

L'ÉCOSYSTÈME COMMERCIAL CORNOUAILLAIS

OBSERVATION
DES DYNAMIQUES
COMMERCIALES
À L'ŒUVRE SUR
LE TERRITOIRE

RAPPORT
D'ÉTUDE
2020

Le commerce en Cornouaille

Le développement croissant des ventes en e-commerce, accéléré par l'uberisation, les drives et la multiplicité des applications induisent de profonds changements sur les comportements d'achat, et par conséquent sur les stratégies d'investissement des acteurs tant au niveau global que local.

Ainsi depuis quelques années, les frontières entre commerce et services commerciaux sont devenues plus floues. Face aux nouveaux enjeux, les élus cornouaillais s'adaptent par le biais de leurs politiques économiques et d'aménagement du territoire en cherchant l'équilibre entre les équipements de commerces et les services commerciaux.

C'est pourquoi Quimper Cornouaille Développement engage un travail à la fois d'observation et prospectif sur les dynamiques commerciales à l'œuvre sur son territoire.

L'observation est un préalable indispensable à la fois pour mieux comprendre et mieux agir sur les nouvelles dynamiques du commerce. Elle apporte une aide à la décision politique locale, en alimentant la réflexion des collectivités lors de l'élaboration de leurs documents de planification (SCOT, PLU, stratégie économique) ou dans le cadre des commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC) lors de l'instruction des dossiers de demande d'autorisation d'exploitation commerciale.

Les observatoires locaux du commerce participent également à l'émergence de nouvelles scènes de dialogue autour des questions de commerce, impliquant différents acteurs publics et privés locaux n'ayant généralement pas l'habitude de travailler ensemble.

Ainsi, ce descriptif de l'écosystème commercial cornouaillais a pour ambition de marquer le point de départ d'une observation pérenne, enrichie d'année en année.

Il doit servir également à présenter des éléments de diagnostic pour l'élaboration d'une charte d'aménagement commerciale à l'échelle cornouaillaise, elle-même socle d'un volet commercial d'un futur SCOT cornouaillais. Ce travail prospectif, cherchant à déterminer les grands principes de l'aménagement commercial débutera à partir du second semestre 2020.

Avertissement

L'analyse de l'écosystème commercial cornouaillais correspond à une photographie de ce secteur entre 2007 et 2017. L'impact de la crise sanitaire due au Covid-19 n'étant pas aujourd'hui connu, cette analyse est susceptible d'évoluer dans les prochains mois.

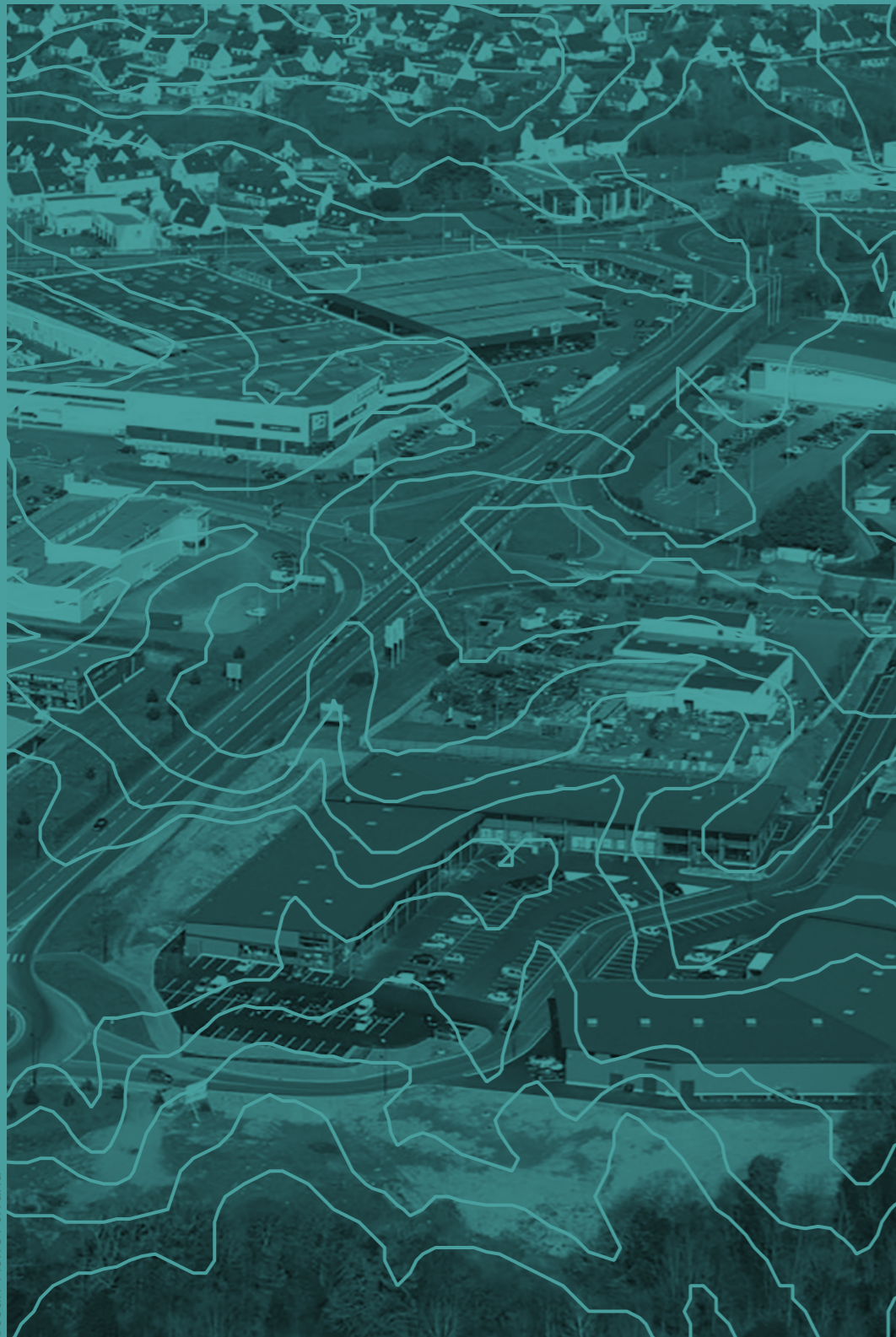
SOMMAIRE

04	PARTIE 01	SYNTHÈSE DE L'ÉCOSYSTÈME COMMERCIAL CORNOUAILLAIS	
10	PARTIE 02	LES ÉLÉMENTS DE CONTEXTE NATIONAUX	
12		Les dynamiques du commerce en France	12
18		La typologie du commerce en France	18
22	PARTIE 03	L'ARMATURE COMMERCIALE CORNOUAILLAISE	
24		Une armature basée sur les équipements commerciaux	24
28		Les établissements employant des salariés privés dans le commerce et les services commerciaux	28
32	PARTIE 04	LES EMPLOIS COMMERCIAUX ET DE SERVICES COMMERCIAUX EN CORNOUAILLE	
44	PARTIE 05	LES ENSEIGNES COMMERCIALES EN CORNOUAILLE	
		Les 121 enseignes commerciales cornouaillaises cumulant plus de 500 m ² de surfaces de ventes en 2018	46
		Les implantations des 10 enseignes préférées des Français	48
		La typologie de locaux commerciaux	52
56	PARTIE 06	LA DÉFINITION ET L'IDENTIFICATION DES SECTEURS COMMERCIAUX EN CORNOUAILLE	
		La définition des secteurs commerciaux de « centralités », de « périphéries » et « isolés »	58
		L'identification des 178 secteurs commerciaux en Cornouaille	60
		La cartographie des 178 secteurs commerciaux en Cornouaille	61
62	PARTIE 07	ANNEXES	

