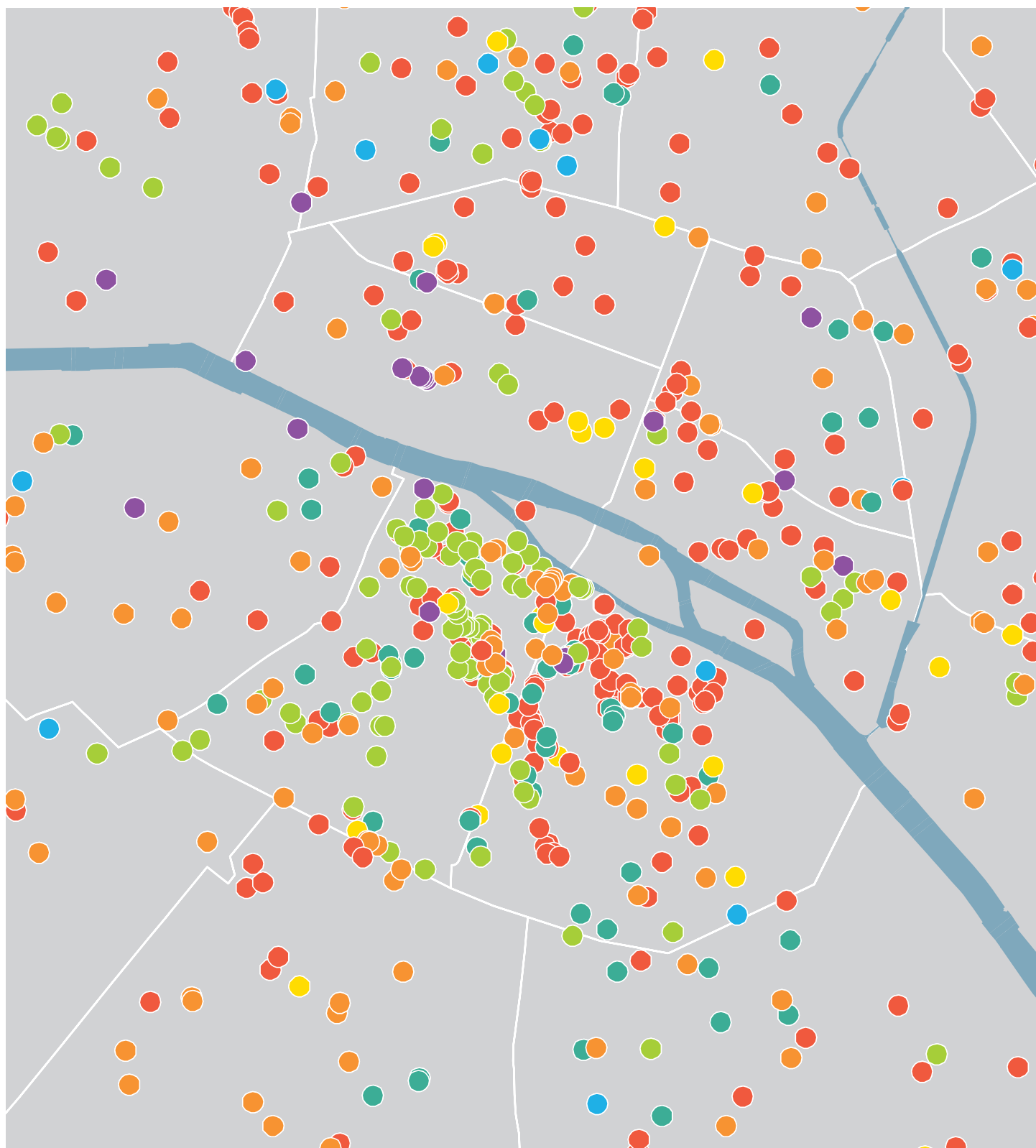


Les évolutions du commerce culturel à Paris 2003-2014



Sommaire

Introduction	3
Synthèse.....	3
1. Les galeries d'art	5
2. Les librairies.....	7
Des facteurs de fragilité.....	8
Les actions de la Semaest en faveur du commerce culturel à Paris	11
3. La vente de disques, cassettes, CD et DVD	13
Les grands multi spécialistes culturels à Paris - État des lieux et évolution 2011-2014.....	14
4. La vente de livres anciens et autographes.....	17
5. La fabrication et la vente d'instruments de musique.....	18
6. La reliure et la finition.....	19
7. La gravure	21
Commerces culturels et métiers d'art : un écosystème concentré	21
8. La haute couture et les créateurs	23
9. La vente de jeux vidéo	25
Glossaire	26

Directrice de la publication : Dominique Alba
Étude réalisée par : Barbara Chabbal
Sous la direction de : Audry Jean Marie
Cartographie : Anne Servais et Jennifer Poitou
Maquette : Apur
www.apur.org

2015V2.6.2.1.1

Introduction

Cette étude sur les évolutions du commerce culturel en rez-de-chaussée (2003-2014) est réalisée dans le cadre du programme de travail partenarial de l'Apur 2014-2015. Elle fait partie d'un ensemble d'études portant sur les entreprises culturelles ¹ regroupées sous l'intitulé général « définir les contours du secteur des entreprises culturelles et des industries créatives à Paris et recensement de la diversité de ses acteurs ».

L'étude est réalisée essentiellement à partir de la BDCOM 2014, source privilégiée dont dispose l'Apur pour l'analyse des occupations d'immeubles en rez-de-chaussée à Paris. En comparaison avec les enquêtes de 2003 et de 2011, les évolutions commerciales ont été objectivées en comptabilisant les ouvertures, fermetures et maintiens d'activité.

Appliquée aux commerces culturels, c'est-à-dire, selon la définition retenue ici ², « tout commerce de détail consistant à vendre des biens culturels ou de loisirs en magasin spécialisé généralement à une clientèle de particuliers, quelles que soient les quantités vendues », l'analyse de l'évolution 2003-2014 met en lumière l'ampleur des changements qui ont affecté ces secteurs.

Des analyses, des cartes et des courbes d'évolution sont présentées. Elles concernent 9 activités relevant du commerce culturel : galeries d'art ; librairies ; vente de disques, cassettes, CD et DVD ; vente de livres anciens et autographes ; fabrication-vente d'instruments de musique ; gravure ; reliure et finition ; haute couture-crédation et jeu vidéo.

Synthèse

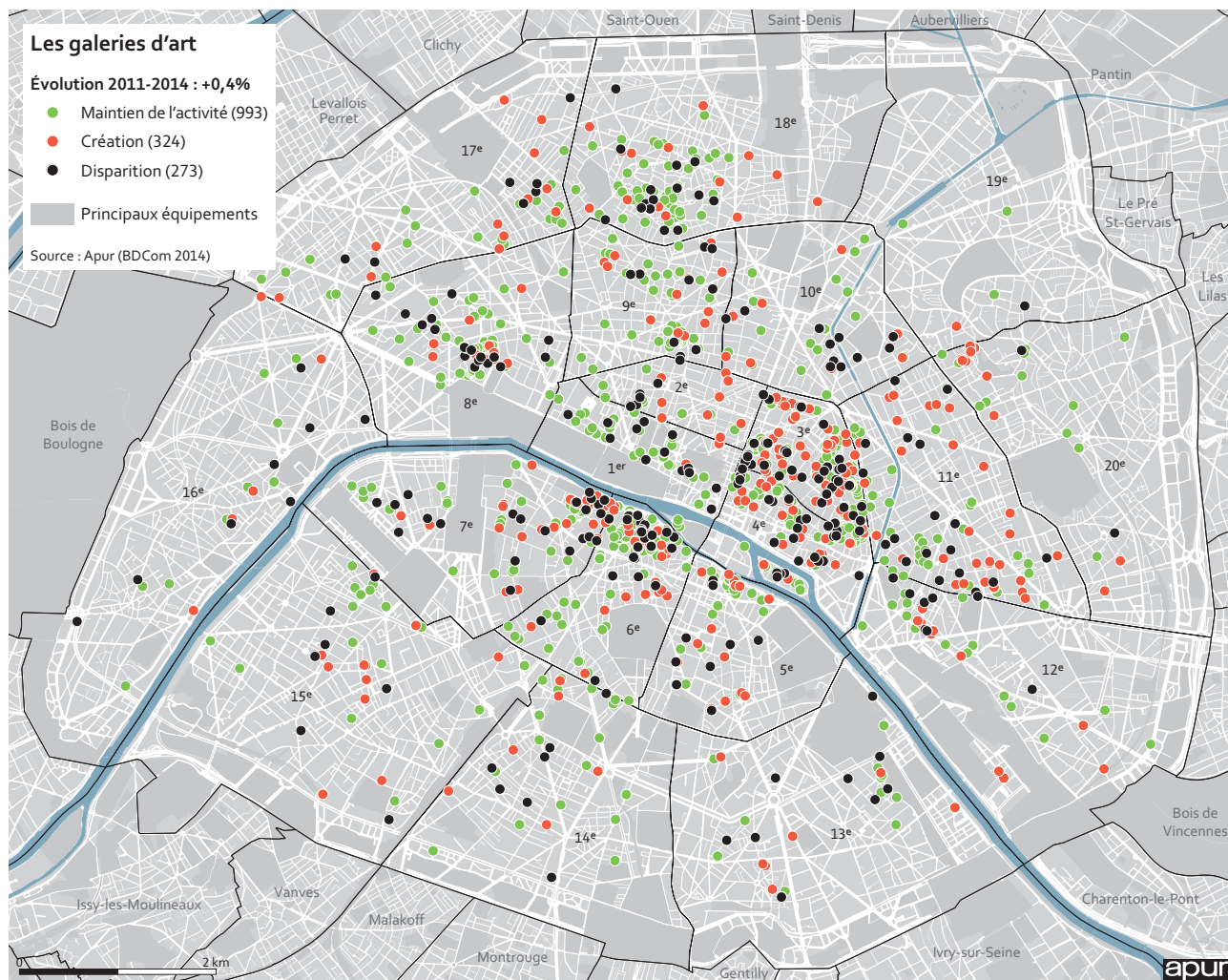
Si le nombre de galeries d'art augmente de 2003 à 2014 (+21 %), la tendance générale du commerce culturel à Paris est à la baisse : -52 % pour les magasins de vente de disques, CD, DVD, -27 % pour la fabrication-vente de gravures, -24 % pour la vente de livres anciens et autographes, -22 % pour les librairies, -9 % pour la reliure et finition, -6 % pour la vente d'instruments de musique, -5 % pour la haute couture-crédation. L'évolution de certaines activités se stabilise néanmoins depuis 2011, n'enregistrant pas de fermetures, ou alors, ces dernières sont compensées par l'ouverture de nouveaux commerces. Il s'agit de la haute couture-crédation, de la gravure, de la reliure et finition.

Tout au long des années 2000 et suivantes, **la progression du e-commerce a affecté le commerce culturel en boutiques plus que tout autre secteur**, ce qui explique pour l'essentiel les évolutions négatives observées. En 2015, une contre-offensive s'organise pour le commerce de ville qui prend conscience de ses atouts et des évolutions à conduire pour diversifier ses services et prendre place lui aussi sur le web. C'est à Paris que cet enjeu prend toute son importance, avec un positionnement qui reste privilégié sur certains secteurs : art, mode et luxe par exemple.

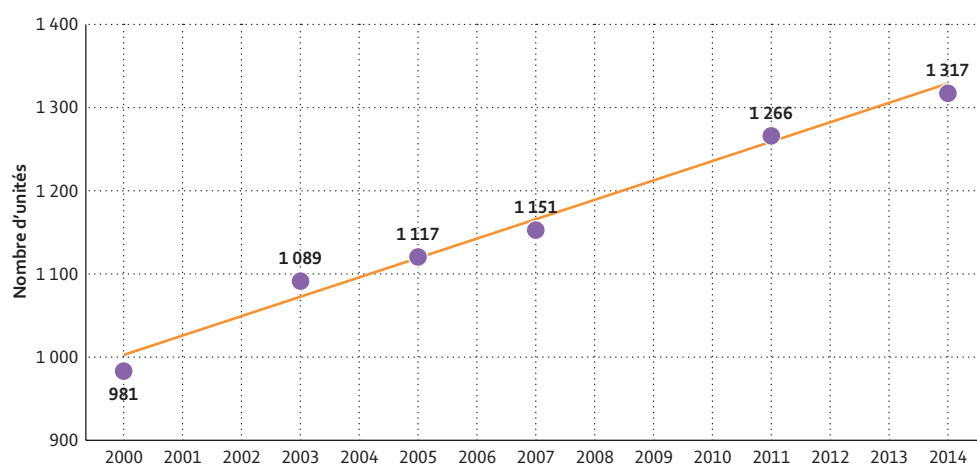
Parce qu'il contribue fortement à l'identité et à l'attractivité de Paris, **le commerce culturel est soutenu par des politiques publiques**. Elles viennent soutenir la nécessaire adaptation du secteur. En témoignent les nombreuses actions menées par la Ville de Paris en lien avec la Semaest et Paris & Co pour la création d'incubateurs ou le soutien aux associations professionnelles en faveur des librairies, des disquaires ou des galeries d'art.

Pour certaines familles de commerces culturels tels que les graveurs ou relieurs dont l'activité se situe en limite d'une activité artisanale (métiers d'art), **l'analyse des évolutions commerciales mériterait d'être étendue aux occupations de locaux en étage d'immeubles ou en fonds de cour (ateliers)**. Un recensement exhaustif de ces activités dans le 13^e arrondissement témoigne ainsi d'une présence plus dense dans le tissu urbain, tout en dévoilant l'existence d'un écosystème créatif à l'échelle des quartiers.

1 — Les autres sujets (délibération 2014 DU 1152) sont « La définition des contours des secteurs des entreprises culturelles et des industries créatives » ; « L'analyse des entreprises des secteurs culturels et industries créatives accueillies dans les incubateurs parisiens » et « la mode ».
2 — cf. glossaire présenté en Annexe.



Évolution des galeries d'art, à Paris, depuis 2000



Source : Apur, BDCom 2014

Répartition des galeries d'art, par arrondissement, en 2014

1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	4 ^e	5 ^e	6 ^e	7 ^e	8 ^e	9 ^e	10 ^e	11 ^e	12 ^e	13 ^e	14 ^e	15 ^e	16 ^e	17 ^e	18 ^e	19 ^e	20 ^e	Total Paris
53	29	220	91	44	244	98	114	66	27	65	31	23	24	44	15	35	63	4	27	1317

1. Les galeries d'art

Le nombre de galeries d'art à Paris progresse nettement depuis 2003 (+21 % soit une progression annuelle d'environ 2 %). Entre 2011 et 2014, la capitale a enregistré 324 créations.

La plupart des galeries d'art parisiennes se concentrent dans les arrondissements centraux, en particulier dans le quartier du Marais (3^e et 4^e arrondissements, de l'Hôtel de Ville à la Place des Vosges) **et sur les quais de la Seine rive gauche** dans les 7^e et 6^e arrondissements: quai Voltaire et quai Malaquais. Leur présence s'étend ensuite entre les rues de Lille et de l'Université, à proximité de l'École Supérieure des Beaux-arts, et se prolonge à l'Est vers le 5^e arrondissement, entre le boulevard Saint-Germain et la Seine.

D'autres concentrations s'observent dans le 8^e arrondissement, à proximité du Palais de l'Élysée et de la Place Beauvau, sur l'avenue Matignon et dans la partie haute de la rue du Faubourg Saint-Honoré. **Dans le Sud du 18^e arrondissement**, les galeries d'art sont présentes entre le Sacré-Cœur et le cimetière de Montmartre.

