

DAE 318 - COMMUNICATION – La nouvelle stratégie parisienne en faveur du commerce et de l'artisanat.

Mesdames, Messieurs,

Paris dispose d'une richesse commerciale qui, de par sa densité et sa diversité, permet aux Parisiennes et aux Parisiens, mais également à tous ceux qui y travaillent et visitent la Capitale, d'avoir accès à une offre de biens et de services commerciaux d'une qualité exceptionnelle, et à des savoir-faire artisanaux rares et reconnus dans le monde entier.

Paris, c'est en effet, avec plus de 61 500 commerces recensés et 28 commerces pour 1000 habitants, la Ville avec la plus grande densité commerciale de France. Sa densité est ainsi supérieure de 60% à des Villes comme Marseille, Lyon ou Lille. Surtout, c'est une présence sur le territoire de toute la gamme des biens et services commerciaux dont chacun a besoin : alimentaire, équipement de la personne et de maison, mobilités et télécommunications.

Cette richesse et cette diversité ne sont toutefois pas intangibles. Le commerce parisien connaît en effet depuis plusieurs années des mutations importantes, qui exigent de notre part une attention forte et une action publique résolue en la matière. Les évolutions sont tout d'abord celles qui touchent le commerce national dans son ensemble. Il s'agit du fort développement du commerce en ligne, qui représente désormais plus de 10% de la vente en France (hors commerce de gros). Il s'agit également du développement du « bio », de la montée en puissance des ventes de « seconde main », ou encore de la livraison de repas ou plats à emporter. Ces évolutions sont liées aux évolutions de consommation des Français, impulsées elles-mêmes par les nouvelles technologies et les enjeux alimentaires et écologiques. Il y a également des évolutions qui sont plus caractéristiques du paysage commercial parisien, même si elles se retrouvent dans d'autres villes de France. Il s'agit notamment des enjeux auxquels font face nos commerces culturels, librairies et disquaires en particulier, en raison de la concurrence liée au e-commerce et au prix des loyers commerciaux dans la capitale. Ou du fort développement, depuis la crise sanitaire, des « dark stores » et des « dark kitchens », dans la capitale. L'APUR en a recensé à date respectivement 60 et 30 à Paris.

Au total, ces évolutions ont conduit à un recul du nombre de commerces et services commerciaux de -1,9 % entre 2017 et 2020, selon les derniers chiffres de la banque de données Commerces (BDCom) de l'APUR. La crise sanitaire, malgré son intensité et son impact très important sur le fonctionnement de nos commerces, n'a pas, selon les premières données, fortement amplifié ces chiffres. Les bons résultats de l'activité commerciale en 2022 l'attestent.

La crise sanitaire a néanmoins accéléré l'ensemble de ces évolutions de fond. Il ne s'agit pas pour nous de les nier, mais au contraire de les analyser en profondeur et de poursuivre les actions, afin de préserver le dynamisme, la richesse et la diversité de notre tissu commercial. Pour certains phénomènes, il s'agit de les freiner, voire de les stopper en pied d'immeubles, comme les « dark stores » et les « dark kitchens » qui créent de fortes externalités négatives pour notre territoire, que ce soit les nuisances sonores pour les riverains, l'impossibilité de contrôler efficacement la qualité et le respect des règles d'hygiène des produits livrés, le coût environnemental lié à certains modes de déplacements, les occupations abusives de l'espace public, ou la précarisation des livreurs. C'est le cas également de la vacance et de la mono-activité dans certains quartiers. Pour d'autres, nous devons les accompagner et les soutenir, car ils participent aux enjeux de transition environnementale de notre

économie et de notre territoire : il s'agit notamment du développement de commerces « bio », du « vrac », ou de commerces de « seconde main », offrant de manière plus générale des produits locaux et durables, issus de l'économie sociale et solidaire, ou contribuant à la sortie du plastique à usage unique.

Notre objectif global est, par une activité commerciale de proximité diverse et de qualité, de faire vivre la « Ville du quart d'heure » pour tous les Parisiens et actifs du territoire. Cet objectif nécessite une politique publique locale déterminée en la matière pour lutter contre la vacance et la mono-activité, développer des activités commerciales de qualité, avec des produits et des services respectueux de l'environnement, favorisant le local et les circuits courts, mais également accessibles pour tous les foyers.

Au-delà, le commerce de proximité participe à l'animation locale de tous les arrondissements et quartiers, il est un facteur d'activité et d'emplois durables, de rencontres et de renforcement des liens sociaux entre les Parisiennes et les Parisiens, gage de la mixité sociale et culturelle, que nous voulons faire vivre et perdurer dans la Capitale.