PARTIE 01

SYNTHÈSE DE L'ÉCOSYSTÈME COMMERCIAL CORNOUAILLAIS

Ci-contre :
Zones d'activités
commerciales de
Keramperu, du
Rhun et de Keriolet
à Concarneau



SYNTHÈSE DE L'ÉCOSYSTÈME COMMERCIAL CORNOUAILLAIS

« Un écosystème est un ensemble dynamique d'organismes vivants [des habitants, des salariés, des entreprises, etc.] qui interagissent entre eux et avec le milieu [le territoire] dans lequel ils vivent. »

D'après Arthur George Tansley, botaniste qui fait naître la notion d'écosystème en 1935

4 811

commerces
(Source : INSEE, BPE 2018)

3 241

établissements commerciaux
employant des salariés
+0,23 % par an
entre 2007 et 2017

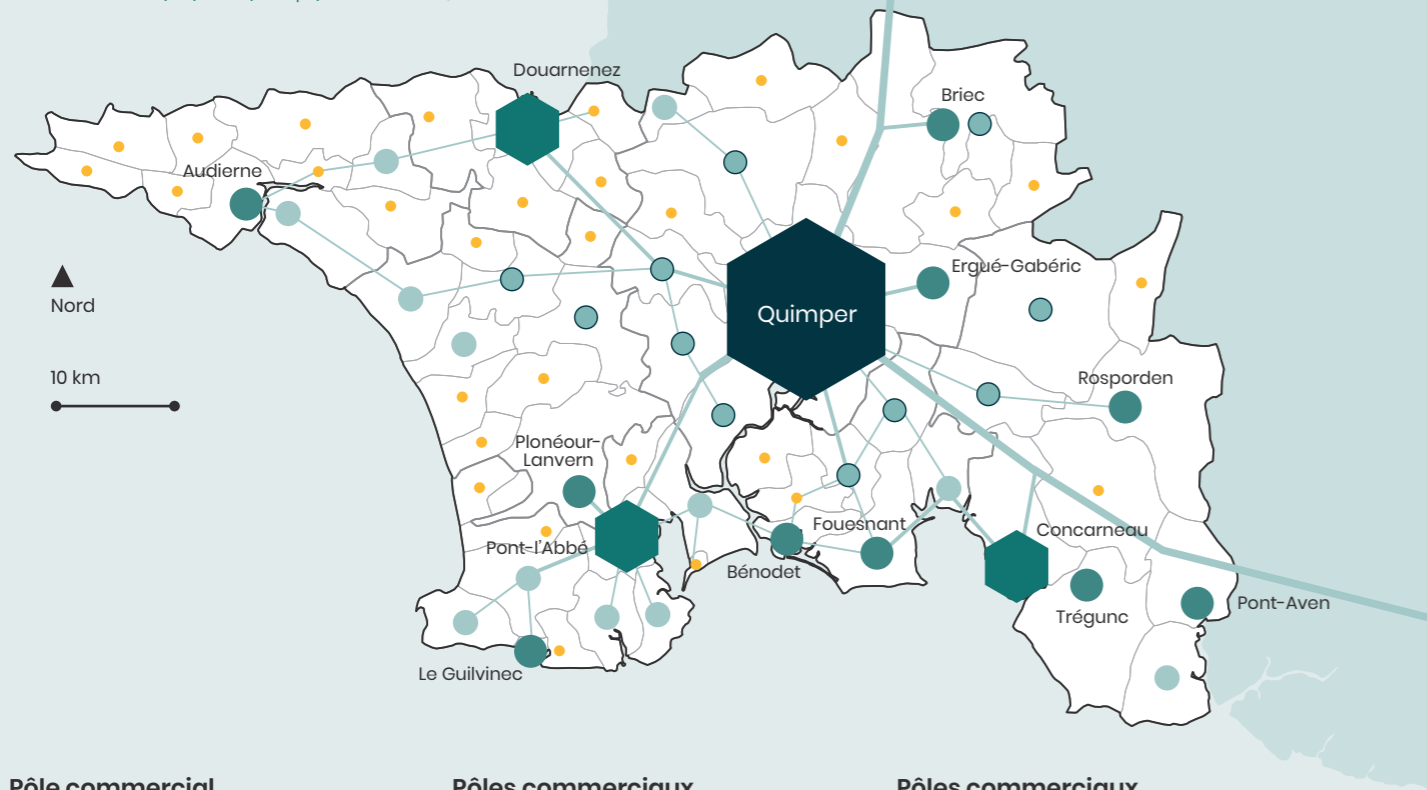
16 929

emplois salariés
dans le commerce
-0,08 % par an
entre 2007 et 2017

(Source : ACCOSS, 2007-2017)

