

**PREFECTURE DE PARIS**

**RAPPORT  
AU MINISTRE DU TRAVAIL,  
DES RELATIONS SOCIALES, DE LA FAMILLE ET  
DE LA SOLIDARITE**

**Ouverture dominicale des magasins à Paris**

Délimitation des zones touristiques d'affluence  
exceptionnelle ou d'animation culturelle permanente (article  
L.3132-25 du code du travail )

novembre 2009

# PLAN

## Introduction

### **I- Le tourisme à Paris : premier pilier de l'économie parisienne**

### **II- Le maillage territorial des zones touristiques à Paris et son évolution**

*a) les zones touristiques actuelles*

*b) les évolutions souhaitées au cours des dernières années non concrétisées*

### **III- Les principes à privilégier pour définir une nouvelle délimitation**

### **IV- L'identification de nouveaux périmètres de zones touristiques : la proposition de la CCIP- Délégation de Paris**

*a) la méthode retenue : une grille multi- critères*

*b) la proposition de la C.C.I.P*

## Conclusion

## Liste des pièces jointes

## Introduction

A Paris, ville touristique par excellence puisqu'elle occupe le premier rang des villes touristiques du monde, on recense aujourd'hui sept zones touristiques où les commerces et les services peuvent déroger au repos dominical, dans les conditions fixées par l'article L 3132-25 du code du travail.

Doit-on élargir ce dispositif ? Comment y parvenir ?

La réponse appartient-conformément à la loi du 10 août 2009- au Maire de Paris.

La Préfecture de Paris-ainsi que l'a demandé le Ministre du Travail, des Relations Sociales, de la Famille et de la Solidarité a été chargée de dresser un état des lieux permettant d'avoir une vision claire des zones touristiques qu'il faudrait étendre ou créer.

Pour y parvenir, une triple approche a été favorisée :

⇒ **rappeler** synthétiquement le poids que représente le tourisme pour la capitale **(I)**

⇒ **dresser un état des lieux** précis du maillage territorial des zones touristiques et de son évolution depuis une douzaine d'années **(II)**

**et rappeler les principes à privilégier** pour définir une nouvelle délimitation **(III)**

⇒ **identifier de nouveaux périmètres de zones touristiques** **(IV)**

### **I-Le tourisme à Paris : premier pilier de l'économie parisienne**

Avec 28 millions de visiteurs accueillis en 2008<sup>1</sup>, Paris intra-muros occupe le premier rang des villes touristiques du monde. Malgré une sévère concurrence internationale, Paris demeure pour la 28<sup>ème</sup> année consécutive la première ville au monde pour les congrès internationaux.

En enregistrant plus de 35 millions de nuitées hôtelières en 2008<sup>1</sup>, Paris confirme son attractivité mondiale dans un contexte économique morose.

Avec près de 80 000 chambres, la capitale dispose d'une offre hôtelière diversifiée importante marquée depuis quelques années par une très nette montée en gamme : le nombre de chambres 4 étoiles a doublé en 15 ans et Paris compte depuis 2009, 12 hôtels classés en 5 étoiles.

Mais cette première place au niveau national et international se doit d'être confortée au moment où l'Organisation mondiale du Tourisme (OMT) prévoit un doublement en Europe des flux

<sup>1</sup> Office du tourisme et des congrès de Paris : Chiffres clés 2008

touristiques internationaux, le tourisme pouvant créer 2,2 millions de nouveaux emplois directs dans l'Union européenne.

L'organisation internationale soulignait également que, depuis 1990, la France a perdu trois points de parts de marché mondial en matière d'arrivées internationales de touristes, ce qui correspond à une réduction d'un quart, et deux points de parts de marché en matière de recettes.<sup>2</sup>

*« Force est de constater que notre pays, déclaré première destination touristique du monde, n'a cessé de perdre des parts de marché durant ces deux dernières décennies ».* ainsi que le relevait dans un rapport remis au Premier ministre, en juillet 2008, M. Jean-Michel Couve, député du Var.

A Paris, le tourisme constitue un secteur majeur de l'économie **avec plus de 150 000 emplois directs**, soit 12,5% de l'emploi salarié total parisien. De plus, ce sont tous des emplois non délocalisables.

En 2007, l'hôtellerie, toutes catégories confondues a réalisé un chiffre d'affaires hors taxes de **4,44 milliards d'€** et les foires et salons de 292 millions d'€<sup>3</sup>.

