



CCI SEINE-ET-MARNE

## **Club des managers**

# **Etat des lieux du commerce en Seine-et-Marne : Chiffres-clés et tendances**

**Quelle place pour les centres-villes ?**

28 avril 2025

# Sommaire



CCI SEINE-ET-MARNE

Introduction méthodologique

1 – Chiffres clefs de l'équipement commercial en Seine-et-Marne

2 – Principaux flux d'achats en Seine-et-Marne

3 – L'équipement commercial des centres-villes seine-et-marnais

Enjeux



## CILA®

### Cartographie Interactive des **Locaux d'Activités**

Base des **500 pôles commerciaux** et des **17.000 locaux commerciaux** (en activité et vacants ; 65 variables)

Mise à disposition possible d'une commune/interco

**MAJ en continu + terrain**



## OCLA®

### Observatoire des **Comportements** et des Lieux d'Achats

Base des **flux d'achats** : estimation (algorithme + enquête) de la **fréquentation** par commune de l'**attraction des pôles, de l'évasion**  
**30 types d'achats étudiés**

**MAJ 2 fois par an**

# 1 – Chiffres clefs de l'équipement commercial en Seine-et-Marne



17 000 locaux commerciaux



Taux d'équipement commercial



Une surface de vente de 2 millions de m<sup>2</sup>



La répartition de la surface de vente par familles d'activités



Des pôles commerciaux maillant inégalement le territoire



L'accès inégal au commerce en Seine et Marne





## Environ 17 000 locaux commerciaux

**14 600  
commerces  
actifs**

**700 autres  
activités\***

**1 550 locaux  
vacants**

**Recensement exhaustif et en continu de tous les locaux commerciaux avec vitrine :**

Commerces et services de proximité, moyennes et grandes surfaces, centres commerciaux, hôtels et restaurants, agences de services, cinémas, centres de remise en forme, garages...

mais aussi commerces de gros, « autres activités\* », locaux vacants.

*\* Locaux commerciaux occupés par des bureaux, des activités médicales... et susceptibles d'être à l'avenir occupés par des commerces*

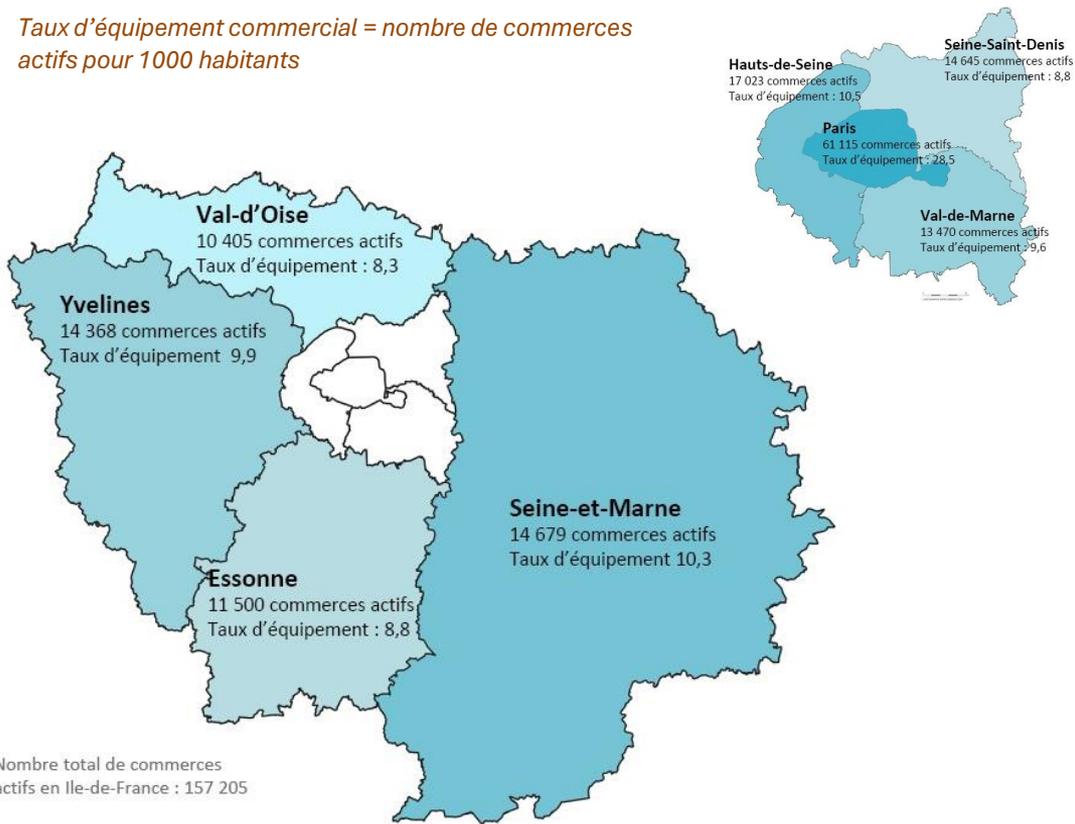
Source : CCI Seine-et-Marne CILA février 2025