L'ARMATURE COMMERCIALE CORNOUAILLAISE EN 2018 5 PROFILS DE POLARITÉS COMMERCIALES

Sources : Insee (BPE) - IGN (Bd Topo) - Traitement : QCD, 2019



Pôle commercial supérieur

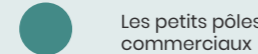


La ville centre du bassin commercial élargi

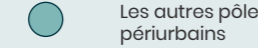
Pôles commerciaux intermédiaires



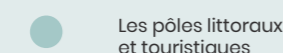
Les pôles d'appui commerciaux



Les petits pôles commerciaux



Les autres pôles périurbains



Les pôles littoraux et touristiques

Intercommunalité

Cornouaille

Pôles commerciaux de proximité

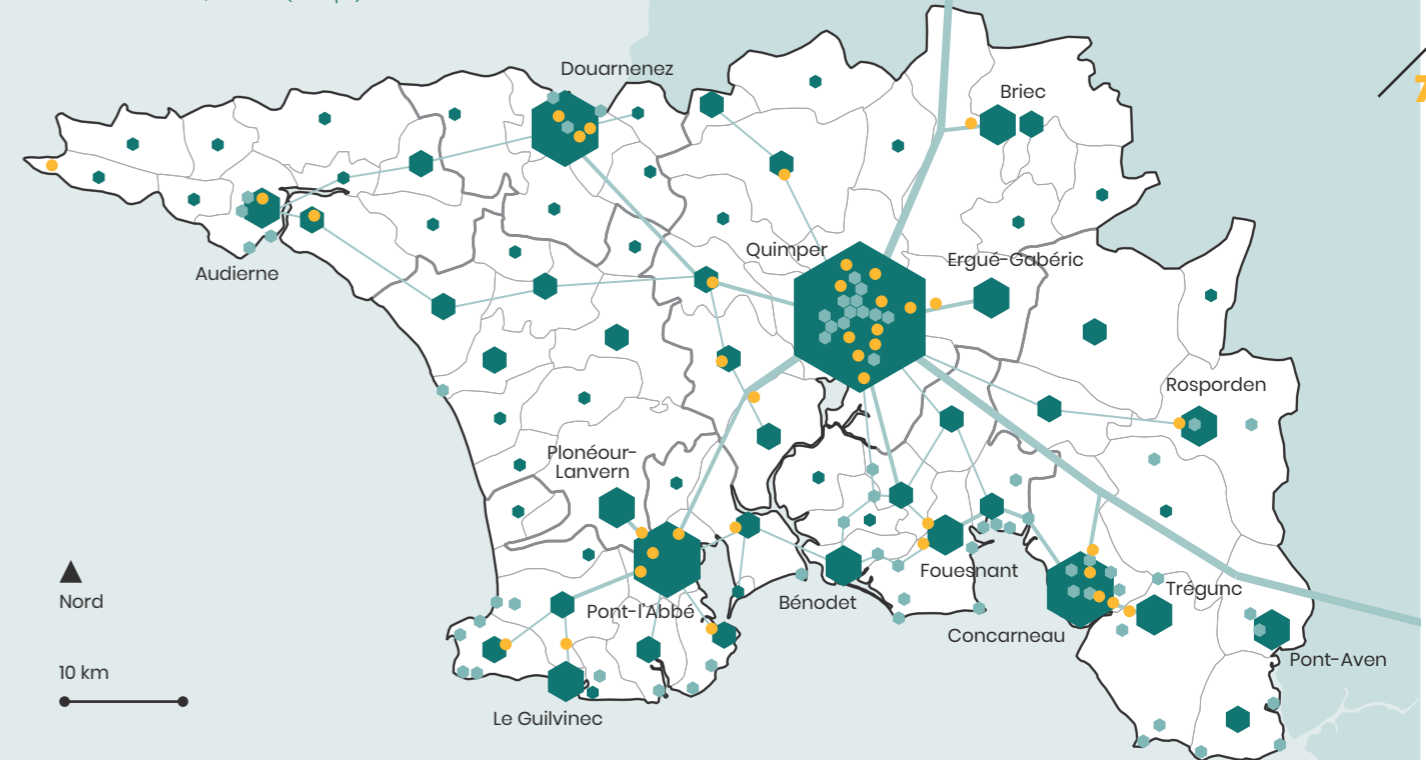
Les bourgs ruraux et littoraux

Maillage interurbain (en nombre de véhicules par jour)

5 000 à 10 000 véhicules /j.
10 000 à 20 000 véhicules /j.
20 000 à 60 000 véhicules /j.

178 SECTEURS COMMERCIAUX EN CORNOUILLE 67 CENTRALITÉS PRINCIPALES (CENTRES VILLES ET BOURGS), 73 CENTRALITÉS SECONDAIRES (DE QUARTIERS), 38 PÉRIPHÉRIES (ZONES COMMERCIALES)

Sources : SCOT, PLU - IGN (Bd Topo)



Nord

10 km

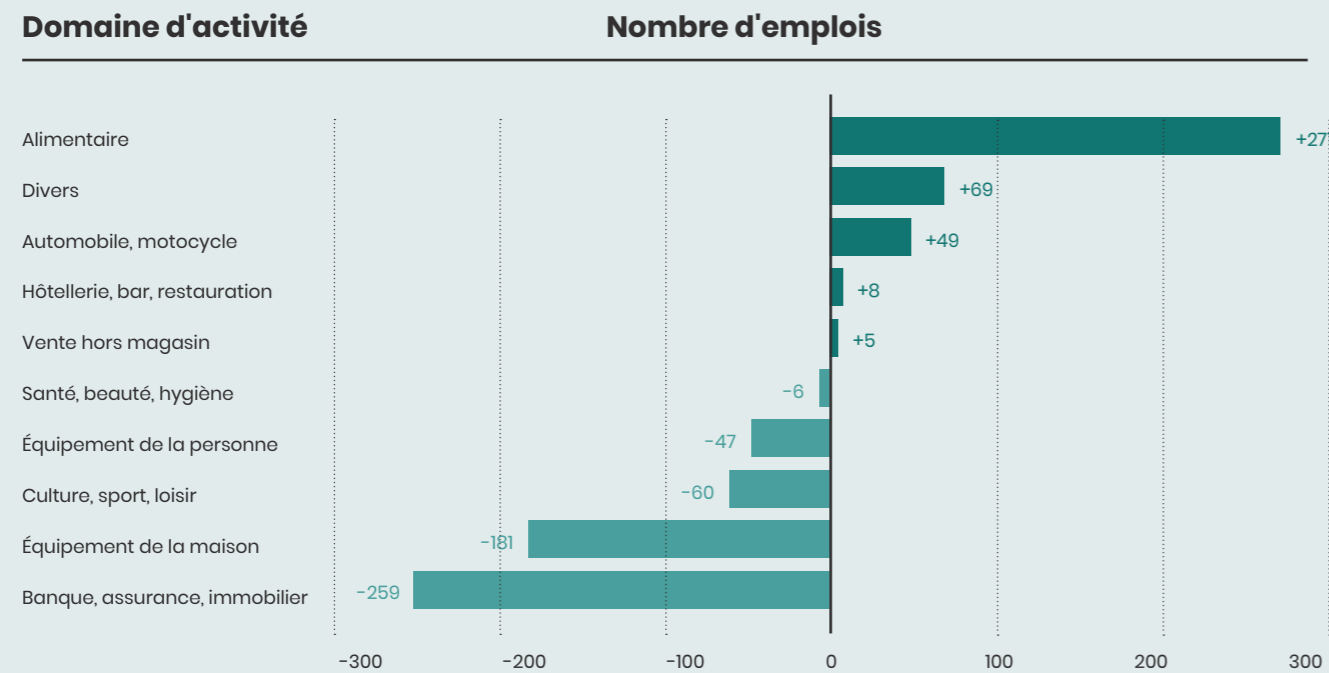
Centralités principales (centres-villes et bourgs)
Centralités secondaires (de quartiers)
Périphéries commerciales (zones commerciales)