Le tourisme assure, en outre, à la Ville de Paris plus de 30 millions d'€ de recettes fiscales liées à la taxe de séjour.

Le tourisme et le commerce sont complémentaires, ils sont tous deux créateurs d'emplois : Paris comptabilise 14,7% de l'emploi touristique national et 5,6% de l'emploi généré par les commerces en France en 2006.<sup>4</sup>

L'offre commerciale constitue un produit touristique et pour attirer ses visiteurs, Paris profite de la vitalité de ses 61 800 commerces et de ses services de proximité qui représentent 17% des établissements parisiens.

A cet égard, il faut noter que la densité commerciale est bien plus forte à Paris qu'à Londres ou Milan.

La capitale s'affiche comme le berceau des plus grandes marques et de nouvelles enseignes, chaque année, choisissent Paris pour leur lancement. Les grands magasins jouent, à cet égard, un rôle de locomotive.

D'après les résultats cumulés au troisième trimestre 2007 d'une l'enquête aux aéroports, le shopping occupe la deuxième place dans les motivations des visiteurs<sup>5</sup>.

Cette motivation est particulièrement présente chez les touristes asiatiques.

---

<sup>2</sup> extraits du rapport n°1722 de M. J.L LEONARD, député, au nom de la commission des affaires économiques sur le projet de loi de développement et de modernisation des services touristiques devant l'Assemblée nationale (5 juin 2009)

<sup>3</sup> Office du tourisme et des congrès de Paris : Chiffres clés 2008

<sup>4</sup> Office du tourisme et des congrès de Paris : Global Refund juin 2008

<sup>5</sup> Office du tourisme et des congrès de Paris : Global Refund juin 2008

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, à l'horizon 2020, l'Asie devrait figurer très vite dans le Top 5 des arrivées étrangères dans la capitale : les Chinois avec les Japonais sont parmi les clientèles les plus consommatrices.<sup>6</sup>

Paris devra jouer de son commerce comme elle sait jouer de son patrimoine pour attirer ces nouvelles clientèles. En effet, dans un contexte mondialisé, face à une concurrence internationale accrue, l'intérêt culturel pourrait ne plus être aussi prépondérant que dans le passé pour le choix d'une destination touristique.

Pour Paris, c'est un élément de réflexion qu'il convient tout particulièrement de prendre en compte.

Mais, si la France conserve sa première place de destination touristique, **les touristes y dépensent moins qu'ailleurs**. Elle n'occupe en effet que la troisième place pour le niveau des dépenses globales des touristes et le neuvième rang pour le montant de recettes par touriste, sans doute du fait de la courte durée des séjours<sup>7</sup>.

A titre d'exemple, les recettes laissées par les étrangers en France ont représenté 35 milliards d'euros en 2006 alors que les Espagnols, qui ne sont que troisième pour les entrées, ont engrangé 45 milliards d'euros.

Or, cette diminution de la durée moyenne des séjours touristiques est devenue une tendance mondiale prégnante. Les politiques touristiques doivent, en conséquence, s'adapter aux mutations constatées pour fidéliser la clientèle. C'est pour l'avenir touristique de Paris, un enjeu majeur.

A l'heure actuelle, Paris ne peut donc plus se satisfaire d'occuper la première place en termes de destination touristique, elle doit désormais être compétitive. Face à ces enjeux, l'offre commerciale de Paris peut être améliorée et une redéfinition des zones touristiques d'affluence exceptionnelle ou d'animation culturelle permanente est susceptible d'y contribuer.

## II- Le maillage territorial des zones touristiques à Paris et son évolution

### *a) les zones touristiques actuelles :*

A trois reprises **en 1994, 2000 et 2005**, le préfet de la région d'Ile de France, préfet de Paris, a délimité, par arrêté, sur proposition du Conseil de Paris, les zones touristiques d'affluence exceptionnelle ou d'animation culturelle permanente, (conformément à l'article L3131-25 du code du travail)

**Sept zones touristiques** ont ainsi été créées :(cf document n° 1)

- la rue de Rivoli dans sa section comprise entre la rue de l'Amiral Coligny et la place de la Concorde à Paris 1er ;
- la place des Vosges et la rue des Francs-Bourgeois à Paris 3ème et 4ème ;
- la rue d'Arcole à Paris 4ème ;

<sup>6</sup>Office du tourisme et des congrès de Paris : Global Refund juin 2008

<sup>7</sup> Conseil économique et social régional : rapport de M. B TRIMAGLIO « Le tourisme en Ile-de-France : pour un accueil à la hauteur des enjeux » 22 janvier 2009

- l'avenue des Champs-Élysées à Paris 8ème ;
- le viaduc des Arts de l'avenue Daumesnil entre le passage des quinze-vingt et la rue de Rambouillet à Paris 12ème ;
- le boulevard Saint-Germain dans sa partie comprise entre la rue des Saints-Pères et la place Saint-Germain des Prés à Paris 6ème ;
- le quartier de la Butte Montmartre à Paris 18ème, en partie (secteur du Bas Montmartre, secteur Haut de la rue Lepic, le Vieux Village).