*

Nous n'avons pas attendu pour développer une politique commerciale dynamique à Paris. Comme souvent, nous avons été une ville pionnière en la matière. Tout d'abord, par notre capacité fine d'analyse des tendances commerciales sur notre territoire, arrondissement par arrondissement, quartier par quartier, rue par rue. C'est le travail de fond que réalise régulièrement l'APUR, via cet outil exceptionnel qu'est la banque de données commerciales dite « BDCOM », qui permet tous les trois ans de faire une analyse très poussée de toutes les rues de la capitale en termes de présence commerciale. Cette étude est complétée par des enquêtes partielles dites « BDRUE », qui se concentrent sur les principales artères commerciales. La dernière BDRUES, qui date de juin 2022, apporte un éclairage important sur les dernières tendances du commerce parisien, en sortie de la crise sanitaire et alors que les tensions sur l'énergie et les denrées alimentaires, liées notamment à la guerre en Ukraine, sont déjà apparues. Sur les principales artères commerciales, le taux de vacance commerciale est passé de 7,8 à 9,4% avec les voies à forte attractivité internationale particulièrement touchées, tandis que les rues à attractivité locale ne voient quasiment aucune hausse dans la vacance. Nous devons poursuivre ce travail régulier d'observation fine de notre tissu commercial, condition préliminaire à toute politique adaptée en la matière.

Notre plan local d'urbanisme (PLU) constitue également un outil règlementaire et politique puissant pour favoriser et conserver la densité et la diversité commerciale de Paris, tout en veillant au respect des cadres imposés par le principe de liberté du commerce. Ainsi, le PLU contient un dispositif adapté de protection des linéaires commerciaux et artisanaux, qui nous a permis de préserver ce tissu. L'alignement traditionnel des magasins le long des rues est devenu aujourd'hui une spécificité parisienne : seulement 10% des surfaces commerciales sont situées à Paris dans des galeries ou centres commerciaux, ce qui n'est pas le cas du reste de l'agglomération. La vitalité de ces alignements est directement issue des règles du PLU de Paris qui protègent et permettent de développer le commerce sur les linéaires où la densité de commerce ou d'artisanat est importante.

Les linéaires protégés représentent moins de 20% de la voirie parisienne, mais concentrent près de 45% des commerces de la capitale. Le PLU protège également la destination commerciale de sites historiques des Grands Magasins dans les secteurs du boulevard Haussmann et de la rue Rivoli.

Au-delà, depuis 2004, nous nous sommes dotés progressivement d'outils permettant d'agir directement sur le tissu commercial via l'achat de foncier commercial et via une politique dynamique

et innovante d'intervention, en matière de gestion locative, de commercialisation et d'animation commerciale locale. Cette politique parisienne a été pionnière à bien des égards et reste aujourd'hui encore une référence.

La SEMAEST – Société d'économie mixte d'animation économique au service des territoires– a constitué jusque-là l'instrument principal de notre politique commerciale sur ces différents volets. A compter de 2004 et de manière pionnière, a été mise en place une initiative unique, Vital quartier, permettant à la Semaest, opérateur lié à la Ville, d'intervenir dans des quartiers identifiés pour une mission de revitalisation, d'innovation et d'animation du commerce et de l'artisanat, avec un fort prisme d'amélioration de la qualité de vie et des actions d'envergure, ciblées en particulier sur le secteur culturel. Ces opérations de revitalisation artisanale et commerciale prévoient sur ces périmètres, une délégation permanente de la Ville du droit de préemption urbain (DPU) à l'opérateur Semaest, sur les lots de copropriété à usage commercial ou artisanal. L'opération « Vital Quartier 1 » est close depuis 2016 et les 64 locaux dont la SEM était encore propriétaire au titre de cette opération ont été transférés à la Foncière Paris Commerces, filiale créée en 2013, pour traiter de manière spécifique cette activité de portage foncier. Lancée en 2008, l'opération « Vital quartier 2 » s'achèvera le 31 décembre 2022. Cette opération a conduit la Semaest à installer des commerces et services de proximité dont de nombreux créateurs et commerces culturels (galeries d'art, maisons d'édition spécialisées dans la bande dessinée, librairies centrées sur la littérature et la poésie). Là, aussi, une partie de ces commerces ont été transférés à la Foncière Paris Commerces, grâce à une recapitalisation de la SEMAEST et de la Foncière Paris Commerces – pour un montant de 36 M€, dont 14,4 M€ de fonds propres (à parts égales entre la Ville de Paris et la Banque des Territoires) et 21,6 M€ d'emprunt.