Intercommunalité

Cornouaille

ÉVOLUTION 2007-2017 DE L'EMPLOI SALARIÉ

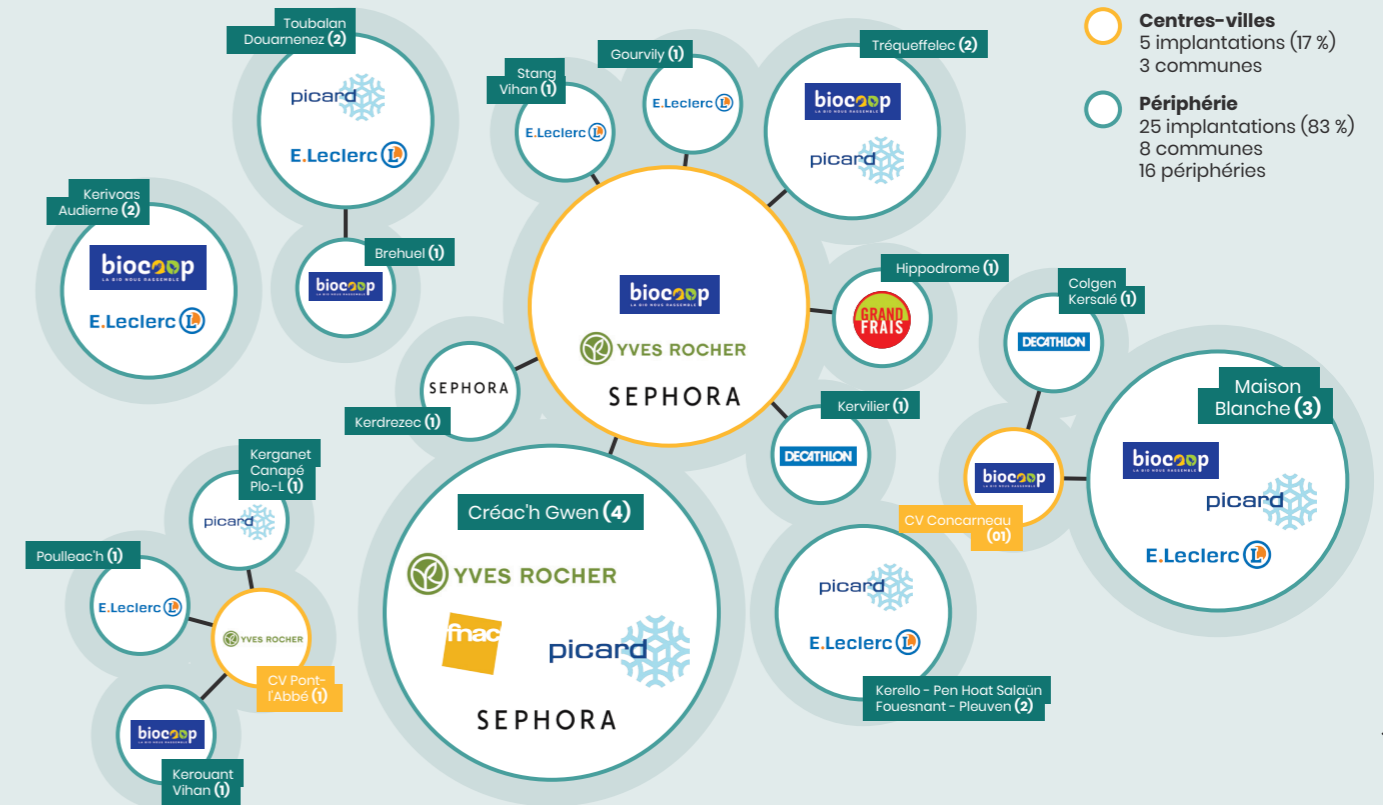
Source : ACCOSS, 2017



19 SECTEURS D'IMPLANTATIONS DES 10 ENSEIGNES COMMERCIALES PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS EN 2018

3 CENTRALITÉS, 16 PÉRIPHÉRIES

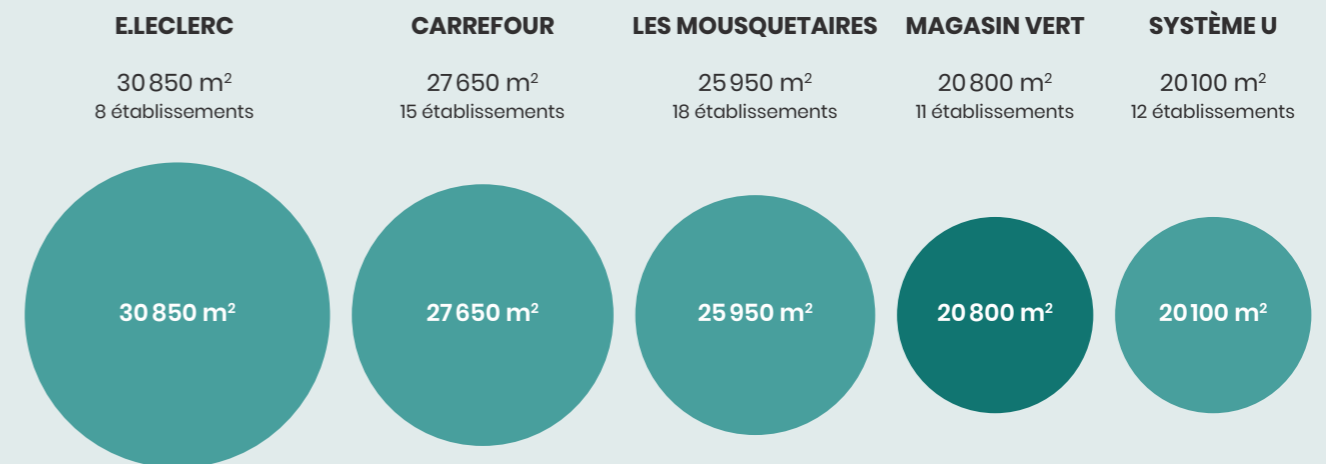
Source : Agence OC&C - Traitement : QCD



Domaine d'activité	Emplois salariés en Cornouaille en 2017	
Alimentaire	4755	28 %
Hôtellerie, bar, restauration	2973	18 %
Banque, assurance, immobilier	1936	11 %
Automobile, motorcycle	1790	11 %
Santé, beauté, hygiène	1582	9 %
Équipement de la maison	1499	9 %
Équipement de la personne	873	5 %
Divers	784	5 %
Culture, sport, loisir	632	4 %
Vente hors magasin	105	1 %

121 ENSEIGNES COMMERCIALES CUMULENT PLUS DE 500 M² DE SURFACE DE VENTE EN 2018 (+ 22 % EN 5 ANS)

Sources : CCIMBO - Traitement : QCD



PARTIE 02

LES ÉLÉMENTS DE CONTEXTE NATIONAUX

Ci-contre :
**Nouvelles Halles
de Pau (64),
inaugurées en
septembre 2018**

12 Les dynamiques du
commerce en France

18 La typologie du
commerce en France

Le mardi 24 septembre 2019, Quimper Cornouaille Développement a organisé sa première conférence sur l'aménagement commercial intitulée « Comment faire rebattre le cœur de nos centres-villes et bourgs ? », au Centre des congrès du Chapeau Rouge à Quimper. Une centaine de personnes ont assisté à l'intervention de Pascal Madry, directeur de l'Institut pour la ville et le commerce (IVC). Expert du commerce, il a apporté des éléments de réponses relatifs à la problématique du commerce dans les villes.

ÉLÉMENTS
DE CONTEXTE
NATIONAUX

LES DYNAMIQUES DU COMMERCE EN FRANCE

Par **Pascal Madry**
Directeur de l'Institut pour
la ville et le commerce

1^{er} CHOC DES DYNAMIQUES COMMERCIALES EN FRANCE : L'EXODE RURAL ET LA FIN DES BOUTIQUES TRADITIONNELLES

Le premier choc, et le plus important, dans la dynamique commerciale s'est déroulé à partir des années 1930, époque durant laquelle la France a commencé à devenir plus urbaine que rurale.