# Taux d'équipement commercial du département



*Taux d'équipement commercial = nombre de commerces actifs pour 1000 habitants*



Nombre total de commerces actifs en Ile-de-France : 157 205

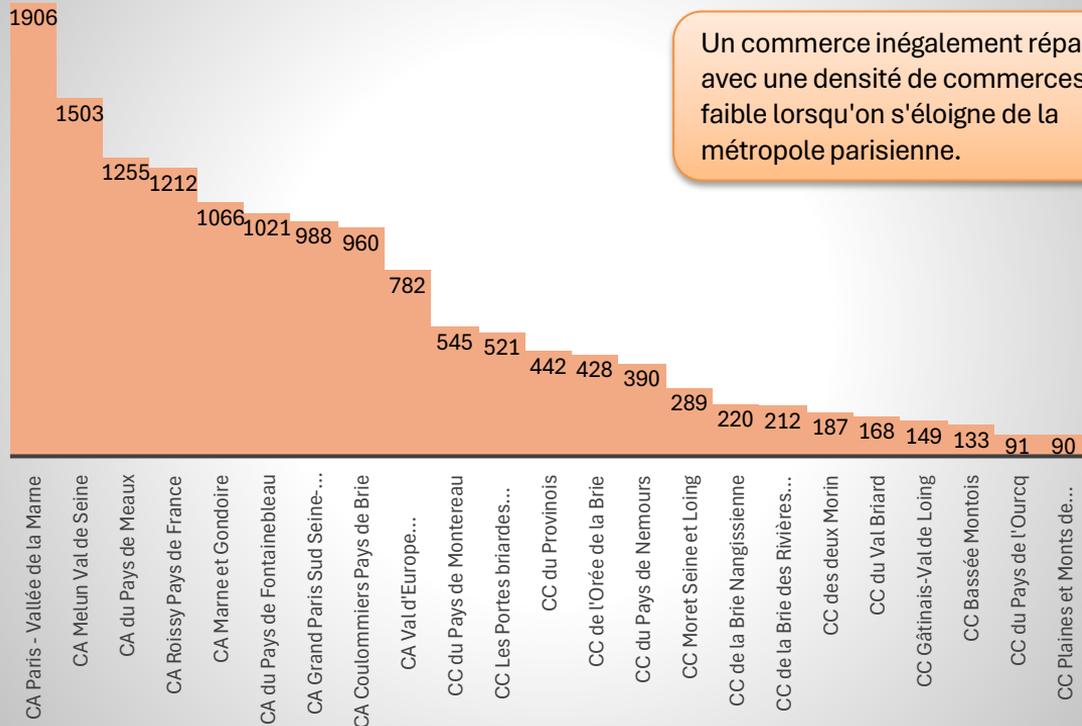




# Taux d'équipement commercial par EPCI



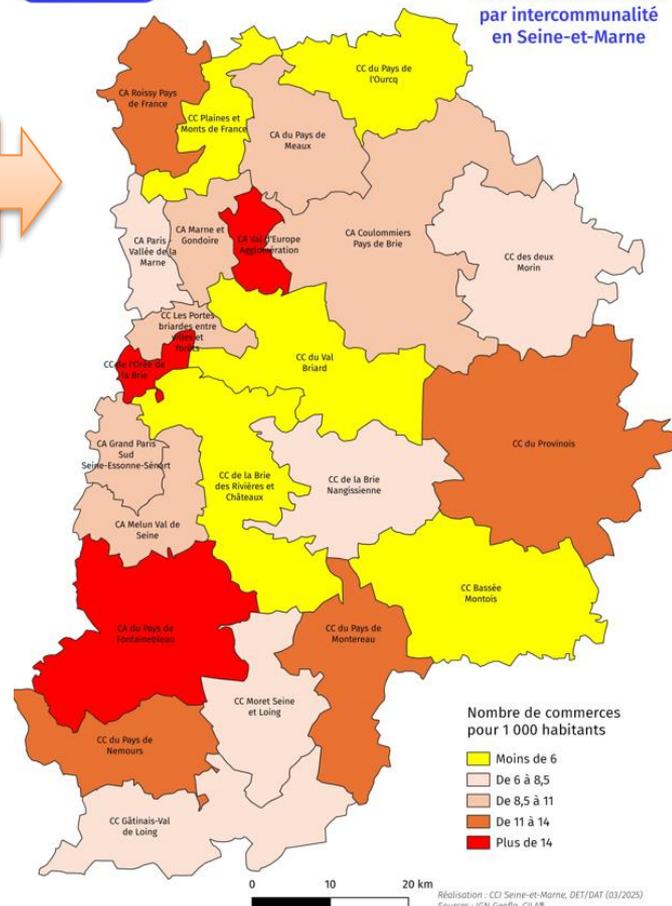
## Nombre de commerces actifs des intercommunalités



Un commerce inégalement réparti avec une densité de commerces plus faible lorsqu'on s'éloigne de la métropole parisienne.

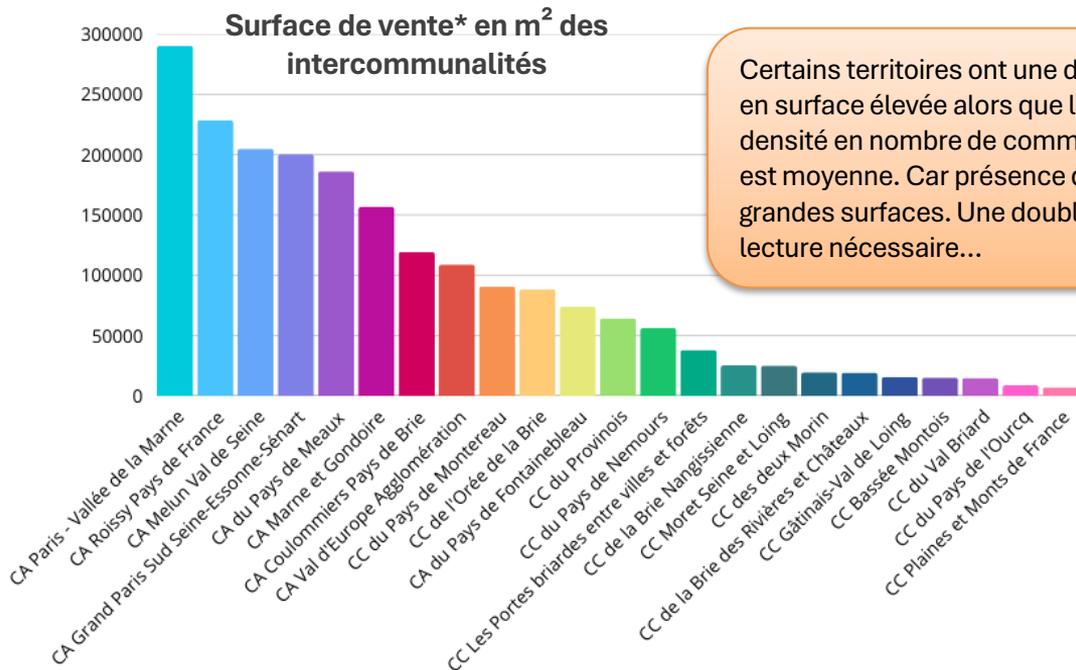
CCI SEINE-ET-MARNE

Densité de commerces par intercommunalité en Seine-et-Marne





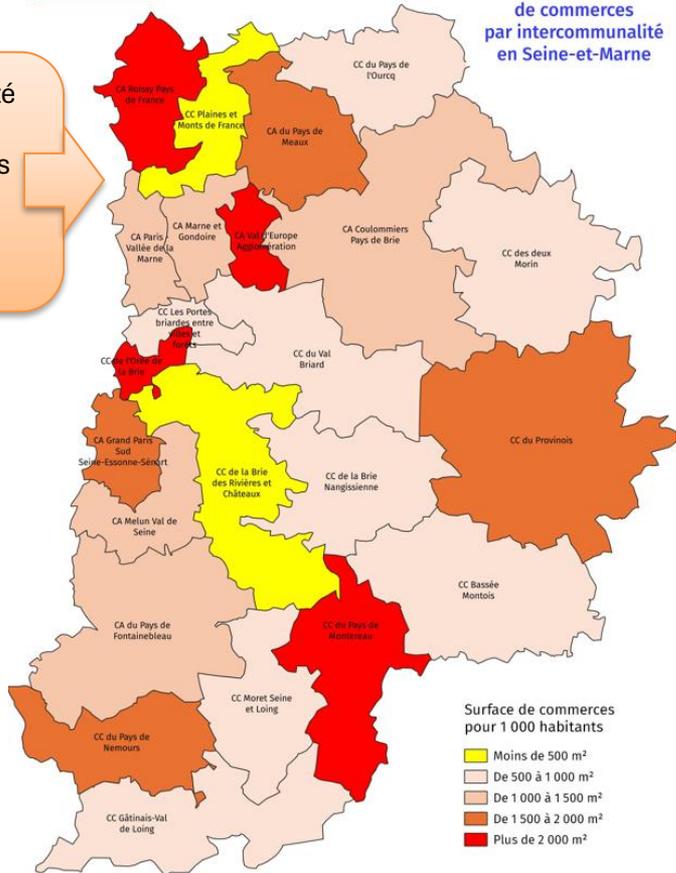
# Surface de vente de 2 millions de m<sup>2</sup> \*



Certains territoires ont une densité en surface élevée alors que la densité en nombre de commerces est moyenne. Car présence de grandes surfaces. Une double lecture nécessaire...

