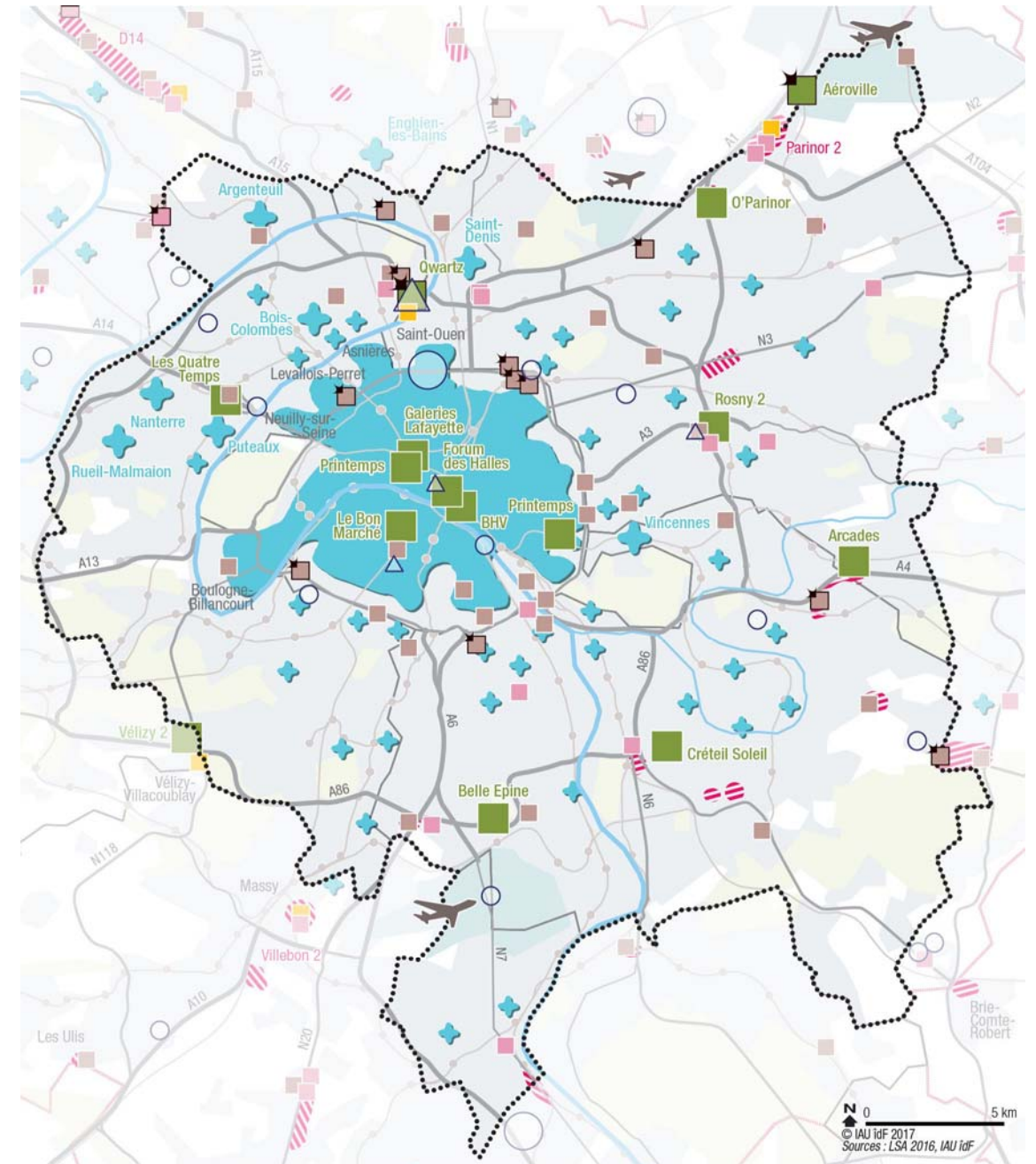
- Métropole du Grand Paris
- Agglomération de Paris
- Département