Ces délimitations des zones touristiques de la capitale ont cependant révélé des difficultés :

➤ **les « effets frontières »** : les délimitations et le morcellement de certaines rues ou zones de chalandises ne permettaient pas un traitement équitable des demandes de dérogation, et engendraient des revendications des commerces situés en marge des zones.

A titre d'illustration, la zone du Marais (Place des Vosges et rue des Francs Bourgeois) a concentré ce type de difficultés et l'insatisfaction de commerçants installés dans les rues adjacentes à la rue des Francs-Bourgeois (Elzévir, Sévigné). Ces derniers étaient en effet régulièrement verbalisés par les services de l'Inspection du travail pour ouverture dominicale non autorisée;

➤ **un maillage relativement statique** : les demandes d'extension des zones touristiques reçues entre 1997 et 2003 à la Préfecture de Paris, et qui ont fait l'objet d'une transmission systématique à la Mairie de Paris, n'ont pas donné lieu à une présentation au Conseil de Paris.

#### *b) les évolutions proposées au cours des dernières années non concrétisées :*

Entre 1997 et 2003, la Préfecture de Paris a reçu quatre propositions d'extension des zones touristiques présentées par des associations de commerçants ainsi que des demandes présentées par des commerçants de manière isolée

Ces demandes ont concerné :

❖ **l'avenue de l'Opéra** en raison d'un afflux touristique engendré par l'ouverture du Carrousel du Louvre le dimanche, du caractère prestigieux de cette avenue ou de sa situation au cœur même de la partie historique de la capitale, comprenant de nombreux commerces de luxe.

L'ouverture dominicale devait favoriser la création et le maintien d'emplois dans ces commerces ainsi que dans les fabriques de produits français achetés par les touristes étrangers, ces derniers constituant 85% de la clientèle de l'avenue de l'Opéra. Il était précisé à cet égard par les demandeurs que cette clientèle étrangère est constituée majoritairement de Japonais compte tenu de la multitude de restaurants japonais situés dans cette zone. **(1997 : demande de « l'Association des commerçants du quartier Opéra-Pyramides »)**,

❖ **la zone piétonne des Halles**, du fait de sa situation au centre de Paris, entre le centre Pompidou et le Louvre, au nord de la Rue de Rivoli qui est un axe de passage touristique et également par la proximité de la place des Innocents (Joachim du Bellay), l'Eglise Saint-Eustache, le Jardin des Halles et la Bourse du Commerce .En outre le caractère piétonnier de cette zone contribue à son animation et ce quartier connaît en été une forte fréquentation touristique justifiant

le classement sollicité. **(1999 :demande de « l' Association des commerçants de la zone piétonne des Halles »)** .

Rejoignant cette demande, **la société UNIBAIL-RODAMCO** vient de faire connaître à la Préfecture tout l'intérêt qu'il y aurait à intégrer le Forum des Halles dans une zone touristique en raison de sa « centralité » et dans la mesure où il s'agit du plus grand centre de loisirs et de commerces parisien.

❖ **les boulevards des Italiens, des Capucines et de la Madeleine**, compte tenu d'une part de la rénovation organisée par la mairie de Paris mais également par le côté très touristique du quartier à travers ses musées et monuments célèbres comme l'église de la Madeleine, l'Opéra Garnier et l'Opéra Comique. **(2001 :demande de l'« Association des commerçants du boulevard »**

❖ **le boulevard Saint-Michel** -de la rue Soufflot à la Place Saint-Michel, en raison d'un accroissement de la fréquentation de ce boulevard due à la rénovation de certains édifices, de l'ouverture du cinéma Le Racine, et du centre culturel irlandais rue des Ecoles ainsi que de la renaissance commerciale du boulevard symbolisée par l'ouverture du centre commercial situé dans les anciens locaux des librairies Hachette

Les deux élus initiateurs de cette demande, avaient par ailleurs noté dans ce quartier une baisse de fréquentation nocturne au profit d'une augmentation de fin de semaine et fait observer que des commerces vendant des livres et des disques avaient pris l'habitude d'ouvrir le dimanche en raison d'une clientèle potentielle dans ce secteur. **(2003 : demandes de MM. TIBERI et LECOQ, maires des 5ème et 6ème arrondissement)**

Il convient également de relever que la Préfecture a reçu au cours de cette période des demandes, qui n'étaient pas portées par des associations de commerçants mais faites par des commerçants ,à titre individuel, pour les secteurs :

❖ **de Bercy Village (cour Saint-Emilion),**

Le classement de la zone Bercy Village en zone touristique s'est posée en 2003. Consultée sur une demande de dérogation au repos dominical présentée par un commerce de ce secteur, la Préfecture a opposé un refus. La zone concernée qui rassemble des cinémas, restaurants, et commerces consacrés aux loisirs, est très fréquentée et animée le week-end.

❖ **du quartier de Beaubourg (centre Georges Pompidou)**

La Préfecture de Paris a opposé des refus à des demandes d'ouverture dominicale formulées par des commerçants proposant des articles de loisirs et de souvenirs destinés à une population touristique.

Par jugements du 5 février 2003, le tribunal administratif de Paris a en effet annulé des décisions préfectorales de refus d'autorisation d'ouverture dominicale au titre du préjudice au public prononcées à l'encontre de quatre magasins situés dans le quartier BEAUBOURG. Cette juridiction a en effet considéré que le repos simultané le dimanche de tout le personnel des magasins concernés, exploités à proximité immédiate du centre Pompidou et vendant des produits

complémentaires des musées (cartes, affiches et reproductions d'œuvres d'art) serait de nature à compromettre la satisfaction de l'importante population touristique fréquentant ce quartier.

En raison du nombre important de demandes formulées par les commerces de ce secteur et de la décision du tribunal, la Préfecture a appelé l'attention du Maire de Paris sur l'opportunité du classement de la place Georges Pompidou et le cas échéant de certaines rues situées à proximité dans un périmètre à déterminer

#### ❖ du Palais des Congrès de la porte Maillot.

### III- Les principes à privilégier pour définir une nouvelle délimitation

Par rapport au maillage actuel, je préconise de privilégier deux principes pour définir une nouvelle délimitation:

-en premier lieu, il convient **d'écarter une approche fragmentée et radicaire** des périmètres susceptibles d'être classés-au risque de reproduire les difficultés déjà rencontrées à Paris, notamment les risques de distorsion de concurrence et d'insécurité juridique (« effets frontières ») liés à la définition de périmètres trop restreints (voir supra),

C'est cette démarche que préconise la CCIP en proposant le classement d'ensembles homogènes identifiées à la faveur du croisement de critères objectifs (cf IV). Je m'interroge toutefois sur l'intérêt d'élargir le zonage actuel aux commerces situés à proximité de la Porte de Versailles, dont l'activité est plus tournée vers un tourisme d'affaire induit par la permanence des salons que par une attractivité touristique avérée.

-en second lieu, il est primordial **de proposer un nouveau zonage véritablement étoffé qui répondent aux défis d'une ville-capitale de renommée mondiale.**

Cette nouvelle délimitation des zones touristiques permettrait :

- de répondre aux attentes de la clientèle touristique et de renforcer l'attractivité de Paris dans un contexte de forte concurrence entre métropoles européennes et mondiales et au sein même de l'Ile-de-France (avec par exemple, le classement en zone touristique du quartier de La Défense).
- d'apporter une réponse positive aux demandes largement exprimées par les associations de commerçants, enregistrées depuis plus d'une dizaine d'années par la Préfecture qui à ce jour n'ont pas été concrétisées par une décision de la collectivité territoriale.

### IV- L'identification de nouveaux périmètres de zones touristiques : La proposition de la CCIP- Délégation de Paris-



Les réflexions engagées pour proposer une évolution du dispositif actuel ont conduit la CCIP-Délégation de Paris à rechercher une identification des périmètres par la définition d'une méthodologie objective. L'organisme consulaire préconise à cet égard une grille « multi-critères » permettant d'identifier de nouveaux périmètres susceptibles d'être classés.

**a) la méthode retenue : une grille multi-critères :**

Dans un document(cf document n°2), l'organisme consulaire propose d'utiliser une grille de trois critères pour examiner la pertinence économique des périmètres de zones touristiques actuelles, à étendre ou à créer dans la capitale.