D'une densité plus faible, certaines rues ou quartiers attirent également l'activité de galerie d'art, produisant, d'un point de vue cartographique, l'effet d'un linéaire commercial ou d'une constellation de points: la rue de Rivoli et le Louvre des Antiquaires dans le 1^{er} arrondissement; l'Île Saint-Louis dans le 4^e arrondissement; le Sud du 9^e arrondissement autour de la rue de Trévise et de la rue du Faubourg Montmartre; l'avenue Daumesnil dans le 12^e arrondissement; la rue Louise Weiss dans le 13^e arrondissement ou le quartier de Montparnasse dans le 14^e.

Les nouvelles galeries s'implantent surtout dans les quartiers de fortes concentrations mais certaines se localisent sur d'autres sites, jusqu'à créer de petits îlots: dans le haut Marais (3^e arrondissement), derrière le Conservatoire des Arts et Métiers autour de la rue du Temple; ou bien au Nord-Est du Parc de Belleville (20^e arrondissement) le long de la rue Ramponeau.

Les territoires les plus pauvres en galeries d'art sont les arrondissements périphériques à dominante résidentielle, notamment les 19^e et 20^e arrondissements à l'Est, et les 15^e et 16^e arrondissements à l'Ouest et au Sud.

Les évolutions du commerce d'art confortent la centralisation parisienne mais tendent également à **valoriser certains sites métropolitains, telle qu'en témoigne l'ouverture récente de galeries de renom en banlieue parisienne**: Thaddaeus Ropac à Pantin, Gagosian au Bourget, Until Then à Saint-Ouen, R4 à l'Île Seguin, ou encore RX à Ivry-sur-Seine. Pour ces galeristes, l'implantation en banlieue relève autant d'une volonté de pouvoir présenter et vendre des œuvres contemporaines de grand format ³, que de disposer d'espaces de stockage, voire de pouvoir accueillir des artistes en résidence.

Si la plupart conservent une vitrine parisienne ⁴, les galeristes qui s'installent en banlieue semblent développer une triple stratégie d'augmentation de leur surface de vente, d'aide à la création artistique (découvreurs de jeunes talents accueillis en résidence), et d'optimisation de leurs coûts logistiques.

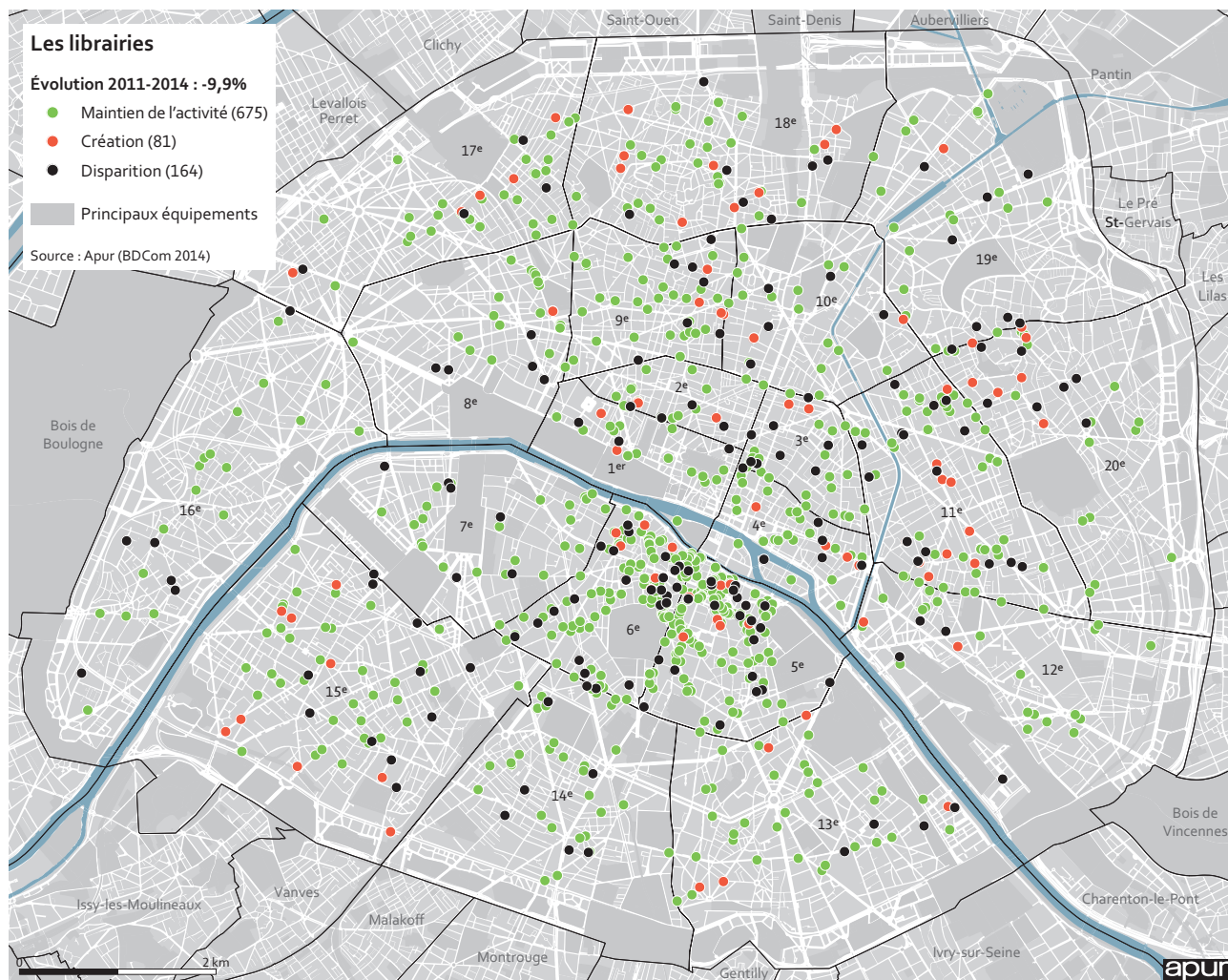
Le projet de Jean Nouvel à l'Île Seguin est à cet égard emblématique: R4, ce sont 25 000 m² de droits à bâtir répartis sur 5 niveaux dont une salle des ventes, des ateliers d'artistes, des lieux d'entreposage, de stockage ou d'emballage des œuvres « Nous voulons réunir au même endroit toute la chaîne artistique, de la création jusqu'à la logistique ⁵ ».

Notons également **la place de Paris dans l'accueil des foires internationales d'art ancien, moderne ou contemporain** (Fiac, Salon des Antiquaires, Paris Photos, Art Paris, Show off, etc.), même si la concurrence internationale sur ces marchés est forte: environ 700 foires recensées annuellement dans le monde, dont la plus importante, Art Basel, se déroule en Suisse, et comprend des déclinaisons à Hong Kong (Art Basel Hong Kong) et à Miami (Art Basel Miami Beach), suivies par la Frieze Art Fair de Londres et la Biennale de Venise.

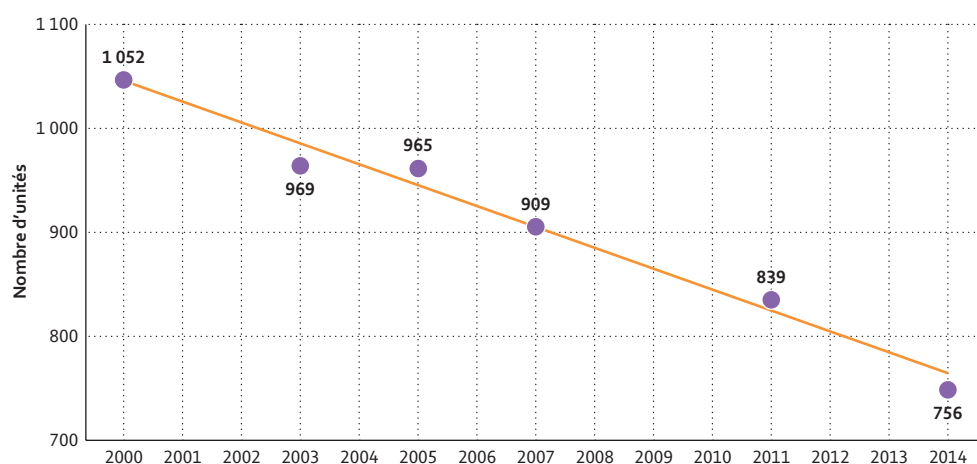
5 — À l'instar d'Anselm Kiefer, Antony Gormley ou Joseph Beuys.

6 — Rue de Ponthieu (8^e) pour Gagosian; rue Debelleyrne (3^e) pour Thaddaeus Ropac.

7 — Propos de Nelly Wenger, coordinatrice du projet R4 — Le Parisien Hauts-de-Seine, 2 novembre 2012.



Évolution des librairies, à Paris, depuis 2000



Source : Apur, BDCom 2014

Répartition des librairies, par arrondissement, en 2014

1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	4 ^e	5 ^e	6 ^e	7 ^e	8 ^e	9 ^e	10 ^e	11 ^e	12 ^e	13 ^e	14 ^e	15 ^e	16 ^e	17 ^e	18 ^e	19 ^e	20 ^e	Total Paris
21	17	23	29	129	110	24	21	39	17	56	25	37	31	47	18	34	34	20	24	756

2. Les librairies ⁶

Une baisse régulière et homogène sur l'ensemble du territoire parisien, mais une résistance des librairies indépendantes

Le nombre de librairies à Paris diminue entre 2003 et 2014 : -22 %, soit une disparition de 213 boutiques sur la période ; l'une des plus fortes baisses observées parmi les commerces culturels parisiens depuis le début des années 2000 après les commerces de vente de disques, cassettes, CD, DVD (-52 %).

Cette diminution progressive du nombre de points de vente de livres à Paris doit toutefois être appréhendée dans **un contexte de baisse généralisée de la consommation de biens culturels en France (-2 % par an en moyenne depuis 2000)**, mais aussi dans le monde, telles qu'en témoignent les fermetures récentes de grandes enseignes emblématiques (le groupe HMV en Angleterre ou le groupe Broders aux États-Unis en 2013).

Pour ne citer que quelques exemples européens, le Royaume-Uni a perdu 20 % de ses points de vente de livres (y compris supermarchés) depuis le milieu des années 2000 ; l'Espagne a quant à elle vu la fermeture de grandes librairies historiques (comme Escarabajal à Carthagène après 125 ans d'existence, ou Catalonia, créée en 1924 à Barcelone) ; et les Pays-Bas font état d'une perte nette de 70 points de vente entre 2007 et 2011 ⁷. Dans un tel environnement, la France résiste plutôt bien, en conservant un maillage dense de points de vente (3 000 librairies indépendantes recensées en 2015 ⁸, le plus dense réseau au monde) et faisant état d'à peine une centaine fermetures de librairies en cinq ans ⁹.

À Paris, l'analyse des créations-disparitions par arrondissement laisse apparaître **une tendance baissière relativement homogène sur l'ensemble du territoire**, aucun secteur ou quartier ne semble davantage concerné par cette tendance.

Les plus fortes concentrations de libraires (756 recensés en 2014 à Paris, dont 548 dites « librairies indépendantes » ¹⁰) s'observent **dans le quartier Latin** (5^e et 6^e arrondissements qui accueillent respectivement 129 et 110 locaux de librairies), principalement autour du boulevard Saint-Germain jusqu'à la faculté de Jussieu, le boulevard Saint-Michel jusqu'à la Place de la Sorbonne et les abords du Jardin du Luxembourg (faculté Panthéon-Assas). **Cette prédominance du quartier latin dans le commerce du livre est historiquement datée aux 16^e et 17^e**, période durant laquelle nombre de libraires et de maisons d'édition se sont regroupées autour de la Sorbonne, puis se sont disséminées aux angles des rues reliant les différentes antennes universitaires.

Sur la Rive droite de la Seine, l'implantation des librairies est davantage dispersée, certains petits îlots se distinguent sous la forme de linéaires (rue du Faubourg Saint-Antoine) ou de petits regroupements dans un micro-quartier (autour de la Place des Vosges dans le 4^e arrondissement ; derrière le Conservatoire des Arts et Métiers dans le 3^e arrondissement ; autour de la Gare Saint-Lazare dans le 9^e ; ou encore, à proximité du Boulevard de Belleville, dans le quartier de Ménilmontant, dans le 11^e arrondissement).

Sur la Rive gauche, en dehors du Quartier Latin précédemment évoqué, la répartition des librairies apparaît relativement équilibrée entre les arrondissements, à l'exception d'un petit îlot de concentration visible au niveau du boulevard de Montparnasse, en limite des 6^e et 14^e arrondissements.

Les zones de carences s'observent plus particulièrement aux franges Est et Ouest du territoire parisien : le 16^e et le 17^e d'une part ; le 19^e, le 20^e et le 12^e arrondissement, d'autre part.

Notons enfin que **le tissu des librairies parisiennes se caractérise par une forte spécialisation** (347 librairies spécialisées ; 485 si l'on y ajoute les ventes de livres anciens et autographes), **soit plus de la moitié (55 %) des commerces de vente de livres recensés en 2015**. Parmi les différentes spécialisations, **les librairies de voyages/religion/civilisation apparaissent les plus nombreuses** (108, soit 31 % des librairies spécialisées recensées en 2015). Viennent ensuite les librairies universitaires (23 %) et les librairies « loisirs et vie quotidienne » (18 %).

Les librairies consacrées à la littérature jeunesse sont au nombre de 23, soit 7 % du total des librairies spécialisées à Paris. Leur particularité réside dans leur présence dans les arrondissements périphériques et densément peuplés de la capitale (18^e, 20^e, 13^e, 14^e, 15^e). Les autres catégories de librairies spécialisées s'inscrivent quant à elles dans le schéma de répartition d'ensemble des librairies parisiennes, caractérisé par une forte concentration dans le quartier latin et une dissémination homogène dans les autres arrondissements.

6 — Entendues ici comme « commerces de vente de livres en pied d'immeuble accessibles au public », incluant donc les Maisons de la Presse et les librairies d'éditeurs mais excluant les grandes surfaces généralistes (FNAC).

7 — Source : Librairies dans le monde — Cécile Moscovitz et Rüdiger Wischenbert, mai 2013.

8 — Source : SLF — Syndicat de la Librairie Française, données 2015.

9 — Source : Conseil National du Livre.