Fond de plan

- Espace construit
- Espace boisé
- Autre espace



© IAU IdF 2017
Sources : LSA 2016, IAU IdF



Conclusion

En 2016, l'Île-de-France compte 218 centres commerciaux et 6700 commerces d'une surface de vente égale ou supérieure à 300 m² soit près de 8,7 millions de m² de surface de vente. Les densités en centres commerciaux rapportées à la population sont près de 2 fois plus élevées qu'en province du fait de la présence de nombreux très grands centres commerciaux. Elles sont à l'inverse nettement plus faibles dans l'alimentaire - hypermarchés et supermarchés- , et le non alimentaire - jardineries et magasins de bricolage. Chaque année, c'est en moyenne 324 000 m² de commerces qui ont été autorisés entre 2010 et 2016. La tendance est à la baisse en lien avec la saturation de l'espace régional en commerces et peut-être la concurrence du commerce en ligne. Cependant on note en 2016, en Île-de-France comme en France, une légère reprise (252 000 m² autorisées). Elle est confirmée par le volume de projets inventoriés par l'IAU : 123 opérations commerciales, créations ex-nihilo ou extensions d'équipements existants totalisant 2,2 millions de m². Les extensions sont toujours nombreuses et confirment la tendance à la course au « toujours plus grand ». Plus rassurant, les opérations intégrées dans des projets urbains mixtes se font plus nombreuses.

Les représentations cartographiques montrent une concentration du commerce de détail dans l'agglomération parisienne, suivant ainsi les lieux de résidence et de concentration de la population. Les grandes surfaces sont surtout présentes en seconde couronne, sous la forme de grands centres commerciaux ou de linéaires le long des grands axes routiers, alors que les centralités commerciales traditionnelles sont principalement localisées à Paris, dans quelques communes de la zone dense, et dans les zones touristiques ou celles au pouvoir d'achat élevé. On constate par ailleurs une tendance au renforcement des polarités commerciales de la grande couronne.

Mais alors que de nouveaux modes de consommation se développent notamment en lien avec le numérique²⁵, quel sera l'avenir de ces équipements commerciaux ? La vacance commerciale, qui s'accroît notamment dans les centres-villes et les centres commerciaux des villes moyennes de province touche encore peu l'Île-de-France et semble cantonnée aux espaces commerciaux des quartiers en rénovation urbaine et à quelques centres commerciaux qui souffrent d'une programmation ou d'une localisation inadaptée.

Les acteurs du commerce doivent s'adapter à un secteur en pleine révolution. Les gestionnaires des centres commerciaux cherchent à se démarquer de leurs concurrents en proposant enseignes et activités nouvelles. Les acteurs publics sont à la recherche de nouvelles solutions pour redynamiser leurs centres-villes. Aujourd'hui, le développement commercial est principalement encadré par les CDAC et peu par les documents d'urbanisme. Demain, la réflexion devra être menée à une échelle pertinente qui peut être celle de la Métropole voire de la région en associant l'ensemble des acteurs du commerce.

²⁵ Voir nos travaux cités en bibliographie

Bibliographie

Les Franciliens et le e-commerce, Pratiques d'achat et de livraison- Infographies, P. Guery, D. Brajon, et C. Tarquis avec la collaboration de C.Ropital et C. Delaporte, IAU îdF, 2017

Comment améliorer la performance logistique du e-commerce, Pratiques d'achat et livraison sur internet des Franciliens, D Brajon, C.Ropital, C. Delaporte et C. Tarquis, IAU îdF, novembre 2016 – <http://bit.ly/perfoecom>

Commerce et urbanisme commercial, les grands enjeux de demain, O.Badot et D Moreno, novembre 2016, éditions EMS – Management et Société

Rapport - La revitalisation commerciale des centres-villes, Inspection générale des finances (IGF) et le Conseil général de l'environnement et du développement durable (CGEDD), juillet 2016

Comment améliorer la performance logistique du e-commerce, Le B2C et son fonctionnement logistique en Île-de-France, C. Delaporte, C. Ropital, C. Tarquis et P. Vétois, IAU îdF, mars 2016.

Glossaire du e-commerce et de la logistique – à consulter en ligne <http://bit.ly/glossaireecommerce>

Modalités de développement du commerce - Situation et tendances en Île-de-France. C. Delaporte, C. Tarquis, IAU ÎdF, juillet 2015

Surproduction de surfaces commerciales, vers une bulle immobilière ? C. Delaporte et C. Tarquis. Note rapide Économie n°635, IAU îdF, 2013

Les enjeux métropolitains du commerce de l'agglomération de Paris – Panorama de l'organisation commerciale. Apur, IAU îdF, DDEEES - Ville de Paris et DPCM - Ville de Paris, 2012



L'INSTITUT D'AMÉNAGEMENT ET D'URBANISME DE LA RÉGION D'ÎLE-DE-FRANCE
EST UNE FONDATION RECONNUE D'UTILITÉ PUBLIQUE PAR DÉCRET DU 2 AOÛT 1960.

15, RUE FALGUIÈRE - 75740 PARIS CEDEX 15 - TÉL. : 01 77 49 77 49