CCI SEINE-ET-MARNE

Densité de surface de commerces par intercommunalité en Seine-et-Marne

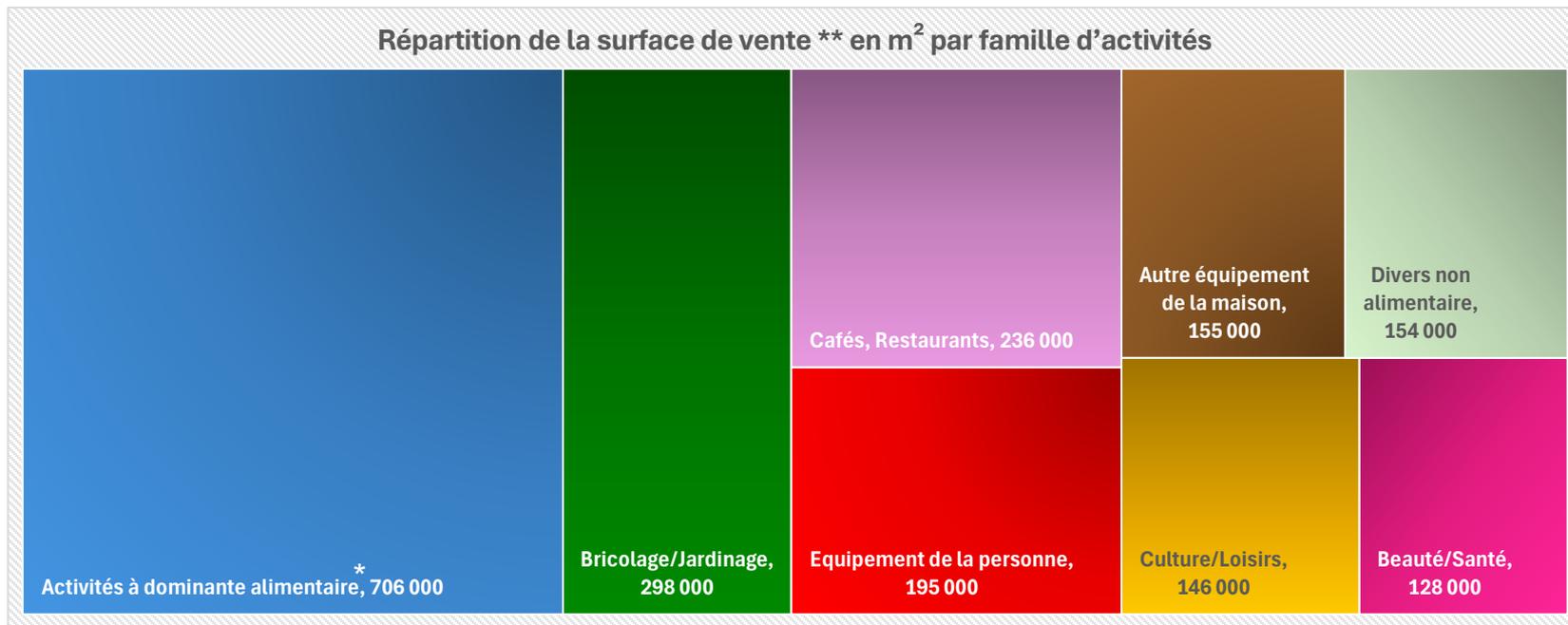


Source : CCI Seine-et-Marne CILA ® février 2025

\*Surface de vente cumulée = hors hôtellerie, cinéma, bowling et autres aires de jeux, centres de remise en forme, secteur automobile, services d'agences (banques, assurances, interim...). Données issues de la base TASCOM, d'estimations terrain, et de ratios.



# La répartition de la surface de vente par familles d'activités



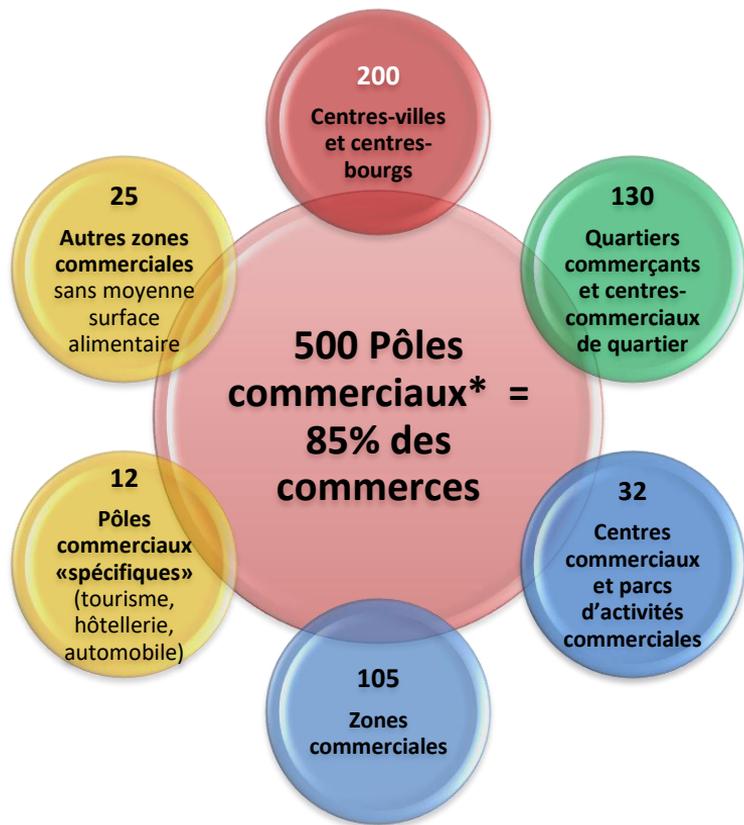
Source : CCI Seine-et-Marne CILA ® février 2025

\***Activités à dominante alimentaire = commerces de détail alimentaire dont superettes, supermarchés...**

\*\***Surface de vente cumulée** = hors hôtellerie, cinéma, bowling et autres aires de jeux, centres de remise en forme, secteur automobile, services d'agences (banques, assurances, interim).... Données issues de la base TASCOCOM, d'estimations terrain, et de ratios.

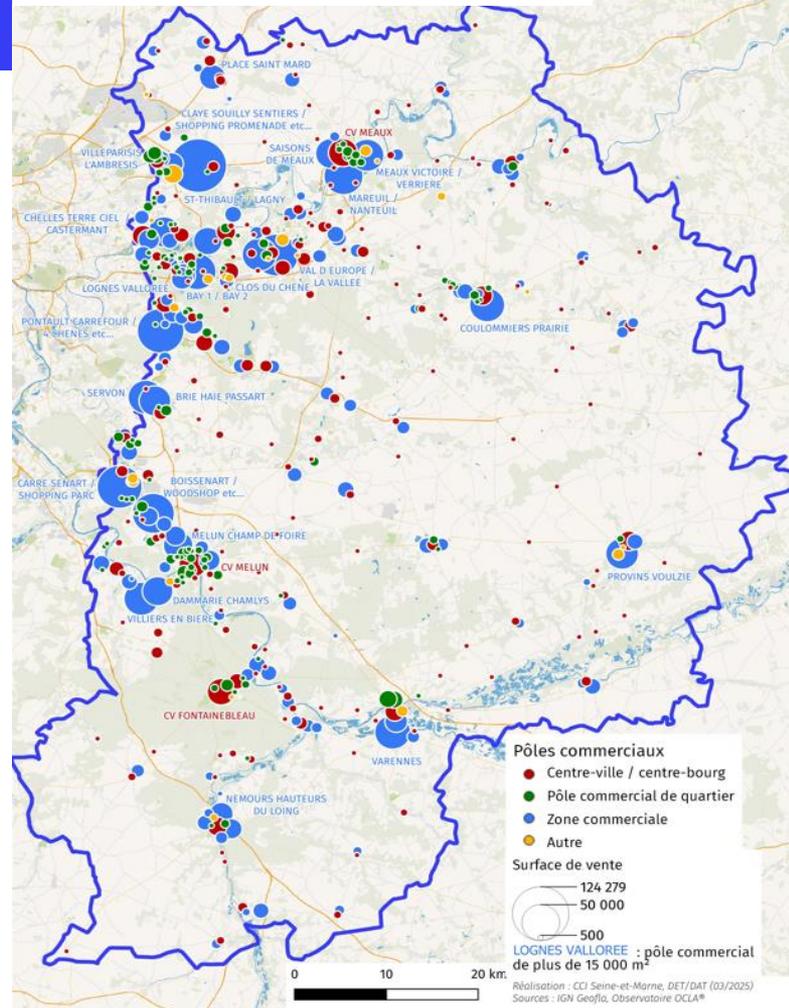


# Des pôles commerciaux maillant inégalement le territoire



*\*Pôle commercial = regroupement géographique de commerces mais aussi des équipements liés ou non à ces commerces et contribuant à l'attractivité du lieu.*

## Les 500 pôles commerciaux seine-et-Marnais





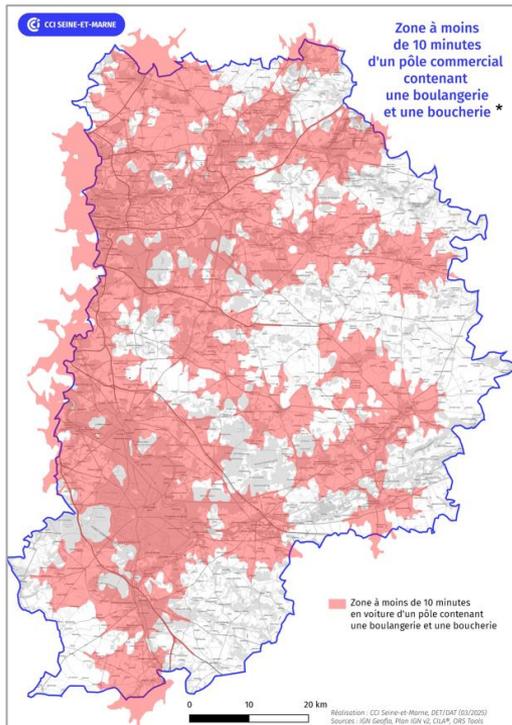
# L'accès inégal au commerce en Seine et Marne



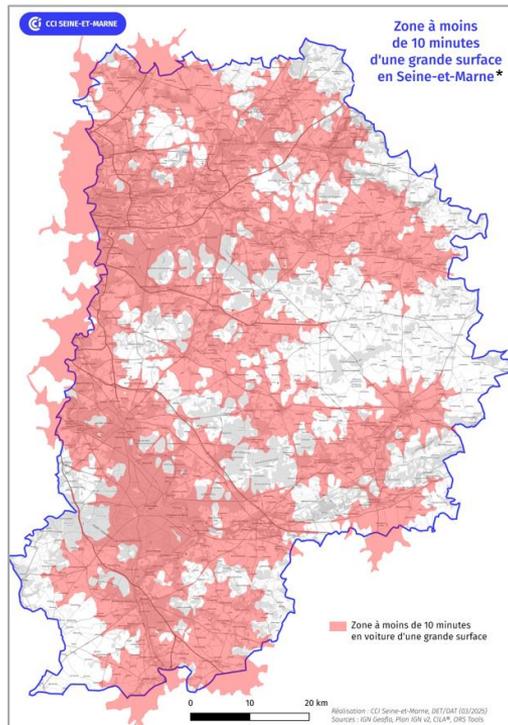
## Accès à un pôle alimentaire Boulangerie/Boucherie

Dans la partie orientale du département, de nombreux secteurs se trouvent **relativement** éloignés d'une offre commerciale alimentaire structurée

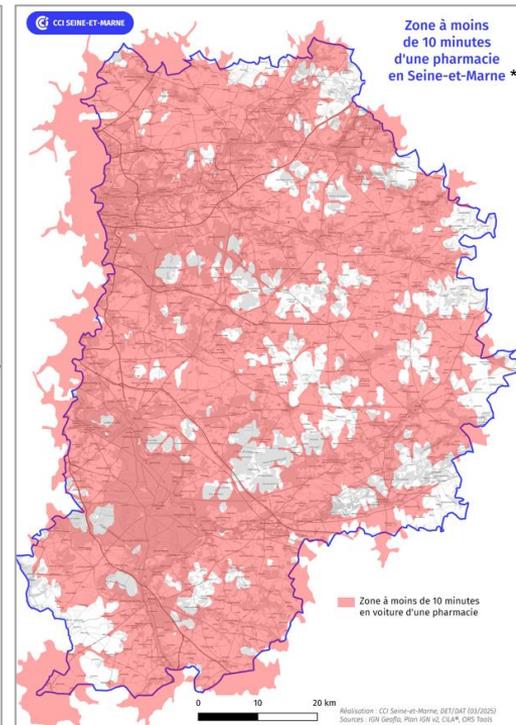
A noter que **167 communes** (sur 507) ne disposent d'aucun commerce.



## Accès à un supermarché (au moins 400 m<sup>2</sup>)



## Accès à une pharmacie



\* Les commerces éventuellement présents hors 77 ne sont pas pris en compte dans la cartographie

Source : CCI Seine-et-Marne CILA ® février 2025

## 2 – Principaux flux d'achats en Seine-et-Marne



### Habitudes d'achats

Achats alimentaires : les seine-et-marnais sont multi-circuits  
Équipement de la personne : 1 foyer sur 2 achète en ligne



### Parts de marché

Achats alimentaires : 4 achats sur 5 se pratiquent en magasin  
Achats non-alimentaires : le marché de plus en plus étriqué pour le commerce physique  
Une évansion commerciale hors département faible  
Quel poids pour les centres-villes et centres-bourgs du département?

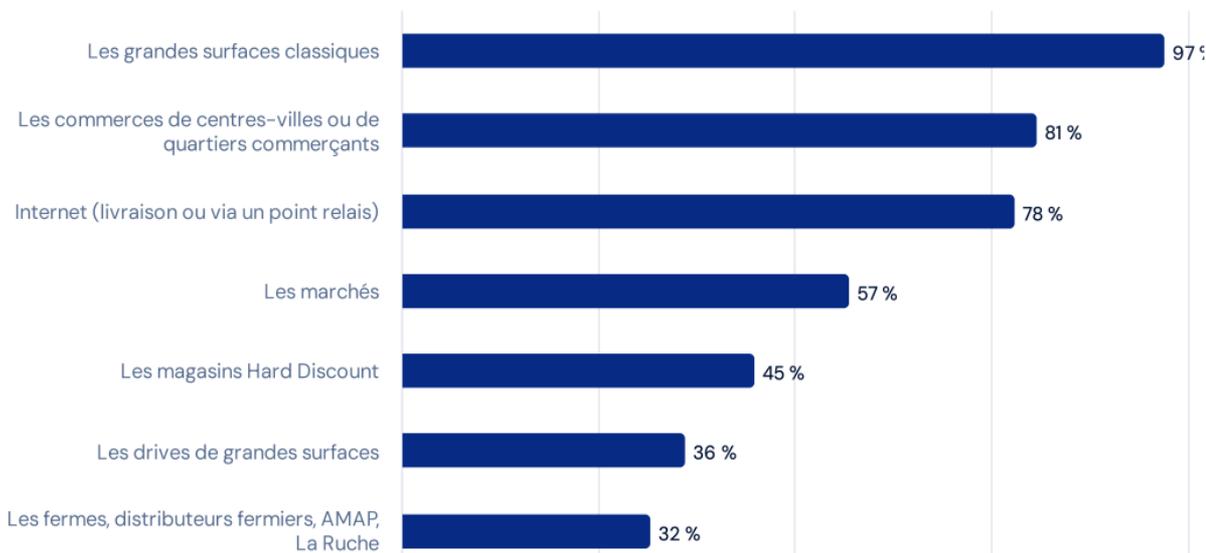




## Achats alimentaires : les seine-et-marnais sont multi-circuits

### Principaux circuits d'approvisionnement des seine-et-marnais

Circuits fréquentés au moins 1 fois au cours des 12 derniers mois



97% des seine-et-marnais fréquentent les grandes surfaces « classiques » (supermarchés, hypermarchés)

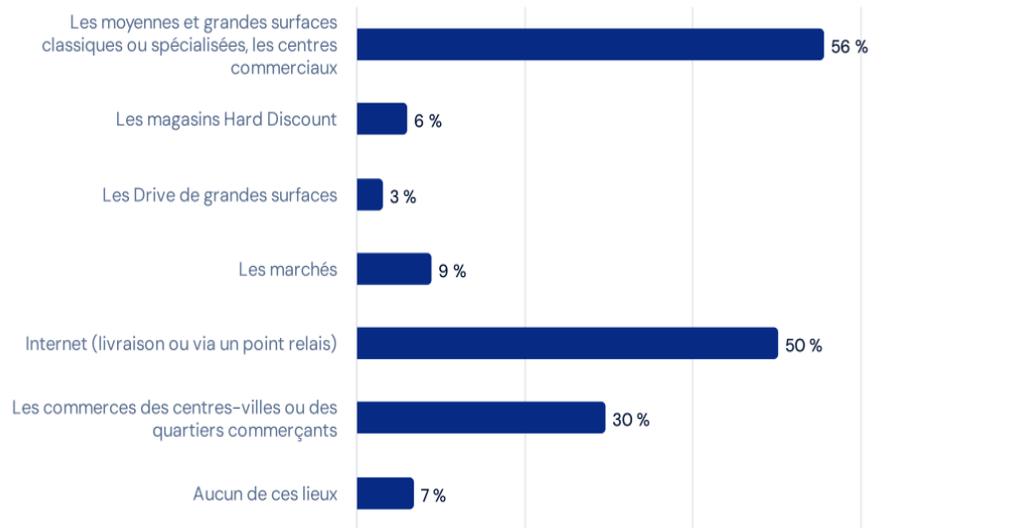
La consommation alimentaire est multi-circuits



## Équipement de la personne : 1 foyer sur 2 achète en ligne

Au cours des 12 derniers mois, où avez-vous acheté les catégories de produits suivantes, ne serait-ce qu'une fois ?

### ↳ Vêtements-chaussures

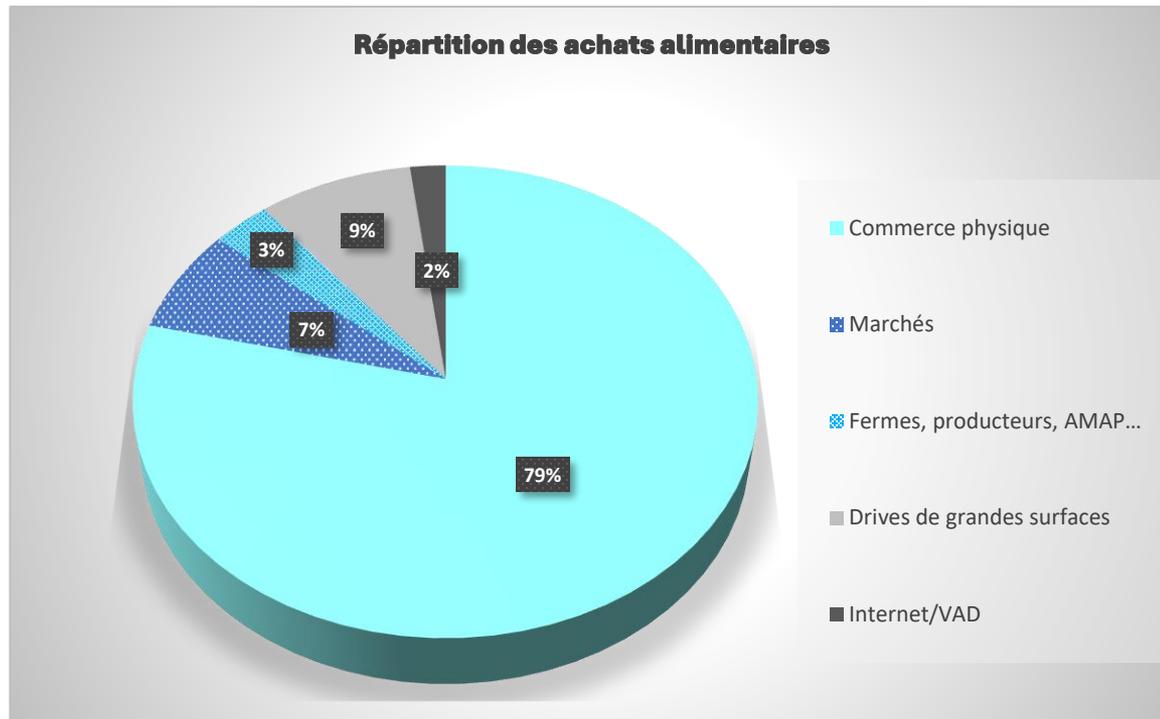


Les centres-villes ne sont que le 3<sup>ème</sup> lieu d'achats des vêtements-chaussures

Internet talonne les centres commerciaux et grandes surfaces



## 4 achats sur 5 se pratiquent en magasin



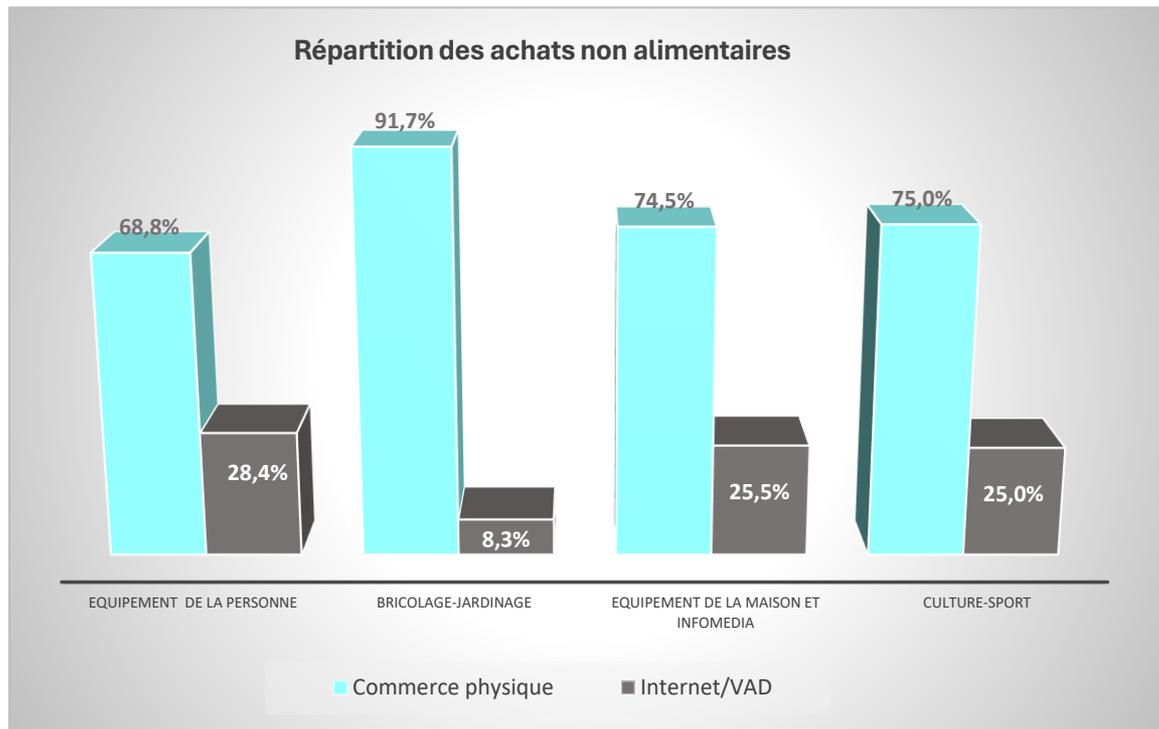
Source : CCI Seine-et-Marne OCLA® - Enquête 1000 foyers représentatifs en 2023

1 achat  
alimentaire  
sur 5 ne se  
pratique  
pas dans  
un magasin

Le  
commerce  
non  
sédentaire  
= 7% du  
marché



## Le marché est de plus en plus étriqué pour le commerce physique



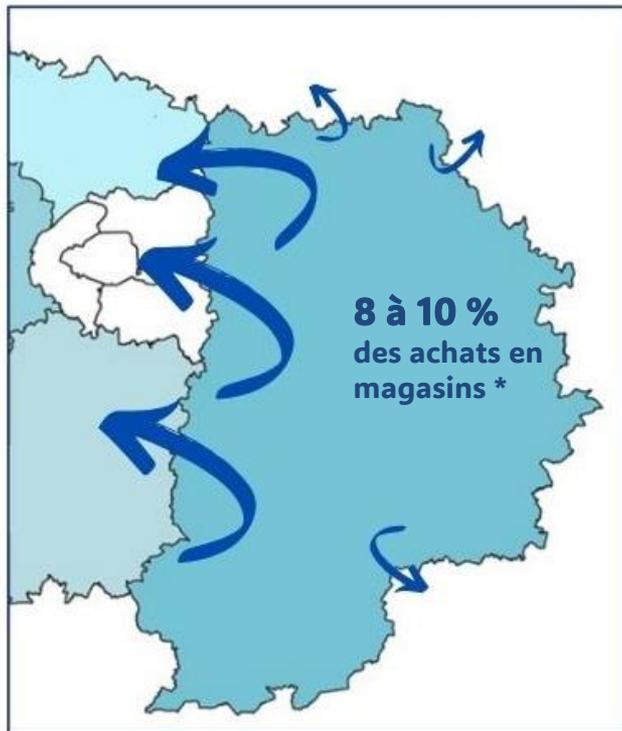
Source : CCI Seine-et-Marne OCLA® - Enquête 1000 foyers représentatifs en 2023

Le commerce physique ne représente plus que 69% du marché de l'équipement de la personne (vêtements, chaussures, accessoires...)

La part de marché d'Internet dépasse 25% dans 3 familles d'achats



## L'équipement commercial du département permet de limiter les achats réalisés hors 77



Achats	Part des achats en magasins réalisés hors Seine-et-Marne
Alimentaire	5 à 6 %
Equipement de la personne	13 à 15 %
Equipement de la maison	12 à 14 %
Culture-loisirs	11 à 13 %
Beauté-santé	5 à 7 %

Source : CCI Seine-et-Marne OCLA®- Algorithme d'estimation des flux d'achat Avril 2025

\*Marché global = 30 types d'achats ou postes de consommation étudiés



# Quel poids pour les centres-villes et centres-bourgs du département?



## Part de marché globale\* et par type d'achats des centres-villes et des autres types de pôles commerciaux



Achats	Part des achats en centre-ville
Alimentaire	25 à 28 %
Equipement de la personne	7 à 9 %
Equipement de la maison	4 à 5 %
Culture-loisirs	4 à 5 %
Beauté-santé	25 à 28 %

\***Marché global** = 30 types d'achats ou postes de consommation étudiés

Source : CCI Seine-et-Marne OCLA®- Algorithme d'estimation des flux d'achat Avril 2025

## 3 – L'équipement commercial des centres-villes



Des centres-villes historiques et des développements récents



Poids des centres-villes dans l'appareil commercial 77



Taux de vacance commerciale



Diversité commerciale des centres-villes

Répartition par familles d'activités dans les centres-villes

Taux de commercialité

Un indicateur de diversité : l'équipement de la personne

Un pilier solide : l'alimentaire

Frémissement pour les commerces de culture-loisirs

Des tendances de fond qui se confirment

Enseignes nationales des centres-villes



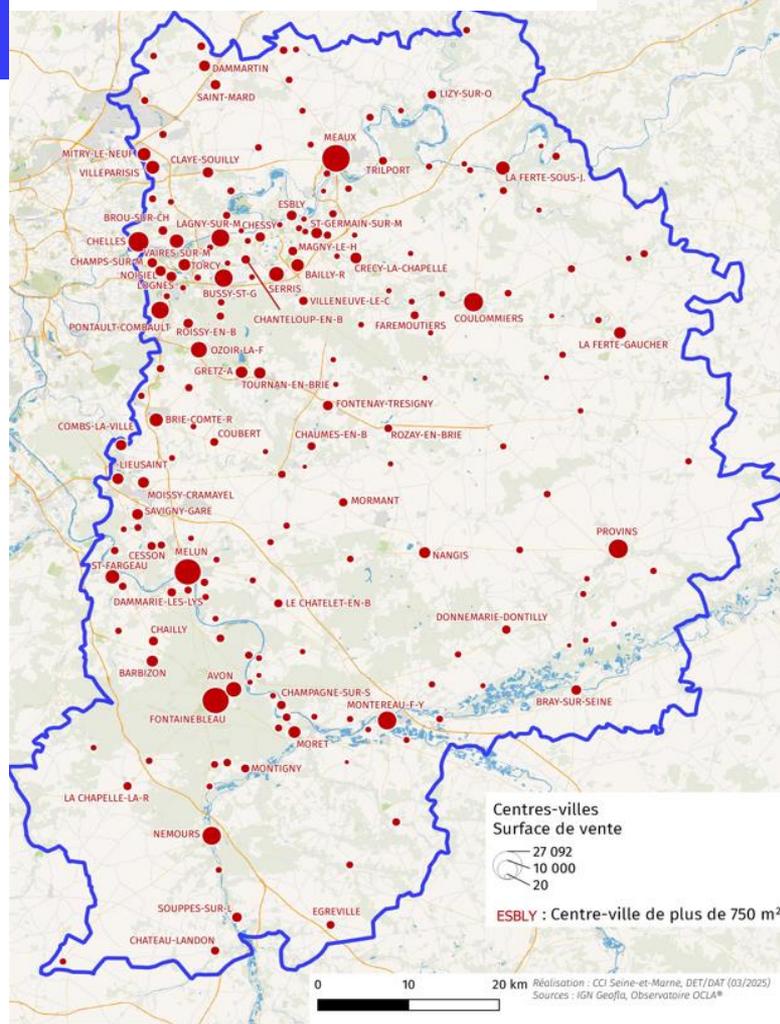
# Des centres-villes historiques et des développements récents