La dispersion des habitants dans les campagnes favorisait le développement des « boutiques » et la France en comptait plus de 1 500 000 au début des années 1900.

L'exode rural a ramené ce chiffre à 1 000 000 au début des années 1970. À cette époque, un second choc a prolongé cette diminution de nombre de magasins, le développement d'un modèle urbain centré sur l'automobile et la grande distribution. Cette tendance a amené le nombre de magasins à son point le plus bas, environ 800 000 au début des années 2000.

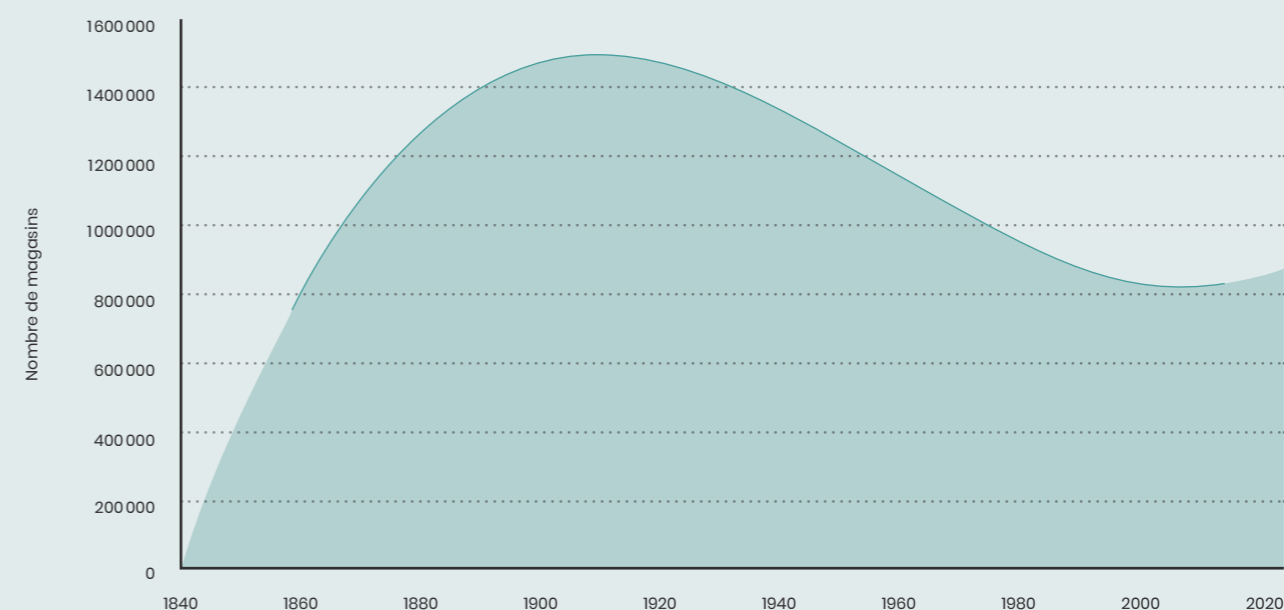
Au cours de toute cette ère moderne, le commerce n'a donc cessé de se concentrer. De moins en moins de boutiques ont proposé une offre commerciale de plus en plus abondante (le

commerce est devenu « plus efficace » en quelque sorte). Toutefois, cette offre a généré toujours plus de surfaces commerciales alors que dans le même temps le pouvoir d'achat et les dépenses

des consommateurs ont baissé puis se sont stabilisés depuis les années 1980. Aujourd'hui, l'offre commerciale est devenue supérieure à la demande des consommateurs.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE MAGASINS DE COMMERCE DE DÉTAIL EN FRANCE MÉTROPOLITAINE

Source : Histoire économique de la France, Quin, INSEE



LE DÉCOUPLAGE ENTRE L'ÉVOLUTION DES SURFACES DE VENTE DU COMMERCE ET L'ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION

En parallèle de cette diminution du nombre de commerces de détail, une forte progression des surfaces commerciales est observée depuis le milieu des années 1970. Cette progression se poursuit depuis plusieurs décennies, dans une période pourtant marquée par une saturation

de la plupart des marchés de consommation et par un net ralentissement de la croissance de la consommation. Ainsi en France, entre 1994 et 2009, la superficie du parc de magasins du commerce de détail a progressé de 60 %, passant de 48 millions à 77 millions de m², alors que, dans le même temps, la dépense de consommation finale des ménages a progressé « seulement » de 38 %.

Toutefois, un ralentissement manifeste des autorisations des surfaces commerciales est observé depuis 2009. Au-delà des effets des différents dispositifs législatifs et réglementaires, nationaux (lois) et locaux (documents d'urbanisme), ce ralentissement s'inscrit d'une manière générale dans un contexte de repli du marché de l'immobilier de commerce amorcé depuis la crise de 2008.

SURFACES COMMERCIALES AUTORISÉES CHAQUE ANNÉE EN FRANCE, SELON LES DIFFÉRENTS RÉGIMES D'URBANISME COMMERCIAL EN VIGUEUR (CDUC EN 1974, CDEC EN 1996, CDAC DEPUIS 2008)