Enfin, en 2017, la Semaest s'est saisie du dispositif expérimental de Contrat de Revitalisation Artisanale et Commerciale (CRC). Mis en place au titre d'une expérimentation législative, ce dispositif a pris fin en juin 2019 et ne sera par conséquent pas reconductible aux termes du contrat dont la clôture est prévue en 2029. Cette opération a engagé la Semaest sur douze secteurs, représentant un périmètre incluant près de 11% des commerces parisiens. L'opération vise largement à limiter la mono-activité et à lutter contre l'uniformisation de l'offre commerciale. **Au total, la Semaest dispose aujourd'hui d'environ 500 locaux commerciaux à Paris, dont elle assure la propriété, la gestion locative et la commercialisation.** Au-delà, la SEM a développé depuis des années une politique innovante en matière d'animation commerciale, qui a notamment permis de maintenir des commerces de bouche, des artisans, des libraires dans le 5^e arrondissement comme dans plusieurs quartiers populaires, en les accompagnant vers d'autres modes de fonctionnement, notamment par la mise à disposition de son dispositif « CoSto » (connected stores) pour accompagner les commerces dans la digitalisation de leur activité ou par son initiative de testeurs de commerces qui permet aux porteurs de projet de vérifier la viabilité de leur projet avant de s'implanter durablement.

L'action de la SEMAEST a ainsi eu un impact réel, faisant notamment régressé la mono-activité dans plusieurs quartiers, comme les grossistes textiles des secteurs Lancry (10^{ème} arrondissement), Sedaine-Popincourt (11^{ème} arrondissement), Beaubourg-Temple (3^{ème} arrondissement) et Saint-Denis (Paris Centre) ou les détaillants en informatique sur le périmètre Daumesnil-Montgallet (12^{ème}),

En parallèle, Paris dispose, via ses bailleurs sociaux (Paris Habitat, RIVP, Elogie-Siemp), d'un patrimoine commercial très important, avec plus de 10% des locaux commerciaux parisiens situés

en pied d'immeubles de logements sociaux, principalement dans les quartiers populaires. Par une initiative là aussi innovante en matière commerciale, la Ville a souhaité en 2017, en accord avec les bailleurs sociaux, que soit créé le GIE Paris Commerces, avec l'implication au sein de ce groupement, outre la Ville de Paris, de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat. Ainsi, avec les bailleurs sociaux, le GIE Paris Commerces s'impose comme le principal opérateur public sur le marché de l'immobilier commercial parisien. Sur les trois premières années de fonctionnement, de 2017 à 2020, il a effectué à ce jour près de 800 relocations, parmi lesquelles 64% de commerçants et artisans, 20% d'associations et 16% d'autres activités (activités économiques, professionnels de santé en secteur 1, entreprises culturelles...). 36% de ces locaux sont implantés dans des quartiers populaires et le GIE Paris Commerces privilégie les activités responsables et durables relevant de l'ESS (commerces « bio », « vrac » et/ou à circuits courts, recycleries et ressourceries, etc.) ou manquants dans la zone de chalandise (boulangeries, boucheries, fromageries...).

La délibération DAE 226 « Dispositif Paris Commerce - Compte rendu annuel d'activité » présente en détail le bilan d'activité de la Semaest et du GIE Paris commerces, les deux acteurs clé de la politique commerciale parisienne. Par ailleurs, le rapport de la Cour régionale des comptes (CRC) sur la Semaest, qui vous est également présenté à ce conseil, met en avant le rôle positif qu'a joué depuis des années cette SEM de la Ville en matière de redynamisation commerciale, même si plusieurs points d'amélioration sont proposés, que nous développerons plus loin, dans le cadre de la nouvelle stratégie commerciale qui vous sera présentée. L'activité de ces acteurs, mais aussi la présence à leurs côtés de la Banque des territoires, de la CCIP ou de la CMA, démontrent ainsi à quel point leur action s'est imposée et influe sur l'ensemble du paysage commercial de notre Ville.

Il importe également de souligner que notre politique commerciale se déploie de manière encore plus large, au-delà de ces opérateurs, au travers de notre soutien aux marchés parisiens (marchés couverts et découverts, puces) et aux associations de commerçants ; de notre politique de dynamisation des emplacements commerciaux sur l'ensemble de notre territoire (kiosques, bouquinistes, « cuisines de rue » etc.) ; de nos partenariats stratégiques avec les chambres consulaires comme la CCIP et la CMA ; et du rôle « pivot » que jouent les mairies d'arrondissement dans l'animation du tissu commercial local. L'ensemble de cette action structurante contribue à la préservation et à la dynamisation de notre tissu parisien commercial exceptionnel.