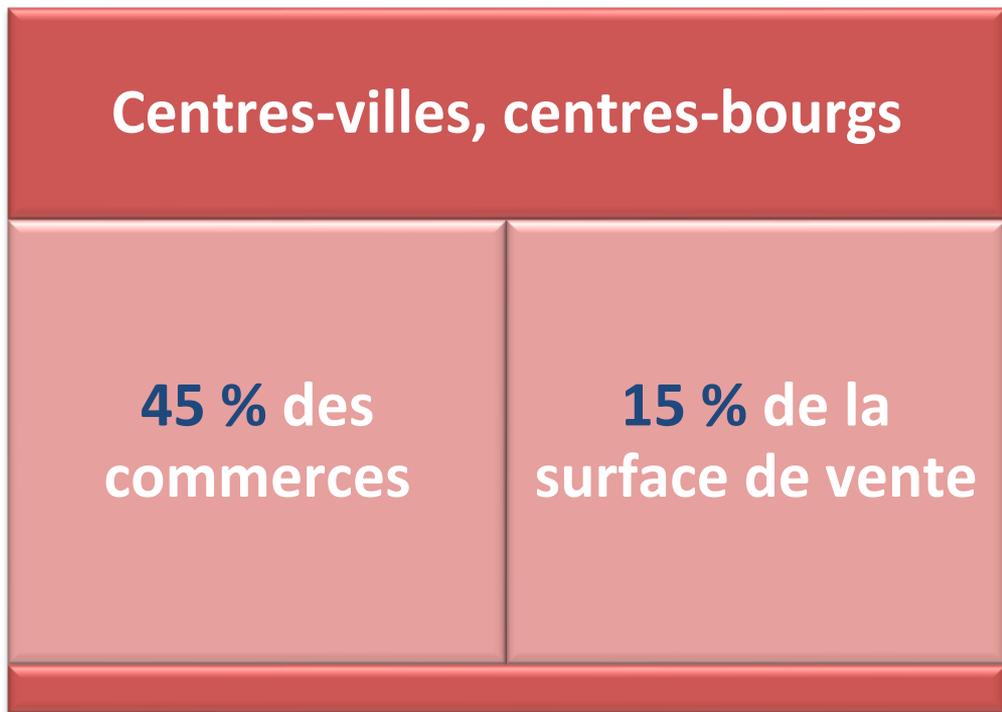
Centres-villes de plus de 85 commerces	Nombre de commerces	Surface de vente*
FONTAINEBLEAU	464	24 000
MEAUX (Cathédrale, St-Nicolas, Marché)	451	27 100
MELUN (Mairie, Ile St-Etienne, St-Ambroise)	403	24 000
CHELLES	262	12 700
COULOMMIERS	229	11 200
PONTAULT-COMBAULT	229	8 900
MONTEREAU-F-Y	222	10 300
LAGNY-SUR-M	222	9 300
PROVINS	203	11 300
NEMOURS	194	10 200
OZOIR-LA-F	149	7 100
BUSSY-ST-G	135	9 600
BRIE-COMTE-R	128	4 300
VILLEPARISIS	123	4 200
MITRY-LE-NEUF	108	4 000
LA FERTE-SOUS-J.	103	4 600
VAIRES-SUR-M	95	4 700
NANGIS	88	2 600
ST-FARGEAU	87	4 700
MORET	86	3 200

Source : CCI Seine-et-Marne CILA ® février 2025

\***Surface de vente cumulée** (hors hôtellerie, cinéma, bowling et autres aires de jeux, centres de remise en forme, secteur automobile, services d'agences (banques, assurances, interim...)).

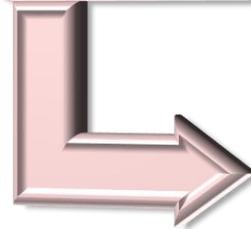
## Les 200 centres-villes de Seine-et-Marne





Surface médiane Ensemble des boutiques des CV : **38 m<sup>2</sup>**

- Pas de différence entre les gros centres-villes et les centres-bourgs
- Par comparaison : **125 m<sup>2</sup>** dans les centres commerciaux



Surface médiane boutiques des CV occupées par des enseignes nationales : **50 m<sup>2</sup>**

Source : CCI Seine-et-Marne CILA février 2025



La vacance commerciale en Seine-et-Marne apparaît globalement moins élevée qu'ailleurs.

## Taux de vacance commerciale

Département : **9,1%**

(Moyenne Ile de France 2023 : 11,7 % ; Grande Couronne : Yvelines : 10,1%, Essonne : 11,4%, Val d'Oise : 12,5%)

Dont centres-  
villes

: **9,2%**

(Moyenne nationale  
(CODATA, 2023): 9,8%

Dont centres  
commerciaux

: **12,9%**

(Moyenne nationale  
(CODATA, 2023): 14,9%

Dont zones  
commerciales

: **6,8%**

*Définition Procos :  
Vacance commerciale = nombre de cellules  
commerciales vides sur le nombre total de cellules*



# Taux de vacance commerciale et évolution



Taux de vacance des centres-villes de Seine-et-Marne

Taux de vacance commerciale  
 Centres-villes : **9,2%**  
 (Moyenne nationale (CODATA, 2023): 9,8%)

9 centres-villes de 175 commerces et plus  
 : **10,2%**

10 centres-villes de 75 à 174 commerces  
 : **6,6%**

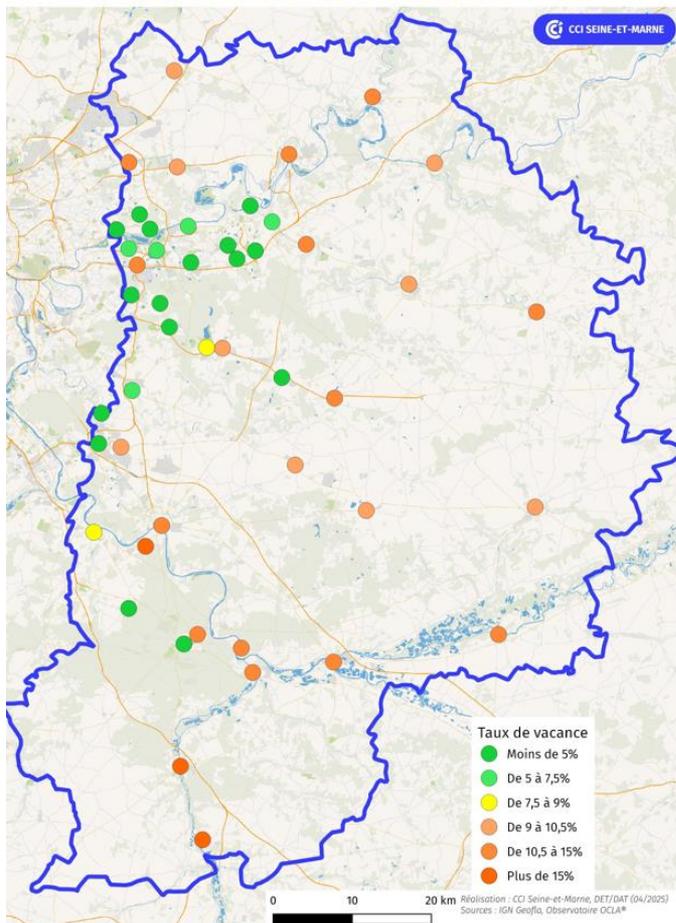
30 centres-villes de 30 à 74 commerces  
 : **8,3%**

145 centres-villes de moins de 30 commerces  
 : **10,0%**

### Définition Prococos :

*Vacance commerciale = nombre de cellules commerciales vides sur le nombre total de cellules*

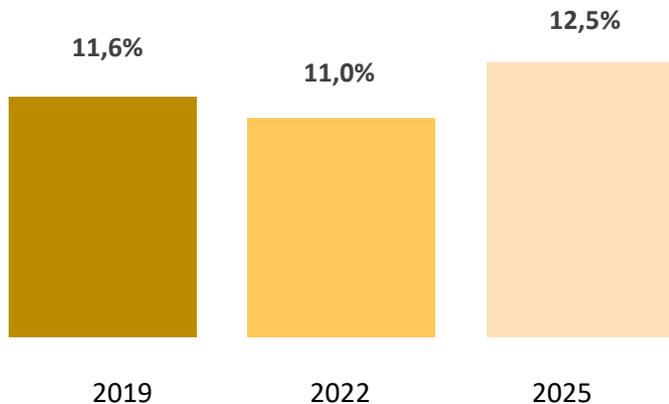
Source : CCI Seine-et-Marne CILA ® février 2025



Echelle de la vacance.  
 Source : PROCOS



Evolution du taux de vacance dans 6 centres-villes Action Cœur de Ville en Seine-et-Marne