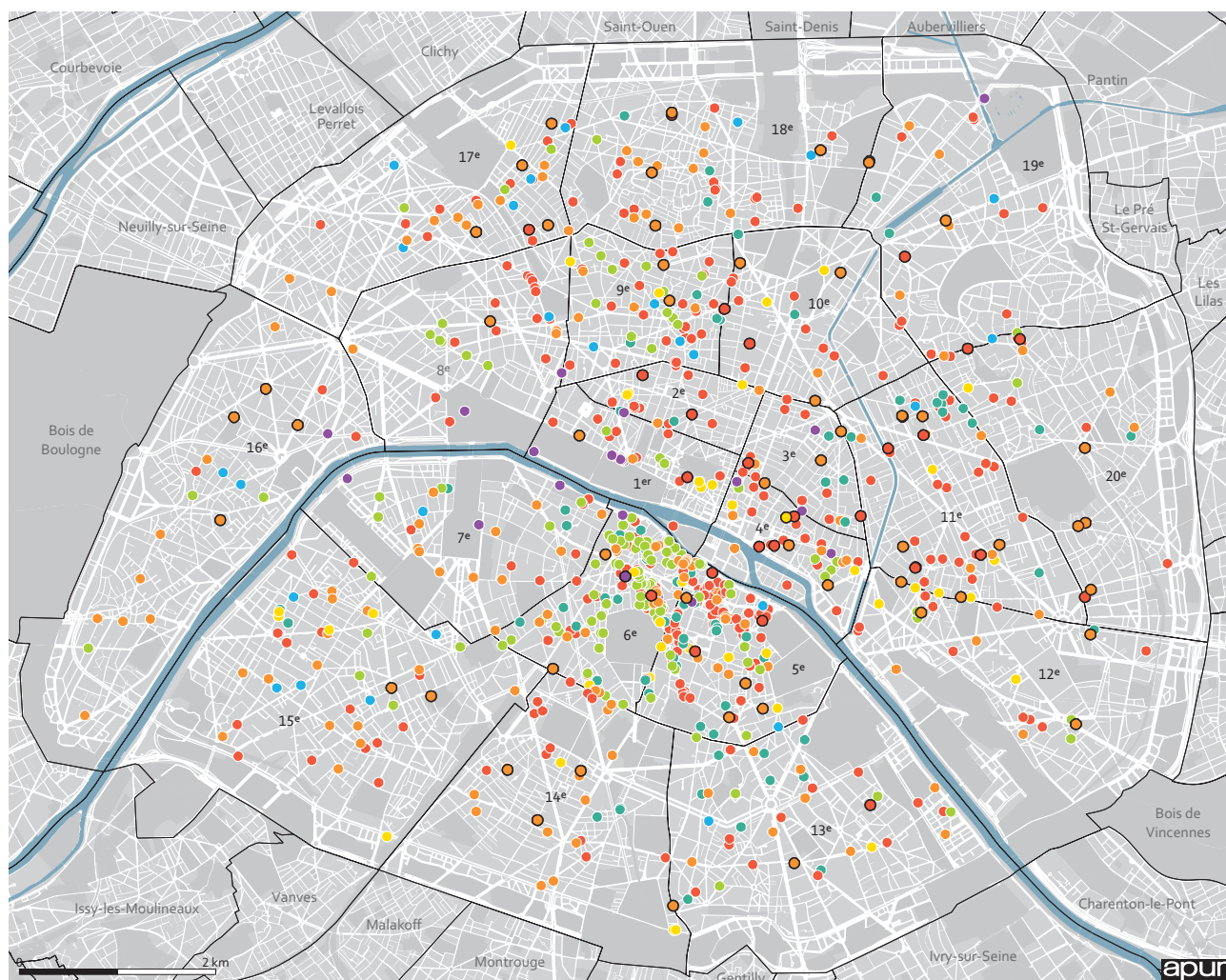
10 — Selon la définition du Motif (Observatoire du Livre et de l'Écrit en Ile-de-France), une librairie est dite « indépendante » lorsque 50 % au moins de son chiffre d'affaires ou de sa surface est imputable/consacrée à la vente de livres.

Des facteurs de fragilité

Malgré la disparition médiatique de certaines enseignes de grande renommée (Presses Universitaires de France à proximité de la Sorbonne, Del Duca sur les Grands Boulevards, Village Voice dans le 6^e, Marissal dans le quartier de Beaubourg, l'Île lettrée dans le 10^e et La Hune, à Saint-Germain-des-Prés) ou les menaces de fermeture qui pèsent sur d'autres (Delamain, 1^{er} arrondissement, face à la Comédie Française et le Conseil d'État), **la capitale parisienne semble plutôt bien résister à la disparition de ses librairies indépendantes** : moins d'une vingtaine de points de vente fermés depuis 2011.

Cette situation apparemment paradoxale, au regard notamment des difficultés financières que traverse actuellement le marché du livre, pourrait s'expliquer particulièrement par **le caractère vocationnel de cette profession**, la « passion du métier ». Mais, surtout, il semblerait que la santé relative des commerçants du livre observée en France, comme dans d'autres pays européens, dépende pour beaucoup **d'une législation protectrice et favorable à l'égard de la filière** ¹¹ : **le Centre National du Livre (CNL)** qui attribue, depuis 1993, des aides économiques aux acteurs de la filière ; **le prix unique du livre papier (Loi Lang 1981)** ; ainsi que, pour certaines librairies labellisées, l'exonération totale ou partielle de la CET (Contribution Économique Territoriale) mise en place dès 2009 par la Ville de Paris, puis en 2013, l'inter-

11 — Depuis 2010, suite à la réforme de ses statuts et les transferts de compétences qui l'accompagnent, le CNL apporte son soutien aux organismes interprofessionnels tels que le Bureau international de l'édition française (BIEF – 2,6 millions d'euros en 2010), l'Association de développement de la librairie de création (ADELC – 240 000 € en 2010) et l'Association internationale des librairies francophones (AILF – 35 000 € en 2010). Le montant des subventions allouées peut varier d'une année à l'autre. Source : CNL



Catégories de librairies à Paris, en 2015

- Spécialisées (355) ● Généralistes (203) ● De livres anciens et d'autographes (138) ● D'éditeur (90) ● D'occasion (42)
- De presse (27) ● De musée (24)
- Bénéficiaires du label LIR* ● Non bénéficiaires du label LIR* ■ Principaux équipements

* — Le label LIR «Librairie Indépendante de Référence» est délivré par le Ministère de la Culture d'après le décret n° 2011-993 du 23 août 2011.

Conditions d'obtention :

- réaliser au moins 50% de son chiffre d'affaire dans la vente de livres neufs au détail ;
- être accessible au public ;
- proposer un fond diversifié de 6000 titres pour les librairies généralistes, de 6000 titres pour les librairies de BD/jeunesse et de 3000 titres pour les autres librairies ;
- proposer des animations culturelles périodiques et attractives.

Source : Apur (enquête 2015)

diction faite aux opérateurs de commerce en ligne de cumuler de la gratuité des frais de port du livre avec une remise autorisée de 5 %.

Pour autant, les signes de fragilités sont nombreux. Le métier de libraire compte parmi les professions commerciales enregistrant les plus faibles taux de rentabilité (à peine 0,6 % en moyenne du chiffre d'affaires en 2011). Il s'agit également d'une activité générant de faibles marges (35-37 % en moyenne), et comprenant de fortes charges salariales. À cela, s'ajoutent des niveaux de loyers parisiens qui fragilisent la pérennisation de l'activité à chaque renouvellement de bail ¹².

De plus, nombreuses sont les librairies indépendantes qui se regroupent aujourd'hui en réseaux, une manière pour elles de mutualiser leurs stocks, de se donner davantage de visibilité et de moyens pour communiquer autour de leurs activités. À Paris, les trois réseaux les plus importants sont **Paris Librairies 13**, **Librest 14** et **Canal BD 15**. Chaque groupement propose, à travers un site internet dédié, la possibilité de rechercher, réserver et se faire livrer des ouvrages, de participer à des conférences, débats, dédicaces ou autres animations organisés par l'une ou l'autre des librairies membres du réseau.

Parmi les outils de mutualisation également utilisés par les libraires, les plateformes de vente en ligne sont en pleine expansion : parislibrairies.fr et placedeslibraires.fr proposent ainsi 1 500 000 volumes à l'achat en ligne ; librest.com et lalibrairie.com offrent quant à eux plus de 800 000 titres dont 350 000 disponibles sous 24/48h ¹⁶ à partir de leur entrepôt situé à Ivry-sur-Seine.

L'appartenance à une « famille » et l'adaptation aux nouvelles pratiques d'achat et de lecture semblent aujourd'hui gages de réussite pour les librairies parisiennes. En témoignent notamment les chiffres d'affaires en hausse des 7 librairies appartenant au réseau Librest, ou des 5 librairies parisiennes appartenant au groupe Madrigall ¹⁷ par exemple ¹⁸.

Enfin, au-delà de leurs fonctions proprement commerciales dans la vente de livres, les librairies continuent d'occuper une place de choix dans l'offre culturelle parisienne. Animateurs, prescripteurs et médiateurs, ils proposent conseils et services à leurs lecteurs, parlent de leurs « coups de cœur » littéraires, annotent les nouveautés, organisent des dédicaces et des conférences, participent à des festivals (Paris en toutes lettres, Le Pari des libraires...), des foires ou des salons. Certains vont jusqu'à proposer une restauration légère ou un salon de thé, aménagent des espaces/ateliers pour les enfants ¹⁹, créent des clubs de lecteurs, ouvrent une galerie d'art... autant d'activités périphériques et diversifiées qui leur permettent de se distinguer — et de survivre (?) — dans le tissu actuel des commerces culturels parisiens.

12 — Contrairement aux loyers d'habitation, encadrés la Loi Pinel depuis 2015, la fixation des loyers des baux commerciaux n'est soumise à aucune réglementation ; ceux-ci sont fixés librement entre les parties. En principe, les loyers des baux commerciaux sont conformes à la valeur locative du bien sur le marché. Au terme du contrat de bail (9 ans minimum), le propriétaire peut, s'il le souhaite, réviser le loyer en respectant les règles de plafonnement applicables à son bien. Le locataire est alors libre d'accepter ou de refuser cette révision. En cas de désaccord sur l'application des règles du plafonnement du loyer du bail, et après échec d'une solution amiable, il est possible de saisir la commission départementale de conciliation des baux commerciaux, généralement située auprès de la préfecture. Si l'affaire n'est pas résolue devant la commission, elle peut alors être portée devant le président du tribunal de grande instance (TGI), qui statue en qualité de juge des loyers.

13 — Paris Librairies regroupe en 2015 110 librairies à Paris et en proche banlieue.

14 — Librest regroupe 9 librairies de l'Est parisien : l'Atelier, le Comptoir des Mots et le Genre Urbain dans le 20^e arrondissement, L'art de la Joie dans le 15^e, Atout Livre dans le 12^e, la Manceuvre dans le 11^e, Le comptoir des Lettres dans le 5^e, et les librairies Millepages et Millepages BD et Jeunesse à Vincennes.

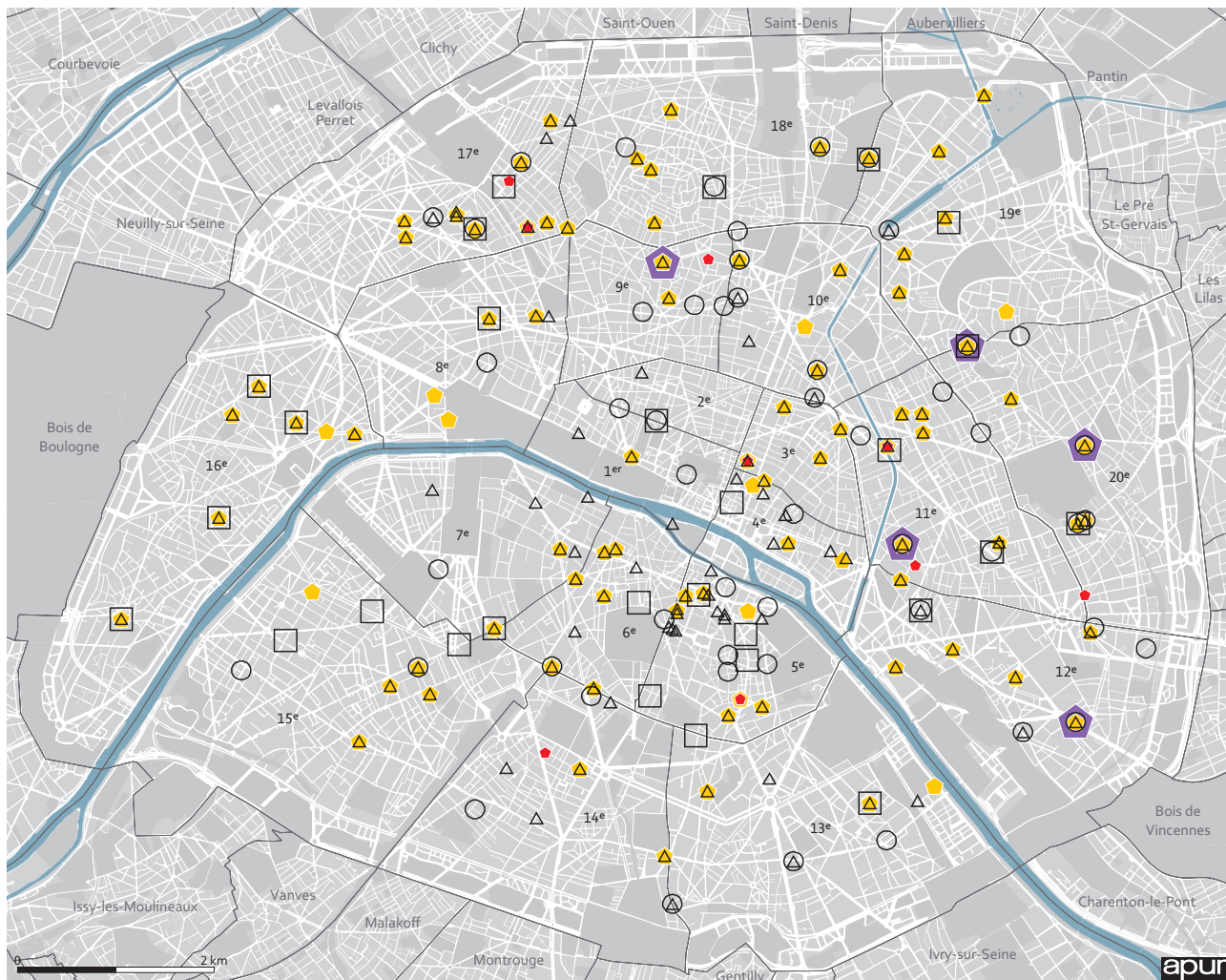
15 — Canal BD est un réseau de librairies spécialisé dans la bande dessinée en Belgique, en France, en Italie, au Québec et en Suisse. En 2015, ce réseau comprend 91 adhérents dont 9 situés à Paris.

16 — Source : le Motif. Chiffres clés du livre en Ile-de-France (données 2008-2014).

17 — Madrigall est une holding du groupe Gallimard créée en 2012. Elle constitue aujourd'hui le 3^e groupe éditorial français. À Paris, elle comprend les librairies Le Divan (15^e), Delamain (1^{er}), Gallimard (7^e), Librairies de Paris (17^e) et Flammarion (4^e). La librairie La Hune (6^e) ayant été cédée à Yellow Corner fin 2015.

18 — Source : LivresHebdo n°1034 « Classement des 400 premières librairies en 2014 ».

19 — Ainsi, lorsque Gibert Joseph s'installe fin 2013 sur le boulevard Barbès (18^e arrondissement) à la place du magasin Virgin placé en liquidation judiciaire, c'est toute la vie culturelle du quartier qui se trouve dynamisée, en prévision notamment de l'arrivée des futurs étudiants de Campus Condorcet à la Porte de la Chapelle d'ici 2018.



Librairies en réseau et/ou présentes sur une plate-forme de vente en ligne, en 2015

Appartenance à un réseau

- Canal BD (9)
- ▲ Paris Librairies (91)
- ◆ Librest (5)

Présence sur une plate-forme de vente en ligne

- △ placedeslibrairies.fr (121)
- lalibrairie.com (51)
- leslibrairies.fr (28)

■ Principaux équipements

Source : Apur (enquête 2015)



Les actions de la Semaest en faveur du commerce culturel à Paris

Interview de Didier Dely, directeur général

Quelle est l'origine de l'intervention de la Semaest en faveur du commerce culturel à Paris ?

Après une première opération confiée en 2004 à la Semaest pour maintenir et développer les commerces de proximité dans plusieurs quartiers parisiens (opération Vital'Quartier 1), la Ville de Paris nous a missionné en 2008 pour élargir l'action à de nouveaux périmètres et préserver les commerces culturels, notamment les librairies, situées dans les 5^e et 6^e arrondissements (Vital'quartier 2). Depuis 2016, des actions favorisant le maintien de librairies situées en dehors de ces deux arrondissements sont ponctuellement possibles, à l'exemple du soutien apporté à la librairie le Genre Urbain, spécialisée dans l'urbanisme et l'architecture, installée dans le 20^e arrondissement.

Quels sont les dispositifs mis en place en faveur des librairies ?

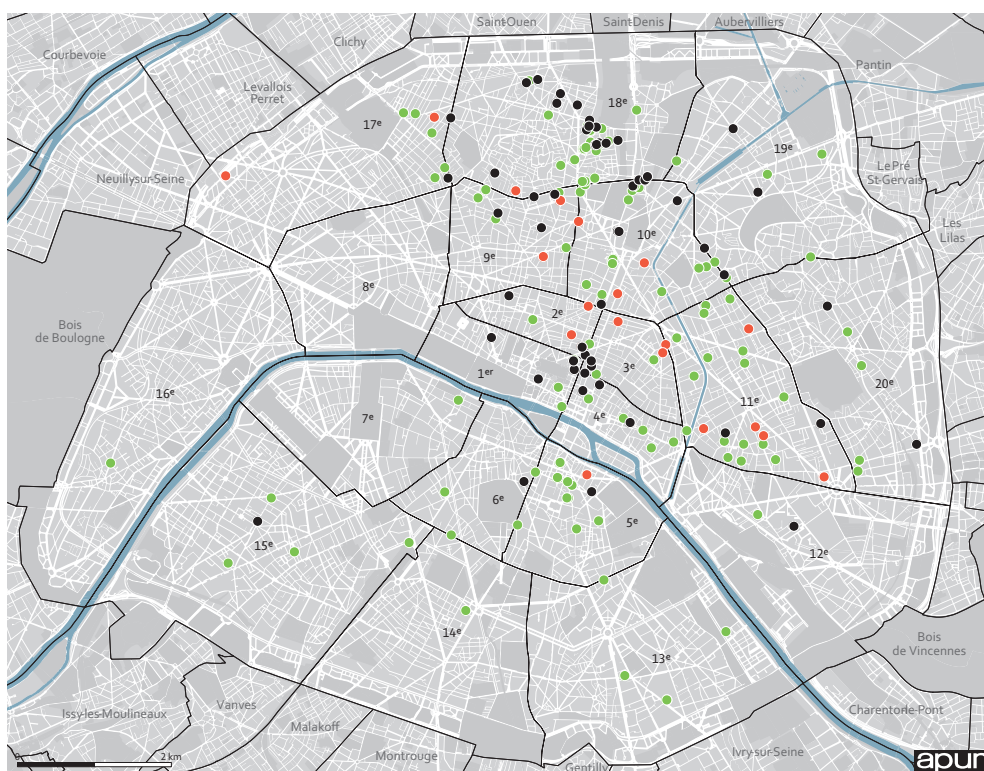
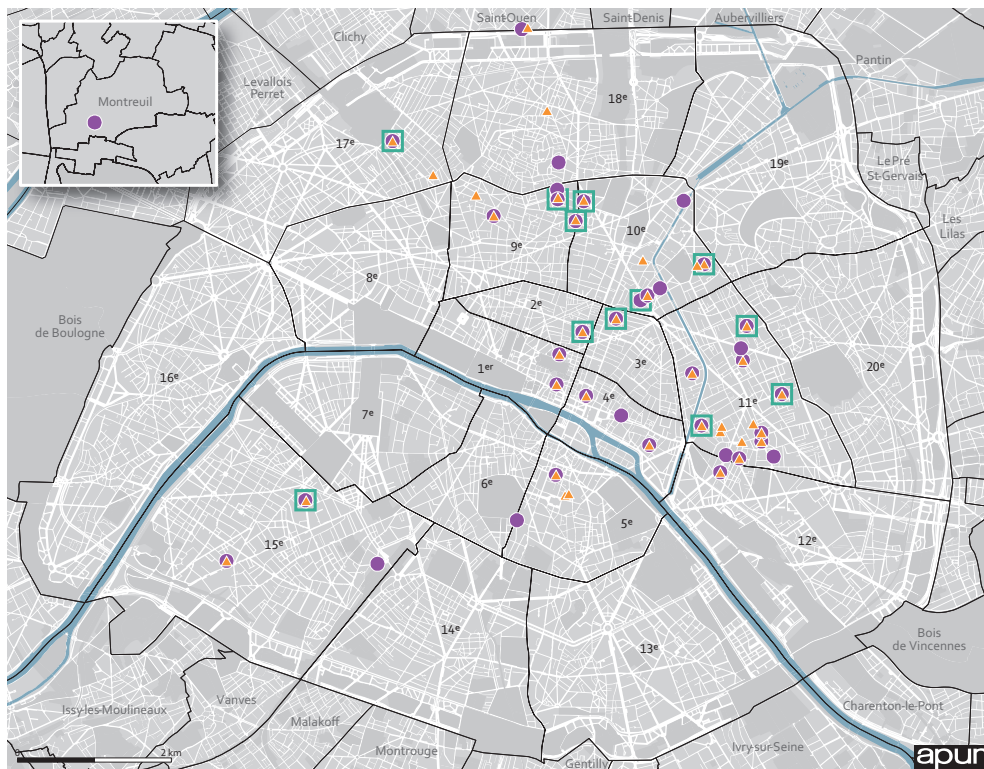
Nous considérons que les commerces culturels en général et les librairies parisiennes en particulier constituent des accélérateurs de lien social et des marqueurs de qualité de vie urbaine. La Semaest intervient pour le maintien de cette activité par des actions de préemption et de rénovation de locaux commerciaux. Ces locaux sont ensuite rénovés et reloués (sans droits d'entrée) aux libraires à des prix plus raisonnables que ceux du marché, ce qui rend l'activité soutenable.

Quel bilan pouvez-vous dresser de vos actions en 2015 ?

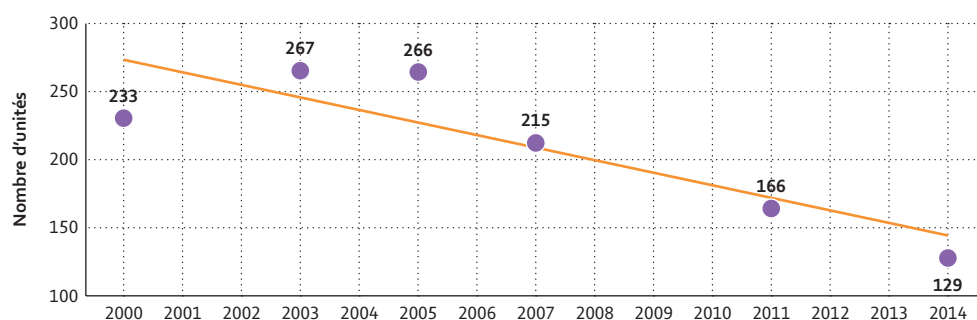
Avant l'opération Vital'Quartier 2, il y avait une chute brutale des librairies dans le Quartier Latin, près de -10 % entre 2005 et 2007. Après le démarrage de l'opération la tendance s'est infléchie avec des mouvements de moindre ampleur. Les activités mixtes, telles que les librairies adossées à des maisons d'édition, sur lesquelles nous sommes beaucoup intervenus depuis 2007, ont vu pour leur part leurs effectifs s'accroître : +21.7 % entre 2007 et 2015.

Quels sont vos projets d'interventions futures en faveur des librairies parisiennes ?

Nous allons poursuivre nos interventions en ciblant particulièrement les librairies dont le modèle économique répond aux enjeux de développement actuel : solidité financière favorisée par l'adossement à une maison d'édition, spécialisation thématique préservant une clientèle captive et ciblée, programmation d'animations et de rencontres, diversification des activités (espaces mixtes alliant vente de livres/photos/peintures/petite restauration/vente de légumes bio... etc.) Par ailleurs, nos interventions, élargies au périmètre parisien, s'articuleront avec les dispositifs de la Ville de Paris en faveur de la nouvelle économie : pop-ups stores, fab-labs (à l'exemple de la startup Librinova, dans le domaine de l'édition numérique, installée dans un local de la Semaest depuis 2015). Enfin, la réouverture en mars 2016 de la nouvelle librairie des Puf, dans le 6^e arrondissement, constitue un exemple emblématique de nos actions en faveur de la librairie de demain : tous les titres proposés y sont imprimables en quelques minutes, grâce à l'utilisation d'un robot imprimeur, l'Espresso Book Machine[®], permettant à ses détenteurs d'optimiser à moindre coût la gestion de leurs stocks.



Évolution des commerces de vente de disques, cassettes, CD et DVD, à Paris, depuis 2000



Source : Apur, BDCom 2014

3. La vente de disques, cassettes, CD et DVD

Depuis 2003, le commerce de disques, cassettes, CD et DVD diminue sensiblement à Paris (-52 %, soit une baisse annuelle d'environ 5 %).

La répartition géographique des disquaires fait apparaître une large présence sur la Rive droite de la Seine, au centre, au Nord et à l'Est de la capitale. Des îlots de concentration sont particulièrement visibles au sein du 18^e arrondissement, à proximité du boulevard Barbès et de la rue Doudeauville. Dans les 10^e et 11^e arrondissements, la répartition est plus diffuse, même si une certaine continuité linéaire de ces activités est perceptible le long de la rue du Faubourg Saint-Antoine (4^e et 11^e arrondissements). **Sur la Rive gauche, les activités de ventes de disques et DVD se concentrent au Nord du 5^e arrondissement**, en particulier dans la rue des Écoles.

Les zones les plus concernées par les disparitions de disquaires se situent au Nord du 18^e arrondissement (quartiers de la Porte Montmartre et de la rue Ordener) **ainsi que dans le quartier des Halles (1^{er})** où plus d'une dizaine de commerces exerçant cette activité ont fermé leurs portes en trois ans. Les créations de nouvelles boutiques sont quant à elles disséminées au sein des arrondissements centraux et septentrionaux de la capitale.

Les commerces de vente de disques, cassettes, CD et DVD, qu'ils soient indépendants ou qu'ils appartiennent à de grandes enseignes (FNAC), subissent très fortement la concurrence d'Internet et du téléchargement en ligne. Depuis une dizaine d'années, les acheteurs en magasins se font rares et ceci est particulièrement vrai pour les jeunes (18-24 ans) dont 62 % regardent des films en « streaming »²⁰. La vente de CD en magasins diminue quant à elle chaque année d'environ 4 %, tandis que le téléchargement de musiques en ligne absorbe 30 % du marché en France²¹.

De plus, l'arrivée de nouvelles technologies comme le Blu-Ray ou les écrans HD contribue à la diminution des ventes de DVD²². Témoins et victimes de ces évolutions, les vidéos clubs ont décliné de 95,8 % entre 2002 et 2014 ; ils ne sont aujourd'hui pas plus d'une dizaine à Paris qui souffrent conjointement de la concurrence des sites d'hébergement de films en ligne (légaux ou illégaux)²³. À cela, s'ajoute, comme pour l'ensemble des commerces culturels à Paris, un niveau élevé des loyers qui fragilise la viabilité économique de ces activités, notamment sur les grandes artères stratégiques et fréquentées de la capitale : avenue des Champs-Élysées (8^e)²⁴, rue de Rivoli (1^{er}), quartier des grands magasins (9^e) et quartier latin (5^e).

Face à cette situation, les disquaires indépendants parisiens ont la possibilité d'adhérer au **Club Action des Labels Indépendants Français (Calif)**²⁵, association créée en 2002 avec le soutien du Ministère de la Culture et de la Communication. Depuis 2011, le Calif s'est rapproché des organisations professionnelles de la vidéo (REDD, Unevi, SEVN et SVCF), afin de mettre en place des **mécanismes de soutien aux commerces culturels de proximité, en particulier les disquaires et les commerces de vente de DVD indépendants**. Les actions du Calif, dont l'organisation annuelle du Disquaire Day²⁶, reçoivent notamment le soutien de la Ville de Paris. Par ailleurs, **la Région Ile-de-France propose une aide financière d'un montant maximum de 10 000 €** pour soutenir les disquaires indépendants à constituer un fonds discographique ; la condition étant, pour le commerçant, d'acheter des disques à des distributeurs français et de transmettre les factures à la Région qui en rembourse une partie. À ce dispositif, s'ajoute le **Service de remplacement** piloté par la Maison de l'Emploi de Paris qui consiste à proposer un remplacement temporaire du commerçant lorsque celui-ci doit s'absenter pour des raisons professionnelles (actions de promotion, formation) ou personnelles (congés)²⁷.

Au niveau national, devant le constat d'une filière durement frappée et marquée à la fois par la disparition de grandes enseignes comme Virgin Mégastore, l'annonce du licenciement de disquaires à la FNAC et les fermetures de boutiques du groupe Harmonia Mundi en 2013, le ministère de la culture et de la communication a mis en œuvre un dispositif de soutien à ces commerces via le Calif, qu'il s'agisse de la reprise des boutiques Harmonia Mundi ou de la création/reprise de magasins de disques indépendants par tout entrepreneur intéressé. De plus, lors du dernier Mar-

20 — Source : Credoc 2012.
21 — Rappelons que le prix du disque n'est pas réglementé en France, contrairement à celui du livre (Loi Lang 1981).
22 — Source : interview de Philippe MOATI, fondateur de l'Observatoire Société et Consommation (Obsoco), L'Expansion.com, 4 janvier 2013.
23 — cf. CCI Ile-de-France. Données 2015.
24 — Le mètre carré de commerce sur l'Avenue des Champs-Élysées se loue, en 2014, à près de 8 000 € mensuels, l'artère la plus chère d'Europe devant New Bond Street à Londres.
25 — 52 adhérents en Ile-de-France, dont 47 à Paris en 2015.
26 — Inspiré du Record Store Day créé aux États-Unis et en Angleterre en 2007, le Disquaire Day est une journée spéciale consacrée à la promotion du disque et des disquaires indépendants. Le Calif, porteur de cette journée en France, associe tous les acteurs de la filière : les artistes, les distributeurs, les labels et bien sûr, les disquaires. Lors de cette journée, les disquaires proposent des animations spéciales comme des dédicaces ou des mini-concerts, certains artistes peuvent également proposer des titres inédits.
27 — Service mis en place en 2015 et s'adressant aux libraires et disquaires parisiens lorsqu'ils souhaitent se faire remplacer ponctuellement pour développer des actions de promotion, de développement, de formation professionnelle ou prendre des congés personnels. L'accès à ce service est conditionné par l'adhésion préalable du commerçant au groupement d'employeurs Paris Mix Group'Emploi qui en assure la gestion administrative. La ville de Paris est partenaire de ce dispositif aux côtés de l'État, la région Ile-de-France, la CCIP, la chambre des métiers et de l'artisanat, la cité des métiers et Pôle Emploi.

Répartition des commerces de vente de disques, cassettes, CD et DVD, par arrondissement, en 2014

1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	4 ^e	5 ^e	6 ^e	7 ^e	8 ^e	9 ^e	10 ^e	11 ^e	12 ^e	13 ^e	14 ^e	15 ^e	16 ^e	17 ^e	18 ^e	19 ^e	20 ^e	Total Paris
3	5	5	5	11	2	1	0	7	19	21	1	5	2	4	1	7	22	3	5	129

ché International De l'Édition Musicale (MIDEM) en janvier 2014, la ministre de la culture et de la communication a annoncé la réforme du Centre National de la Chanson, des variétés et du jazz (CNV) afin d'élargir ses missions à la musique enregistrée pour doter la musique d'un outil au service de toute la filière.

Ainsi, à l'instar de nombreux commerces culturels, les conditions de maintien et de survie de l'activité de vente de disques, CD ou DVD semblent également dépendre de la capacité des vendeurs à se regrouper en réseaux/associations professionnelles d'une part ²⁸, et à être en mesure de proposer à leurs clients autre chose que la simple vente d'un produit, fût-il culturel, d'autre part.

28 — Outre le Calif, citons l'Association Disquaires de Paris, regroupant 36 disquaires indépendants à Paris plus un en Seine-Saint-Denis.

Les grands multi spécialistes culturels à Paris (GMS) ²⁹

État des lieux et évolution 2011-2014

Le nombre de GMC recensés à Paris en 2014 est de 122, soit une évolution négative de -7 % depuis 2011 (9 unités).

Les GMC se répartissent de manière relativement homogène sur l'ensemble des arrondissements parisiens, à l'exception des grands magasins que l'on retrouve davantage, pour les plus grands d'entre eux, dans les quartiers centraux de la rive droite : Galeries Lafayette et Printemps boulevard Haussmann (9^e), BHV Marais (1^{er}) et Printemps du Carrousel du Louvre (1^{er}), en remplacement de Virgin Mégastore, fermé en janvier 2012.

La rive droite de la Seine apparaît plus touchée par la fermeture de GMC depuis 2011 : -12 magasins sur les 13 disparus en 3 ans (2011-2014). Cette situation s'explique notamment par la fermeture de l'ensemble des points de vente appartenant à **la chaîne britannique Virgin Mégastore, placée en liquidation judiciaire en juin 2013** après plusieurs tentatives de reconversion ³⁰. Cette décision entraîna la fermeture de **26 magasins en France dont 8 à Paris 31** : Champs-Élysées, Saint-Lazare, Grands boulevards, Barbès, Gare de Lyon, Gare de l'Est, Gare Montparnasse, et Carrousel. **Pour la majorité d'entre eux, les ex-magasins Virgin ont été remplacés progressivement par d'autres GMC, en particulier par la FNAC**, qui s'est portée acquéreur de trois des magasins de la chaîne fermés en 2011-2012 (Gare de l'Est, Gare de Lyon, et Gare Montparnasse). Les autres magasins ex Virgin ont été remplacés eux aussi par des commerces affiliés à de grandes chaînes multiculturelles ou du secteur de la mode/loisirs : Gibert Joseph à Barbès, Toy's Rus à Saint-Lazare, La Halle sur les Grands boulevards, Le Printemps au Carrousel du Louvre, et les Galeries Lafayette sur les Champs-Élysées (ouverture prévue en 2016). Notons par ailleurs que **les Grands magasins parisiens se positionnent de plus en plus sur une offre de biens ou de services culturels** en marge de leur cœur de marché dans la mode, le luxe, le design ou l'aménagement de la maison. En témoignent, d'une part, les **surfaces importantes de rayonnages consacrées à la vente de livres, disques, CD ou DVD 32** ; et d'autre part, **l'organisation régulière de rencontres-dédicaces, mini-concerts, cafés littéraires ou participations à des festivals thématiques parisiens ou nationaux**.

Devant les mutations du secteur du commerce culturel observées depuis la fin des années 1990 (concurrence des achats en ligne + baisse générale de la consommation de biens et services culturels dans le monde ³³), les grandes enseignes de distribution de disques et de DVD ont aujourd'hui tendance à se positionner sur des marchés moins concurrentiels, hors de Paris (chaîne Leclerc), tout en confortant leur présence sur la toile : **la FNAC réalise par exemple 13 % de son chiffre d'affaires sur Internet. La présence parisienne de cette enseigne (11 magasins recensés en 2016) relève aujourd'hui d'un nouveau modèle plus moderne** : surface de vente plus modeste (200-300 mètres carrés en moyenne), offre « multicanal » complétée d'autres produits (décoration, design, produits techniques), animations diverses (rencontres, conférences, dédicaces) et services et relations clients privilégiés (espaces Kids, bar numérique, corner SFR, bornes de vente en ligne et surtout, possibilité de retirer les commandes passées en ligne ³⁴).

29 — Les commerces désignés dans la note « grands multi spécialistes culturels » (GMC) comprennent, à Paris, les grandes enseignes multiculturelles (FNAC), les grands magasins (Galeries Lafayette, Printemps, BHV, le Bon Marché...) et les commerces de grande distribution d'une surface supérieure à 1 000 m² comprenant un rayon consacré à la vente de livres, disques, CD ou DVD.

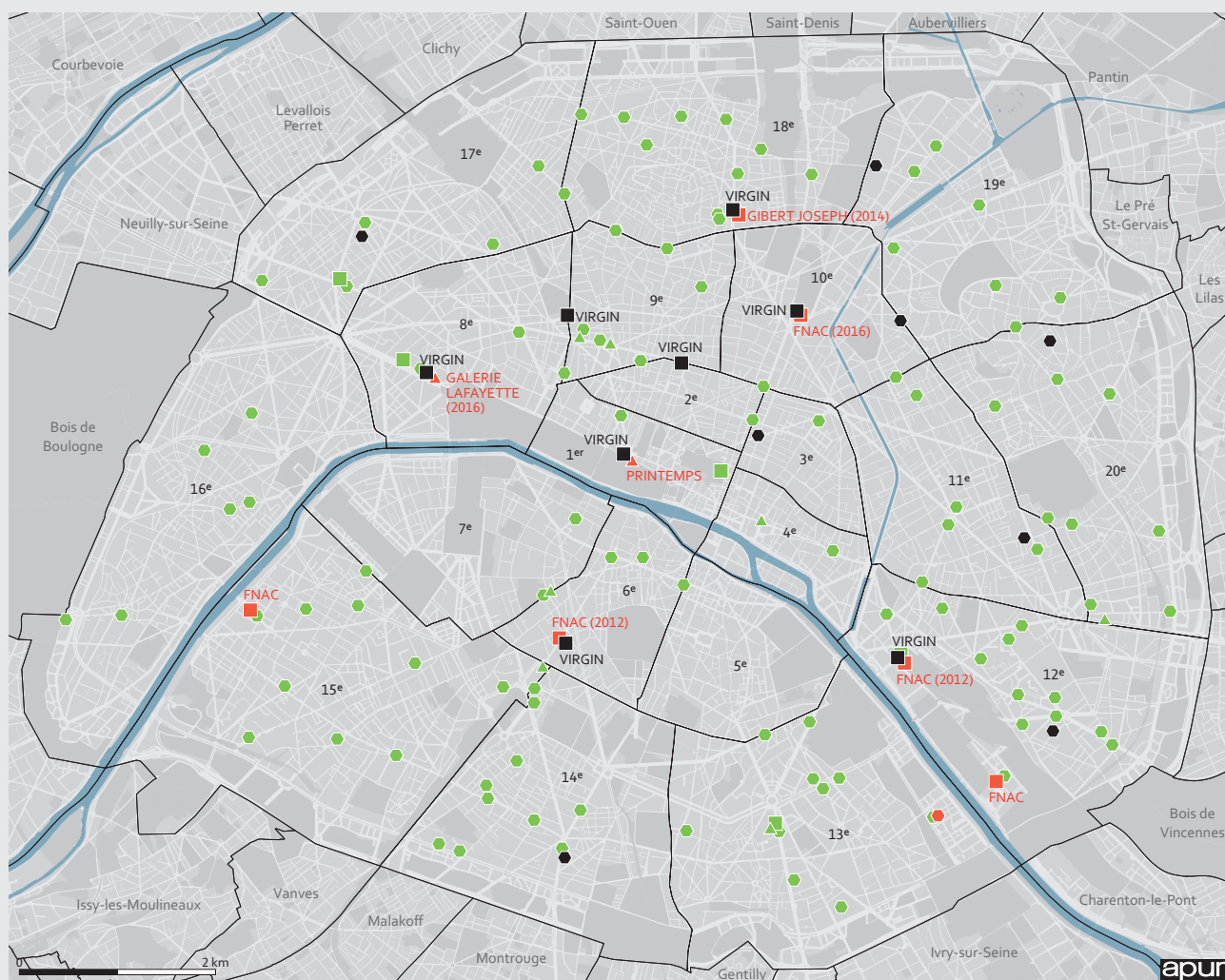
30 — cf. « Virgin : retour sur une reconversion ratée (1988-2013) » Vincent Chabault — HAL Archives-ouvertes.fr.

31 — Le premier Virgin Mégastore ouvert en France est inauguré en 1988 sur l'avenue des Champs-Élysées.

32 — À l'instar de l'Esprit Libre, la librairie-papeterie du Printemps Haussmann, ouverte en 1998, et offrant sur 2 500 m² près de 40 000 titres d'ouvrages d'art, de beaux livres, loisirs créatifs, romans ou livres de poche. Ou encore de la librairie située au 6^e étage des Galeries Lafayette Haussmann, la librairie du Bon Marché ou encore la librairie du BHV Marais, ouverte en 2013 et proposant, sur près de 500 m², quelque 35 000 titres assortis d'un espace dédié aux rencontres-dédicaces.

33 — cf. infra.

34 — À l'exemple de la FNAC Bercy Village (12^e arrondissement) ouverte en 2012 Cour Saint-Émilien.



Grands multi-spécialistes culturels, grands magasins et grande distribution (> 1 000m²)

Évolution 2011-2014 : -9% (-7%)

□ Grands multi spécialistes culturels

○ Grande distribution

△ Grands magasins

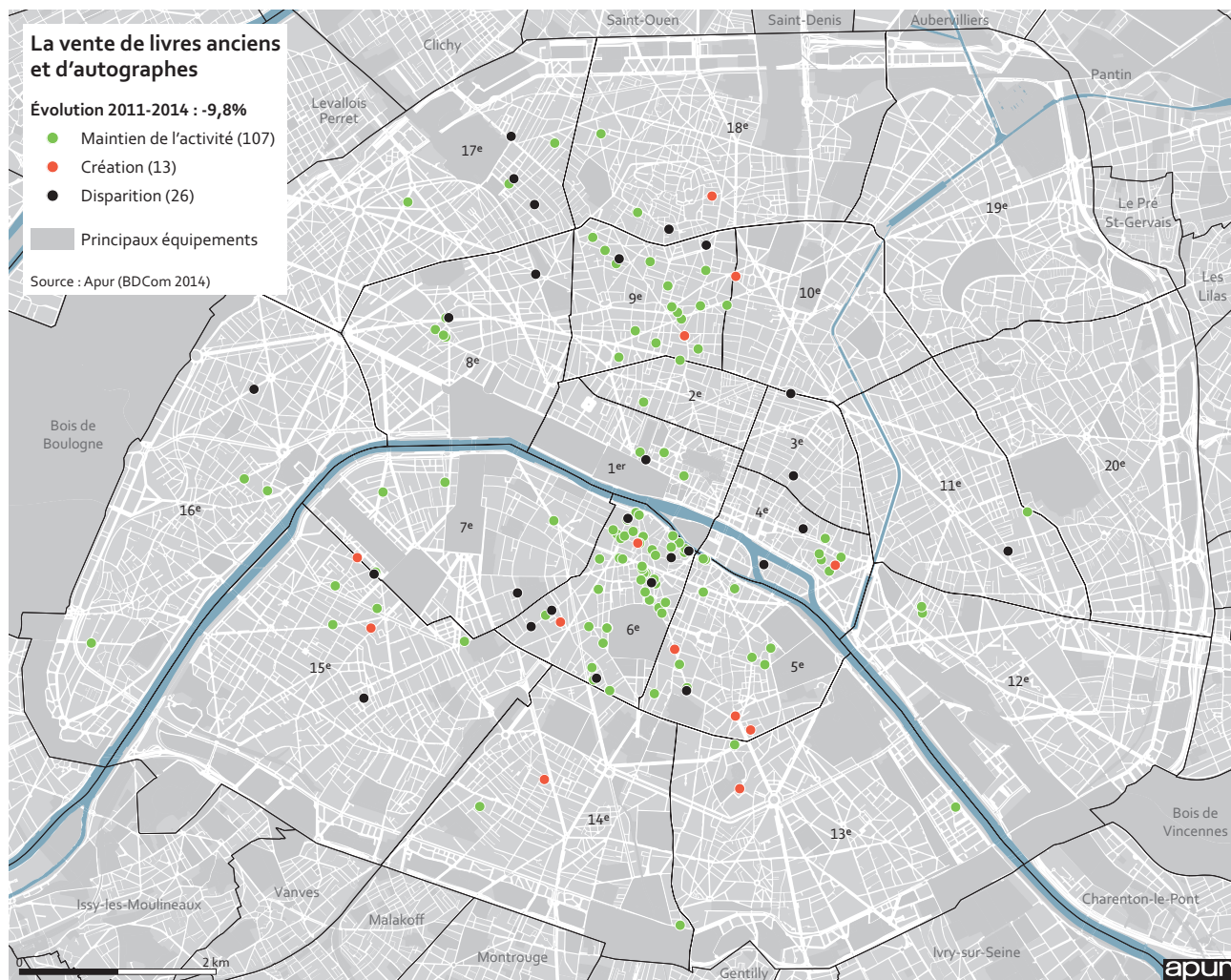
■ Maintien de l'activité

■ Création

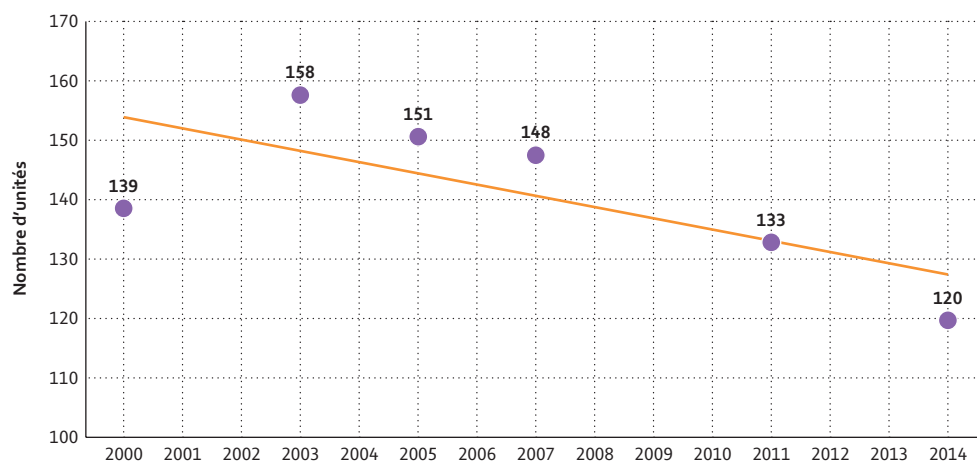
■ Disparition

■ Principaux équipements

Source : Apur (BDCom 2014 et enquête 2016)



Évolution des commerces de vente de livres anciens et d'autographes, à Paris, depuis 2000



Source : Apur, BDCom 2014

Répartition des commerces de vente de livres anciens et d'autographes, par arrondissement, en 2014

1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	4 ^e	5 ^e	6 ^e	7 ^e	8 ^e	9 ^e	10 ^e	11 ^e	12 ^e	13 ^e	14 ^e	15 ^e	16 ^e	17 ^e	18 ^e	19 ^e	20 ^e	Total Paris
3	2	0	6	14	45	4	4	17	1	1	2	3	3	6	3	3	3	0	0	120

4. La vente de livres anciens et d'autographes

La vente de livres anciens et d'autographes (lettres ou manuscrits originaux) diminue de 24 % à Paris entre 2003 et 2014. Le secteur enregistre deux fois plus de disparitions que de créations depuis 2011 (26 contre 13) et 107 commerces de cette catégorie maintiennent leur activité durant cette période. **Les plus fortes concentrations s'observent sur les quais de la Rive gauche de la Seine et dans le quartier Latin (6^e arrondissement).** D'autres petits îlots de concentration sont visibles dans le Marais (Village Saint-Paul, 4^e arrondissement) ; dans le 9^e arrondissement, autour de la rue du Faubourg Montmartre ainsi que dans le 8^e arrondissement, en limite Ouest de la rue du Faubourg Saint-Honoré. Le reste de ces commerces apparaît plus dispersé au sein des autres arrondissements.

L'Est de la capitale semble la moins pourvue en matière de commerces de livres anciens et autographes, certains arrondissements comme le 19^e ou le 20^e n'en accueillant précisément aucun.

D'une manière générale, cette activité se concentre dans les arrondissements centraux de part et d'autre de la Seine, à l'exception d'une présence clairsemée dans le 9^e ou dans le Nord-Ouest du 15^e arrondissement (au sein ou à proximité du Village Suisse ³⁵).

Notons également la présence depuis 1987 du **marché hebdomadaire du livre ancien et d'occasion, situé sur le côté rue Briançon du Parc Georges Brassens (15^e arrondissement).** Ce marché rassemble chaque samedi et dimanche de 9h à 18h une cinquantaine de libraires membres du GIPP (Groupement Information Promotion Presse Édition ³⁶) qui exposent à tout de rôle leurs collections.

Enfin, le commerce du livre ancien à Paris s'effectue également, de manière caractéristique dans le paysage parisien, à travers **les 240 bouquinistes exposant plusieurs jours par semaine sur les quais de Seine** (rive droite, du pont Marie au quai François Mitterrand et sur la rive gauche, du quai de la Tournelle au quai Voltaire) ³⁷. **La Ville de Paris,** dans le cadre de sa politique d'aide aux bouquinistes et du projet de dynamisation des quais de Seine, **procède également à une réattribution systématique des emplacements vacants et mène depuis 2012 une réflexion pour une architecture harmonisée, ergonomique et esthétique de leurs « boîtes »** ³⁸.

Ce sont ainsi plus de 300 000 ouvrages anciens ou contemporains, cartes postales, gravures ou timbres de collection qui sont proposés au public parisien et aux touristes, et qui participent de l'identité et de l'attractivité parisienne. Les bouquinistes parisiens sont inscrits au Patrimoine mondial de l'Unesco depuis 1991.

35 — Site accueillant également de nombreuses galeries d'art et commerces d'antiquité.

36 — Le GIPP est une association Loi 1901. Il rassemble environ 200 adhérents.

37 — Dès le xvi^e siècle, les colporteurs bouquinistes (libraires forains) parcourent les bords de la Seine, pour finalement y fixer leurs « boîtes » quelques siècles plus tard. Avec la création du Pont Neuf et l'affluence de bouquinistes de plus en plus nombreux, naissent les premières lectures publiques, accompagnées de divertissements musicaux et spectacles de plein air. Lors de l'exposition universelle de 1900, on dénombre déjà 200 bouquinistes sur les quais de la Seine. In Paris.fr 2014.

38 — Appel à projet lancé en 2012 en partenariat avec Paris Région Lab et le Matériau de Paris Seine Amont. 4 prototypes ont été installés quai de l'Hôtel de Ville.

5. La fabrication et la vente d'instruments de musique

La fabrication et la vente d'instruments de musique à Paris présentent une baisse de 6 % depuis 2003, s'accroissant depuis 2011 (-8,6 % soit 36 disparitions contre 19 créations) ; 161 établissements maintiennent leur activité durant cette période.

Les plus fortes concentrations de ces activités s'observent au Nord du 9^e arrondissement, entre Pigalle et la rue Victor Massé d'une part, et au Nord-Est du 8^e arrondissement, entre la rue de Rome et la rue de Constantinople, d'autre part.

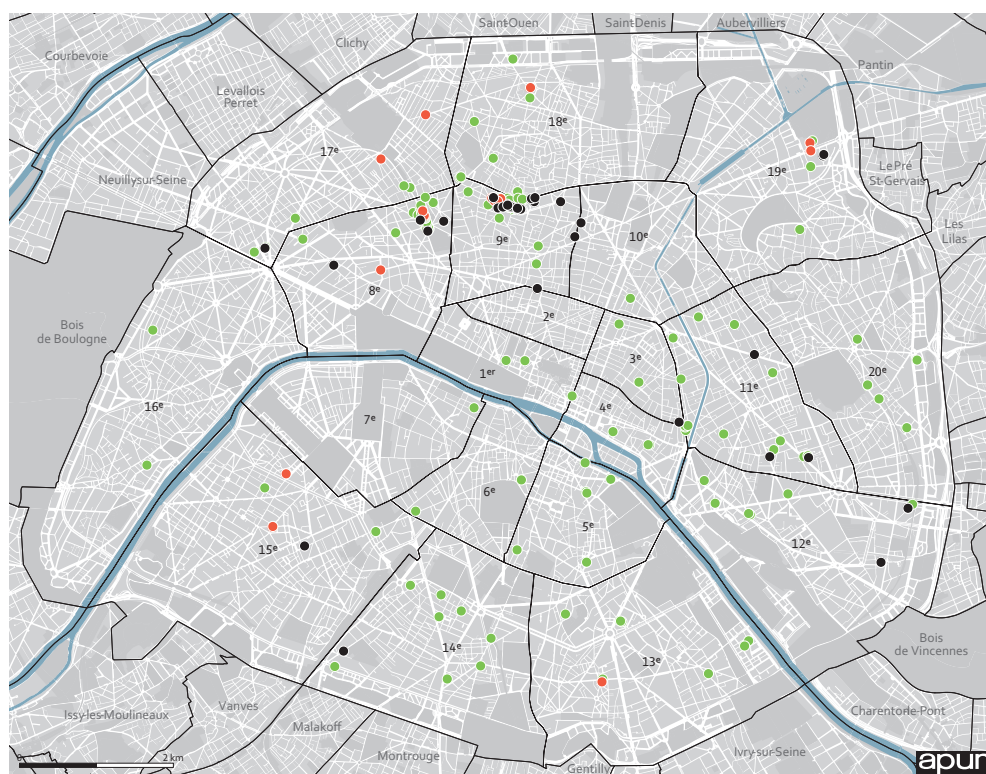
Le reste des établissements se répartissent de manière relativement homogène, mais en faible densité, sur l'ensemble des arrondissements parisiens. À l'exception du 2^e, aucun arrondissement n'apparaît totalement dépourvu de cette activité.

Au sein de ces commerces, distinguons toutefois deux catégories : la vente d'instruments de musique (produits finis prêt à la vente) et la fabrication, qui relève davantage de l'artisanat et appartient au secteur des métiers d'art ³⁹.

Notons également que les commerces de fabrication et vente d'instruments de musiques à Paris concernent majoritairement, en volume, les instruments à cordes pincées (guitares, basses, acoustiques ou électriques) qui représentaient en 2010 plus de la moitié des ventes globales au niveau national ⁴⁰. En chiffres d'affaires, ce sont toutefois les instruments à claviers qui arrivent en tête (35 % du CA national en moyenne) même si ce marché semble de plus en plus concurrencé par la vente de logiciels de création musicale en ligne.

39 — Au sein des métiers d'art (217 métiers recensés et définis comme une technique essentiellement manuelle, mise en œuvre par un professionnel hautement qualifié, au service d'une production d'objets uniques ou de petites séries), le facteur d'instrument est celui qui conçoit, fabrique, restaure et accorde les instruments à clavier, à vent et à cordes.

40 — Source : Étude périodique de la Chambre syndicale de la facture instrumentale « Le marché français des instruments de musique et accessoires ».



La fabrication et la vente d'instruments de musique

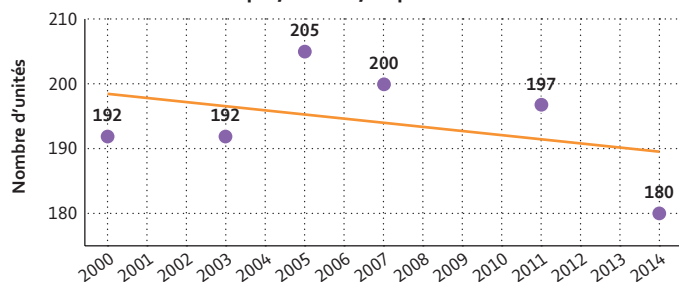
Évolution 2011-2014 : -8,6%

- Maintien de l'activité (161)
- Création (19)
- Disparition (36)

■ Principaux équipements

Source : Apur (BDCom 2014)

Évolution des commerces de fabrication et de vente d'instruments de musique, à Paris, depuis 2000



Source : Apur, BDCom 2014

Répartition des commerces de fabrication et de vente d'instruments de musique, par arrondissement, en 2014

1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	4 ^e	5 ^e	6 ^e	7 ^e	8 ^e	9 ^e	10 ^e
3	0	2	6	6	2	1	39	53	1
11 ^e	12 ^e	13 ^e	14 ^e	15 ^e	16 ^e	17 ^e	18 ^e	19 ^e	20 ^e
22	6	8	8	5	2	7	8	6	6

Total Paris : 180

6. La reliure et la finition

Le commerce de la reliure et de la finition à Paris accuse un recul de -9 % depuis 2003, soit une perte nette de 4 magasins durant la période.

De très faible densité, cette activité se répartit de manière relativement homogène sur l'ensemble du territoire parisien. Les arrondissements enregistrant une présence sont les 5^e (derrière le Jardin des Plantes), 6^e (quartier Latin et Ile de la Cité), 11^e (autour de l'Église Saint Ambroise), 9^e et 18^e arrondissements (au niveau de la rue Marcadet).

Les zones de carence sont nombreuses et certains arrondissements n'accueillent aucun commerce relevant de cette catégorie : les 1^{er}, 2^e, 4^e, 8^e, 19^e et 20^e arrondissements.

Le faible nombre de commerces de reliure et de finition à Paris peut s'expliquer par le fait que ce dernier relève davantage d'une filière industrielle, l'imprimerie, en déclin depuis une vingtaine d'années.

Par ailleurs, au-delà des seuls travaux de reliure à proprement parler, cette activité regroupe, selon l'Insee ⁴¹, le façonnage des feuilles imprimées, leur assemblage, le brochage et les autres travaux de finition des ouvrages (massicotage, piquage...) ainsi que le travail du papier (pliage, pelliculage...), autant de tâches requérant main-d'œuvre et espace. Ces derniers éléments peuvent d'ailleurs expliquer la **délocalisation sensible des établissements de reliure et finition vers la grande couronne parisienne au cours des dernières décennies** : entre 1995 et 2005, les effectifs salariés relevant de ce secteur ont diminué de 17 % à Paris et en petite couronne alors qu'ils augmentaient de 57 % en grande couronne sur la même période. En 2005, les départements de la grande couronne accueillaient 58 % de l'emploi salarié régional du secteur ⁴².

41 — Classe E de la NAF 222 correspondant au secteur de l'imprimerie.
42 — cf. L'Imprimerie en Ile-de-France, enjeux et perspectives Crocic, CCIP, Drire Ile de France. 2007.

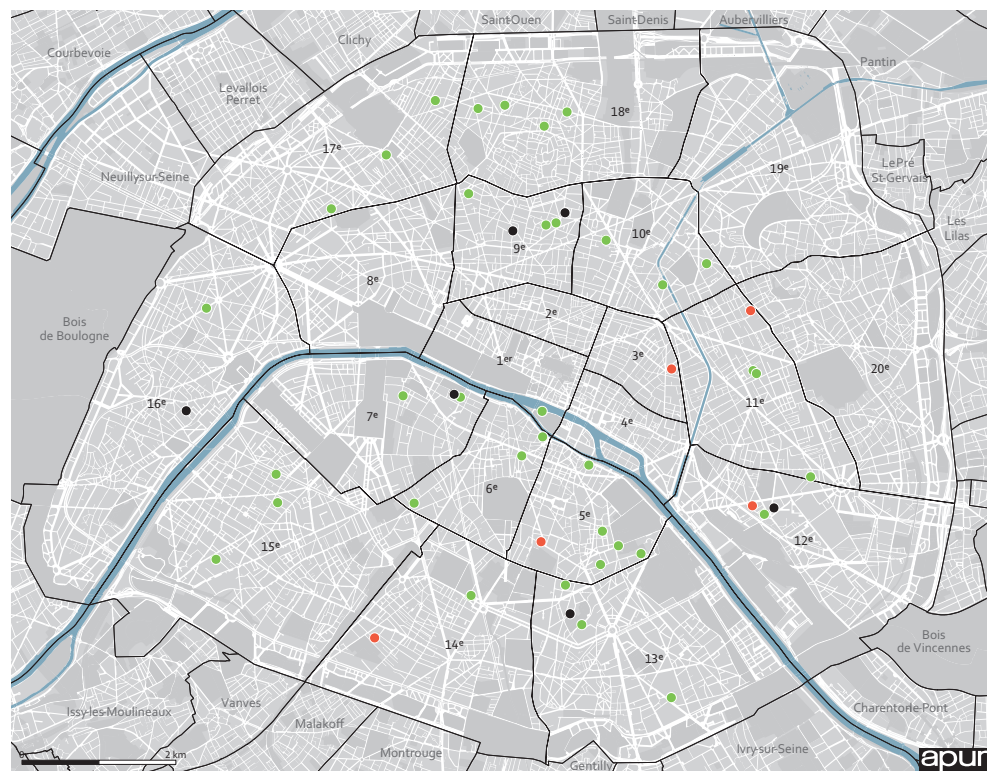
La reliure et la finition

Évolution 2011-2014 : -2,4%

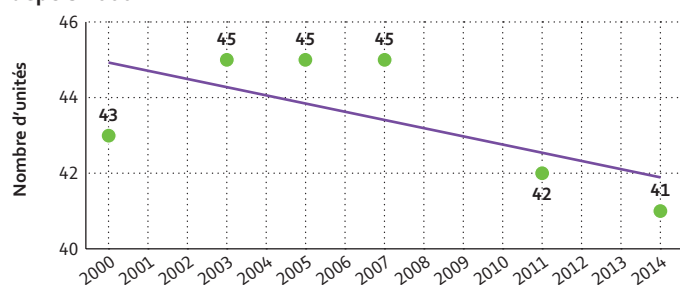
- Maintien de l'activité (36)
- Création (5)
- Disparition (6)

■ Principaux équipements

Source : Apur (BDCom 2014)



Évolution des commerces de reliure et de finition, à Paris, depuis 2000



Source : Apur, BDCom 2014

Répartition des commerces de reliure et de finition, par arrondissement, en 2014

1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	4 ^e	5 ^e	6 ^e	7 ^e	8 ^e	9 ^e	10 ^e
1	0	1	0	6	3	2	0	3	3
11 ^e	12 ^e	13 ^e	14 ^e	15 ^e	16 ^e	17 ^e	18 ^e	19 ^e	20 ^e
4	2	3	2	3	1	3	4	0	0

Total Paris : 41



La gravure

Évolution 2011-2014 : 0%

- Maintien de l'activité (31)
- Création (6)
- Disparition (6)

■ Principaux équipements

Source : Apur (BDCom 2014)



Commerces culturels et métiers d'art

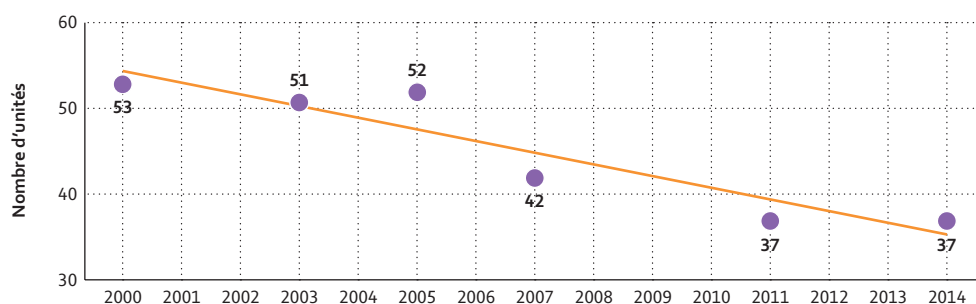
Le 13^e arrondissement : un écosystème d'activités

Types d'activités

- Reliure, dorure
- Gravure
- Photo
- Poterie, porcelaine
- Tapisserie, décoration
- Textile, couture

Source : Apur (BDCom 2014 et enquête 2015)

Évolution des commerces de gravure, à Paris, depuis 2000



Source : Apur, BDCom 2014

7. La gravure

Les commerces de gravure à Paris diminuent depuis 2003 (-27 %) mais se stabilisent entre 2011 et 2014; le nombre de boutiques recensées appartenant à ce secteur reste en effet identique sur cette période avec un strict équilibre entre créations et disparitions (6 unités créées et 6 unités disparues). **La majorité maintient son activité depuis 2011** (31 unités).

La répartition géographique des graveurs apparaît relativement homogène sur l'ensemble du territoire parisien même si **leur densité globale demeure faible** (37 unités recensées à Paris en 2014). Seuls trois arrondissements sont totalement dépourvus de cette activité (4^e, 5^e et 19^e arrondissements).

Les créations de nouvelles boutiques ou ateliers se localisent en grande majorité sur la Rive droite de la Seine, selon un linéaire discontinu traversant les 8^e, 9^e, 1^{er}, 3^e et 11^e arrondissements. Une seule ouverture a été enregistrée sur la Rive gauche entre 2011 et 2014, rue d'Alésia dans le 14^e arrondissement.

Si aucune concentration particulière de l'activité n'est à remarquer, **le 14^e arrondissement apparaît toutefois comme le plus pourvu de la capitale** avec 5 commerces recensés dont trois à proximité de l'avenue du Maine.

La vente de gravures s'effectue également ponctuellement sur certains grands marchés parisiens tels le marché d'art Edgar Quinet (14^e arrondissement), les Puces de la Porte de Vanves (14^e) ou les Puces de Saint-Ouen (18^e).

À l'instar des instruments de musique, **la gravure relève de deux catégories de commerces : la vente stricte d'un produit fini, et la fabrication, qui relève de l'activité artisanale et appartient au secteur des métiers d'art 43.**

Commerces culturels et métiers d'art : un écosystème concentré

L'analyse de l'évolution de certains commerces culturels à Paris se heurte à une difficulté sémantique et méthodologique : **comment définir un commerce culturel ? Où se situe la frontière entre commerce culturel et artisanat d'art ?**

Les commerces recensés dans la BDCom sont circonscrits aux « activités commerciales s'exerçant en rez-de-chaussée d'immeubles et pouvant accueillir le public ». Cette acception exclut les activités exercées en étages ou en cours d'immeubles.

Concernant certains commerces culturels (gravure et reliure notamment), une telle exclusion amène au constat d'une faible densité d'activités à l'échelle parisienne. Or, **un recensement plus complet de ces activités 44 effectué dans le 13^e arrondissement en 2015, offre une vision plus fine et plus exacte** quant à leur nombre et leur localisation.

En effet, pour des raisons historiques ou sous l'effet de politiques municipales incitatrices 45, certaines activités se sont développées et regroupées au sein de quartiers très circonscrits. Dans le 13^e arrondissement, il s'agit principalement de la rue Primo Levi où une dizaine d'ateliers d'artisanat et de commerce d'art se sont installés 46 et de la rue des Frigo qui accueille depuis le début des années 1980 plus d'une centaine (90 ateliers) d'artistes et artisans d'art dans un ancien entrepôt frigorifique ferroviaire.

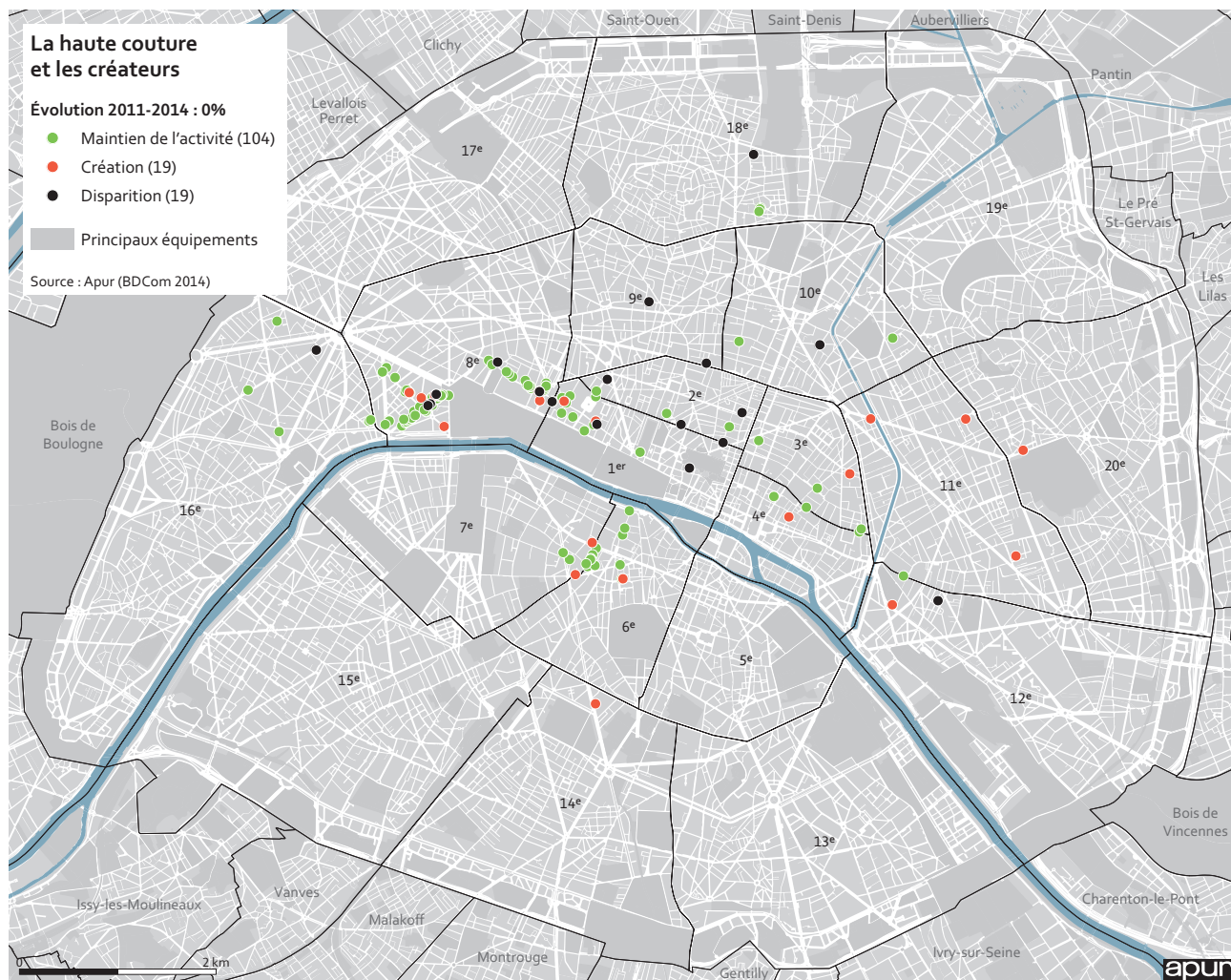
Ces concentrations d'artistes et d'artisans d'art au sein d'un même immeuble reflètent les liens qui les unissent entre eux, partageant parfois leurs ateliers, échangeant techniques et savoir-faire, communiquant sur les mêmes supports, et accueillant occasionnellement le même public.

Dans ces écosystèmes d'activités, le processus de création l'emporte sur l'activité commerciale proprement dite et il est probable que nombre de ces artisans travaillent sur commande. Leur représentation, aux côtés des commerces culturels proprement dits, permet néanmoins de mesurer la densité réelle de certains métiers rares, tels la gravure ou la reliure, et de connaître ainsi précisément leur implantation dans le tissu parisien.

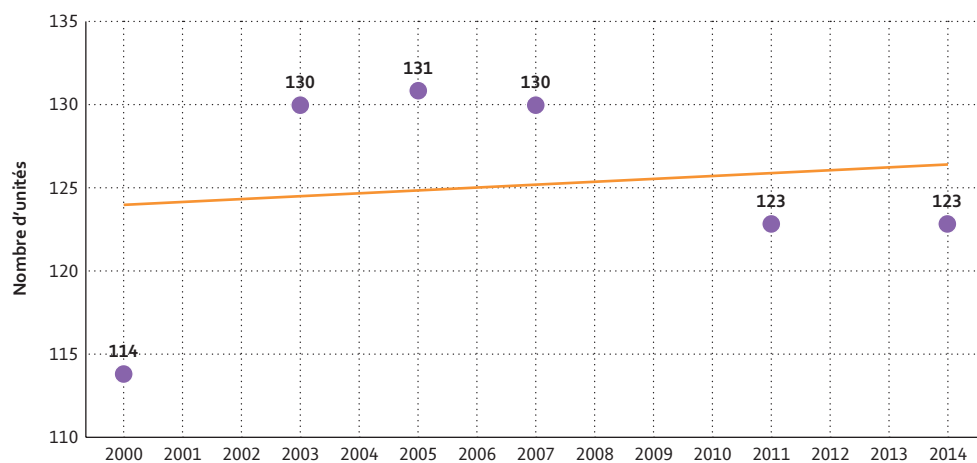
43 — Au sein des métiers d'art (217 métiers recensés et définis comme une technique essentiellement manuelle, mise en œuvre par un professionnel hautement qualifié, au service d'une production d'objets uniques ou de petites séries), on distingue le graveur « héraldiste » qui travaille sur métal d'armoirie ; et le graveur « lapidaire » spécialiste de la gravure sur pierre.
44 — Apparentées pour certaines d'entre elles aux « métiers d'art ».
45 — Mise à disposition de locaux à loyers modérés par exemple.
46 — Essentiellement au n°20.

Répartition des commerces de gravure, par arrondissement, en 2014

1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	4 ^e	5 ^e	6 ^e	7 ^e	8 ^e	9 ^e	10 ^e	11 ^e	12 ^e	13 ^e	14 ^e	15 ^e	16 ^e	17 ^e	18 ^e	19 ^e	20 ^e	Total Paris
2	3	2	0	0	1	2	2	2	1	4	3	3	5	4	0	2	0	0	1	37



Évolution des commerces de haute couture et de créateurs, à Paris, depuis 2000



Source : Apur, BDCom 2014

Répartition des commerces de haute couture et de créateurs, par arrondissement, en 2014

1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	4 ^e	5 ^e	6 ^e	7 ^e	8 ^e	9 ^e	10 ^e	11 ^e	12 ^e	13 ^e	14 ^e	15 ^e	16 ^e	17 ^e	18 ^e	19 ^e	20 ^e	Total Paris
12	3	4	5	0	12	5	65	0	2	3	2	0	1	0	5	0	3	0	1	123

8. La haute couture et les créateurs

Les commerces de haute couture et création 47 à Paris connaissent une évolution stable entre 2011 et 2014 mais leur nombre est en baisse depuis 2003 (-5 %). Le solde des créations-disparitions est nul sur la période 2011-2014 (19 créations et 19 disparitions). 104 boutiques maintiennent leur activité et **le nombre total de boutiques recensées en 2014 s'élève à 123.**

Au sein de cette activité, distinguons la haute couture proprement dite, qui fait l'objet d'une appellation protégée et réglementée par la Fédération française de haute couture ⁴⁸; **et la création**, qui rassemble des stylistes indépendants.

L'analyse de la répartition géographique de ces activités fait apparaître une très nette concentration dans certaines rues ou quartiers de la capitale : avenue Montaigne et avenue des Champs-Élysées et rue du Faubourg Saint-Honoré dans le 8^e, artères qui concentrent à elles seules près des 2/3 des commerces du secteur à Paris ; vient ensuite la rue des Saint-Pères jusqu'au boulevard Saint-Germain dans le 6^e arrondissement. **Le reste des boutiques se répartit de manière clairsemée, principalement au sein des arrondissements centraux de la Rive droite de la capitale.** Notons que le 11^e arrondissement accueille trois nouveaux magasins de haute couture-crédation entre 2011 et 2014, alors qu'aucune boutique relevant de ce secteur n'avait été recensée dans cet arrondissement dans les années précédentes.

Les autres ouvertures se situent essentiellement dans les zones de fortes concentrations suscitées. Les 1^{er} et 2^e arrondissements, où les commerces de haute couture et création sont moins présents que dans le 8^e, connaissent le nombre de fermetures le plus élevé de la capitale : 8 disparitions sur la période 2011-2014.

D'une manière générale, les arrondissements périphériques n'accueillent pas de commerces relevant de ces activités, à l'exception du 16^e arrondissement dans sa partie Nord, proche des Champs-Élysées et, dans une moindre mesure, le 18^e arrondissement (quartier de la Goutte d'Or) ; et le 20^e arrondissement (1 création enregistrée depuis 2011).

On compte aujourd'hui dans le monde quatorze maisons habilitées à utiliser le label haute couture 49, dont douze sont situées à Paris.

La capitale détient par ailleurs le monopole de l'organisation des défilés éponymes ⁵⁰, véritable vitrine de la mode, où chaque saison attire plusieurs milliers de journalistes, stars et professionnels de renommée internationale.

La haute couture constitue un artisanat de luxe réalisant aujourd'hui environ 70 à 80 % de son chiffre d'affaires à l'étranger, principalement en Chine ou au Brésil. Toutefois, les ventes haute couture proprement dites ne représentent qu'un faible pourcentage du total des ventes des maisons. Le prêt-à-porter, les parfums et les produits dérivés en tout genre concentrent la majeure partie du chiffre d'affaires d'une marque comme Chanel par exemple.

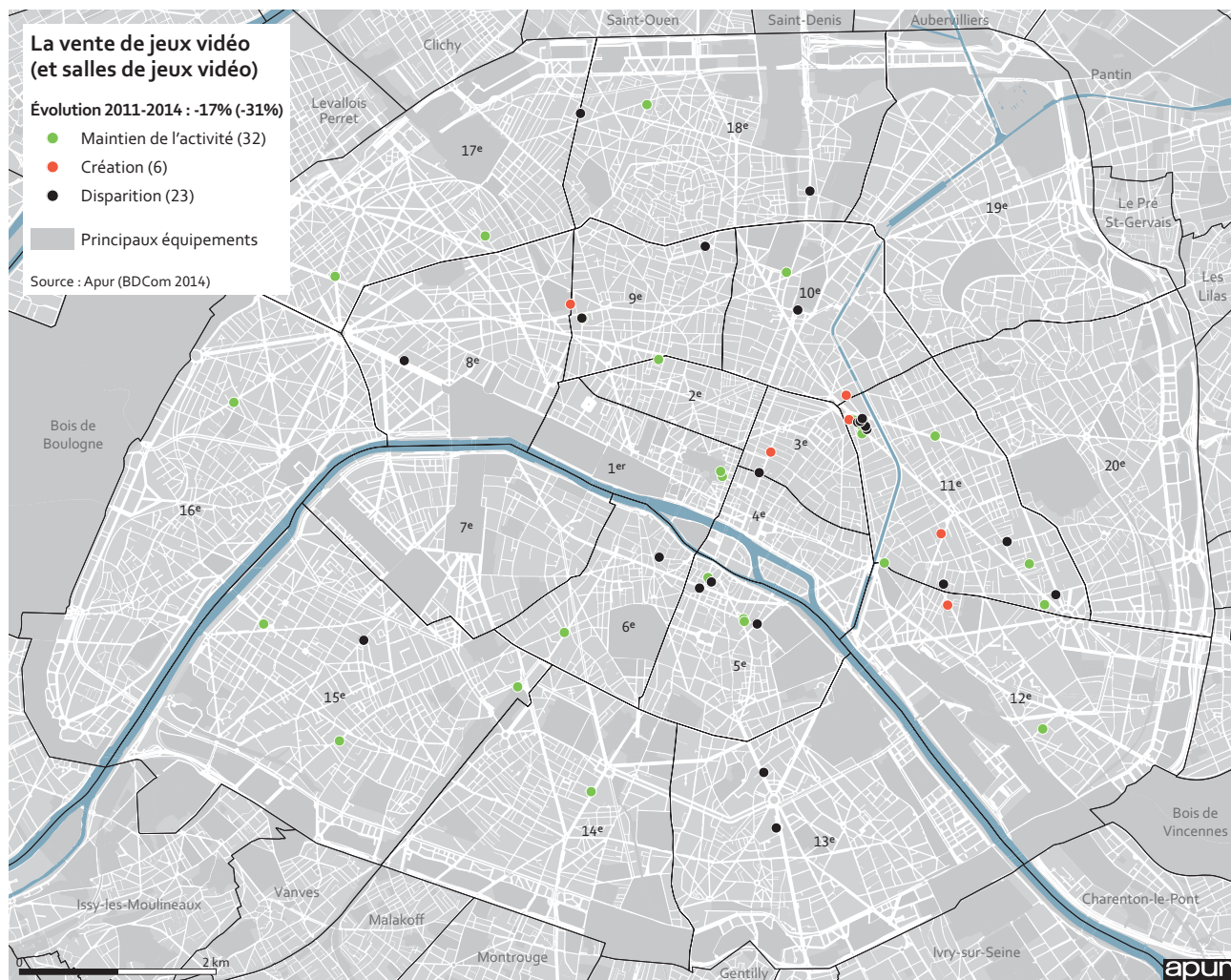
47 — Selon la définition de Didier GRUMBACH, président de la Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode : « Le prêt-à-porter est tout fait, la haute couture est sur-mesure. La haute couture est un travail de longue haleine, fait à la main avec la crème des matériaux nobles, pour mettre en exergue un certain savoir-faire et dont les pièces sont uniques. Le prêt-à-porter a un but plus commercial que la haute couture. La haute couture est un savoir-faire, pas une industrie ».

48 — En France, la haute couture est une appellation protégée par la Fédération Française de haute couture, et elle doit répondre à plusieurs critères. Pour ne citer que les principaux :
- les créations doivent être réalisées à la main et dans les ateliers de la maison de couture, composée de minimum 20 personnes ;
- les maisons de haute couture doivent défilé deux fois par an et proposer au minimum 25 modèles à chaque passage ;
- les maisons doivent être inscrites sur le calendrier officiel des collections Couture depuis au moins 4 ans et être parrainées par une autre maison de couture.

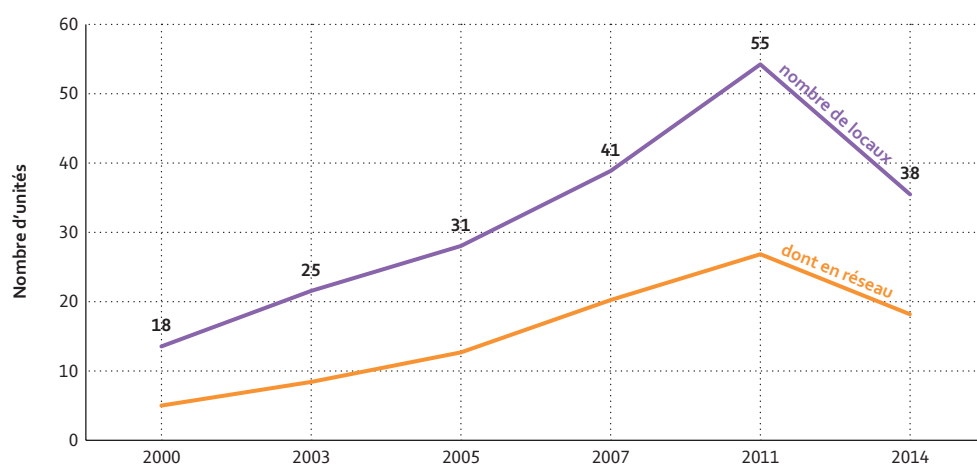
Le label haute couture est délivré par le Ministère de l'Industrie pour un an.

49 — En 2013, il s'agissait des maisons Adeline ANDRE, Anne Valérie HASH, Atelier Gustavo LINS, CHANEL, Christian DIOR, Christophe JOSSE, Franck SORBIER, GIVENCHY, Jean-Paul GAULTIER, Maurizio GALANTE, Stéphane ROLLAND, Giambattista VALLI, Alexis MABILLE et la Maison Martin MARGIELA.

50 — Paris fashion week haute couture. À New-York, Londres ou Milan ne défilent que des collections de prêt-à-porter.



Évolution des commerces de jeux vidéo (et salles de jeux vidéo), à Paris, depuis 2000



Source : Apur, BDCom 2014

Répartition des commerces de jeux vidéo (et salles de jeux vidéo), par arrondissement, en 2014

1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	4 ^e	5 ^e	6 ^e	7 ^e	8 ^e	9 ^e	10 ^e	11 ^e	12 ^e	13 ^e	14 ^e	15 ^e	16 ^e	17 ^e	18 ^e	19 ^e	20 ^e	Total Paris
2	1	1	0	3	1	0	1	1	2	15	2	1	1	3	1	2	2	0	0	38

9. La vente de jeux vidéo

Le nombre de points de vente de jeux vidéo à Paris s'élève à 38 en 2014.

Alors que le nombre de commerces de ce secteur était en constante augmentation depuis 2000 (+67 % entre 2000 et 2011), on observe une évolution négative très forte depuis 2011 (-31 %) avec une perte nette de 17 commerces (23 disparitions contre 6 créations).

La répartition géographique des points de vente indique une concentration dans le centre Est de la capitale, en particulier dans **le 11^e arrondissement, qui accueille à lui seul 15 points de vente de jeu vidéo en 2014, notamment autour de la place de la République et sur le boulevard Voltaire**. Un autre secteur de concentration se situe dans le 5^e arrondissement, autour de la rue des écoles et de l'université de Jussieu. Certains arrondissements ne possèdent aucun point de vente en 2014 tels les 19^e et 20^e.

Les disparitions de commerces s'observent sur l'ensemble du territoire parisien, tandis que les créations se répartissent sur la rive droite de la Seine uniquement, dans les 9^e, 10^e, 3^e, 11^e et 12^e arrondissements.

À l'instar des commerces de livres ou de disques, **les magasins de jeux vidéo sont confrontés à la rude concurrence des ventes de jeux en ligne sur internet et des plates-formes de jeux en réseaux**, en particulier depuis 2011 où l'évolution des points de vente s'est inversée à la baisse ⁵¹. Ainsi, en 2014, les ventes de jeux vidéo sur supports physiques diminuent quelle que soit la plateforme de lecture (ordinateurs, consoles de salon ou consoles portables) tandis que celle du jeu dématérialisé sous la forme de jeux en ligne se développe pour atteindre 63.8 % de parts de marchés en 2015 ⁵². Le jeu en ligne sur ordinateur est le principal segment de marché du jeu dématérialisé en France en 2014 avec une part de marché à elle seule de 41.2 %. Selon l'Idate ⁵³, 93.3 % des ventes de jeux pour ordinateur pourraient être dématérialisées en France d'ici 2017. Parallèlement à cette dématérialisation, les jeux deviennent de plus en plus nomades et selon l'Idate, les ventes de jeux vidéo mobiles représentent plus du tiers (35 %) des ventes de jeux dématérialisés en France en 2015, et 22.3 % du marché global du jeu vidéo.

Les commerces en réseau (Micromania, Dragon Game, Stock Game...) ne sont pas épargnés par cette crise, même si leur nombre diminue moins vite que les commerces indépendants. À cet égard, notons la **prépondérance de la chaîne Micromania sur le marché parisien** (15 points de vente en 2016). Depuis 2013, Micromania a même accru le nombre de ses magasins en rachetant des boutiques du réseau Game depuis 2013. L'un des principaux avantages de ce spécialiste français de la grande distribution de jeux vidéo réside à la fois dans le volume de l'offre proposée (neufs et occasions) et dans les services à la clientèle : revente, achat de consoles et accessoires d'occasion, commande de jeux. **Par ailleurs, on observe depuis quelques années une arrivée massive de « jeux en kit »**, permettant d'apporter une valeur ajoutée par rapport au jeu dématérialisé. Ainsi, la plupart des jeux vidéo aujourd'hui sont accompagnés de contenus téléchargeables (payants ou non), tels une arme, un costume supplémentaire, un pouvoir spécial... Au cours des mois qui suivent sa sortie, le jeu est ainsi agrémenté de ces divers contenus optionnels qui peuvent servir d'argument pour relancer les ventes en proposant un jeu « full edition ». Ce procédé permet d'associer les joueurs à un compte en ligne et il limite de ce fait l'intérêt des achats d'occasion ⁵⁴.

Enfin, l'analyse de l'évolution des points de vente de jeu vidéo à Paris doit être complétée par celle de **l'évolution des espaces consacrés à ces produits dans les grands multi spécialistes culturels et les grands magasins** ⁵⁵. En effet, tout comme le livre et le disque, le jeu vidéo est très présent dans les chaînes telles que la FNAC, qui y consacrent un espace dédié avec la possibilité de tester les jeux sur place (Wi, consoles...) et d'acheter des « packs jeu + console + accessoires » à des prix attractifs. Un choix plus réduit est également disponible dans les grands magasins tels Les Galeries Lafayette, le Printemps ou le BHV Marais.

51 — L'estimation des ventes de jeux dématérialisés est difficile, qu'ils soient destinés à l'ordinateur, aux consoles de salon ou portable ou à des terminaux mobiles tels les tablettes ou smartphone, les revenus issus de leurs ventes incluent souvent en sus des ventes de logiciels dématérialisés, des commerces de biens virtuels, des commissions sur opérations de change et des publicités « in game ».

52 — Source : rapports annuels d'études de l'Idate (Institut De l'Audiovisuel et des Télécommunications en Europe).

53 — Idate (Institut De l'Audiovisuel et des Télécommunications en Europe).

54 — cf. article « L'évolution négative du jeu vidéo à l'ère connectée » — Pixelconsent.net 16/12/2014.

55 — cf. Infra.

Glossaire

Nota : La notion d'entreprise culturelle et les termes qui lui sont généralement associés ou substitués (industrie culturelle, commerce culturel, industrie créative...) font l'objet de deux approches :

- une approche statistique s'inspirant des nomenclatures de l'Insee (code NAF rev.2) ;
- une approche socio-économique s'appuyant sur des travaux de recherches ou études portant sur ces sujets.

Le présent glossaire tente de combiner ces deux approches.

- **Entreprises culturelles** (définition de Jacques Chabrilat, BBF, « Dix de gestion des entreprises culturelles, un bilan au service des bibliothèques » – 1994) :

Ensemble hétérogène de structures dont la diversité s'explique tant par l'appartenance à des secteurs artistiques distincts (lecture publique, spectacle vivant, conservation et animation du patrimoine, arts plastiques, audiovisuel, édition littéraire et phonographique...) que par l'histoire des structures considérées, et plus particulièrement l'origine (publique ou privée) de leur création. Cette dénomination a pris place (depuis le début des années 80) dans le cadre d'un double mouvement de revendication et de reconnaissance : la revendication par les structures de leur autonomie de gestion, de la structuration de leur secteur d'activité dans une logique de marché, et la reconnaissance de leur rôle social en tant que professionnels de la culture.

- **Industries culturelles** (définition Unesco 2009) :

Ensemble en constante évolution des activités de production et d'échanges culturels soumises aux règles de la marchandisation, où les techniques de production industrielles sont plus ou moins développées, mais où le travail s'organise sur le mode capitaliste d'une double séparation entre le producteur et son produit, entre les tâches de création et d'exécution.

Dans cette approche, les secteurs d'activités reconnus par l'Unesco comme appartenant aux industries culturelles sont les suivants : édition, cinéma, musique, radio, télévision, arts de la scène, jeux vidéo. A cela, pourraient également s'ajouter, du fait précisément de leur fondement créatif et de leur protection au titre du droit d'auteur, des activités telles que l'architecture, le design, la mode, l'artisanat et le tourisme culturel.

- **Commerces culturels** (Définition Insee NAF rev.2 division 47) :

Les commerces culturels sont des commerces de détail consistant à vendre des biens culturels ou de loisirs en magasin spécialisé généralement à une clientèle de particuliers, quelles que soient les quantités vendues.

Dans la BDCom (Apur-CCIP), les commerces culturels sont les points de vente de produits culturels situés dans des locaux situés en rez-de-chaussée, visibles depuis la rue et offrant un accès au public. Un recensement de ces locaux est effectué depuis la rue tous les trois ans depuis 2000. Le dernier recensement date d'avril 2014.

- **Équipements culturels** (définition Direction des Études et de la Prospective du Ministère de la Culture et de la Communication + Françoise Lucchini « Les équipements culturels au service de la population des villes » 1997) :

L'équipement culturel urbain est un équipement collectif, public ou privé, qui regroupe un ensemble de biens de consommation et de services culturels localisables, et où se mêlent les dimensions d'éducation et de loisirs : salles de spectacles, d'expositions, bibliothèques, médiathèques, musées, centres culturels... Ainsi, on y trouve à la fois des équipements qui relèvent de domaines proprement artistiques, tels la musique, la danse, la littérature, les arts plastiques, le théâtre, le patrimoine muséographique et monumental, ou le cinéma, et des équipements tournés vers des domaines de type socio-culturel, proches d'une culture du quotidien, comme les cafés-musique ou les centres d'animation.

- **Industries créatives** (définition Unesco 2009) :

Toute industrie qui a pour origine la créativité individuelle, l'habileté et le talent et qui a le potentiel de produire de la richesse et de l'emploi à travers la création et l'exploitation de la propriété intellectuelle.

Les évolutions du commerce culturel à Paris 2003-2014

Cette étude sur les évolutions du commerce culturel en rez-de-chaussée (2003-2014) est réalisée essentiellement à partir de la BDCOM 2014, source privilégiée dont dispose l'Apur pour l'analyse des occupations d'immeubles en rez-de-chaussée à Paris. Elle fait partie d'un ensemble de notes et d'analyses portant sur les entreprises culturelles et les industries créatives à Paris.

Si le nombre de galeries d'art augmente de 2003 à 2014 (+21 %) ainsi que celui des commerces de jeu vidéo (+52 %), la tendance générale du commerce culturel à Paris est à la baisse : -52 % pour les magasins de vente de disques, CD, DVD, -27 % pour la fabrication-vente de gravures, -24 % pour la vente de livres anciens et autographes, -22 % pour les librairies, -9 % pour la reliure et finition, -6 % pour la vente d'instruments de musique, -5 % pour la haute couture-crédation. L'évolution de certaines activités se stabilise néanmoins depuis 2011, n'enregistrant pas de fermetures, ou alors, ces dernières sont compensées par l'ouverture de nouveaux commerces. Il s'agit de la haute couture-crédation, de la gravure, de la reliure et finition.

Tout au long des années 2000 et suivantes, la progression du e-commerce et la baisse générale de la consommation de biens culturels dans le monde, ont fortement affecté le commerce culturel en boutiques, ce qui explique pour l'essentiel les évolutions négatives observées. En 2015, une contre-offensive s'organise pour le commerce de ville qui prend conscience de ses atouts et des évolutions à conduire pour diversifier ses services et prendre place lui aussi sur le web. C'est à Paris que cet enjeu prend toute son importance, avec un positionnement qui reste privilégié sur certains secteurs (art, mode et luxe par exemple) et une résistance notable des librairies parisiennes indépendantes depuis 2008.

Parce qu'il contribue fortement à l'identité et à l'attractivité de Paris, le commerce culturel est soutenu par des politiques publiques, lesquelles viennent soutenir la nécessaire adaptation du secteur. En témoignent les nombreuses actions menées par la Ville de Paris en lien avec la Semaest dans le cadre de l'opération Vital'Quartier et Paris & Co pour la création d'incubateurs et le soutien aux réseaux et associations professionnelles en faveur des librairies, des disquaires ou des galeries d'art.

L'Apur, Atelier parisien d'urbanisme, est une association 1901 qui réunit la Ville de Paris, le Département de Paris, l'État, la DRIEA, l'Insee, la Région Ile-de-France, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Ile-de-France, la Régie Autonome des Transports Parisiens, Paris Métropole, la Société du Grand Paris, Eau de Paris, la communauté d'agglomération d'Est Ensemble, l'Epaurif, Grand Paris Aménagement, Paris Habitat, Ports de Paris, la communauté d'agglomération Seine-Amont, le SIAAP, le SIFUREP, le SIPPEREC, SNCF Immobilier, le STIF, le Syctom et la Mission de Préfiguration de la Métropole du Grand Paris.