Enfin, de manière plus conjoncturelle, mais en cohérence totale avec notre politique commerciale de moyen terme, le plan de relance de la Ville lors de la crise Covid qui a atteint 200 M€ a très largement bénéficié aux commerçants parisiens, via notamment les exonérations de loyers commerciaux et de droits de terrasses, d'étalages et de voiries et leur a ainsi permis de traverser cette période difficile

*

Aujourd'hui, et comme nous nous y étions engagés, **nous devons aller plus loin dans cette politique publique commerciale sur le territoire parisien, par l'élaboration d'une gouvernance unifiée et territorialisée et un opérateur commerces « unique » à Paris.** Le nouveau plan parisien du commerce qui vous est présenté lors de ce Conseil via le volet d'une « délibération-cadre », vise ainsi, dans le cadre de la « Ville du quart d'heure », à renforcer notre action commerciale de proximité afin de proposer à tous, une offre commerciale diversifiée, de qualité et durable.

Le premier axe de cette nouvelle stratégie commerciale porte sur l'élaboration d'une gouvernance stratégique, coordonnée et territorialisée sur Paris. Disposer d'une vision stratégique et territorialisée des enjeux du commerce sur notre territoire, qui associe étroitement les mairies d'arrondissement, est une nécessité pour comprendre ses évolutions et agir de manière adaptée au plus près des besoins locaux. **Cette gouvernance sera assurée par une Commission pour le commerce parisien, déclinée dans chaque arrondissement.** L'objectif de cette commission, présidée par l'adjointe à la Maire de Paris en charge du commerce, sera d'établir chaque année une stratégie commune (plans territoriaux et sectoriels) en matière commerciale, sur la base d'un diagnostic partagé avec l'ensemble des acteurs. A l'échelle de chaque arrondissement et afin de répondre aux enjeux de proximité, la commission associera le/la Maire d'arrondissement ainsi que l'opérateur Paris commerces, les services compétents et l'APUR. Elle décidera des objectifs en matière de préemption et d'acquisition sur le territoire, ainsi qu'en matière de commercialisation et d'animation. Elle évaluera les actions menées dans chaque territoire. L'ensemble de ces décisions s'inscrira bien entendu dans le cadre global de la politique de la Ville, en termes de service de proximité, incluant notamment un volet de lutte contre la désertification médicale, et de transition environnementale, avec une attention particulière aux commerces durables et favorisant la production locale – en particulier le « Fabriqué à Paris » - et le recyclage.

Un protocole engageant l'ensemble des acteurs de cette gouvernance permettra de préciser les objectifs recherchés et les moyens utilisés, ainsi que la coordination du fonctionnement général opérationnel.

Cette commission stratégique s'appuiera sur une commission exécutive dédiée au commerce (« DIA commerces »), qui assurera la mise en œuvre de ces décisions, et notamment les préemptions de locaux commerciaux nécessaires à l'atteinte des objectifs. La Ville pourra ainsi agir sur tout son territoire, et le fera directement sans recourir à des délégations d'aménagement, alors que les préemptions étaient jusqu'alors réalisées par la Semaest et ciblées sur quelques quartiers prioritaires. La commission sera en capacité d'étudier chaque année les dossiers ciblés prioritaires parmi les 2 000 à 3000 propositions de cession de lots de copropriété à usage commercial. Ce dispositif nouveau, équivalent dans son esprit à celui existant pour le logement social, permettra à la Ville de se saisir d'opportunités d'acquisitions de biens immobiliers qui n'offrent pas de possibilité intéressante d'opportunités de reconversion intéressante ou réalisable pour l'habitat ,mais qui sont importantes pour l'atteinte des objectifs de diversité commerciale et de maintien d'une offre commerciale de proximité dans le cadre de la ville du quart d'heure.

Le 2^{ème} axe est la simplification et le renforcement de nos outils commerciaux, via la création d'un opérateur « Paris commerces », sur les volets foncier et commercialisation, permettant d'acquérir et maîtriser des locaux commerciaux stratégiques sur tout Paris et d'offrir un « guichet unique » pour les commerçants. Tout d'abord, la Semaest, qui exerce déjà une activité de foncière – via sa filiale « Foncière Paris Commerces – et de commercialisation, sera transformée afin de devenir une « SEM Paris Commerces », lui permettant d'exercer ces fonctions sur tout le territoire. Cette SEM s'appuiera sur ses actionnaires, et notamment la Banque des Territoires qui l'a accompagnée sur toutes les opérations Vital Quartier. Cette évolution dans les statuts de la Semaest tient notamment compte des recommandations formulées par la CRC.

Grâce à une capacité financière accrue d'environ +200 M€, dont environ +55 M€ d'investissements de la Ville, cette foncière devrait pouvoir acquérir de 250 à 300 nouveaux locaux (chiffre évolutif en

fonction du type de local et du coût). L'acquisition des nouveaux locaux se fera à la fois par l'achat des locaux préemptés par la Ville (via la DIA commerces) et par de l'achat de gré à gré, dans les territoires prioritaires pré-identifiés. Cet opérateur aura également vocation à réaliser des expérimentations, notamment sur les baux commerciaux.

Un « guichet unique Paris commerces » sera par ailleurs créé par le rapprochement de la Semaest et du GIE Paris commerces, permettant ainsi à tout commerçant de bénéficier d'une entrée unique (physique et digitale), afin d'accéder à l'ensemble des locaux commerciaux du « réseau Ville » (Semaest et bailleurs sociaux), soit au total environ 12% des locaux parisiens.

Cet outil fort « Paris commerces » (foncière et guichet unique), permettra ainsi d'accompagner les mutations, de compenser des tendances négatives du marché et de préserver les équilibres territoriaux et la diversité commerciale. Dans des conditions et modalités qui seront déterminées, une attention particulière sera également donnée, au-delà des commerces, à l'installation d'activités associatives, comme c'est déjà le cas de la Semaest et du GIE Paris commerces, dans un souci constant de soutenir les associations parisiennes.

Enfin, dans le cadre de ce nouveau plan parisien du commerce, une politique d'animation commerciale renforcée et unifiée sur le territoire parisien sera élaborée. Aujourd'hui assurée par la Semaest, l'objectif est de disposer d'un animateur commercial sur tout Paris qui assurera des veille et diagnostics ciblés, réalisera des programmes d'action pour renforcer la commercialité des quartiers cibles et des secteurs stratégiques (notamment commerces culturels, alimentation durable et ESS) et afin d'accompagner l'ensemble des commerçants parisiens dans les évolutions en cours (e-commerce, transition énergétique notamment). A cette fin, un marché public sera lancé en 2023 afin de sélectionner cet opérateur.

L'enjeu d'un commerce sobre et dont l'activité participe à nos objectifs ambitieux en faveur du climat sera bien sûr au cœur de notre dispositif, avec le soutien prioritaire à des commerces dont les biens sont produits et livrés dans des conditions visant à réduire sensiblement les émissions du secteur, mais également en créant un écosystème global incitatif pour la transition environnementale de tous nos commerces. Production locale et « Fabriqué à Paris », commerces liées à l'ESS, livraisons douces type vélo-cargos sont parmi les exemples que nous continuerons de soutenir et promouvoir en priorité dans le cadre de ce nouveau plan parisien du commerce et de l'artisanat.

Cette stratégie commerciale, unifiée et renforcée, sera construite dans une perspective métropolitaine. Depuis 2017, la Semaest accompagne déjà la Métropole du Grand Paris pour le volet animation commerciale de son programme Centres villes vivant, qui a bénéficié à 26 communes de la MGP. Sachant que la Métropole du Grand Paris délibérera prochainement de la création de sa foncière commerce, avec son nouveau plan pour la diversité commerciale, il s'agira de renforcer l'articulation de notre action avec celle de la Métropole et de mutualiser l'usage de certains outils pour décupler l'effet levier de nos politiques.

Notre politique commerciale sera enfin renforcée dans le cadre du futur PLU bioclimatique. Celui-ci prévoit ainsi, entre autres, le maintien et l'extension des linéaires de protection commerciale et artisanale, le renforcement des protections pour les commerces culturels, la facilitation de l'installation des activités médicales, et l'interdiction des « dark stores » dans les locaux commerciaux.

De cette façon et grâce à ce nouveau plan parisien du commerce qui vous est présenté à ce Conseil dans la délibération DAE 93, nous continuerons, comme nous l'avons fait depuis des années, à être pionner en matière de régulation et de dynamisation du commerce local, pour un commerce riche, diversifié, durable et accessible à tous. Car une politique commerciale forte, c'est une vie de quartier maintenue, une activité économique et des emplois durables, des biens et des services de proximité et de qualité.

Sans objet