Source : CCI Seine-et-Marne CILA ® février 2025

Baisse entre 2019 et 2022

- Impact démarche ACV
- Effet artificiel du Covid

En augmentation depuis 2023

- Crises diverses
- Retour de bâton crise Covid
- Impact démarche ACV qui réduit peut-être la baisse

Correspond à une tendance nationale

Moyenne des villes Action Cœur de Ville (CODATA/ Fédération des acteurs du commerce, 2023) : 13,4%



Des enjeux :

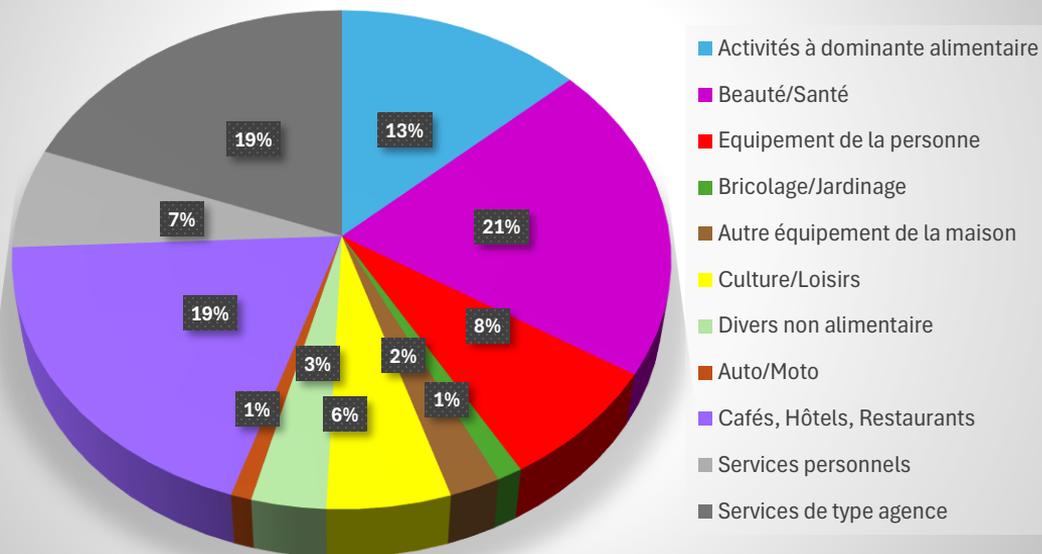
- Tendances nationale de tertiarisation : CV = se restaurer, boire un verre, faire un soin de beauté
- S'appuyer sur les piliers actuels du commerce



# Répartition par familles d'activités dans les 10 centres-villes de plus de 180 commerces



Répartition des familles de commerces dans les 10 principaux centres-villes seine-et-marnais (en % du nombre de commerces)



Source : CCI Seine-et-Marne CILA février 2025

4 grandes familles constituent le paysage commercial des centres-villes :

- 73% commerces sont soit un commerce alimentaire, un commerce de beauté-santé, une agence de service, ou un CHR

Les commerces permettant d'élargir la zone de chalandise sont davantage représentés que dans les centres-villes plus petits :

- équipement de la personne, équipement de la maison, culture-loisirs, représentent 17% de l'offre



# Taux de commercialité



Nombre de commerces  
(hypercentre)



**Taux de commercialité**  
=

Nombre de commerces alimentaires +  
équipement de la personne + équipement de la  
maison + culture-loisirs + divers non Alimentaire

---

Nombre de commerces en activité

**Taux stable** dans 6 centres-villes  
Action Cœur de Ville entre 2019  
et 2025.

Source : CCI Seine-et-Marne CILA © 2024



# Un indicateur de diversité : l'équipement de la personne\*



Centre-ville	Nombre de commerces Equipement de la pers.*
FONTAINEBLEAU	62
CATHEDRALE MEAUX	32
MAIRIE MELUN	25
COULOMMIERS	24
LAGNY SUR MARNE	17
PROVINS	17
NEMOURS	14
CHELLES	10
LA FERTE SOUS JOUARRE	9
BRIE COMTE ROBERT	7
OZOIR LA FERRIERE	6
LA FERTE GAUCHER	6
MONTEREAU FAULT YONNE	5
CRECY LA CHAPELLE	5

Source : CCI Seine-et-Marne CILA ® février 2025

Et dans quelques centres-villes hors 77

St-Germain en Laye	117
Vincennes	91
Nogent-sur-Marne	45
Sceaux, Rambouillet	29
Mantes-la-Jolie	23
Arpajon	19

Source : CCI Paris Ile de France Equipement commercial 2023



199 en 2019



163 en 2025

**36 activités supprimées** dans 6 centres-villes Action Cœur de Ville entre 2019 et 2025



\*Commerces alimentaires = commerces de détail alimentaire dont superettes, supermarchés...



Points de consolidation :

- Demande de proximité croissante, de qualité...
- Pratiques alimentaires et locavorisme...
- Effet Covid +



Points de vigilance :

- difficulté de maintenir des boucheries
- tendance à l'hyperspécialisation souvent peu cohérente avec le marché potentiel



\*Culture-loisirs = librairies, papétries, articles de sport, instruments de musique, jouets-jeux, centre de remise en forme, téléphonie, galeries d'art et collections, spécialiste réparation informatique/logiciels, cours de cuisine, langue et autres, cinéma ...



Points de consolidation :

- Retour des cinémas en centre-ville
- Concepts innovants ou hybrides (cafés-librairies...)
- Au niveau régional : vente-réparation-location de vélos (+ 47 %), salles de sport (+ 16 %) en 3 ans



Points de vigilance :

- Zone de chalandise
- Les hyperspécialistes ont-ils intérêt à s'implanter en centre-ville ?



Enseignes nationales :

1/3 du commerce  
départemental soit  
4810 enseignes

*Enseigne nationale = commerce organisé sous forme de réseau et dont le concept est dupliqué.*

## 1/4 environ du commerce de centre-ville

Des différences selon le type d'activités :



Environ 2/3 pour les agences



Environ 1/4 pour les services/commerces beauté/santé,



Environ 1/5 pour les commerces d'équipement de la personne (1/3 dans les plus centres-villes les plus attractifs), les commerces alimentaires, les commerces culture-loisirs



4% pour la restauration

# Enjeux pour les centres-villes

Diversité  
commerciale et  
protection

Multi-  
fonctionnalité

Maîtrise foncière

Valorisation /  
communication



Prochains rendez-vous  
du club des managers

Merci de votre attention !

# Contacts :

## **Diagnostics Commerce, études programmation commerciale, études comportements d'achats, observatoire OCLA®**

Jérôme Blanquart : [jerome.blanquart@seineetmarne.cci.fr](mailto:jerome.blanquart@seineetmarne.cci.fr)

Tél 01.74.60.52.40. – Mob 06.77.47.30.32.

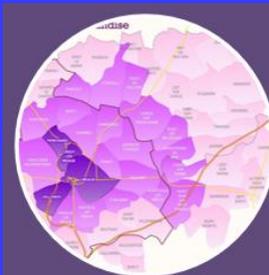
## **Observatoire CILA® Cartographie Interactive des Locaux d'Activités**

Eric Pascon : [eric.pascon@seineetmarne.cci.fr](mailto:eric.pascon@seineetmarne.cci.fr)

Tél 01.74.60.53.19. – Mob 06.76.26.38.50.

## **Contact territoire et entreprises**

Julien Fourneyron : [julien.fourneyron@seineetmarne.cci.fr](mailto:julien.fourneyron@seineetmarne.cci.fr)



**OCLA®**



**CILA®**

**CCIT Seine-et-Marne**  
DGA Entreprises et Territoires