Ces critères prennent en compte :

- l'intérêt culturel, architectural, historique ou naturel ;
- la forte densité commerciale ;
- les capacités d'accueil et d'accessibilité au secteur

Leur croisement doit permettre d'éclairer la décision de la Ville de Paris sur les secteurs susceptibles d'être classés en zones touristiques.

**➤1<sup>er</sup> critère : identification des zones présentant des spécificités naturelles et/ou touristiques et/ou culturelles et/ou architecturales à partir du recensement :**

- des principaux musées et monuments ;
- des théâtres, salles de spectacle, galeries d'art et cinémas ;
- des principaux centres d'exposition et de congrès

**➤2<sup>o</sup>critère : identification des zones à forte densité commerciale correspondantes. La densité commerciale étant caractérisée par rapport :**

- au nombre de commerces
- à la composition du tissu commercial (au regard des besoins de la clientèle touristique), avec une présence significative de commerces relevant de l'équipement de la personne, du secteur beauté-santé (parfumerie), du secteur culture-loisirs, des Cafés- Hôtels-Restaurants(C.H.R.)
- à l'appartenance à des pôles ou linéaires commerciaux. Cette appartenance peut être définie à partir d'une carte, élaborée par l'APUR (cf document n°2 figurant dans « le commerce à Paris – recensement 2007 et évolution depuis 2005 de la banque de données sur le commerce parisien»).

Y sont identifiés en particulier des pôles d'attraction majeurs au niveau de l'agglomération parisienne voire la France pour certains types de commerce : les 4 premiers arrondissements, le nord des 5<sup>ème</sup> et 6<sup>ème</sup> arrondissements avec des extensions aux Champs-Élysées, Montmartre et Montparnasse.

La Cour Saint-Emilion (Bercy Village) présente également une attraction forte sur l'est et le sud-est de l'agglomération.

En outre, l'élaboration du Schéma de Développement Commercial, en juillet 2004, avait identifié 4 pôles majeurs à rayonnement régional, national et international :

- **le pôle Haussmann-St Lazare-Opéra**, les grands magasins et la diversité de leurs produits servant de vitrine internationale
- **le pôle des Champs Élysées et de l'Avenue Montaigne**, une des grandes destinations du commerce du luxe et de la mode

- *le pôle les Halles-Rivoli*, offre commerciale extrêmement dense bénéficiant d'un rayonnement plutôt régional
- *le pôle Montparnasse – Rennes – Bon Marché – Saint Germain*, dominé par l'équipement de la personne (toutes gammes de clientèle) et, dans une moindre mesure, par une concentration très localisée de galeries d'art et d'antiquaires (à rayonnement international)

➤ **3<sup>ème</sup> critère, première estimation de la capacité à recevoir un certain volume de touristes, de l'ampleur de la fréquentation et de l'aire d'attraction des zones étudiées à partir :**

- des statistiques de fréquentation des musées et monuments ;
- du degré d'accessibilité ;
- de la capacité d'hébergement et de restauration

### **b) La proposition de la CCIP**

A partir de cette méthode la CCIP propose de cibler deux types de périmètres (cf document n°3)

#### ***⇒ le périmètre « cœur de ville »***

Cette zone constitue, selon les études conduites par la CCIP (cf document n°4), le pôle commercial d'attraction majeur de la Ville de Paris.

Elle engloberait les arrondissements historiques situés « rive droite » et « rive gauche » dont le rayonnement dépasse largement les limites de la ville et constitue une vitrine nationale et internationale.

#### ***⇒ des zones éclatées***

Les zones des Champs- Elysées et de Montmartre verraient leur périmètre élargi .

La Porte-Maillot, Bercy Villages et la Porte de Versailles constitueraient de nouvelles zones touristiques

## **Conclusion**

La démarche préconisée par la CCIP apparaît positive à un double titre :

- elle s'appuie sur des critères pertinents et quantifiables donc vérifiables qui permettent d'engager le débat entre les différents acteurs économiques concernés ;

- elle offrirait à l'économie touristique parisienne dans toutes ses composantes (HCR, commerces, services) une belle opportunité permettant à la capitale de lutter avec de nouveaux atouts dans la compétition européenne et mondiale pour l'accueil des touristes ;

In fine, il restera au Maire de Paris à prendre la décision en matière de délimitation de périmètre, étant entendu que chaque commerçant conservera d'évidence la liberté d'utiliser ou non le droit de déroger au repos dominical