Source : R.-P. Desse, Kyris



LE DÉVELOPPEMENT DE LA VACANCE COMMERCIALE ET L'AFFINAGE DES OFFRES COMMERCIALES DE CENTRALITÉ ET DE PÉRIPHÉRIE

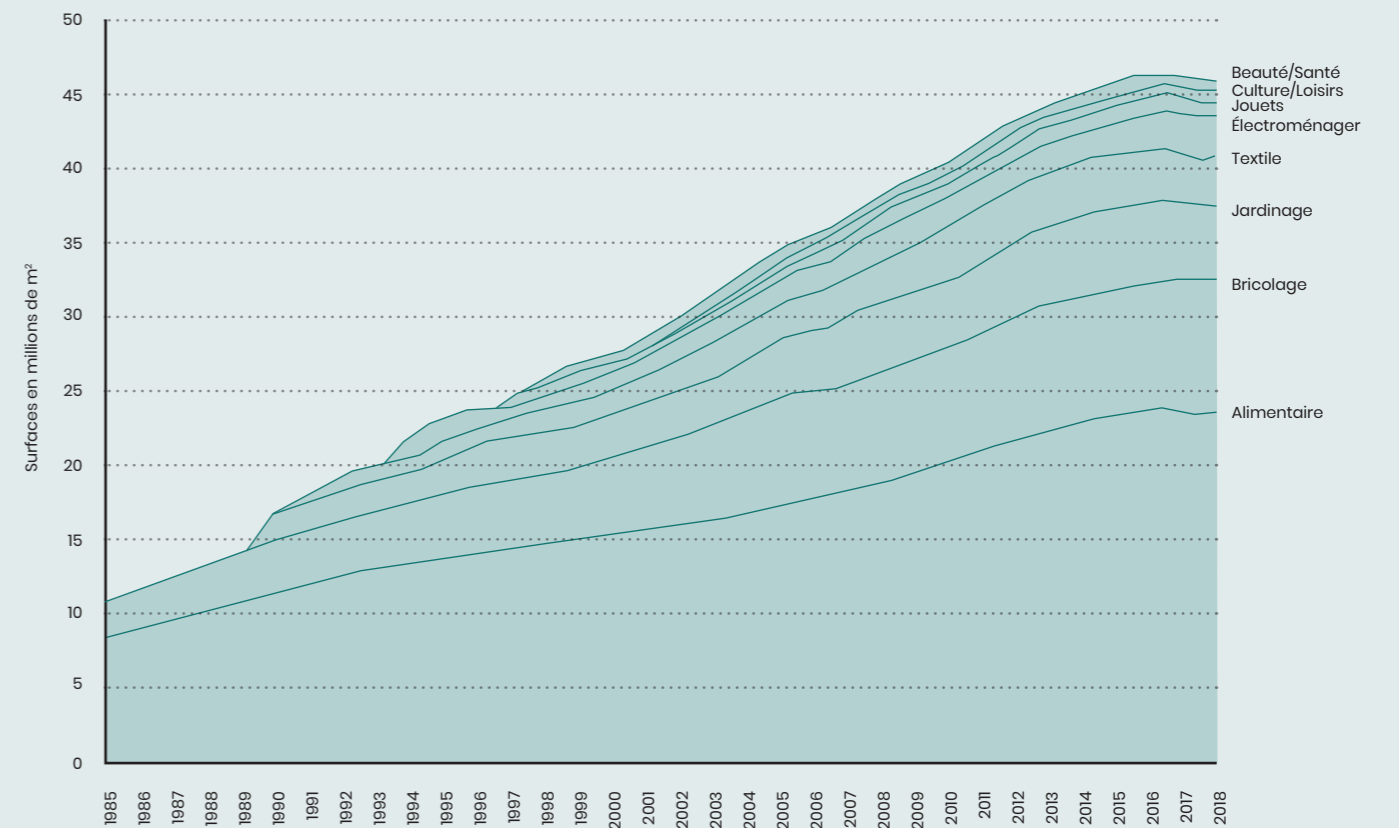
Ces tendances croisées entre un nombre de boutiques qui diminuent et des surfaces commerciales qui augmentent impactent fortement les territoires. Le premier impact est le développement de la vacance commerciale. Les centres-villes sont confrontés à cette problématique et mobilisent de nombreuses politiques publiques en matière d'urbanisme ou de développement économique pour y remédier. À l'échelle française, la

vacance commerciale des centralités est estimée à environ 12 % avec un rythme de croissance de 1 point par an. Or, ce phénomène ne concerne pas que les centres-villes. Depuis 2016, la vacance des centres commerciaux a dépassé celle des centralités. Celle-ci est estimée à un peu moins de 15 % avec un rythme de croissance plus proche des 2 points par an.

Le second impact de l'évolution du commerce est « l'affinage » de l'offre commerciale des centralités et des périphéries. Les premières ont vu la part de l'alimentaire progresser (10 à 12 % des locaux) alors que les enseignes nationales (36 à 30 %) et l'équipement des personnes (34 à 25 %) ont vu leurs parts diminuer de manière significative. Dans le même temps, les périphéries, auparavant très spécialisées en grandes surfaces alimentaires et de bricolages jusque dans les années 1990, ont vu se développer progressivement les enseignes de jardinage, puis de textile, puis de l'électroménager, puis de la culture, etc. Ces activités grignotent d'année en année les parts de marché aux deux premières citées.

ÉVOLUTION DU PARC DE SURFACES COMMERCIALES DES GRANDES ET MOYENNES SURFACES EN FRANCE

Source : Institut pour la Ville et le Commerce



ÉVOLUTION DE LA RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES PÔLES MARCHANDS DE PÉRIPHÉRIE ENTRE LEURS DIFFÉRENTES COMPOSANTES ENTRE 2008 ET 2017

Source : Institut pour la Ville et le Commerce

	2008	2017
Part de chiffre d'affaires réalisé par les grandes surfaces alimentaires (GSA)	60 %	40 %
Part de chiffre d'affaires réalisé par les autres composantes	40 %	60 %

UN NOUVEAU RÉGIME D'ÉCHANGES LIÉ AU NUMÉRIQUE

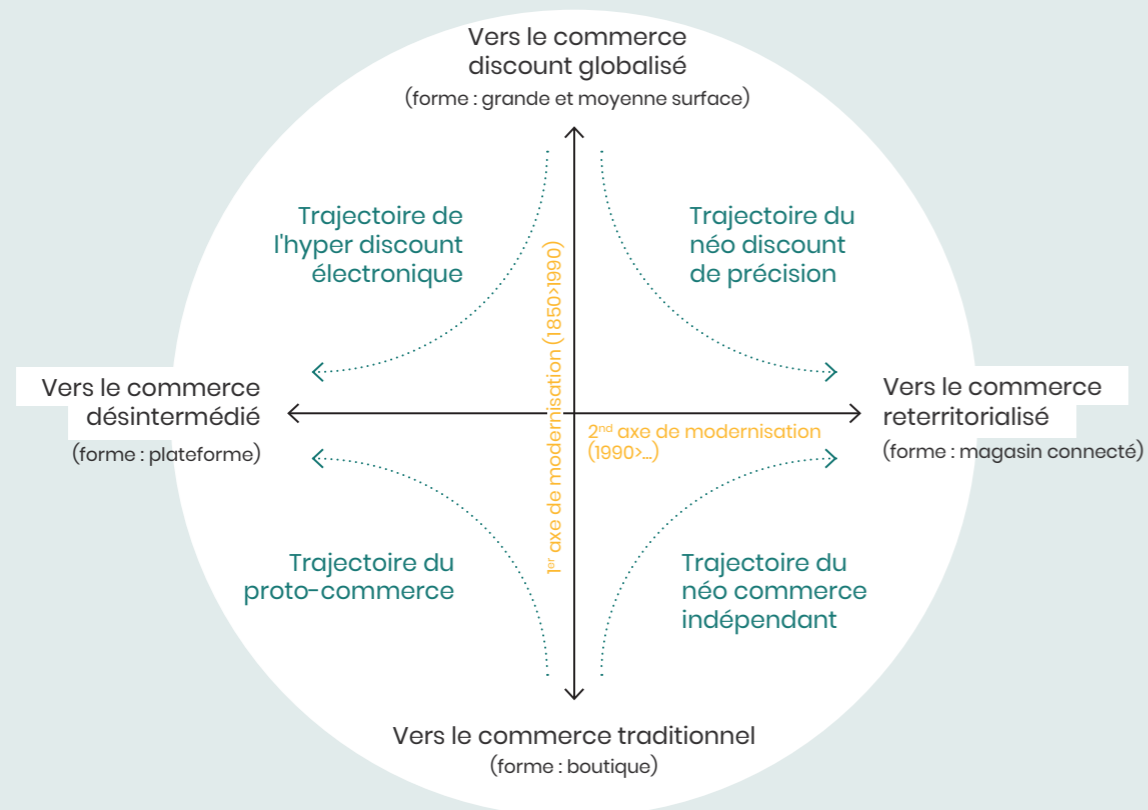
Depuis la création du commerce (en même temps que les villes), celui-ci s'appuie sur un invariant, la boutique. Elle a été le média unique entre un fournisseur et un client, remplissant les trois

fonctions d'échange d'informations, de biens et de monnaie. Par ailleurs, celle-ci créait de la sociabilité (rapports sociaux au sein de la population) et donc de l'urbanité. La révolution numérique remet en question ce système car elle supprime la boutique et donc modifie son régime d'échange.

Cette révolution n'abolit pas complètement l'ancien régime d'échange. Elle en crée de nouveaux et les hybride entre eux :

NOUVELLES TRAJECTOIRES

Source : Pascal Madry, Institut pour la ville et le commerce



Deux trajectoires « anciennes » se maintiennent, le commerce traditionnel (la boutique) et le commerce discount globalisé (grandes et moyennes surfaces). Deux trajectoires nouvelles apparaissent, le commerce « désintermédié » (sans intermédiaires, développée par les plateformes numériques) et le commerce « réterritorialisé » (magasins connectés, utilisant le numérique pour ramener des clients dans leur boutique).

Ainsi, cette révolution commerciale et numérique apporte de nouvelles « controverses » aux anciennes, tant sur la forme des locaux, que sur l'espace commercial qu'ils occupent et les types d'entreprises concernées.

NOUVELLES TRAJECTOIRES NOUVELLES CONTROVERSES DE L'URBANNISME COMMERCIAL

Source : Institut pour la Ville et le Commerce

	Anciennes controverses	Nouvelles controverses
Formes de commerce	Boutique Versus Moyenne Surface	Magasin Versus Plateforme
Espaces commerciaux	Centre-Ville Versus Périphérie	Espace public Versus Espace logistique
Entreprises	Indépendant Versus Grande Distribution	Entreprise de commerce Versus Entreprise numérique et logistique

En mai 2019, la fédération nationale des agences d'urbanisme (FNAU) a publié un dossier intitulé « le commerce est-il encore créateur d'emplois? ». Dans cette publication, la FNAU a défini une nomenclature – ou typologie – des activités commerciales. Les choix ont fait l'objet d'arbitrages s'appuyant sur des nomenclatures utilisées par les principaux acteurs institutionnels intervenant dans le domaine du commerce (Insee, CCI...) et sur les retours d'expérience des agences participantes dans le cadre de leurs missions d'observation et de planification.

ÉLÉMENTS DE CONTEXTE NATIONAUX

LA TYPOLOGIE DU COMMERCE EN FRANCE

UNE CONCEPTION ÉLARGIE DES COMMERCES ET SERVICES COMMERCIAUX

LA TYPOLOGIE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES EN FRANCE

Le champ d'analyse inclut le commerce de détail, le commerce automobile, mais également les services commerciaux comme les banques, les agences immobilières ou la restauration. Le choix d'intégrer ces activités a tout son sens au regard de leur logique d'implantation (rez-de-chaussée dans les centres urbains, centres commerciaux, zones d'activités, secteurs de flux...) et de l'hybridation croissante entre activités commerciales et de service.

La sélection s'est appuyée sur la nomenclature d'activités françaises (NAF) dans sa dernière révision publiée par l'Insee en 2008 ; une centaine de postes a été retenue sur les 732 présents dans le niveau le plus détaillé. Ce référentiel étant utilisé par les principaux producteurs de données et d'informations économiques, l'analyse utilise les regroupements d'activités de cet inventaire.

La nomenclature retenue permet de couvrir un large spectre d'activités commerciales et d'identifier les emplois en « magasin ». Les effectifs dans les sièges sociaux des groupes de distribution ne sont pas comptabilisés. Certaines entreprises du commerce peuvent également échapper au champ pris en compte si elles sont classées dans d'autres codes NAF que ceux retenus par l'étude.

C'est le cas par exemple de certains opérateurs de e-commerce qui apparaissent dans les activités de transport-logistique. À l'inverse, le périmètre retenu peut parfois intégrer des emplois de siège, des fonctions administratives. Dans le secteur bancaire

notamment, les codes retenus correspondent essentiellement aux activités des agences bancaires et d'assurances, mais la présence d'emplois administratifs n'est pas à exclure dans certains cas.

10 grands secteurs d'activités commerciales Nbre d'emplois total en France : 4 750 000 emplois (INSEE, RP 2015)	Principaux commerces et services commerciaux	Codes NAF
 Alimentaire France : 960 000 emplois (20 %)	- Boucherie, charcuterie - Boulangerie, pâtisserie - Confiserie, chocolatier - Poissonnerie - Primeur - Caviste - Supérette, supermarché, hypermarché - Produits surgelés	1013B / 1071B / 1071C / 1071D / 4711A / 4711B / 4711C / 4711D / 4711E / 4711F / 4719A / 4721Z / 4722Z / 4723Z / 4724Z / 4725Z / 4729Z
 Hôtellerie, bar, restauration France : 862 000 emplois (18 %)	- Hôtel - Bar - Restaurant - Traiteur	5510Z / 5610A / 5610B / 5610C / 5621Z / 5630Z
 Banque, assurance, immobilier France : 726 000 emplois (16 %)	- Banque - Assurance - Courtier - Agence immobilière	6419Z / 6512Z / 6622Z / 6831Z
 Santé, beauté, hygiène France : 525 000 emplois (11 %)	- Pharmacie, magasin de matériel médical et paramédical - Laboratoire d'analyses médicales - Thalassothérapie - Coiffure, soins et beauté - Parfumerie - Magasin d'optique	4773Z / 4774Z / 4775Z / 4778A / 8690B / 9602A / 9602B / 9604Z
 Automobile, motorcycle France : 486 000 emplois (10 %)	- Garage automobile et motorcycle - Concessionnaire automobile et motorcycle - Réparation de matériel agricole - Station-service - Contrôle technique - Location de véhicules - École de conduite	4511Z / 4519Z / 4520A / 4520B / 4532Z / 4540Z / 4730Z / 7120A / 7711A / 7711B / 8553Z
 Équipement de la maison France : 386 000 emplois (8 %)	- Magasin et réparation d'électroménager et de multimédia - Droguerie, quincaillerie et grande surface de bricolage - Magasin de meuble - Magasin de revêtements de murs et sols - Fleuriste, jardinerie	4741Z / 4742Z / 4743Z / 4751Z / 4752A / 4752B / 4753Z / 4754Z / 4759A / 4759B / 4776Z / 7729Z / 7733Z / 9511Z / 9512Z / 9521Z / 9522Z / 9524Z
 Équipement de la personne France : 266 000 emplois (6 %)	- Magasin de vêtements - Blanchisserie, teinturerie, pressing - Magasin de chaussures - Maroquinerie - Cordonnerie - Horlogerie, bijouterie	4771Z / 4772A / 4772B / 4777Z / 9523Z / 9525Z / 9601B
 Divers France : 219 000 emplois (5 %)	- Hard discount non alimentaire - Tabac - Commerce de biens d'occasion - Services à la personne (tatouage, hôtesse d'accueil, agence de rencontre, etc.) - Services funéraires	4719B / 4726Z / 4778B / 4778C / 4779Z / 4799B / 9529Z / 9603Z / 9609Z
 Culture, sport, loisirs France : 196 000 emplois (4 %)	- Librairie, papeterie, journaux - Magasin de photographie - Vidéoclub - Magasin d'articles de sport - Salle de sport et de remise en forme - Agence de voyages	4761Z / 4762Z / 4763Z / 4764Z / 4765Z / 7420Z / 7721Z / 7722Z / 7911Z / 7912Z / 7990Z / 9313Z
 Vente hors magasin France : 122 000 emplois (3 %)	- Marchés - Vente à distance - Vente à domicile	4781Z / 4782Z / 4789Z / 4791A / 4791B / 4799A

LA TYPOLOGIE COMMERCIALE DES AIRES URBAINES EN FRANCE

Dans une seconde publication à paraître en septembre 2020, la FNAU établit une typologie commerciale des 790 aires urbaines françaises. Quatre grands profils types de territoire se dégagent :

Les territoires caractérisés par la diversité de l'emploi commercial

Ils disposent d'un appareil commercial diversifié, présentant le panel d'activités commerciales le plus large et le plus complet (alimentaire, équipement de la personne et de la maison, automobile, culture-loisirs, banque, etc.). Ils jouent un rôle très polarisant auprès des communes de leur bassin de vie. Les consommateurs y trouvent une réponse à leurs besoins quotidiens, mais également des achats plus occasionnels, au rayonnement « métropolitain » (équipement de la personne, de la maison, culture et loisirs en particulier). Ces aires urbaines se caractérisent par une dominante d'emplois salariés, dans des établissements commerciaux de grande taille.

En Cornouaille, l'aire urbaine de Quimper appartient à ce type de territoire.

Les territoires à l'emploi commercial dominé par les grandes surfaces alimentaires

Ces aires urbaines sont généralement de taille plus modeste que le premier type précédemment présenté. Géographiquement, elles se situent la plupart du temps dans la zone d'influence d'une aire urbaine plus importante, appartenant au premier type. L'offre commerciale est moins variée. Elles se distinguent par l'importance des grandes surfaces alimentaires et des magasins de bricolage-jardinage dans l'emploi commercial du territoire (deux emplois du commerce sur cinq dans l'alimentaire contre un sur cinq à l'échelle nationale). Malgré cette offre commerciale plus resserrée, le rapport entre le nombre d'emplois dans le commerce et la population est comparable aux aires urbaines du premier type.

En Cornouaille, les aires urbaines de Concarneau, Douarnenez, Pont-l'Abbé et Audierne appartiennent à ce type de territoire.

Les territoires à l'emploi commercial de proximité

Ces territoires sont davantage caractérisés par des dynamiques rurales, avec une densité d'emplois dans le commerce par rapport au nombre d'habitants relativement faible. Ces territoires exercent un effet polarisant limité sur les communes environnantes et certaines connaissent des difficultés d'accessibilité. L'offre se caractérise par la résistance de commerces de proximité favorisant le lien social : les commerces alimentaires de détail, les bars et restaurants ainsi que certains commerces et services de santé. Dans une moindre mesure, le secteur de l'automobile y est également présent.

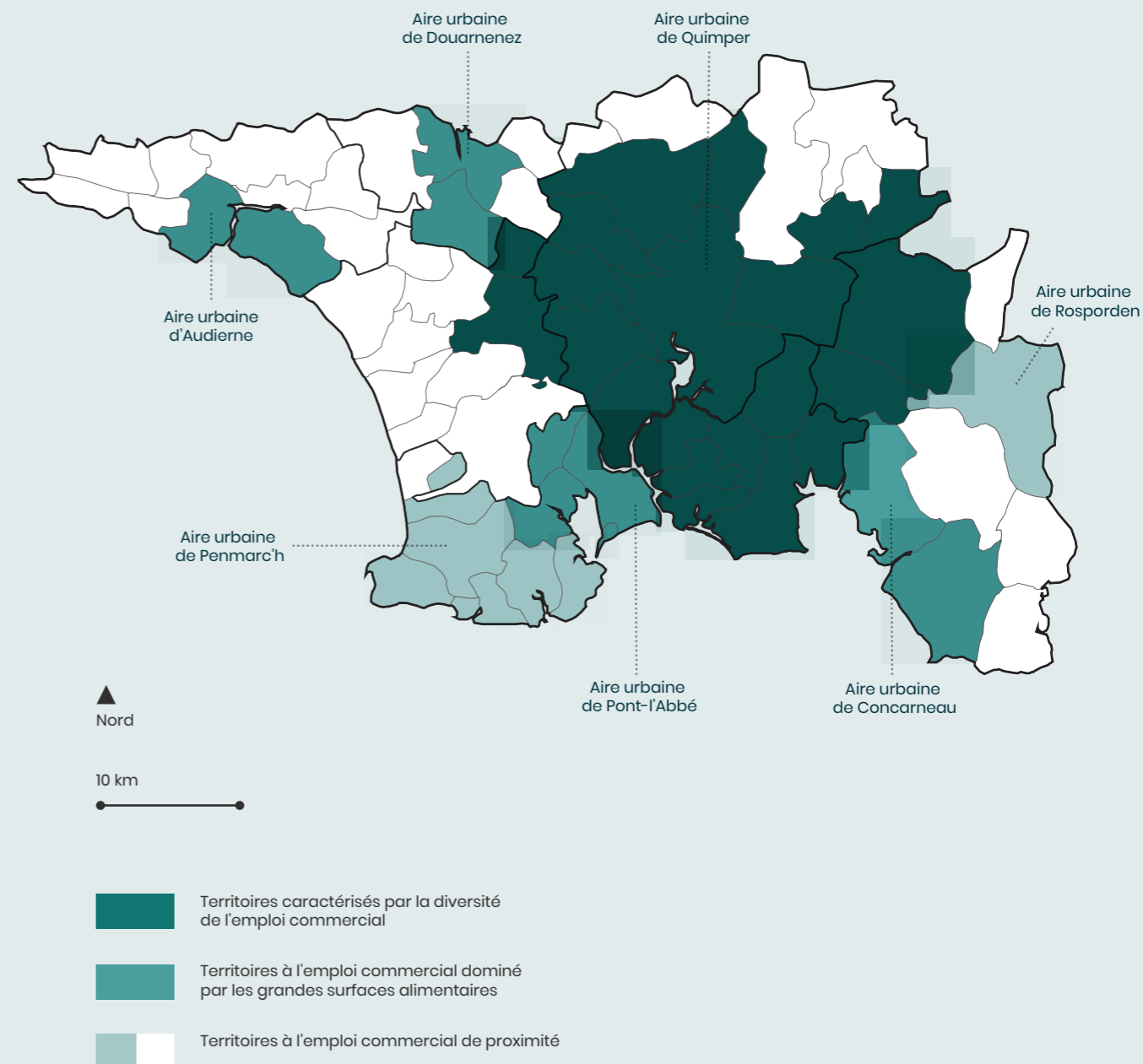
En Cornouaille, les aires urbaines de Penmarc'h et Rosporden appartiennent à ce type de territoire. Ce profil est également celui de beaucoup de communes situées hors aire urbaine.

Les territoires dominés par l'emploi commercial touristique

Il s'agit de territoires quasiment « monofonctionnels » où la part des emplois commerciaux rapportés à l'emploi total est la plus importante. