

knightfrank.fr/etudes/

Avenue des Champs-Élysées

Rue Saint-Honoré

Rue des Rosiers

Rue des Archives

Rue des Francs Bourgeois

Avenue des Ternes

Rue de Passy

Rue de Rivoli

Rue Pierre Charbonnet

Rue Fr

Boulevard

Avenue de l'Opéra

Avenue Montaigne

Boulevard

Rue George V

Sommaire

01.	Introduction	p.03
02.	Paris et ses rues commerçantes	p.12
02.1.	Artères prime	p.14
02.2.	Artères majeures – Rive Droite	p.25
02.3.	Artères majeures – Rive Gauche	p.41
03.	Perspectives	p.56
04.	Contacts	p.58



01

Intro

duction

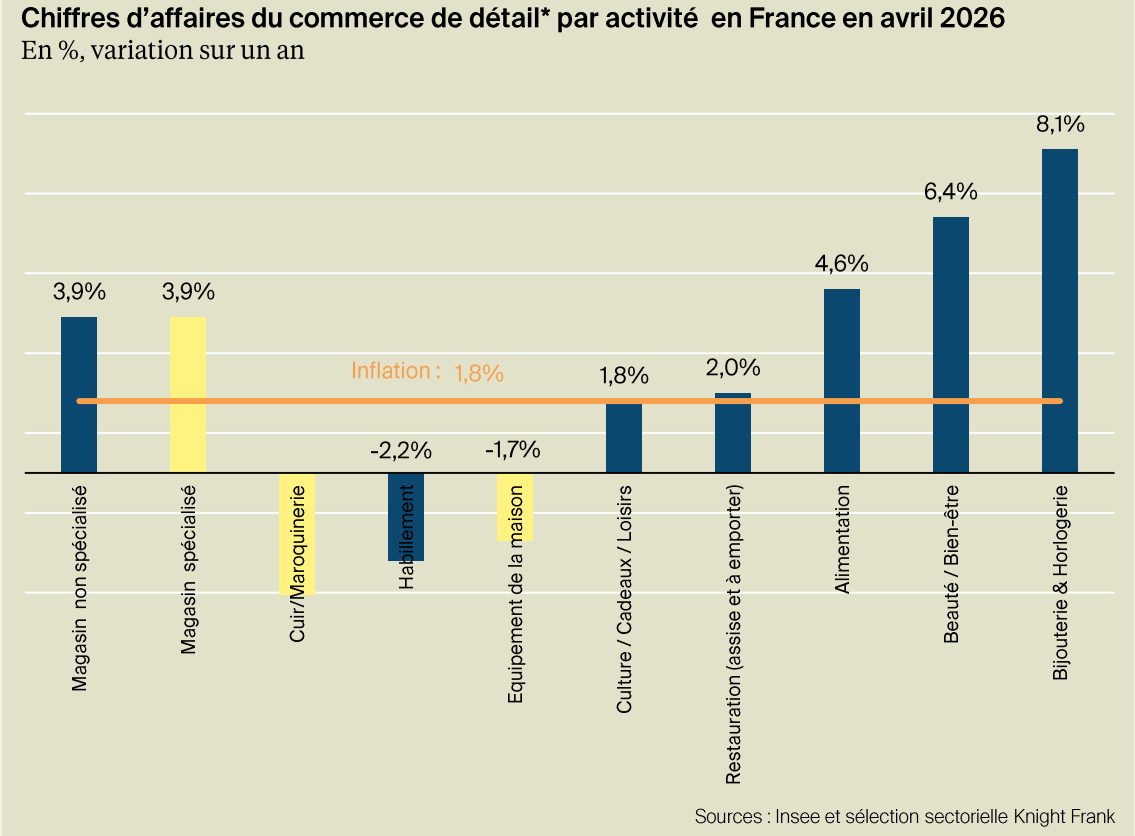
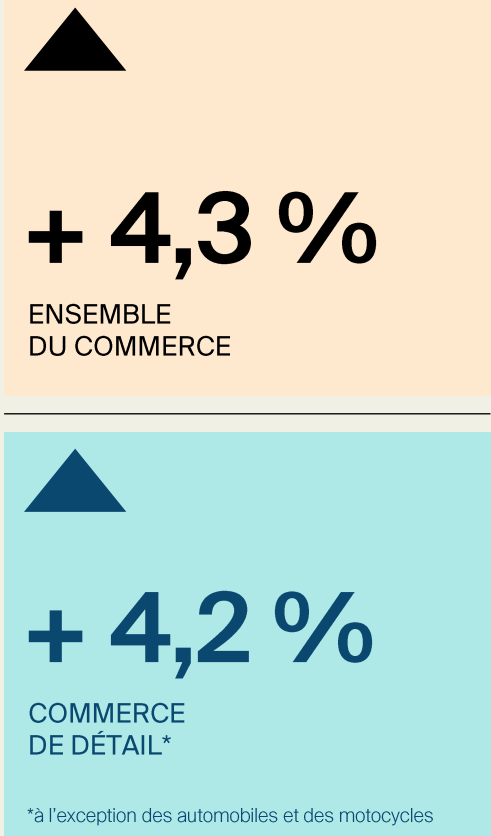


Le commerce de détail accélère sa croissance, Le commerce spécialisé se segmente

Le commerce de détail continue sa forte croissance avec un chiffre d'affaires (+4,2%) plus de deux fois supérieur à l'inflation (1,8%). Ce chiffre témoigne d'un appétit encore intact des consommateurs pour les biens vendus dans les commerces de détail. Cette performance est d'autant plus remarquable que la consommation des ménages s'est contractée au premier trimestre 2026 (-0,2% au 1er trimestre 2026 relativement au 4^{ème} trimestre 2025), dans un contexte de reflux de l'inflation et d'attentisme des consommateurs face à une éventuelle hausse d'impôts.

La situation est cependant hétérogène entre les sous-secteurs qui composent le commerce spécialisé. Certains continuent d'être affectés par ce contexte peu favorable à la consommation. C'est notamment le cas des sous-secteurs du cuir et de la maroquinerie, de l'habillement, ou encore, de l'équipement de la maison. A l'inverse, ce contexte n'ébranle toujours pas d'autres sous-secteurs qui sont maintenant haussiers de façon constante depuis plusieurs trimestres. C'est particulièrement vrai pour les sous secteurs de « la beauté et bien-être » (+6,4% sur un an) et de la « bijouterie et horlogerie » (+8,1%).

Les enseignes de l'alimentation conservent une dynamique porteuse avec une évolution annuelle de +4%, deux fois plus que celles de la restauration (+2%).



Principales artères commerçantes

Les équipes de Knight Frank suivent en continu les mouvements des enseignes sur une trentaine d'artères parisiennes, dont :

Six axes « prime » :

- Avenue des Champs-Élysées
- Rue de la Paix et place Vendôme
- Rue du Faubourg Saint-Honoré
- Rue Saint-Honoré
- Avenue Montaigne

Une dizaine d'axes majeurs :

Sur la rive droite

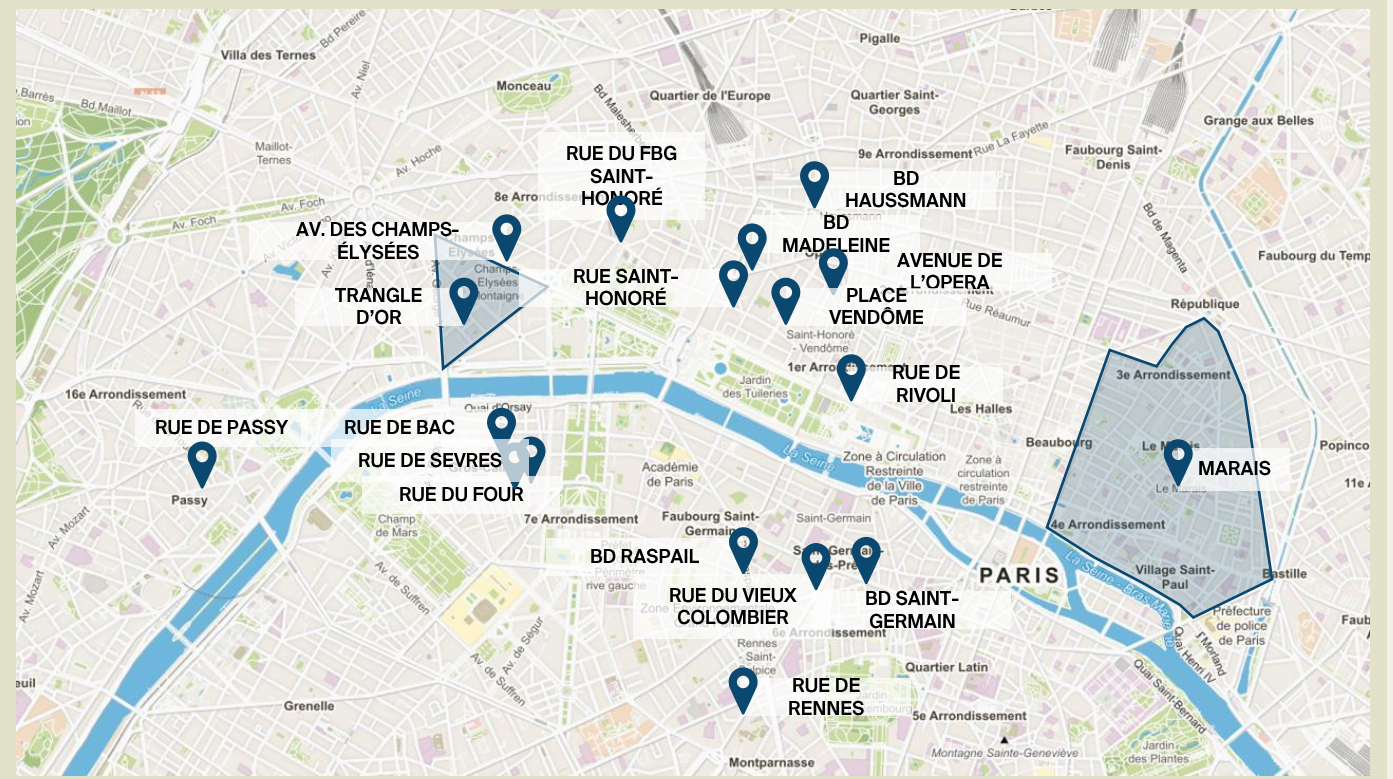
- Boulevard Haussmann
- Boulevard de la Madeleine
- Boulevard des Capucines
- Rue de Rivoli
- Rue de Passy
- Dans le quartier du Marais :
 - Rue des Archives
 - Rue des Francs Bourgeois
 - Rue des Rosiers
 - Rue Sainte-Croix-de-la-Bretonnerie
 - Rue du Temple
 - Rue Vieille du Temple

Une dizaine d'axes majeurs :

Sur la rive gauche

- Rue de Rennes
- Rue de Sèvres
- Boulevard Saint-Germain
- Rue du Bac
- Rue du Four
- Boulevard Raspail
- Rue du Vieux Colombier

Cartographie des principales artères commerçantes
À Paris



Source : Knight Frank

Similitudes et spécificités des artères parisiennes

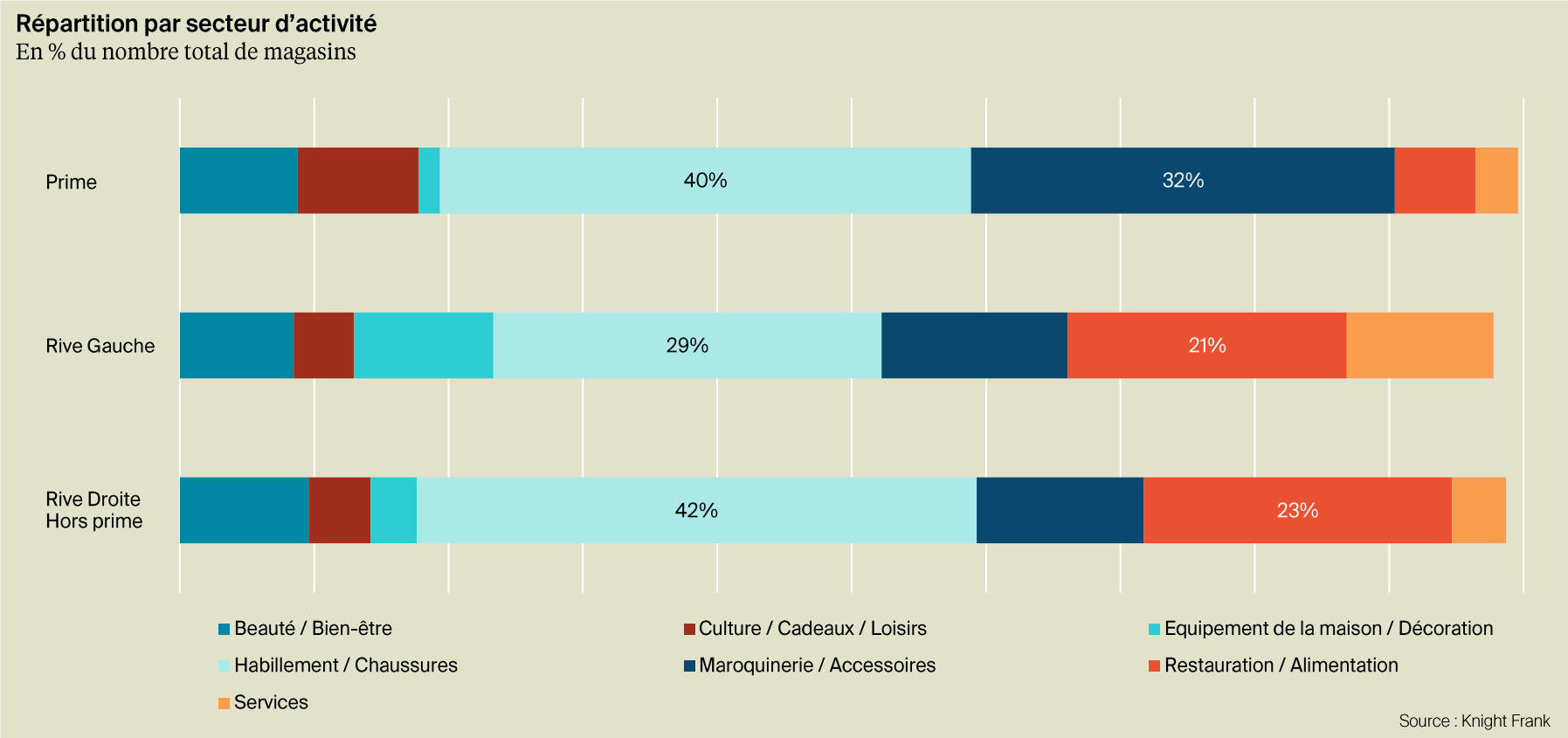
Capitale mondiale de la mode, l'ensemble des artères commerçantes parisiennes reste très dominé par les enseignes de l'habillement / chaussures de 10% à 54% selon les artères considérées avec une moyenne de 40% pour celles prime et 42% pour celles de la Rive Droite, la Rive Gauche affichant toutefois une intensité moindre (29%).

La beauté / bien-être concentre entre 8% et 11% des enseignes sur l'ensemble des artères.

Au-delà de cette relative homogénéité, plusieurs spécificités sont à relever avec une sur-représentation de la maroquinerie / accessoires sur les artères prime (32%), plus de deux fois supérieure au Marais (13%) et à la Rive Gauche (14%).

A l'inverse, la restauration / alimentation, très largement représentée dans le Marais (24%) et sur la Rive Gauche (21%), demeure marginale sur les artères prime (6%).

Enfin, la Rive Gauche se distingue par un profil plus diversifié, l'équipement de la maison / décoration (10%) et les services (11%) y étant nettement plus présents que sur les autres typologies d'artères (de 1% à 4%).



La situation contrastée de la vacance commerciale à Paris

Selon les dernières données de l'Atelier Parisien d'Urbanisme, le parc des commerces à Paris affiche un taux de vacance moyen voisin des 12-13% (données provisoires 2025 à confirmer), notre sélection d'artères commerçantes, épicerie de l'activité des enseignes – plus de 2 000 occurrences étudiées – montre une vacance nettement plus limitée :

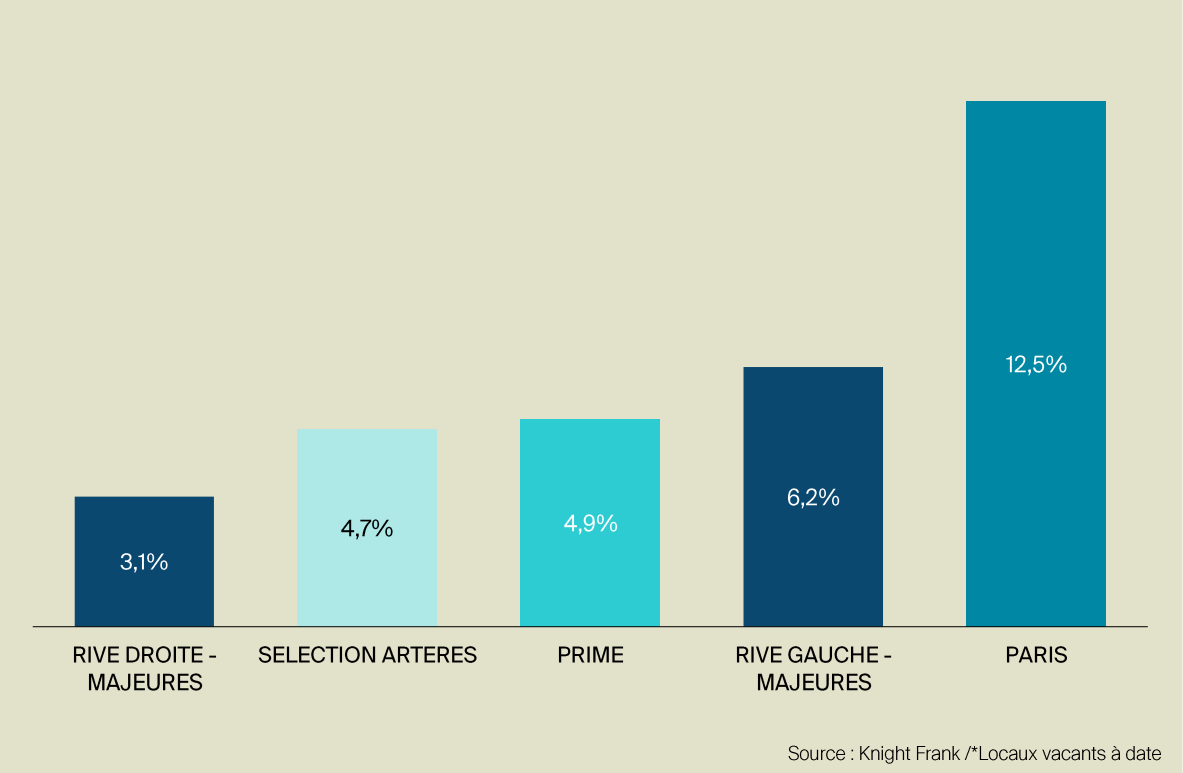
- Proche de 5% en moyenne pour les artères prime avec des écarts importants entre la place Vendôme ou l'avenue Montaigne (pas de vacance) et 9% pour l'avenue des Champs Elysées où la rotation des enseignes – 11 arrivées au cours des 12 derniers mois - est stimulée par la disponibilité d'emplacements vides et des projets de restructuration majeure.
- Autour de 3% en moyenne pour les artères majeures de notre sélection situées Rive Droite et 6% pour celles de la Rive Gauche. Là encore les situations sont contrastées entre les rues considérées : 1,4% sur la Rue de Passy, l'une des plus fournies avec 146 emplacements mais près de 11% pour la rue de Sèvres.

Objet d'une réflexion via le comité pluridisciplinaire Rivoli 2030, la rue affiche aujourd'hui un taux de vacance de 2% avec une dizaine d'arrivée au cours des 12 derniers mois. Le travail de requalification des arcades combiné à une végétalisation rendue indispensable par le réchauffement climatique et un meilleur traitement de la multimodalité des transports devrait permettre de contenir voire réduire la vacance tout en accompagnant sa montée en gamme.

MÉTHODOLOGIE

Recensement des mouvements sur l'ensemble des artères parisiennes étudiées afin de définir un taux de vacance précis. La vacance réelle se définit ainsi comme la part des locaux vacants à fin de période par rapport au total du nombre d'emplacements (hors projets de restructuration).

Taux de vacance* commerciale à Paris
Avril 2026



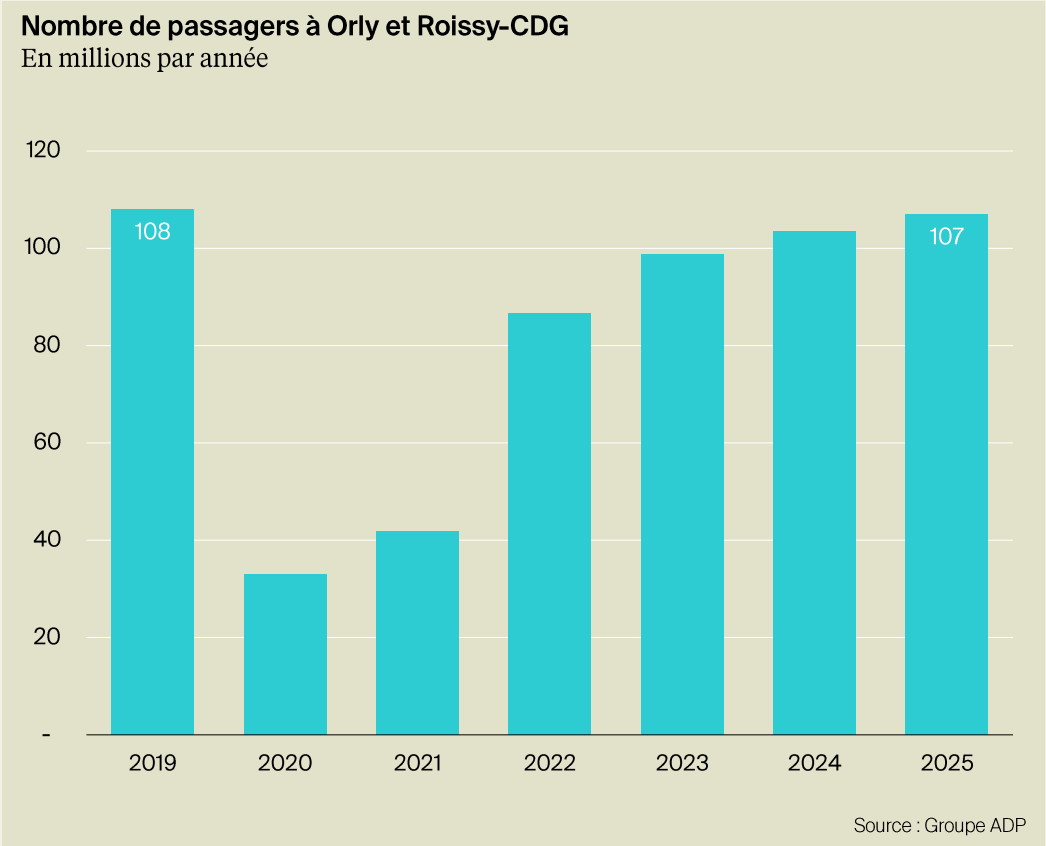
Une nouvelle hausse de la fréquentation touristique internationale

Les aéroports de Paris ont attiré 42,2 millions de passagers depuis le début de l'année (de janvier à mai inclus), soit 1,4% de passagers en plus relativement à 2025 sur la même période. Ce niveau de fréquentation n'a jamais été aussi proche des records observés avant la pandémie en 2019. Cette performance est d'autant plus remarquable que la hausse du prix du baril et la situation géopolitique étaient peu favorables à une croissance du nombre de passagers. Pour rappel, des vols ont été annulés et certaines compagnies, notamment celles low-cost, avaient choisi de faire supporter le surcoût énergétique aux consommateurs par la hausse des prix des billets.

D'un côté, la guerre au Moyen-Orient a provoqué une baisse de la fréquentation des aéroports de Paris pour les Moyen-Orientaux (-17% relativement aux cinq premiers mois de 2025). D'un autre côté, elle a profité d'effets de report, expliquant partiellement une forte hausse de touristes venant d'Asie-Pacifique (+7% relativement aux cinq premiers mois de 2025), d'Afrique (+3,9%) et d'Europe, première clientèle des aéroports de Paris (+2,1%).

A date, les voyageurs venus d'Europe, d'Afrique et d'Amérique du Nord sont plus nombreux qu'avant la pandémie.

Fréquentation des aéroports parisiens		
En mai 2026		
	42,2	millions de passagers
	+ 1,4 %	Par rapport à mai 2025
	2019	Niveau similaire À 2019 (99,6%)



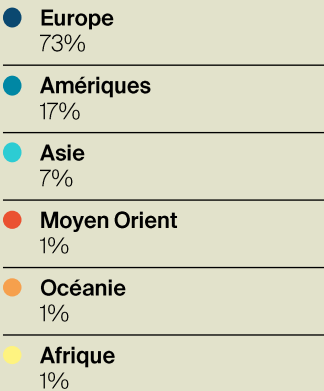
Enseignes étrangères à Paris : spécialisation et sélectivité des implantations

Près de 30% des enseignes commerciales présentes dans la Capitale sont d'origine étrangères; elles opèrent majoritairement dans le secteur de l'habillement / chaussures (51% de notre échantillon), suivi par la maroquinerie / accessoires (17%).

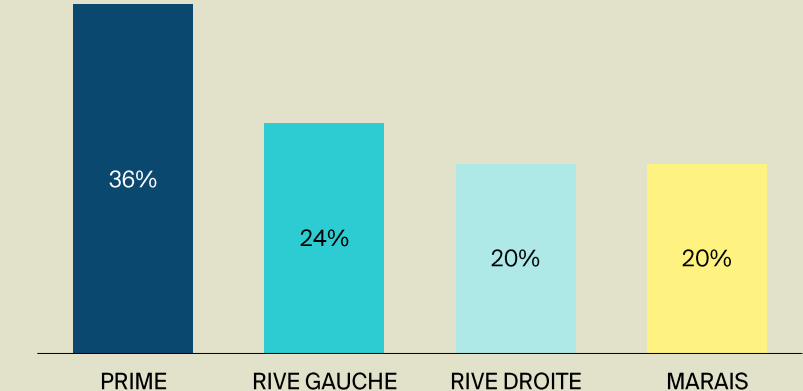
Les enseignes européennes ont très largement (73%) investi les rues commerçantes parisiennes, notamment les enseignes italiennes (40%, très présentes dans l'habillement / chaussure), suivi par le Royaume-Uni, l'Espagne et la Suisse, qui marque sa singularité avec un positionnement en maroquinerie / accessoires via des enseignes d'horlogerie. Les Amériques – essentiellement Etats-Unis – constituent la 2^{ème} source des enseignes étrangères à Paris : là encore c'est l'habillement / chaussures, qui constitue leur principale activité. Les enseignes asiatiques, Japon et Chine, consolident leur maillage territorial avec une préférence assez marquée pour les artères prime.

La concentration des enseignes étrangères dans les artères prime – Champs-Élysées et Montaigne – est assez manifeste (38% des implantations), mais d'autres secteurs ont le vent en poupe tant sur la Rive Gauche (24%) que dans le Marais (20%).

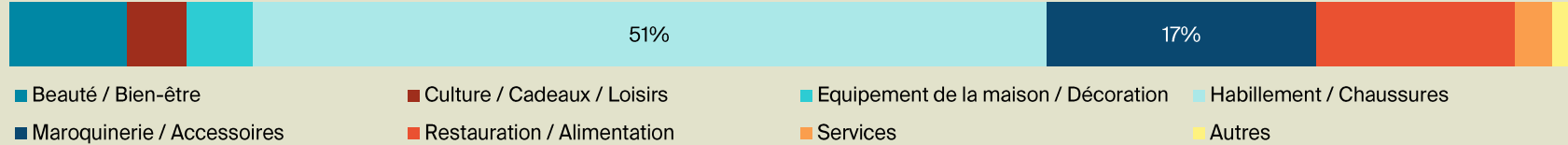
Origine des enseignes étrangères à Paris*
En % du nombre total de magasins



Implantation des enseignes étrangères à Paris*
En % du nombre total



Répartition par secteur d'activité des enseignes étrangères à Paris*
En % du nombre total



* Paris : sélection d'artères prime et majeures - Source : Knight Frank

Champs Elysées : attractivité internationale et premiumisation

L'activité du marché immobilier des commerces a été intense en 2025 sur l'avenue des Champs-Elysées avec pas moins de 11 nouvelles enseignes installées ou en projet soit un renouvellement supérieur à 10%.

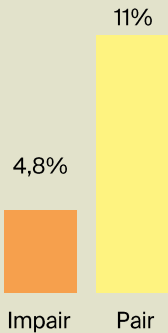
La montée en gamme de cette artère se confirme avec les ouvertures de boutiques de grand nom de la mode (Ralph Lauren, Balenciaga) ou encore de la maroquinerie (Louis Vuitton, Tumi) ou de la joaillerie (Tiffany & Co, Bucherer). Le mouvement de consolidation des enseignes sur des emplacements prime profite donc à la plus célèbre des avenues parisiennes aussi bien de la part d'enseignes nationales qu'internationales (Alo Yoga pour sa première boutique en France). Près de 30% des enseignes présentes ou à venir sur l'avenue des Champs Elysées appartiennent à l'univers du luxe (maroquinerie-accessoires, habillement – chaussures et beauté & bien-être).

La premiumisation de cette artère se matérialise également au travers de projets ambitieux de bureaux (cession du n°29/33 par Icade au profit de Black Swan Real Estate Capital à une valeur métrique de 33 000 €/m² pour un actif mixte de 7 300 m² de bureaux et 4 800 m² de commerces avec projet autorisé de restructuration).

Il en va de même pour l'immeuble du 103-111 un temps annoncé dans une destination hôtelière ultra premium et qui devrait finalement accueillir un espace hybride dédié à la mise en scène de la marque Louis Vuitton. Son adresse iconique devrait faire le bonheur d'une clientèle triée sur le volet avec quelques suites, illustrant ainsi la recherche d'une offre expérientielle complète et unique en son genre.

Taux de vacance commerciale Avenue des Champs-Elysées avril 2026 - en % du nombre total de magasin

Vacance réelle par côté :



50 %

Part des enseignes étrangères

Top 3 nationalités

- 1 Etats-Unis
- 2 Suisse
- 3 Italie

11 nouvelles enseignes

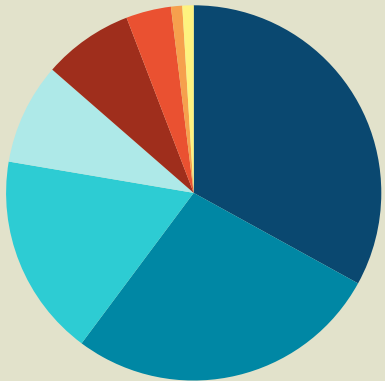
au cours des 12 derniers mois

COS, SOPRANO, SWAROVSKI, ALO YOGA, TUMI, BUCHERER, TIFFANY & CO, LANCASTER, LOUIS VUITTON, RALPH LAUREN et BALANCIAGA

Source : Knight Frank

Répartition par secteurs d'activité sur l'avenue des Champs-Elysées avril 2026

- **Habillement / Chaussures**
33 %
- **Maroquinerie / Accessoires**
27 %
- **Restauration / Alimentation**
17 %
- **Beauté / Bien-être**
9 %
- **Culture / Cadeaux / Loisirs**
8 %
- **Services**
4 %
- **Equipped de la maison / Décoration**
1 %
- **Autres**
1 %



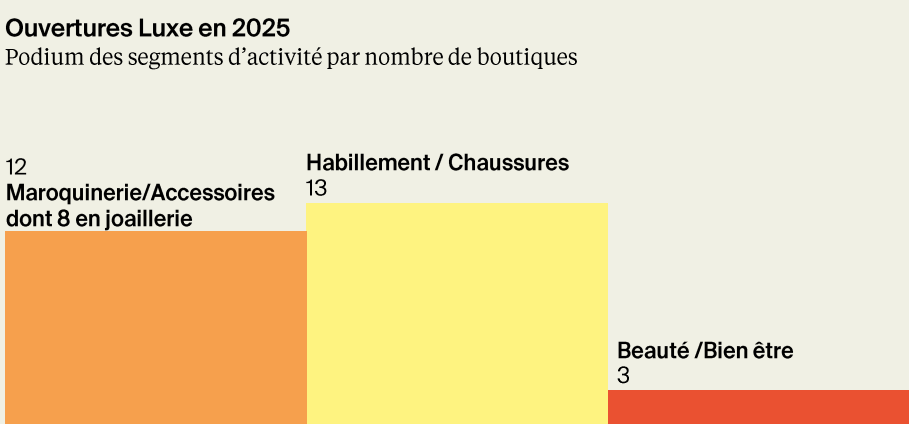
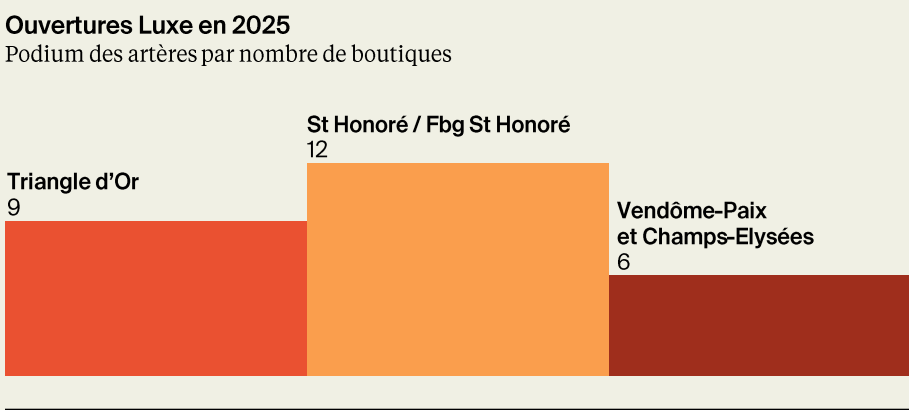
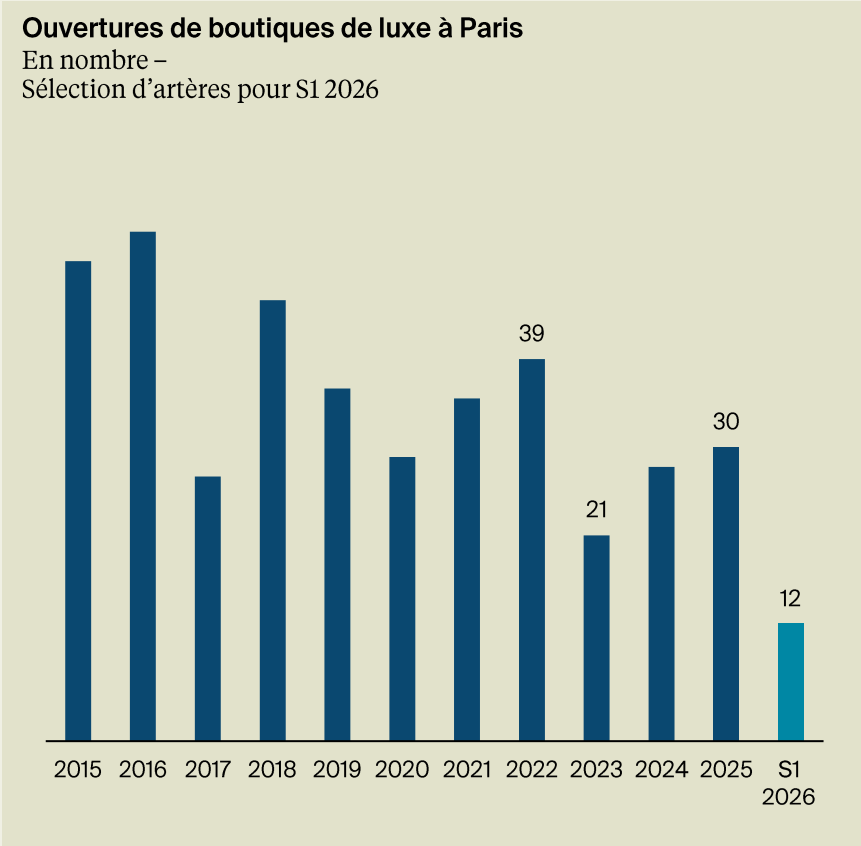
Source : Knight Frank

Le luxe, un levier de croissance long-terme à rebours des évolutions du commerce à Paris

La dynamique des ouvertures de boutiques de luxe à Paris poursuit sa croissance amorcée en 2024, atteignant la barre des 30 nouvelles ouvertures en 2025. Alors que les commerces dédiés à l'équipement de la personne (prêt-à-porter, chaussures, maroquinerie...) diminuent à Paris, les boutiques de luxe continuent d'ouvrir dans ce secteur.

Les rues Saint-Honoré et Faubourg Saint-Honoré dominent le classement des rues les plus prisées pour les nouvelles boutiques de luxe, avec 12 ouvertures en 2025, soit deux fois plus que la 3^{ème} place. La rue de la Paix et les Champs-Élysées enregistrent 6 nouvelles ouvertures, réparties équitablement entre les deux. En deuxième position, le Triangle d'Or recense 9 ouvertures de boutiques de luxe, consolidant ainsi sa place incontournable dans le paysage du luxe parisien.

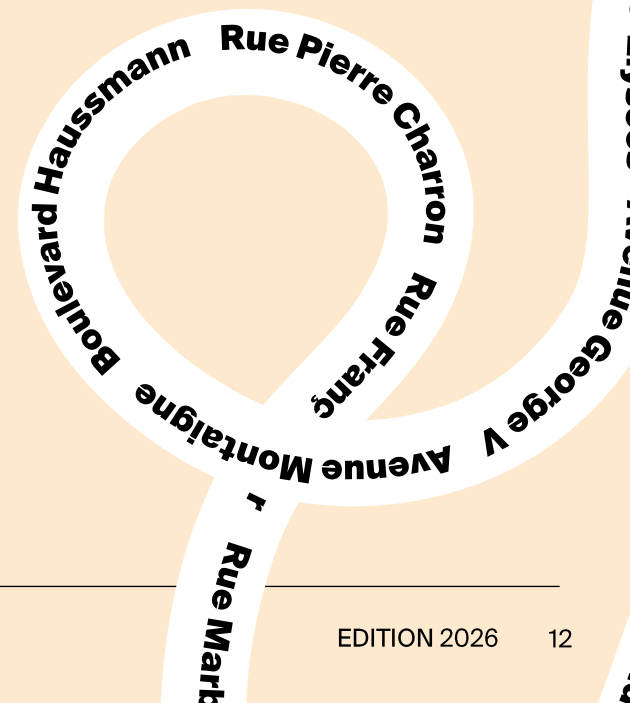
Au regard de l'évolution de la population parisienne, dont la population de cadres est en progression, mais aussi de la montée en gamme du tourisme, notamment sur le segment des hôtels 5 étoiles et des palaces, la tendance de long-terme est favorable à l'ouverture de boutiques de luxe.



02

Paris &

ses rues
commerçantes

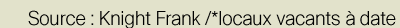
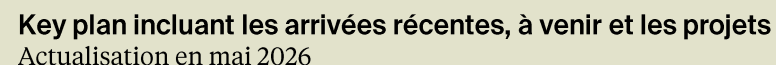


02.1 Les artères prime parisiennes



Répartition par secteur d'activité

(En % du nombre total de magasins)



Avenue des Champs-Élysées

2025	MOMENT CLÉS	5,6	FRÉQUENTATION MENSUELLE MOYENNE : 5,6 millions de visiteurs
		-2 %	VARIATION VS 2024 : -2 %
		+8 %	VARIATION VS MOY. 2020-2024 : +8 %
		4,8	ÉTÉ (JUN À SEPTEMBRE) : 4,8 millions de visiteurs (+3 % en un an)
		6,1	BLACK FRIDAY (NOVEMBRE) : 6,1 millions de visiteurs (- 4 %)
		6,9	NOËL (DÉCEMBRE) : 6,9 millions de visiteurs (- 3 %)

Carte de chaleur de la fréquentation moyenne en avril 2026
En nombre de visiteurs

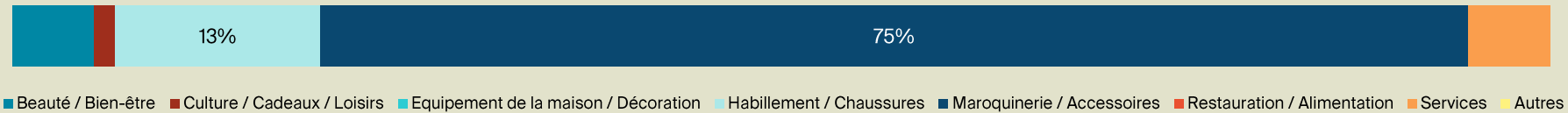


Source : Knight Frank, Mytraffic

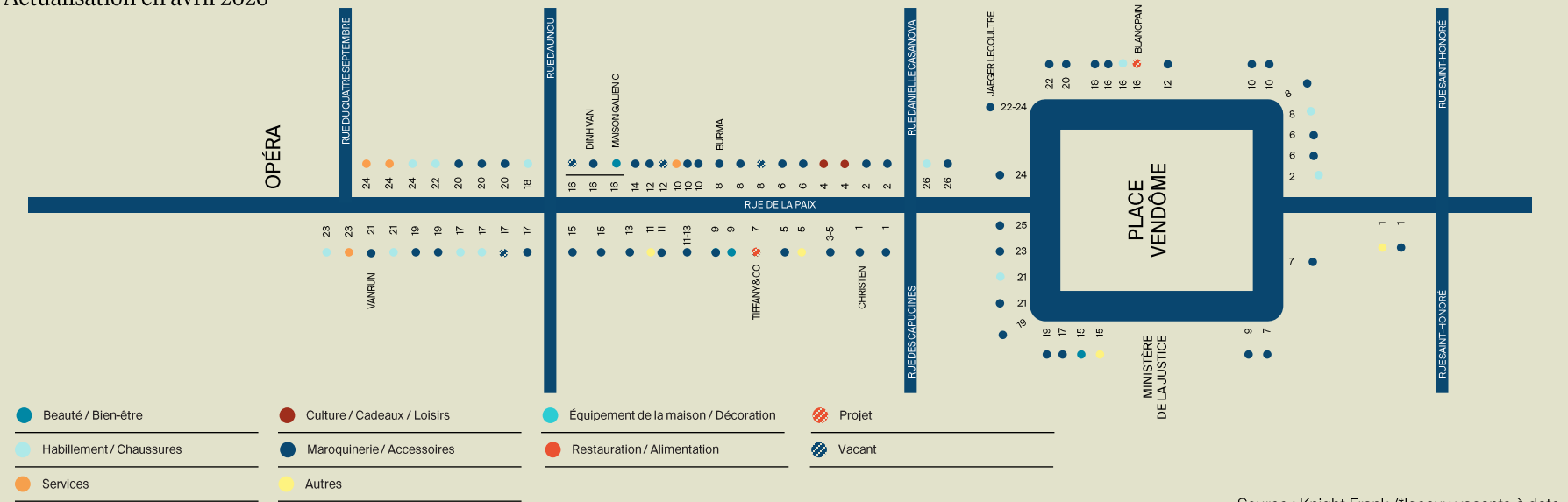
Rue de la Paix et Place Vendôme

	NOMBRE D'EMPLACEMENTS : 79
	ENSEIGNES ÉTRANGÈRES : 51 % d'enseignes étrangères
	ARRIVÉES / DÉPARTS : 8 arrivées / 3 départs au cours des douze derniers mois
	POSITIONNEMENT : Luxe et haut-de-gamme
	TAUX DE VACANCE (RÉEL*) : Place Vendôme : 0 % Rue de la Paix : 8,2 %
	VALEURS LOCATIVES (EN €/M²/AN, ZONE A) : 8 500 – 9 500 € (rue de la Paix)

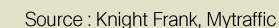
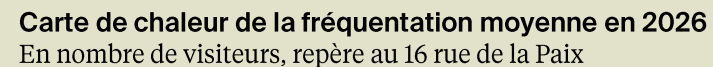
Répartition par secteur d'activité
(En % du nombre total de magasins)



Key plan incluant les arrivées récentes, à venir et les projets
Actualisation en avril 2026



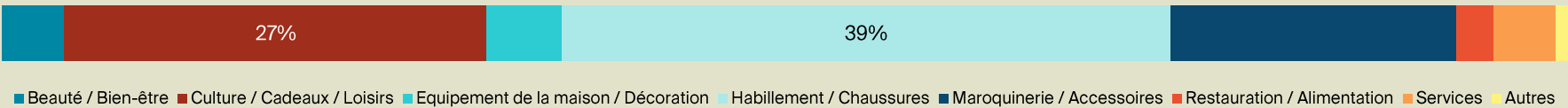
Source : Knight Frank /*locaux vacants à date



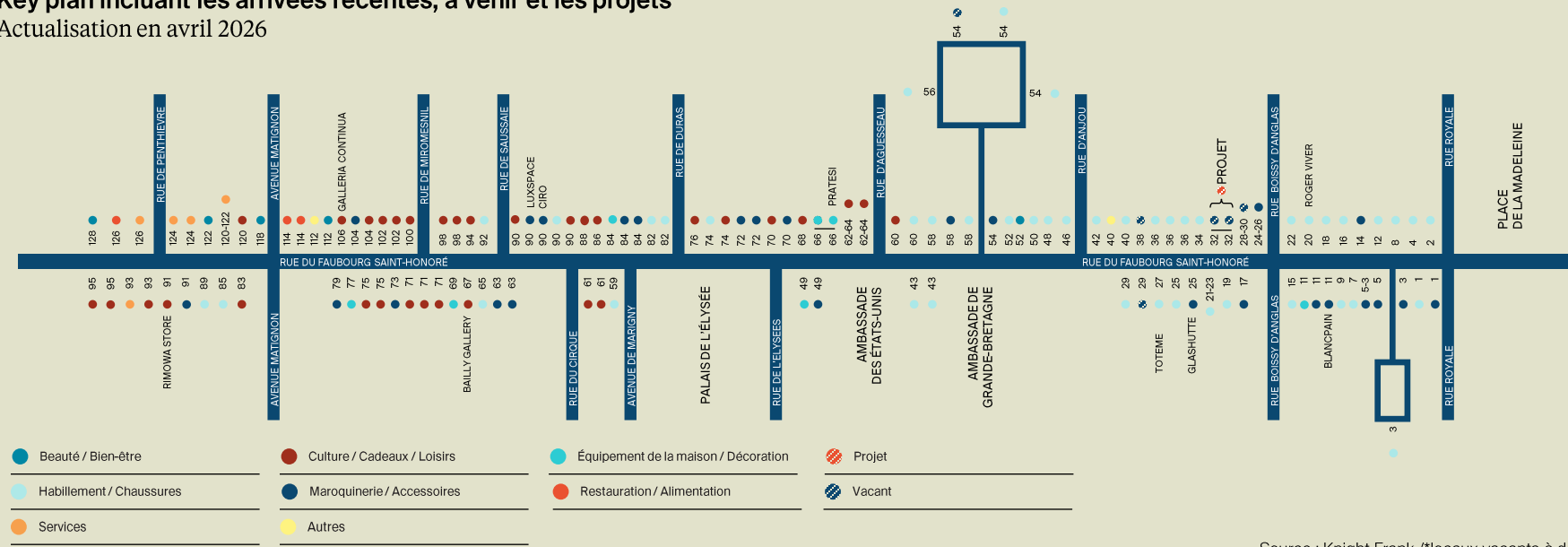
Rue du Faubourg Saint-Honoré

	NOMBRE D'EMPLACEMENTS : 131
	ENSEIGNES ÉTRANGÈRES : 37 % d'enseignes étrangères
	ARRIVÉES / DÉPARTS : 11 arrivées / 3 départs au cours des douze derniers mois
	POSITIONNEMENT : Luxe, haut-de-gamme et premium
	TAUX DE VACANCE (RÉEL*) : 3,8 % (en baisse sur un an)
	VALEURS LOCATIVES - TRONÇON RUE DE DURAS À RUE ROYALE (EN €/M²/AN, ZONE A) : 12 000 € pour le prime

Répartition par secteur d'activité
(En % du nombre total de magasins)



Key plan incluant les arrivées récentes, à venir et les projets
Actualisation en avril 2026

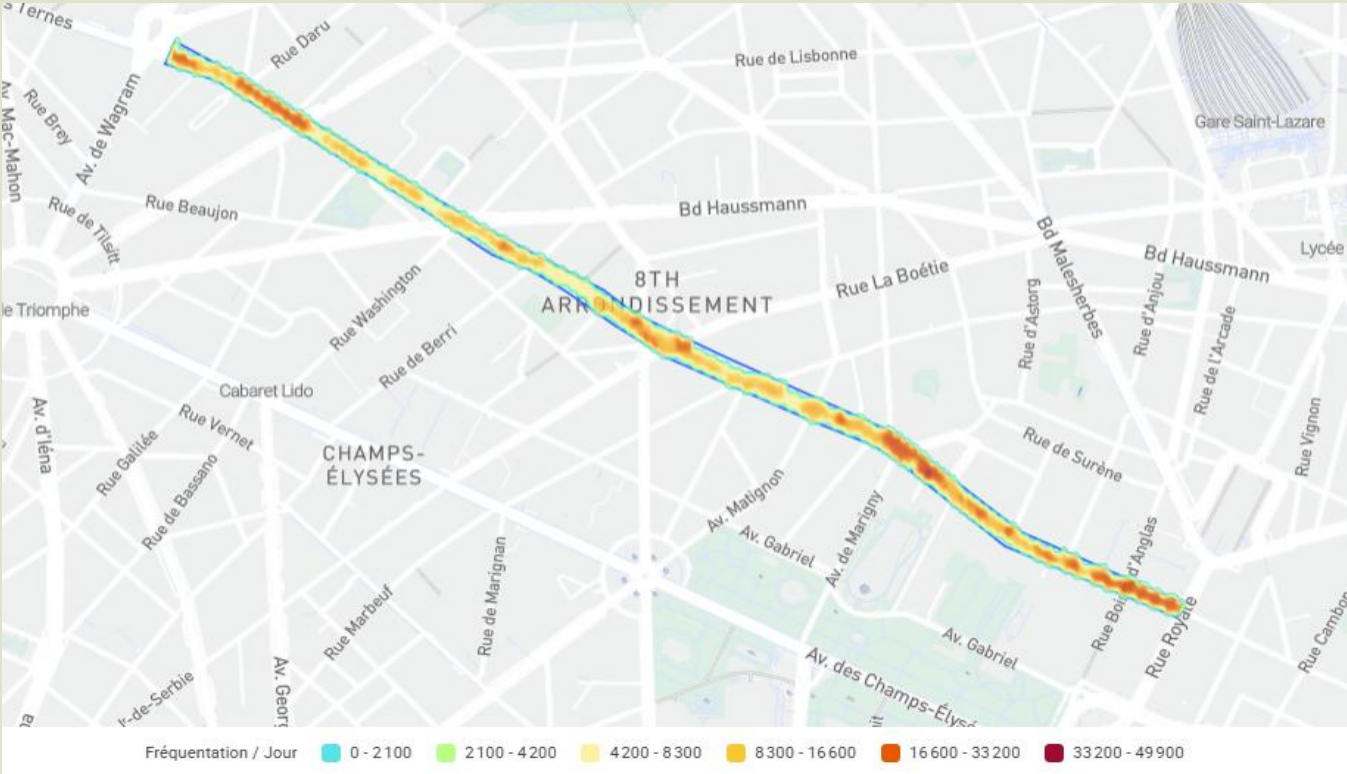


Source : Knight Frank /*locaux vacants à date

Rue du Faubourg Saint-Honoré

2025	MOMENT CLÉS	2,3	FRÉQUENTATION MENSUELLE MOYENNE: 2,3 millions de visiteurs
		-3 %	VARIATION SUR UN AN : -3 %
		-1 %	VARIATION VS 2020-2024 : -1 %
		2,1	ÉTÉ (JUN À SEPTEMBRE): 2,1 millions de visiteurs (-3 % en un an)
		2,5	BLACK FRIDAY (NOVEMBRE): 2,5 millions de visiteurs (-8 %)
		2,7	NOËL (DÉCEMBRE): 2,7 millions de visiteurs (-7 %)

Carte de chaleur de la fréquentation moyenne en 2026
En nombre de visiteurs

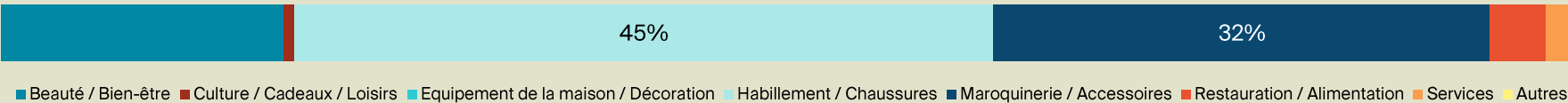


Source : Knight Frank, Mytraffic

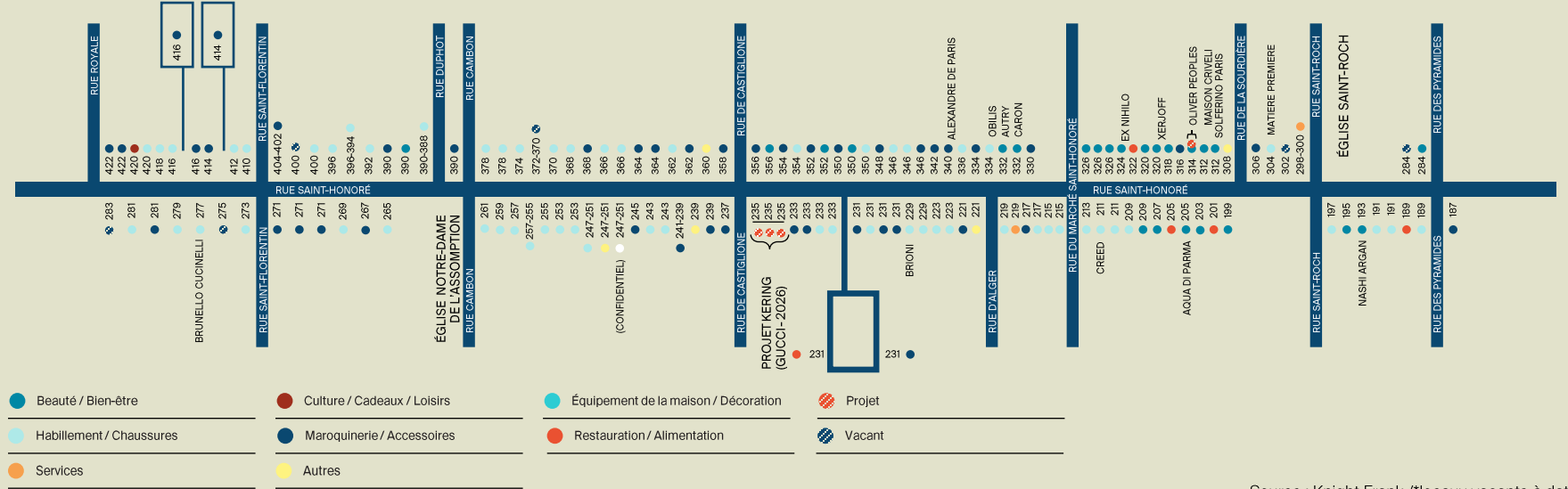
Rue Saint-Honoré

	NOMBRE D'EMPLACEMENTS : 146
	ENSEIGNES ÉTRANGÈRES : 42 % d'enseignes étrangères
	ARRIVÉES / DÉPARTS : 16 arrivées / 6 départs au cours des douze derniers mois
	POSITIONNEMENT : Luxe, haut-de-gamme et premium
	TAUX DE VACANCE (RÉEL*) : 4,8% (en hausse sur un an)
	VALEURS LOCATIVES (EN €/M²/AN, ZONE A) : 13 000 – 16 000 €

Répartition par secteur d'activité
(En % du nombre total de magasins)



Key plan incluant les arrivées récentes, à venir et les projets
Actualisation en avril 2026

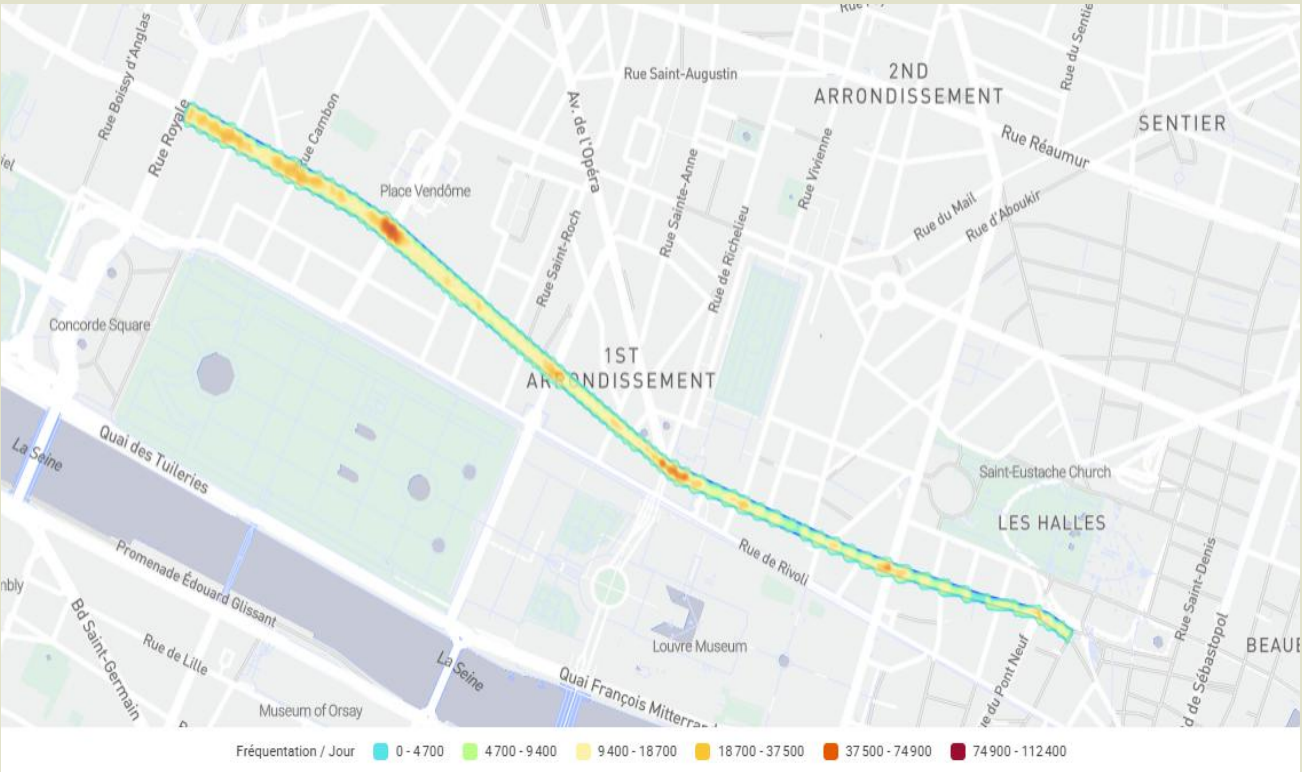


Source : Knight Frank /*locaux vacants à date

Rue Saint-Honoré

2025	MOMENT CLÉS	2,6	FRÉQUENTATION MENSUELLE MOYENNE : 2,6 millions de visiteurs
		-1 %	VARIATION SUR UN AN : - 1 %
		+17 %	VARIATION VS 2020-2024 : + 17 %
		2,5	ÉTÉ (JUN À SEPTEMBRE) : 2,5 millions de visiteurs (- 2 % en un an)
		3,1	BLACK FRIDAY (NOVEMBRE) : 3,1 millions de visiteurs (- 4 %)
		3,4	NOËL (DÉCEMBRE) : 3,4 millions de visiteurs (- 5 %)

Carte de chaleur de la fréquentation moyenne en 2026
En nombre de visiteurs



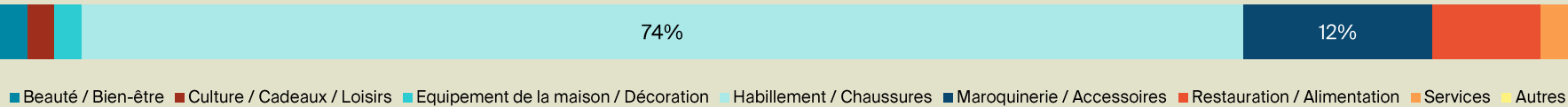
Source : Knight Frank, Mytraffic

Avenue Montaigne

	NOMBRE D'EMPLACEMENTS : 58
	ENSEIGNES ÉTRANGÈRES : 53 % d'enseignes étrangères
	ARRIVÉES / DÉPARTS : 6 arrivées / 3 départs au cours des douze derniers mois
	POSITIONNEMENT : Luxe et haut-de-gamme
	TAUX DE VACANCE (RÉEL*) : 0 % (en baisse sur un an)
	VALEURS LOCATIVES (EN €/M²/AN, ZONE A) : 13 000 – 16 000 €

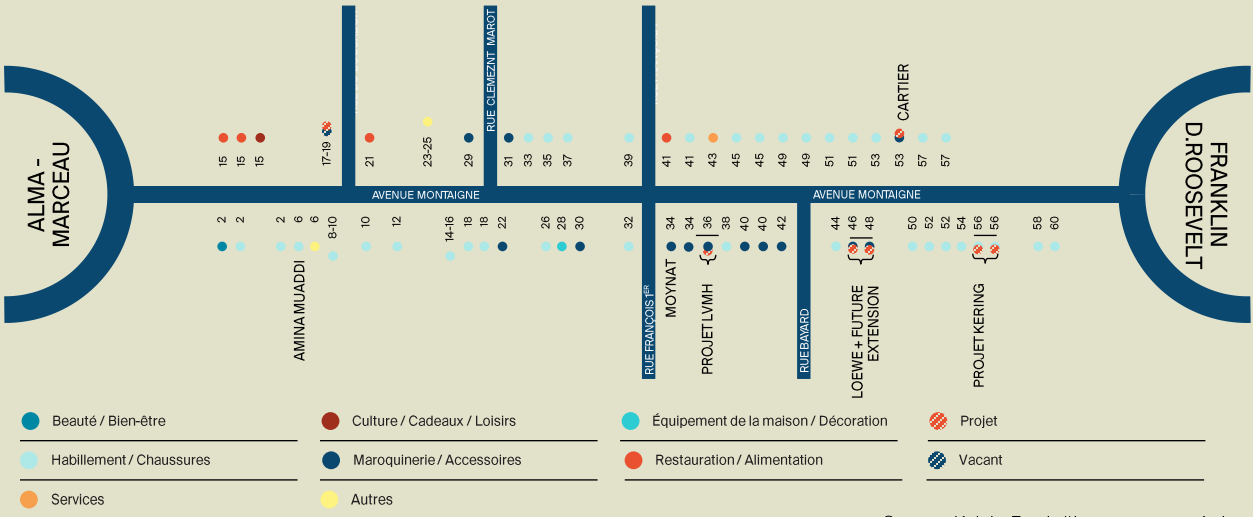
Répartition par secteur d'activité

(En % du nombre total de magasins)



Key plan incluant les arrivées récentes, à venir et les projets

Actualisation en avril 2026



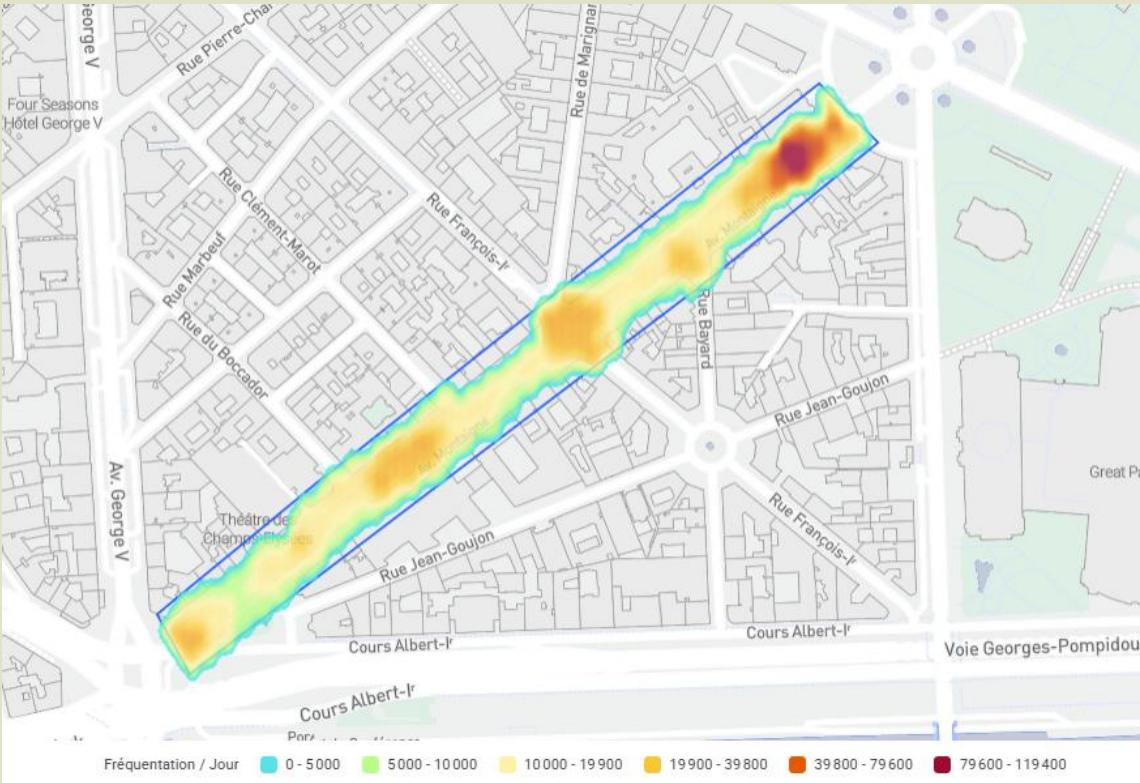
Source : Knight Frank /*locaux vacants à date



Avenue Montaigne

2025	MOMENT CLÉS	1,5	FRÉQUENTATION MENSUELLE MOYENNE : 1,47 millions de visiteurs
		-9 %	VARIATION SUR UN AN : -9 %
		+15 %	VARIATION VS 2020-2024 : +15 %
		1,4	ÉTÉ (JUN À SEPTEMBRE) : 1,4 million de visiteurs (-12 % en un an)
		1,5	BLACK FRIDAY (NOVEMBRE) : 1,5 million de visiteurs (-7 %)
		2	NOËL (DÉCEMBRE) : 2 millions de visiteurs (-7 %)

Carte de chaleur de la fréquentation moyenne en 2026
En nombre de visiteurs



Source : Knight Frank, Mytraffic

02.2

Artères
parisiennes
majeures

RIVE DROITE



Boulevard Haussmann (tronçon Havre-Chaussée d'Antin)

	NOMBRE D'EMPLACEMENTS : 30
	ENSEIGNES ÉTRANGÈRES : 36 % d'enseignes étrangères
	ARRIVÉES / DÉPARTS : 4 arrivées / 1 départ au cours des douze derniers mois
	POSITIONNEMENT : Mass market
	TAUX DE VACANCE (RÉEL*) : 6,7 %
	VALEURS LOCATIVES (EN €/M²/AN, ZONE A) : 3 000-5 000 €

Répartition par secteur d'activité

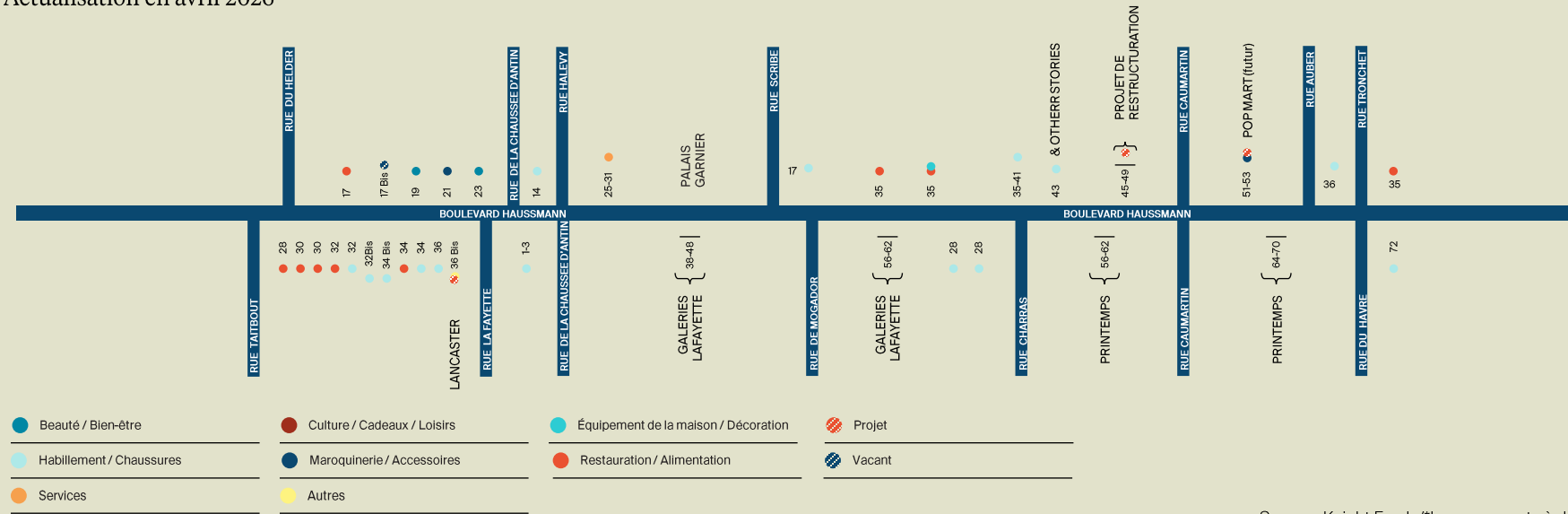
(En % du nombre total de magasins)



Beauté / Bien-être
Culture / Cadeaux / Loisirs
Équipement de la maison / Décoration
Habillement / Chaussures
Maroquinerie / Accessoires
Restauration / Alimentation
Services
Autres

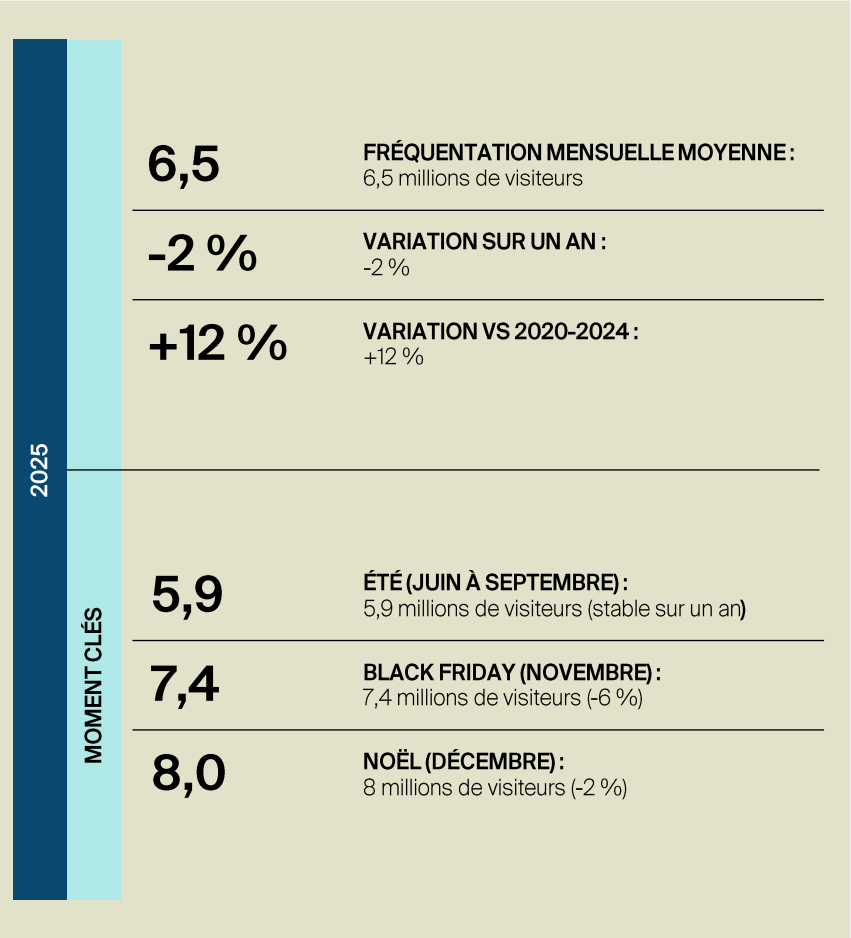
Key plan incluant les arrivées récentes, à venir et les projets

Actualisation en avril 2026

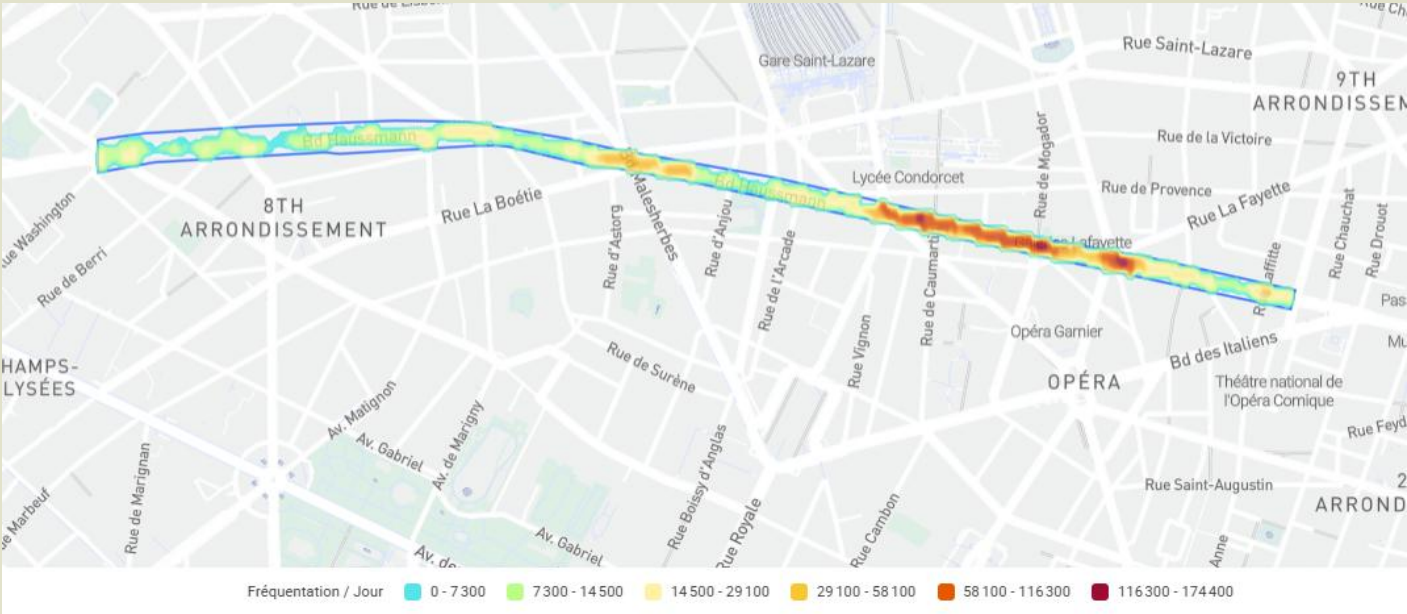


Source : Knight Frank /*locaux vacants à date

Boulevard Haussmann

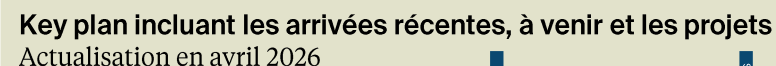


Carte de chaleur de la fréquentation moyenne en 2026
En nombre de visiteurs



Source : Knight Frank, Mytraffic

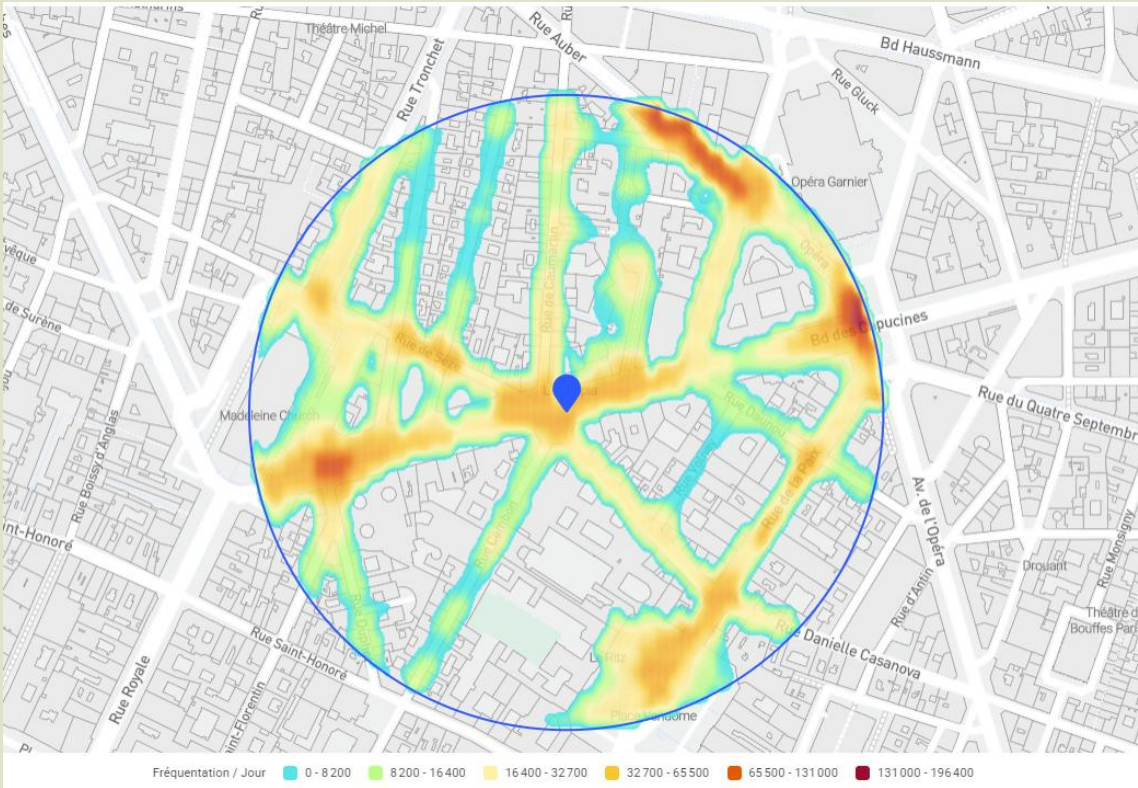
Répartition par secteur d'activité (En % du nombre total de magasins)



Boulevard des Capucines

2025	MOMENT CLÉS	1,4	FRÉQUENTATION MENSUELLE MOYENNE : 1,4 million de visiteurs
		-1 %	VARIATION SUR UN AN : -1 %
		+9 %	VARIATION VS 2020-2024 : +9 %
		1,2	ÉTÉ (JUN À SEPTEMBRE) : 1,2 million de visiteurs (+1 % en un an)
		2,2	BLACK FRIDAY (NOVEMBRE) : 2,2 millions de visiteurs (+1 %)
		1,3	NOËL (DÉCEMBRE) : 1,3 million de visiteurs (-3 %)

Carte de chaleur de la fréquentation moyenne en 2026
En nombre de visiteurs, repère au 43 boulevard des Capucines

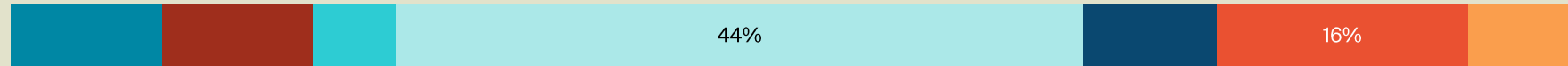


Source : Knight Frank, Mytraffic

Rue de Rivoli

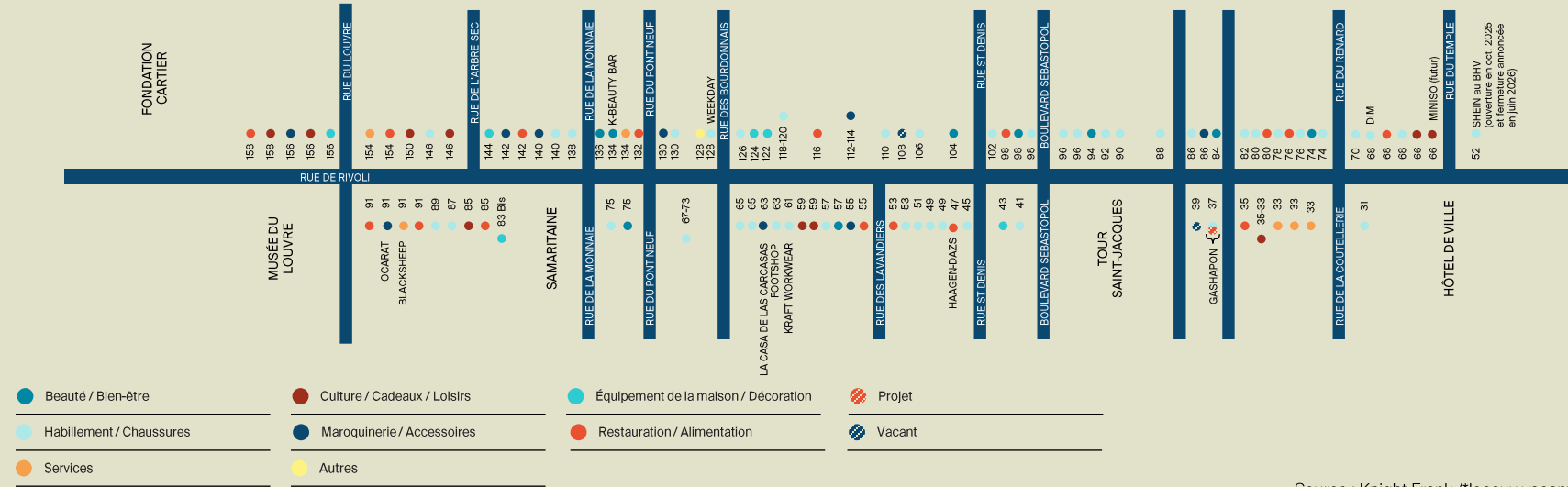
	NOMBRE D'EMPLACEMENTS : 95
	ENSEIGNES ÉTRANGÈRES : 55 % d'enseignes étrangères
	ARRIVÉES / DÉPARTS : 11 arrivées / 4 départs au cours des douze derniers mois
	POSITIONNEMENT : Middle market et mass market
	TAUX DE VACANCE (RÉEL*) : 2,1 % (en baisse sur un an)
	VALEURS LOCATIVES (EN €/M²/AN, ZONE A) : 2 500 – 3 500 €

Répartition par secteur d'activité
(En % du nombre total de magasins)



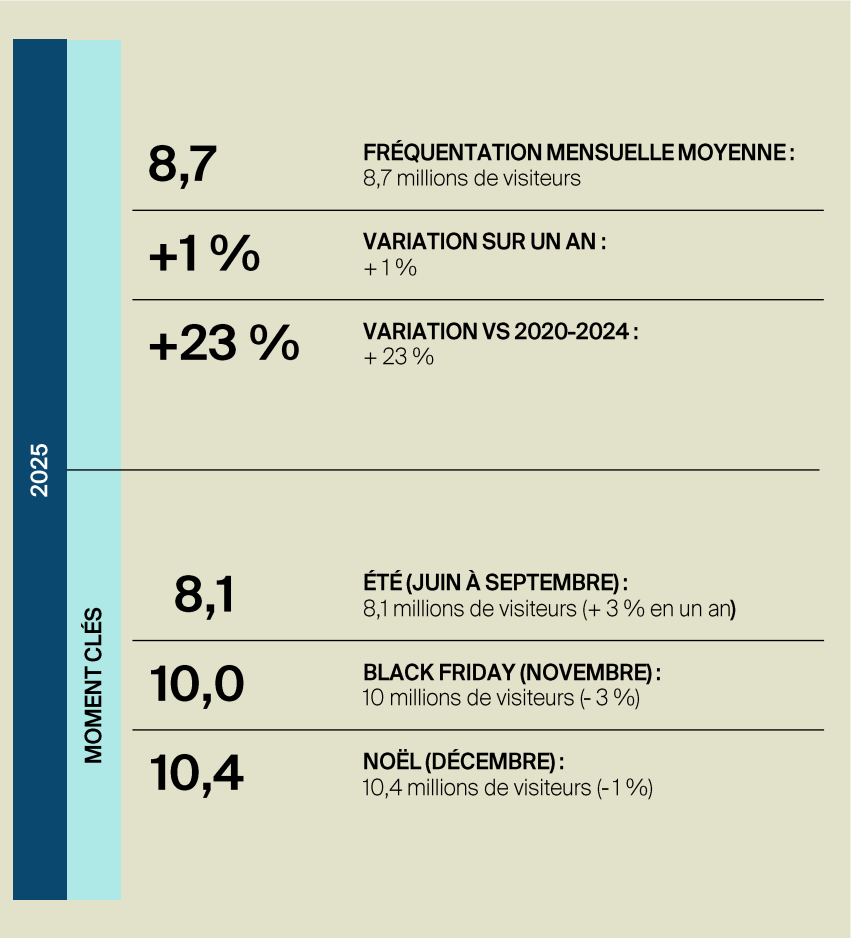
■ Beauté / Bien-être ■ Culture / Cadeaux / Loisirs ■ Equipement de la maison / Décoration ■ Habilleement / Chaussures ■ Maroquinerie / Accessoires ■ Restauration / Alimentation ■ Services ■ Autres

Key plan incluant les arrivées récentes, à venir et les projets
Actualisation en avril 2026



Source : Knight Frank /*locaux vacants à date

Rue de Rivoli



Carte de chaleur de la fréquentation moyenne en 2026
En nombre de visiteurs



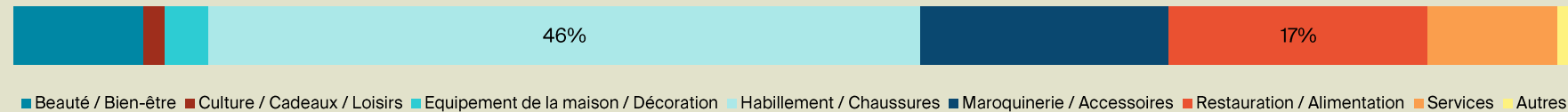
Source : Knight Frank /*locaux vacants à date

Rue de Passy

	NOMBRE D'EMPLACEMENTS : 146
	ENSEIGNES ÉTRANGÈRES : 21 % d'enseignes étrangères
	ARRIVÉES / DÉPARTS : 14 arrivées / 1 départ au cours des douze derniers mois
	POSITIONNEMENT : Premium et mass market
	TAUX DE VACANCE (RÉEL*) : 1,4 % (en hausse sur un an)
	VALEURS LOCATIVES (EN €/M²/AN, ZONE A) : 2 500 – 4 000 €

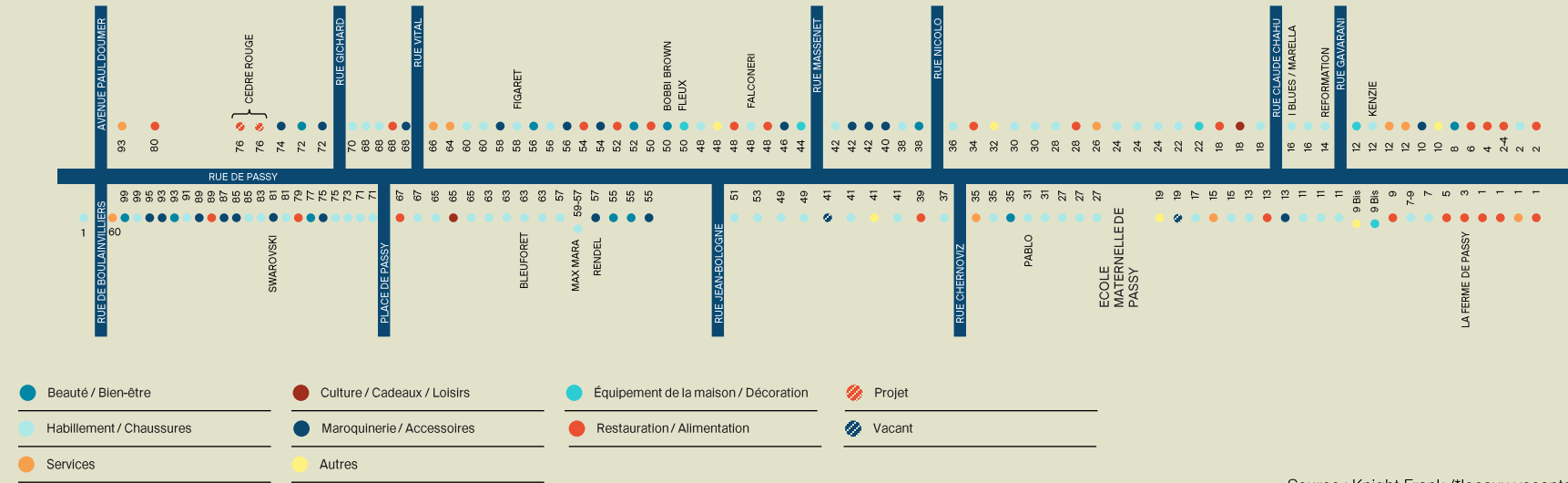
Répartition par secteur d'activité

(En % du nombre total de magasins)

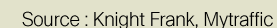


Key plan incluant les arrivées récentes, à venir et les projets

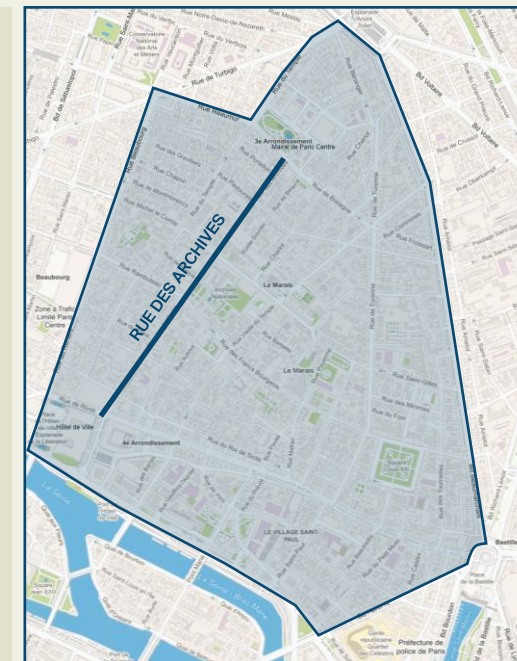
Actualisation en avril 2026



Source : Knight Frank /*locaux vacants à date



Répartition par secteur d'activité (En % du nombre total de magasins)



Marais – Rue des Francs Bourgeois

NOMBRE D'EMPLACEMENTS :

91

ENSEIGNES ÉTRANGÈRES :

33 % d'enseignes étrangères

ARRIVÉES / DÉPARTS :

11 arrivées / 1 départ au cours des douze derniers mois

POSITIONNEMENT :

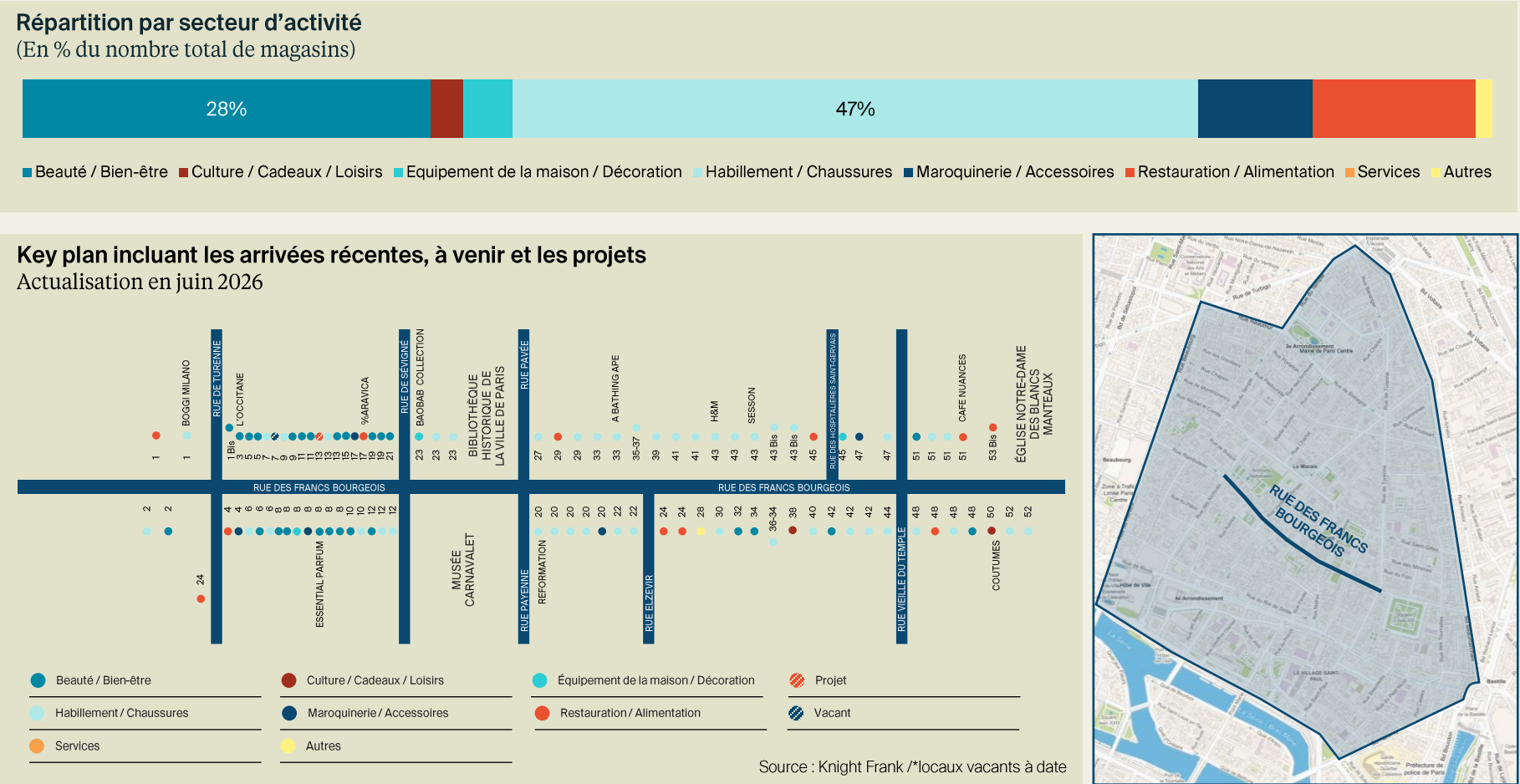
Premium et mass market

TAUX DE VACANCE (RÉEL*) :

1,1 % (en baisse sur un an)

VALEURS LOCATIVES (EN €/M²/AN, ZONE A) :

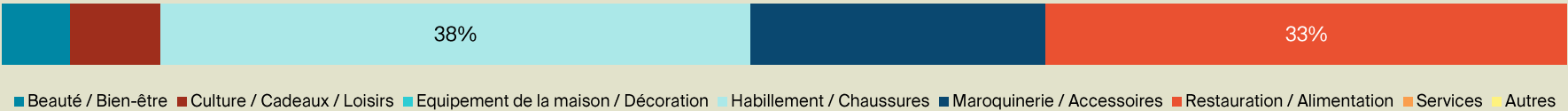
5 000 – 6 000 €



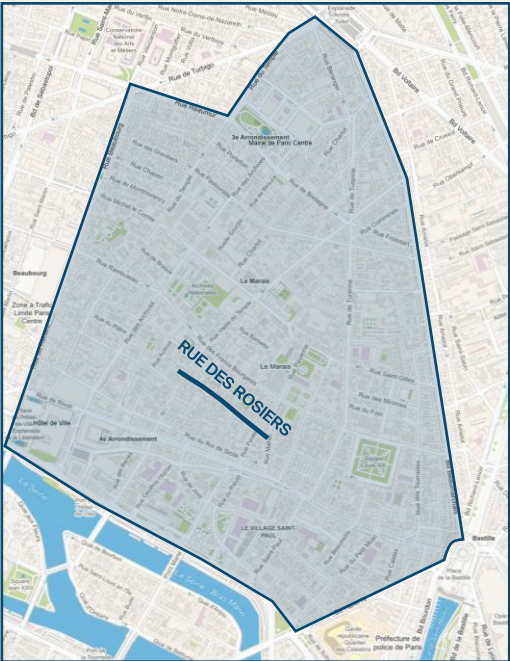
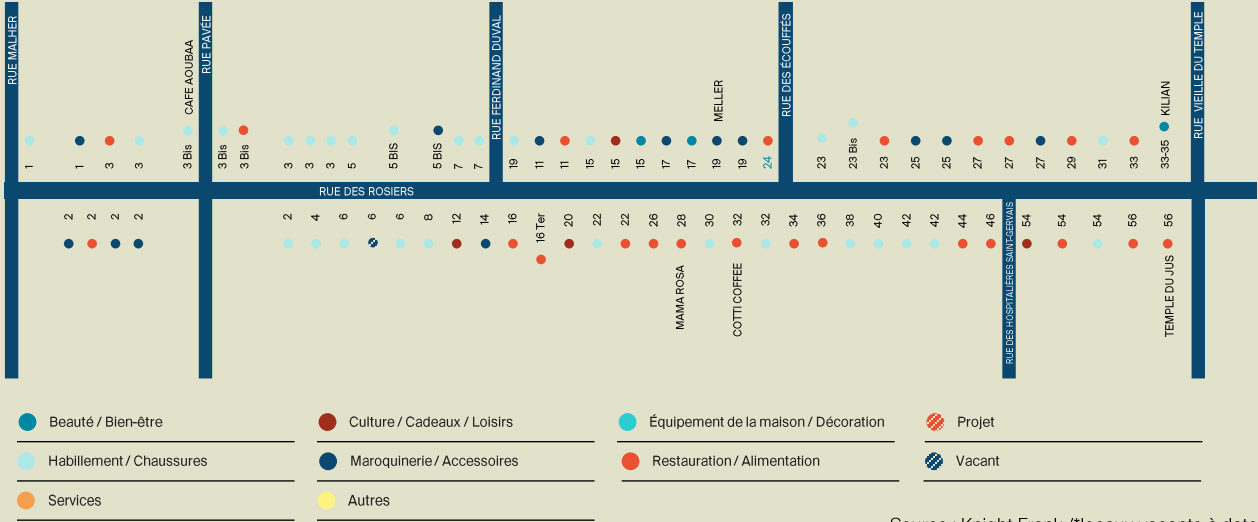
Marais – Rue des Rosiers

	NOMBRE D'EMPLACEMENTS : 70
	ENSEIGNES ÉTRANGÈRES : 30 % d'enseignes étrangères
	ARRIVÉES / DÉPARTS : 6 arrivées / 3 Départs au cours des douze derniers mois
	POSITIONNEMENT : Middle market et mass market
	TAUX DE VACANCE (RÉEL*) : 1,4 % (en baisse sur un an)
	VALEURS LOCATIVES (EN €/M²/AN, ZONE A) : 2 000 – 3 000 €

Répartition par secteur d'activité
(En % du nombre total de magasins)



Key plan incluant les arrivées récentes, à venir et les projets
Actualisation en avril 2026

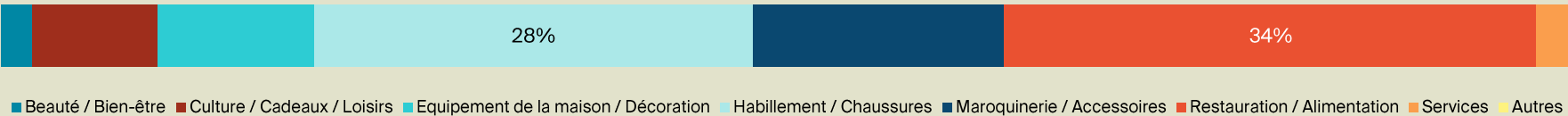


Source : Knight Frank / *locaux vacants à date

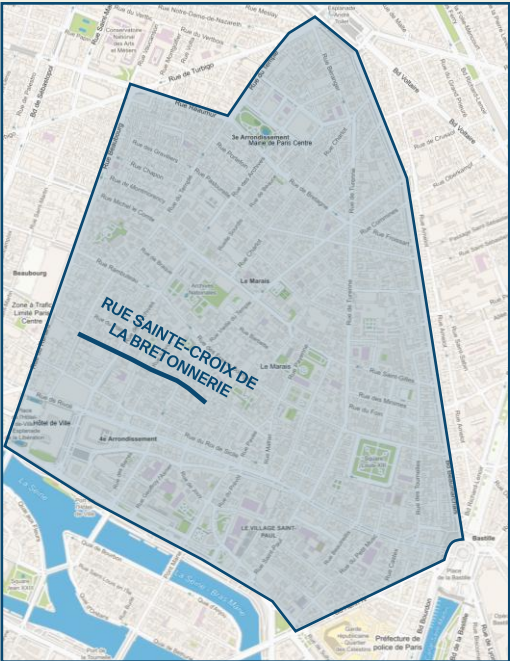
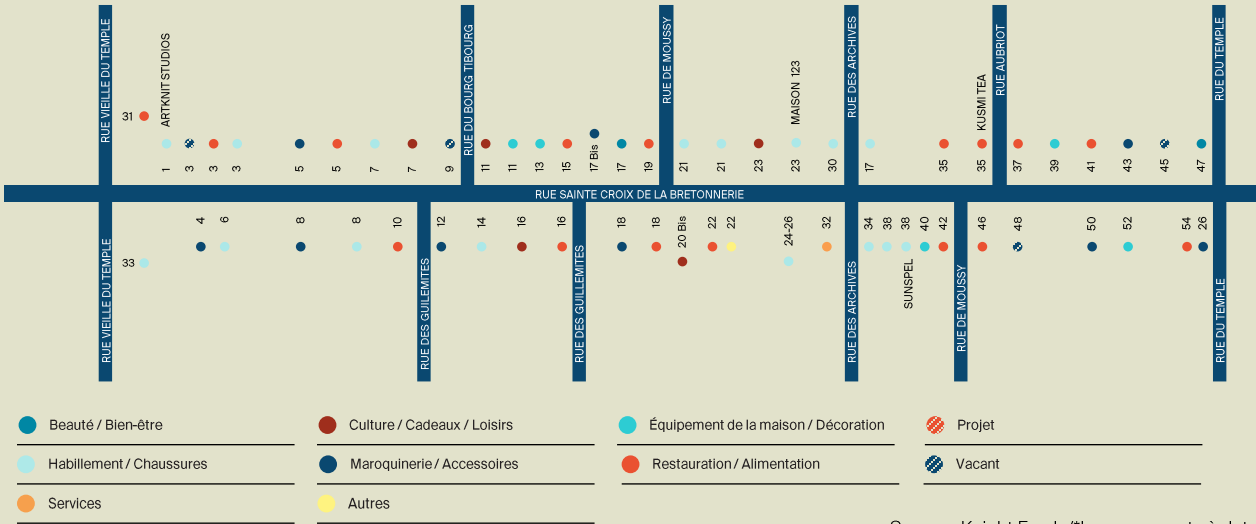
Marais – Rue Sainte-Croix de la Bretonnerie

	NOMBRE D'EMPLACEMENTS : 54
	ENSEIGNES ÉTRANGÈRES : 24 % d'enseignes étrangères
	ARRIVÉES / DÉPARTS : 4 arrivées / 2 départs au cours des douze derniers mois
	POSITIONNEMENT : Premium et middle market
	TAUX DE VACANCE (RÉEL*) : 7,4 % (en hausse sur un an)
	VALEURS LOCATIVES (EN €/M²/AN, ZONE A) : 2 000 – 3 000 €

Répartition par secteur d'activité
(En % du nombre total de magasins)



Key plan incluant les arrivées récentes, à venir et les projets
Actualisation en avril 2026

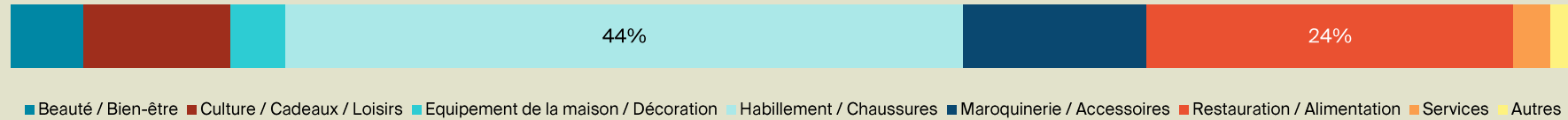


Source : Knight Frank / *locaux vacants à date

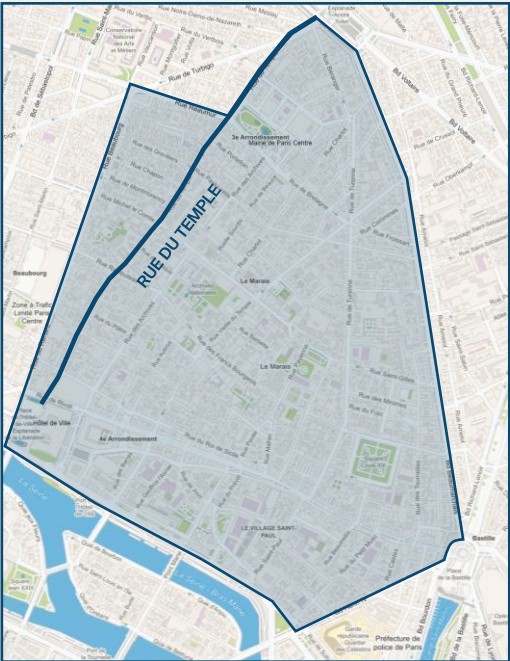
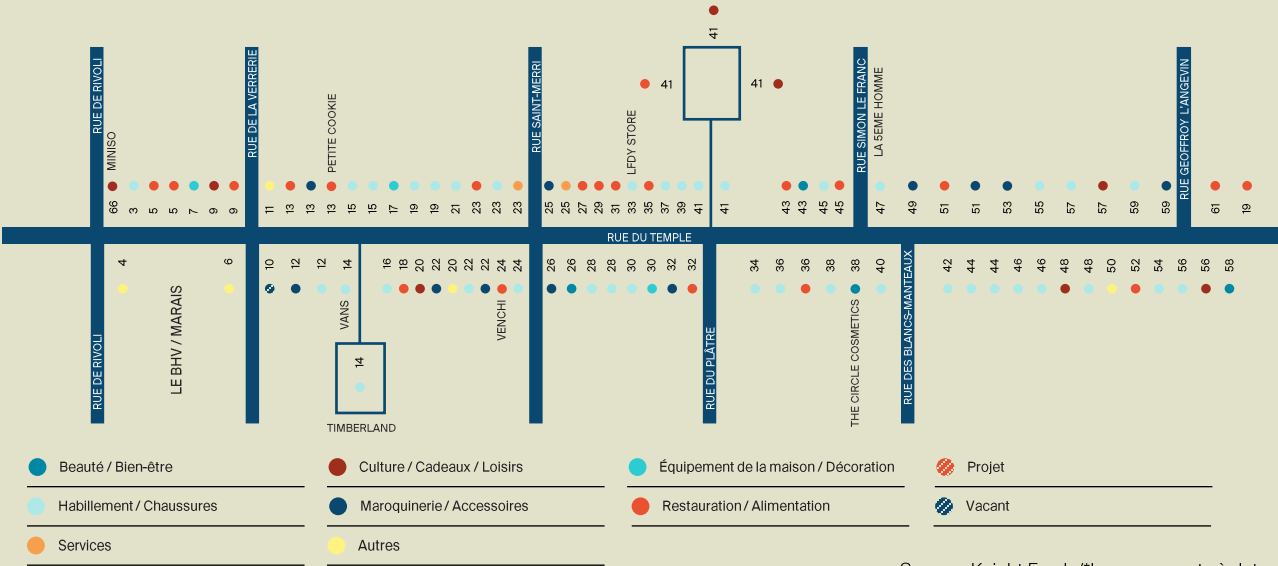
Marais – Rue du Temple

	NOMBRE D'EMPLACEMENTS : 86
	ENSEIGNES ÉTRANGÈRES : 27 % d'enseignes étrangères
	ARRIVÉES / DÉPARTS : 7 arrivées / 1 départs au cours des douze derniers mois
	POSITIONNEMENT : Premium et middle market
	TAUX DE VACANCE (RÉEL*) : 1,2 % (en baisse sur un an)
	VALEURS LOCATIVES (EN €/M²/AN, ZONE A) : 1 500 – 2 000 €

Répartition par secteur d'activité
(En % du nombre total de magasins)



Key plan incluant les arrivées récentes, à venir et les projets
Actualisation en avril 2026

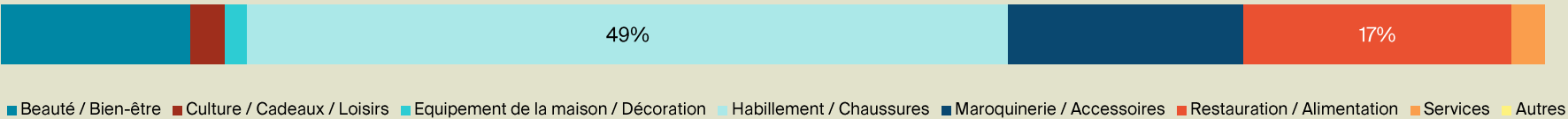


Source : Knight Frank / *locaux vacants à date

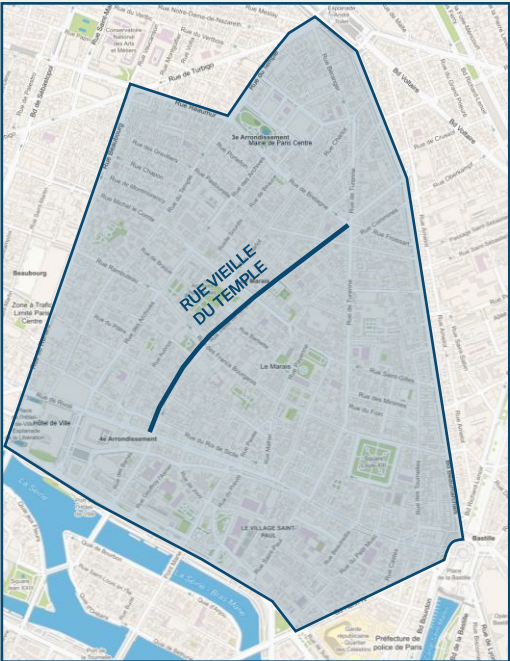
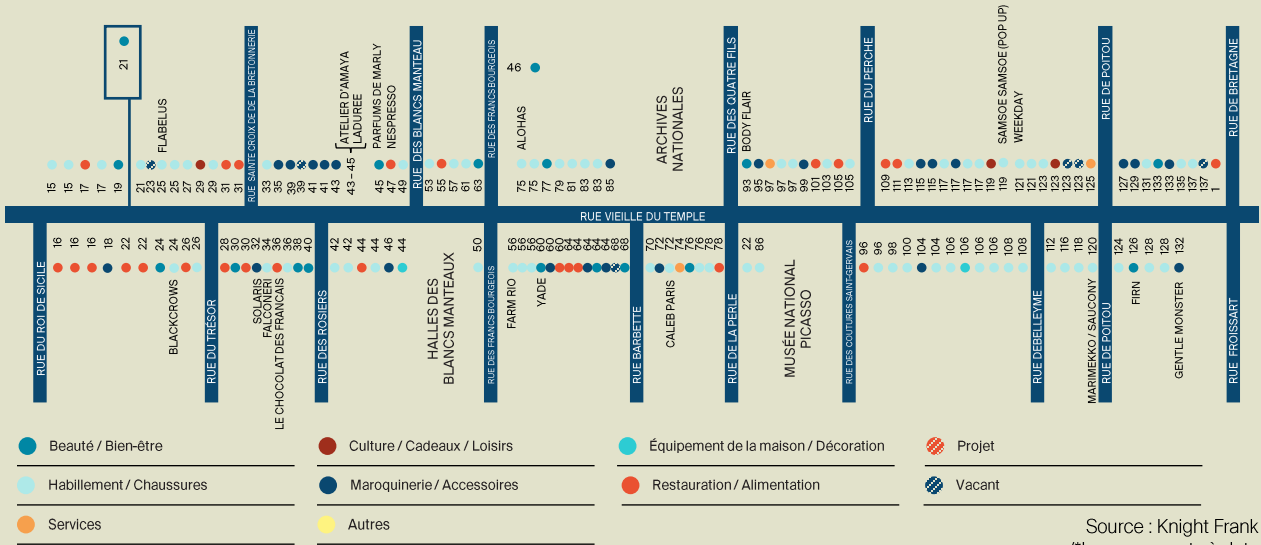
Marais – Rue Vieille du Temple

	NOMBRE D'EMPLACEMENTS : 132
	ENSEIGNES ÉTRANGÈRES : 23 % d'enseignes étrangères
	ARRIVÉES / DÉPARTS : 19 arrivées / 3 départs au cours des douze derniers mois
	POSITIONNEMENT : Premium et middle market
	TAUX DE VACANCE (RÉEL*) : 4,2 % (en hausse sur un an)
	VALEURS LOCATIVES (EN €/M²/AN, ZONE A) : 4 000 - 5 500 €

Répartition par secteur d'activité
(En % du nombre total de magasins)



Key plan incluant les arrivées récentes, à venir et les projets
Actualisation en avril 2026

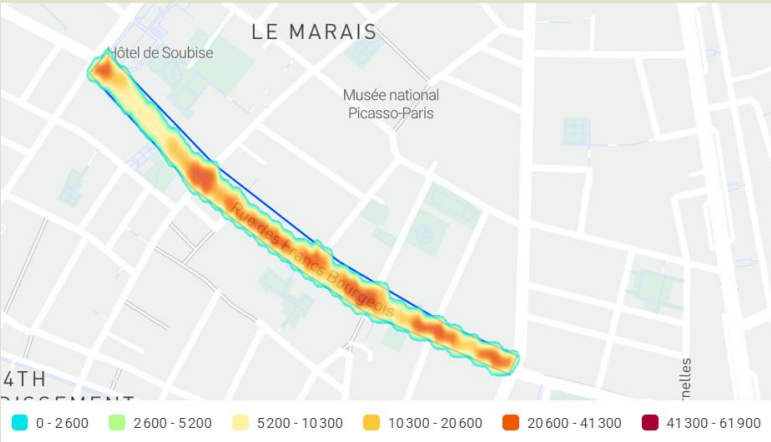


Source : Knight Frank
*locaux vacants à date

Marais

Carte de chaleur de la fréquentation moyenne en 2026

En nombre de visiteurs



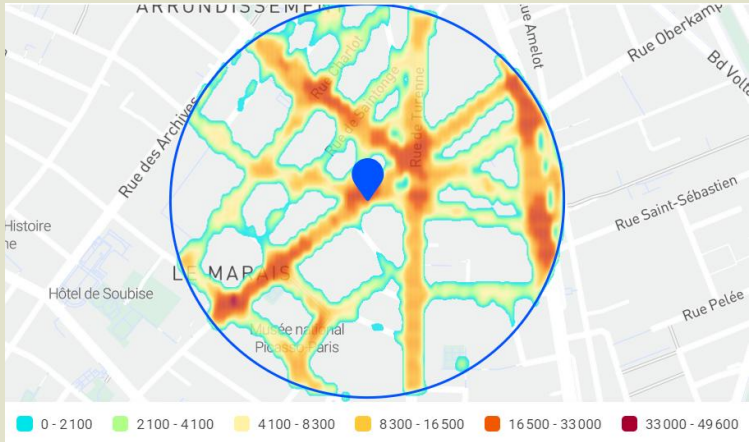
RUE DES FRANCS BOURGEOIS

Fréquentation annuelle : 0,8 million de visiteurs en 2025
(stable sur 1 an / +8 % en 5 ans)



RUE SAINTE CROIX DE LA BRETONNERIE, REPÈRE AU N°14

Fréquentation annuelle : 0,7 million de visiteurs en 2025
(+3 % en 1 an / +28 % en 5 ans)



RUE VIEILLE DU TEMPLE, REPÈRE AU N°120

Fréquentation annuelle : 0,6 million de visiteurs en 2025
(+3 % en 1 an / +43 % en 5 ans)

Source : Knight Frank, Mytraffic

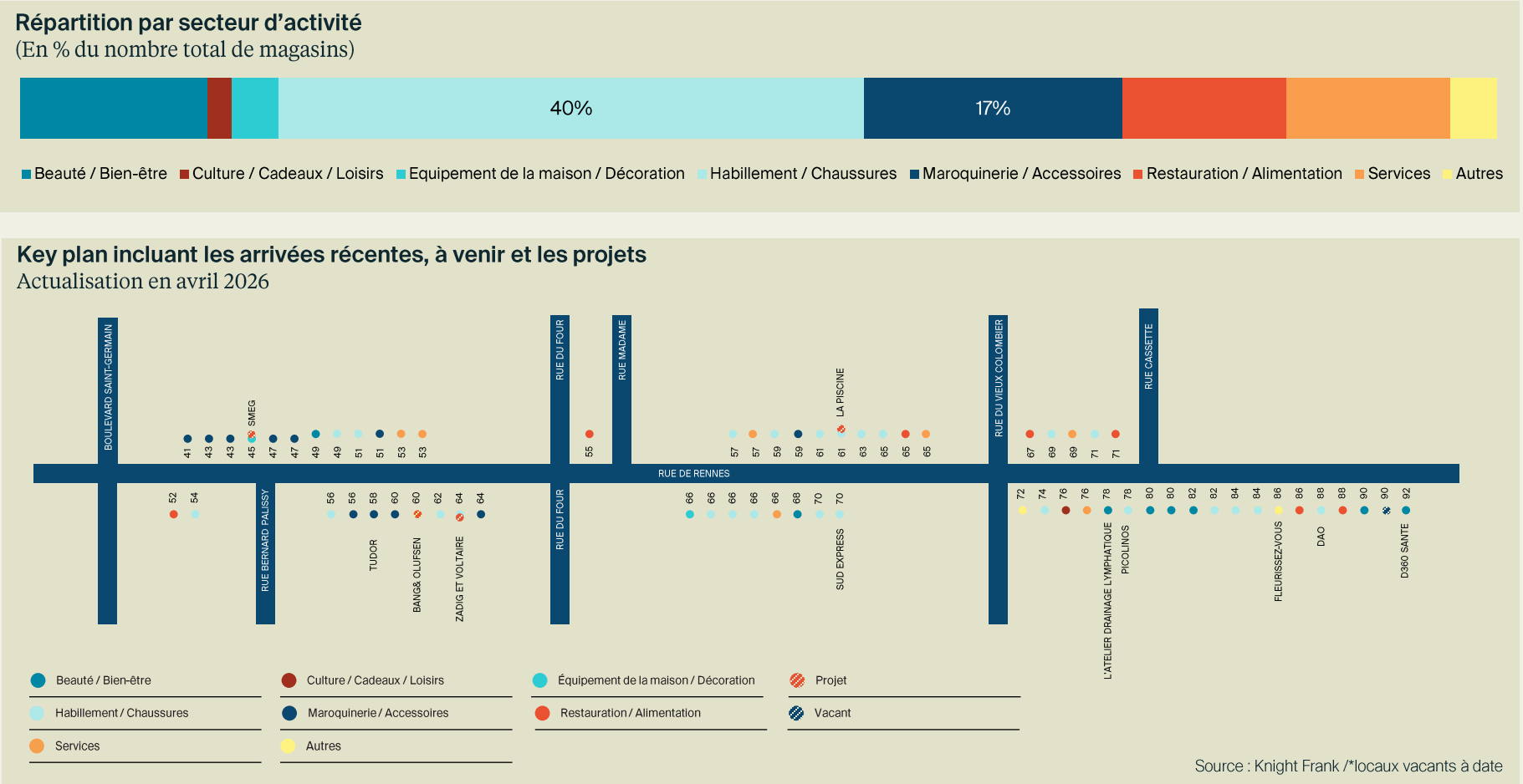
02.3

Artères
parisiennes
majeures
RIVE GAUCHE

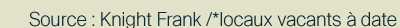


Rue de Rennes (Côté boulevard Saint-Germain)

	NOMBRE D'EMPLACEMENTS : 212
	ENSEIGNES ÉTRANGÈRES : 20 % d'enseignes étrangères
	ARRIVÉES / DÉPARTS : 11 arrivées au cours des douze derniers mois
	POSITIONNEMENT : Premium et mass market
	TAUX DE VACANCE (RÉEL*) : 4,7 %
	VALEURS LOCATIVES (EN €/M²/AN, ZONE A) : 2 000 – 3 000 €



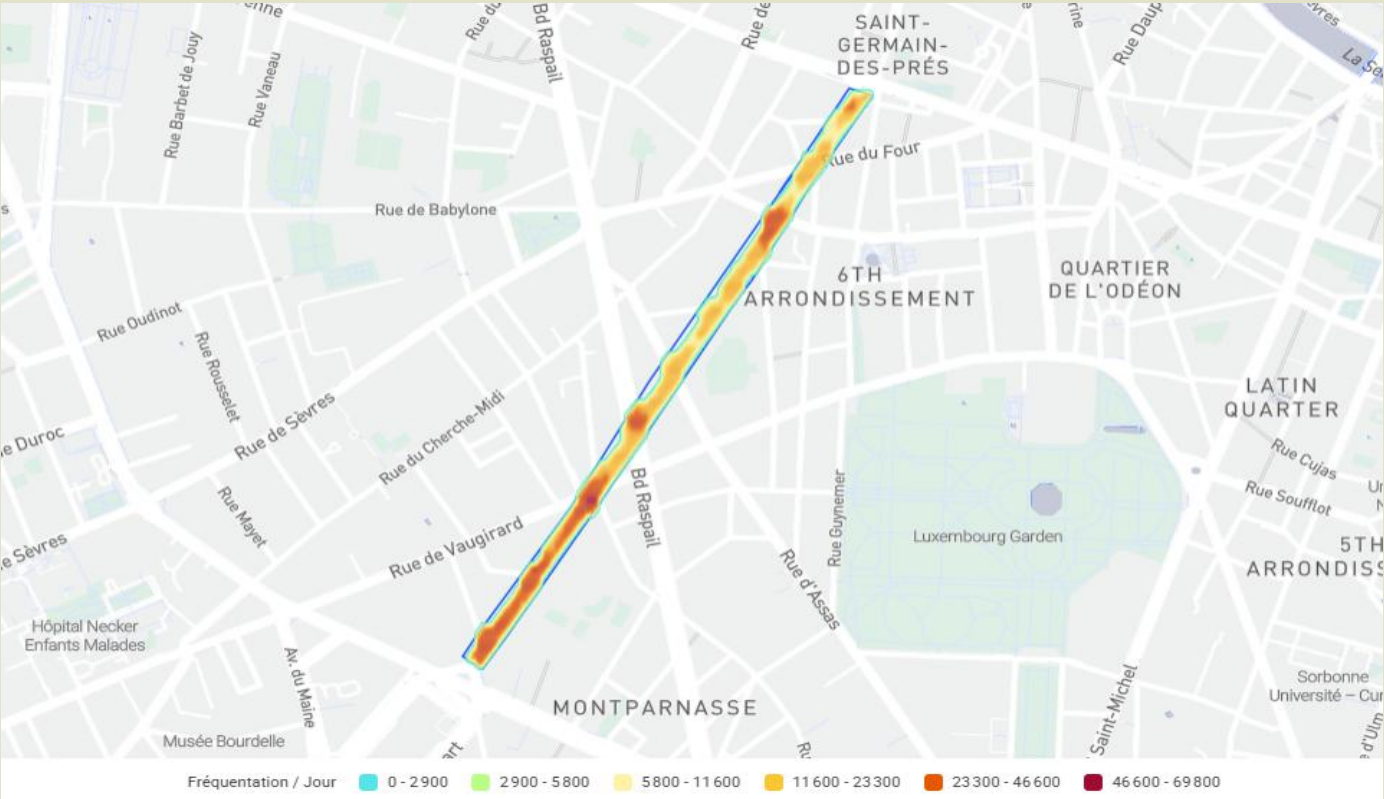
Répartition par secteur d'activité (En % du nombre total de magasins)



Rue de Rennes

2025	MOMENT CLÉS	3,1	FRÉQUENTATION MENSUELLE MOYENNE : 3,1 millions de visiteurs
		-	VARIATION SUR UN AN : Stable
		+18 %	VARIATION 2025 VS MOY. 2020-2024 : +18 %
		2,8	ÉTÉ (JUN À SEPTEMBRE) : 2,8 millions de visiteurs (+1 % en un an)
		3,7	BLACK FRIDAY (NOVEMBRE) : 3,7 millions de visiteurs (+1 %)
		3,6	NOËL (DÉCEMBRE) : 3,6 millions de visiteurs (+2 %)

Carte de chaleur de la fréquentation moyenne en 2026
En nombre de visiteurs



Source : Knight Frank, Mytraffic

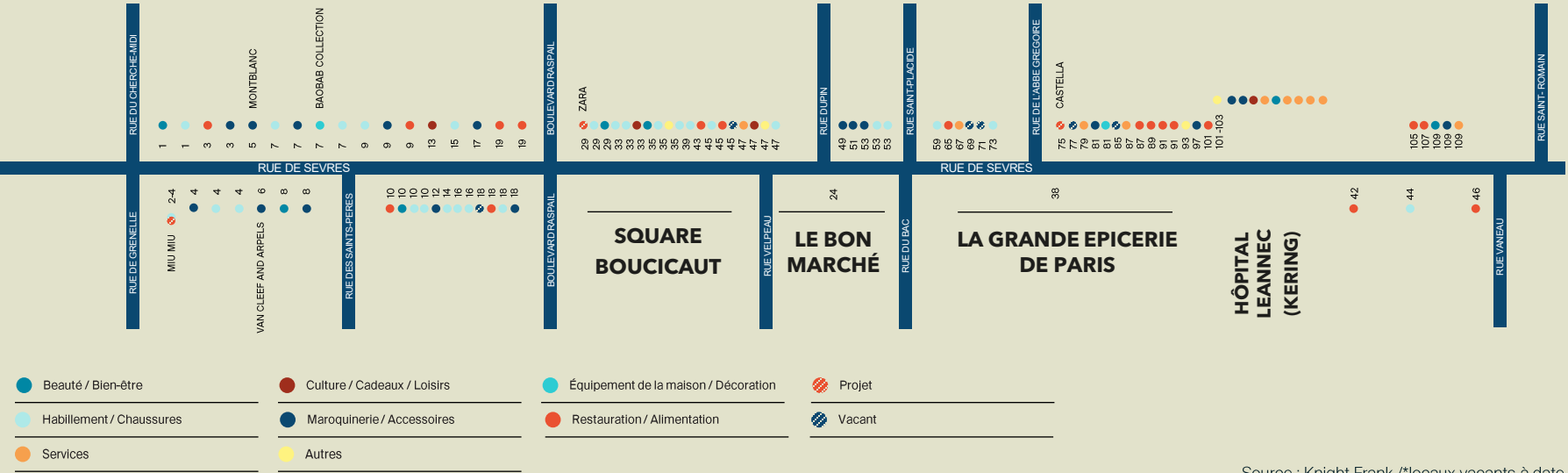
Rue de Sèvres

	NOMBRE D'EMPLACEMENTS : 158
	ENSEIGNES ÉTRANGÈRES : 11 % d'enseignes étrangères
	ARRIVÉES / DÉPARTS : 6 arrivées / 3 départs au cours des douze derniers mois
	POSITIONNEMENT : Haut-de-gamme, premium et middle market
	TAUX DE VACANCE (RÉEL*) : 11,4 % sur l'ensemble de l'artère
	VALEURS LOCATIVES (EN €/M²/AN, ZONE A) : 3 000 – 4 000 €

Répartition par secteur d'activité
(En % du nombre total de magasins)

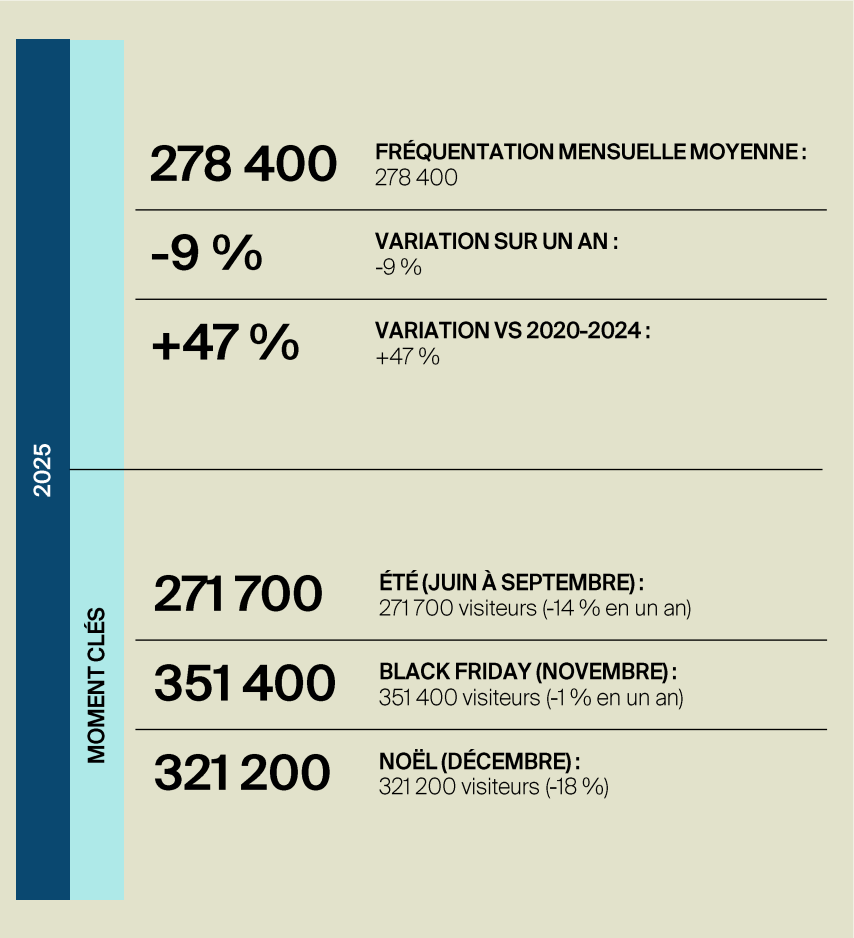


Key plan incluant les arrivées récentes, à venir et les projets
Actualisation en avril 2026



Source : Knight Frank /*locaux vacants à date

Rue de Sèvres

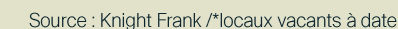
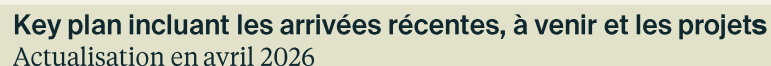


Carte de chaleur de la fréquentation moyenne en 2026
En nombre de visiteurs - REPÈRE AU N°42



Source : Knight Frank, Mytraffic

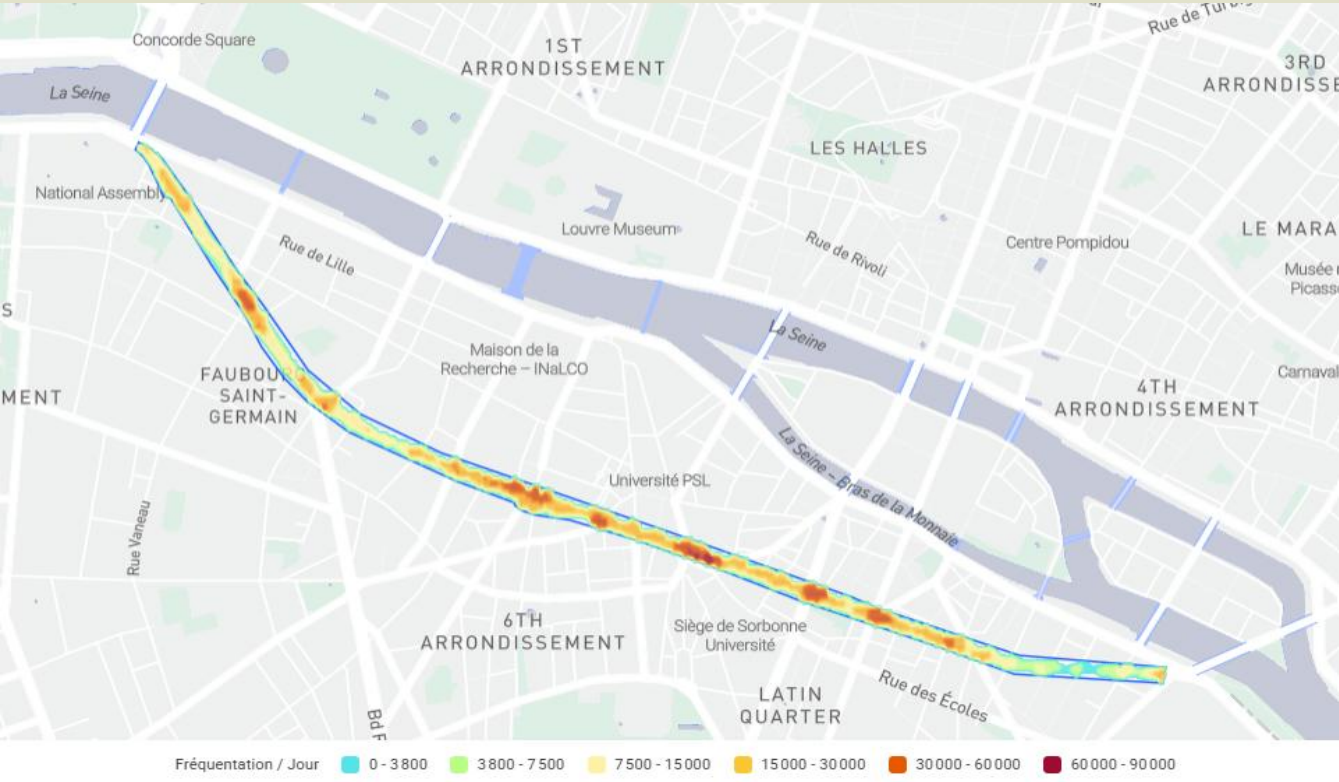
Répartition par secteur d'activité (En % du nombre total de magasins)



Boulevard Saint-Germain

2025	MOMENT CLÉS	6,8	FRÉQUENTATION MENSUELLE MOYENNE : 6,8 millions de visiteurs
		-	VARIATION SUR UN AN : Stable
		+13 %	VARIATION VS 2020-2024 : +13 %
		6,1	ÉTÉ (JUN À SEPTEMBRE) : 6,1 millions de visiteurs (+2 % en un an)
		7,7	BLACK FRIDAY (NOVEMBRE) : 7,7 millions de visiteurs (stable sur un an)
		7,6	NOËL (DÉCEMBRE) : 7,6 millions de visiteurs (-1 %)

Carte de chaleur de la fréquentation moyenne en 2026
En nombre de visiteurs

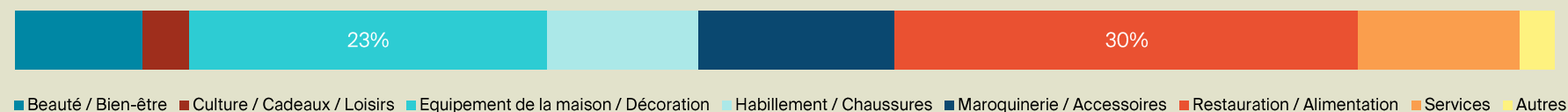


Source : Knight Frank, Mytraffic

	NOMBRE D'EMPLACEMENTS : 139
	ENSEIGNES ÉTRANGÈRES : 8 % d'enseignes étrangères
	ARRIVÉES / DÉPARTS : 8 arrivées / 2 départs au cours des douze derniers mois
	POSITIONNEMENT : Premium, middle market et mass market
	Taux de vacance (réel*) : 3,6 %
	VALEURS LOCATIVES (en €/m²/an, zone A) : 2 000 – 3 000 €

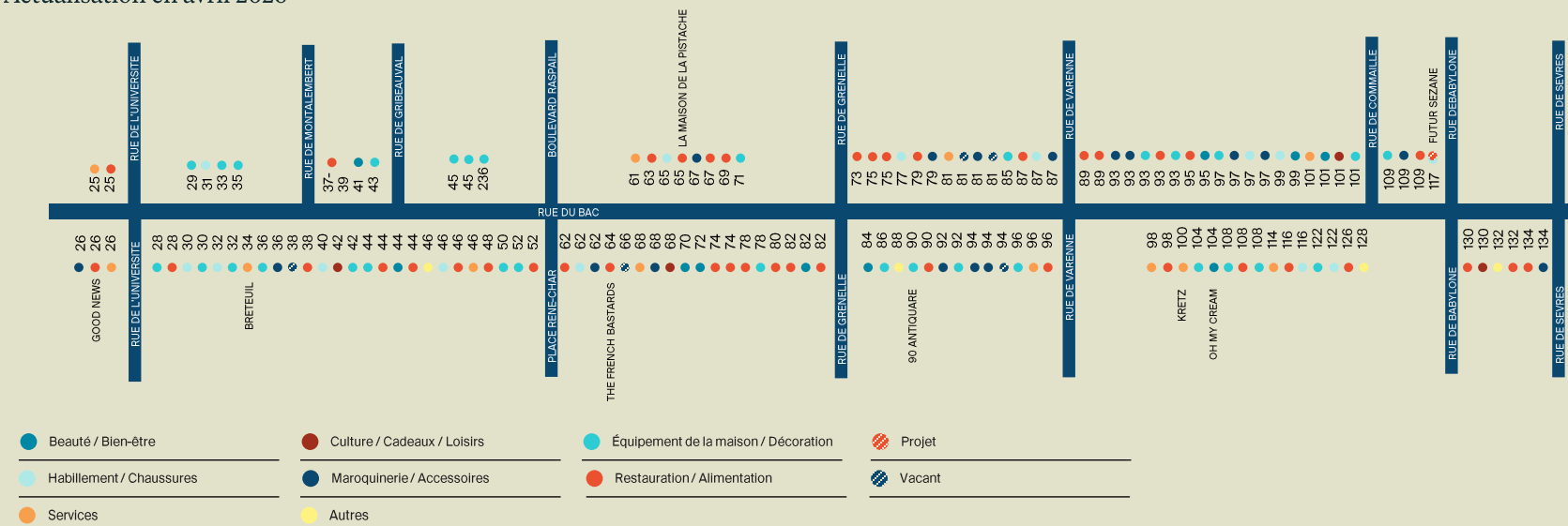
(En % du nombre total de magasins)

(En % du nombre total de magasins)



Actualisation en avril 2026

Actualisation en avril 2026

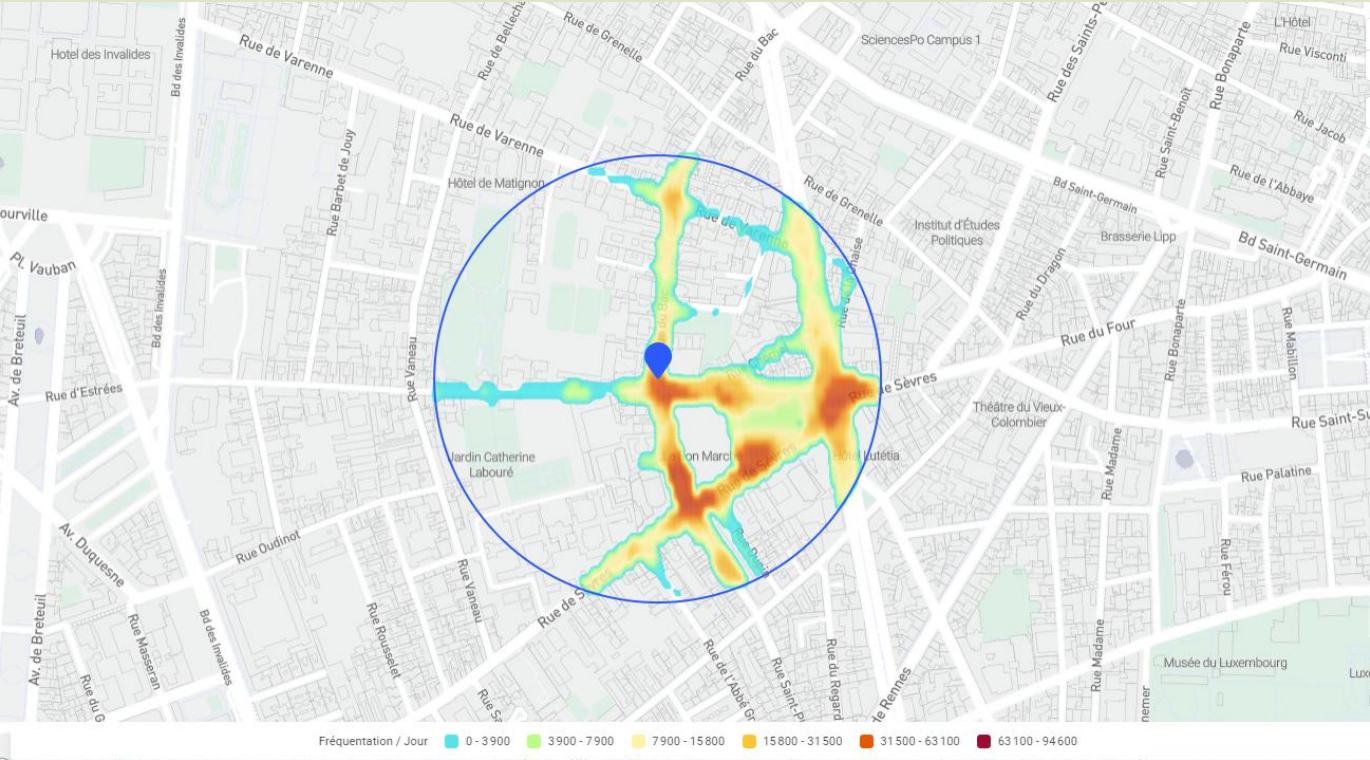


Source : Knight Frank /*locaux vacants à date

Rue du Bac

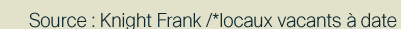
2025	MOMENT CLÉS	1,3	FRÉQUENTATION MENSUELLE MOYENNE : 1,3 million de visiteurs
		-4 %	VARIATION SUR UN AN : -4%
		+54 %	VARIATION VS 2020-2024 : + 54 %
		1,2	ÉTÉ (JUN À SEPTEMBRE): 1,2 million de visiteurs (-9 % en un an)
		1,9	BLACK FRIDAY (NOVEMBRE): 1,9 million de visiteurs (-10 %)
		1,2	NOËL (DÉCEMBRE): 1,2 million de visiteurs (+22 %)

Carte de chaleur de la fréquentation moyenne en 2026
En nombre de visiteurs au 117 rue du Bac



Source : Knight Frank, Mytraffic

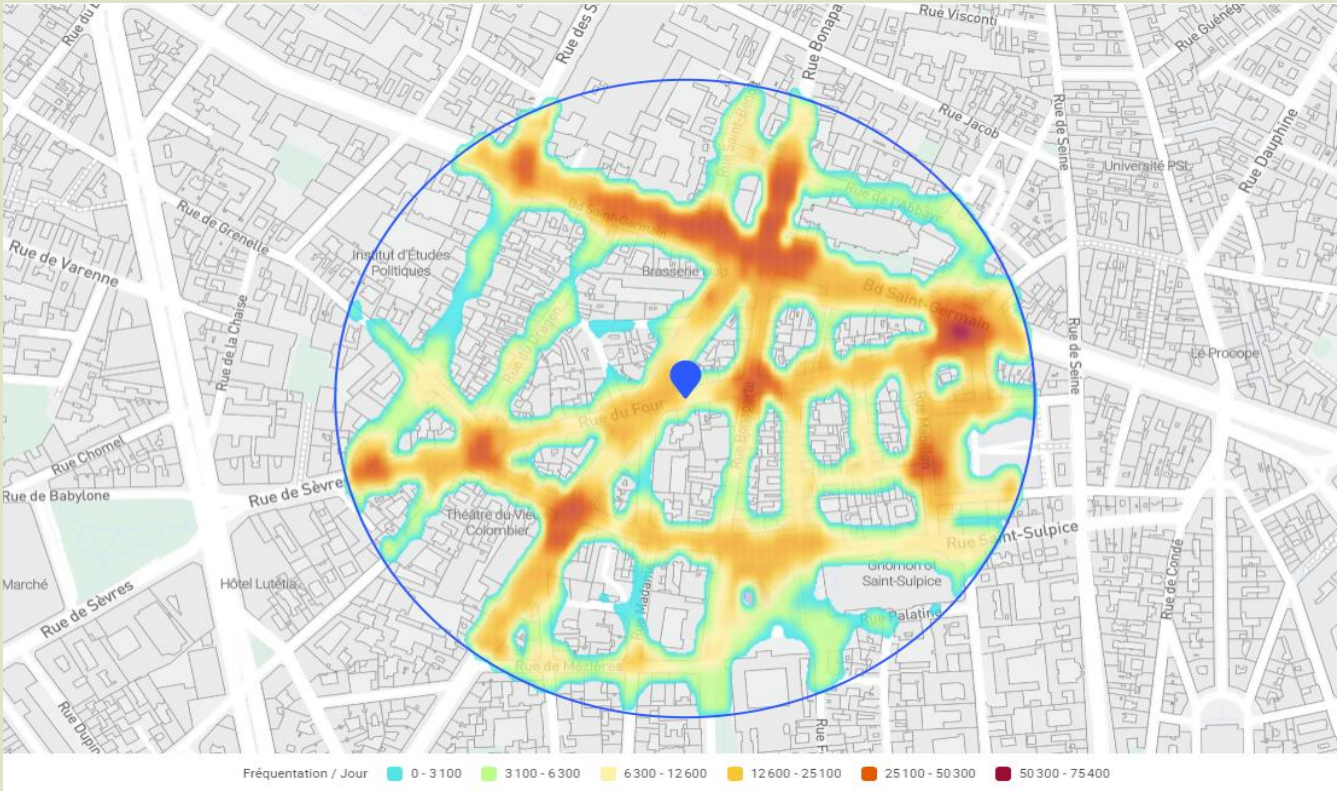
Répartition par secteur d'activité (En % du nombre total de magasins)



Rue du Four

2025 MOMENT CLÉS	340 000	FRÉQUENTATION MENSUELLE MOYENNE: 340 000 visiteurs
	+5 %	VARIATION SUR UN AN : + 5 %
	+23 %	VARIATION VS 2020-2024 : + 23 %
	315 000	ÉTÉ (JUN À SEPTEMBRE): 315 000 visiteurs (+4 % en un an)
	410 000	BLACK FRIDAY (NOVEMBRE): 410 000 visiteurs (-12 %)
	370 000	NOËL (DÉCEMBRE): 370 000 visiteurs (+23 %)

Carte de chaleur de la fréquentation moyenne en 2026
En nombre de visiteurs , REPÈRE AU N°41



Source : Knight Frank, Mytraffic

	NOMBRE D'EMPLACEMENTS : 60
	ENSEIGNES ÉTRANGÈRES : 4 % d'enseignes étrangères
	ARRIVÉES / DÉPARTS : 4 arrivées / 2 départs au cours des douze derniers mois
	POSITIONNEMENT : Premium
	TAUX DE VACANCE (RÉEL*) : 6,7 %
	VALEURS LOCATIVES (EN €/M²/AN, ZONE A) : 1500 – 2000 €

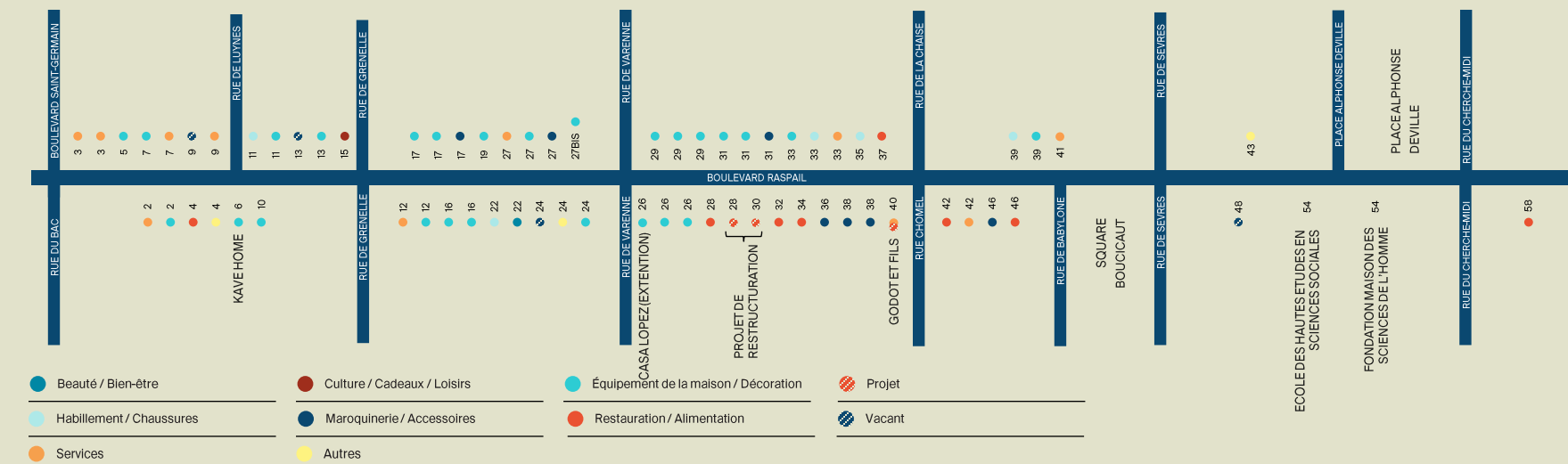
(En % du nombre total de magasins)

(En % du nombre total de magasins)



Actualisation en avril 2026

Actualisation en avril 2026

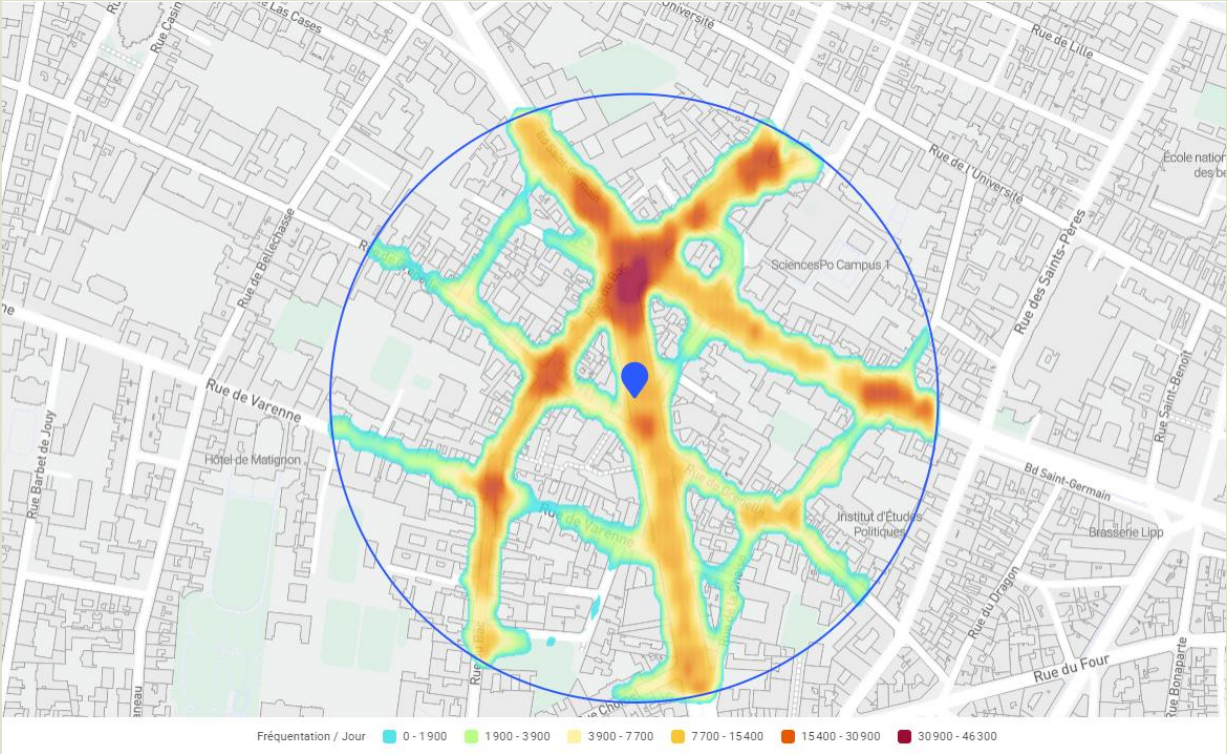


Source : Knight Frank /*locaux vacants à date

Boulevard Raspail

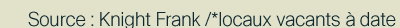
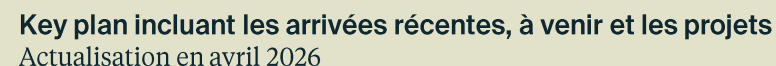
2025	MOMENT CLÉS	400 000	FRÉQUENTATION MENSUELLE MOYENNE: 400 000 visiteurs
		+5 %	VARIATION SUR UN AN : +5 %
		+26 %	VARIATION VS 2020-2024 : +26 %
		350 000	ÉTÉ (JUN À SEPTEMBRE): 350 000 visiteurs (+5 % en un an)
		470 000	BLACK FRIDAY (NOVEMBRE): 470 000 visiteurs (-1 %)
		430 000	NOËL (DÉCEMBRE): 430 000 visiteurs (+17 %)

Carte de chaleur de la fréquentation moyenne en 2026
En nombre de visiteurs, REPÈRE AU N°23



Source : Knight Frank, Mytraffic

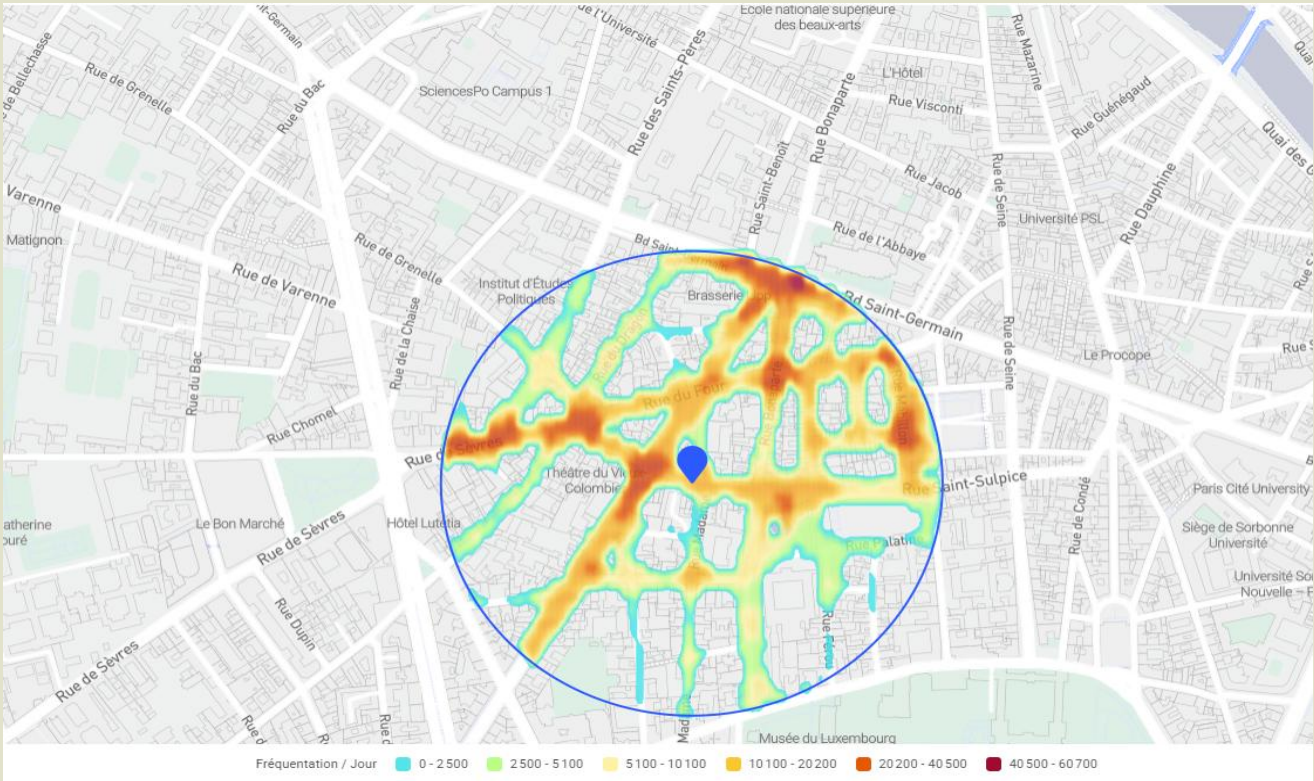
Répartition par secteur d'activité (En % du nombre total de magasins)



Rue du Vieux Colombier

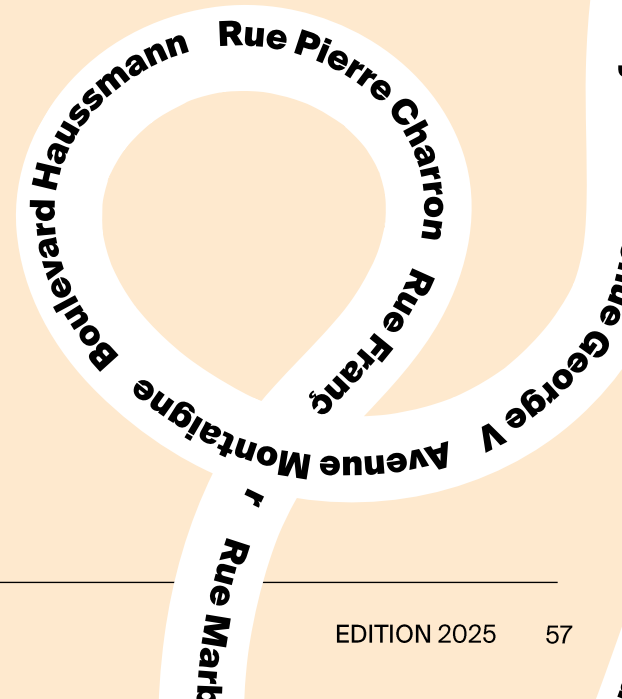
2025	MOMENT CLÉS	470 000	FRÉQUENTATION MENSUELLE MOYENNE: 470 000 visiteurs
		+8 %	VARIATION SUR UN AN : + 8 %
		+22 %	VARIATION VS 2020-2024 : + 22 %
		470 000	ÉTÉ (JUN À SEPTEMBRE): 470 000 visiteurs (+13 % en un an)
		630 000	BLACK FRIDAY (NOVEMBRE): 630 000 visiteurs (-4 %)
		480 000	NOËL (DÉCEMBRE): 480 000 visiteurs (+17 %)

Carte de chaleur de la fréquentation moyenne en 2026
En nombre de visiteurs, REPÈRE AU N°9



Source : Knight Frank, Mytraffic

03 Perspectives

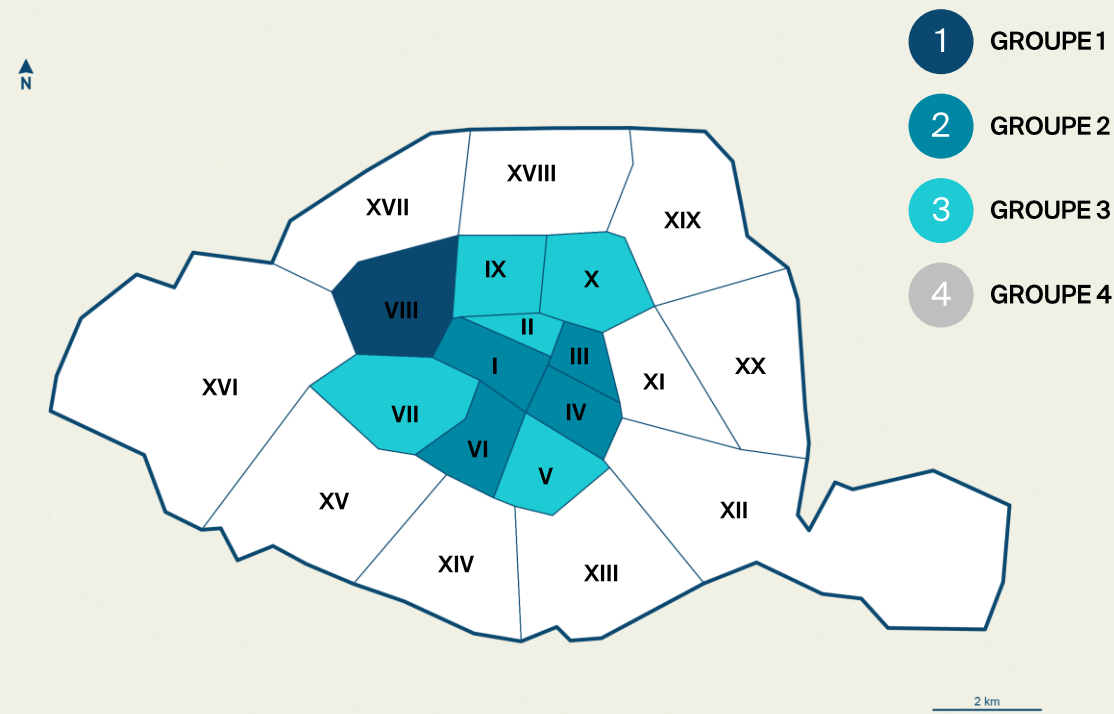


Quel futur pour le commerce à Paris ?

- 1
GROUPE 1 : RECOMPOSITION COMMERCIALE FORTE, CONSOLIDATION D'UNE CLIENTÈLE EN RECHERCHE DE LUXE
 - Antre actuel du tourisme de luxe et d'emplois très qualifiés, les commerces de détail répondent déjà significativement à une clientèle non-locale (résidents Île-de-France, touristes nationaux et internationaux) et aisée.
 - Cette tendance devrait continuer de se consolider, amenant les commerces de détail à se positionner encore davantage vers la vente de biens haut-de-gamme et de luxe à destination d'une clientèle internationale et de luxe
- 2
GROUPE 2 : RECOMPOSITION COMMERCIALE FORTE, DE PLUS EN PLUS TOURNÉE VERS LE TOURISME DE LUXE
 - Les commerces de détail répondent déjà significativement à une clientèle non-locale et aisée.
 - Les commerces de détail offrent de plus en plus un "art de vivre à la Française" : vêtements et produits de beauté (1^{er}, 3^{ème} et 4^{ème}) ainsi que des expériences culinaires, entre tradition et internationalisation (6^{ème}). Les commerces de détail répondent davantage à une demande touristique qui était hier "haut-de-gamme" et est aujourd'hui "de luxe"
- 3
GROUPE 3 : RECOMPOSITION COMMERCIALE FORTE, TOUJOURS TOURNÉE VERS UN PUBLIC MIXTE
 - Les commerces de détail adressent la demande d'une clientèle de proximité et d'une zone de chalandise tertiaire : résidents locaux ou franciliens, touristes nationaux et internationaux.
 - Cette tendance tend à se renforcer, avec un accroissement des cafés et restaurants et une fréquentation touristique de plus en plus aisée, positionnée sur le segment "haut de gamme"
- 4
GROUPE 4 : RECOMPOSITION COMMERCIALE MODÉRÉE, TOUJOURS TOURNÉE VERS LES RÉSIDENTS
 - La surreprésentation de commerces de proximité s'explique par la vocation résidentielle de ces arrondissements.
 - Concernés aussi par la baisse du nombre d'habitants, les commerces de détail de ces arrondissements s'adressent de plus en plus à un tourisme qui monte lui aussi en gamme (transition vers du haut de gamme). Seuls les arrondissements du XVIème et XVIIème sont déjà concernés par un tourisme haut de gamme

Synthèse de l'évolution structurelle du commerce à Paris

Résultats de l'analyse en composantes principales



Sources : données APUR et INSEE, méthodologie Knight Frank (2026)

Le département **Études & Recherche** de Knight Frank

propose des services d'analyse de marché et de conseil stratégique en immobilier pour de nombreux clients français et internationaux, qu'ils soient privés, institutionnels ou utilisateurs.

Les données utilisées pour la production de cette étude proviennent de sources reconnues pour leur fiabilité ainsi que des outils Knight Frank de suivi des marchés immobiliers.

Toutes les études sont disponibles sur **KnightFrank.fr**



Le marché immobilier des commerces en France | Bilan 2025 & Perspectives 2026 | Février 2026



Décryptage n°3 | Les commerces à Paris | Mars 2026



Le marché de la logistique | 1er Trimestre 2026 | Juin 2026



Vincent Bollaert
CEO France

+33 (0)1 43 16 88 90
+33 (0)6 86 48 44 62

vincent.bollaert@fr.knightfrank.com



Magali Marton
Partner, Head of Research

+33 (0)6 12 17 18 94
+33 (0)1 43 87 00 98

magali.marton@fr.knightfrank.com



Elsa de Briganti
Associate, Retail Leasing

+33 (0)1 43 16 56 03
+33 (0)6 09 50 33 37

elsa.debriganti@fr.knightfrank.com



Emmanuel Hazan
Chargé d'Etudes

+33 (0)1 43 16 56 05

emmanuel.hazan@fr.knightfrank.com



Jeremy Steu
Associate, Retail Leasing

+33 (0)1 43 16 55 88
+33 (0)7 44 84 05 92

jeremy.steu@fr.knightfrank.com

Knight Frank

en bref

Fondé il y a plus de 125 ans en Grande-Bretagne, le groupe Knight Frank apporte aujourd'hui son expertise comme conseil international en immobilier grâce à plus de 20 000 collaborateurs intervenant depuis plus de 600 bureaux dans 50 pays. Sa branche française, créée il y a plus de 50 ans à Paris intervient sur le marché de l'immobilier d'entreprise et résidentiel. Avec 120 collaborateurs, Knight Frank France est organisée autour de 7 lignes de service : l'investissement (Capital Markets), la commercialisation de bureaux et le conseil aux utilisateurs (Occupier & Landlord Strategy and Solutions), l'aménagement d'espaces (Design & Delivery), le département locatif commerces (Retail Leasing), l'expertise avec sa filiale Knight Frank Valuation & Advisory, le résidentiel prime. Knight Frank est également présent à Lyon.

+ 600 BUREAUX
+50 TERRITOIRES
20 000 COLLABORATEURS
1 RÉSEAU MONDIAL

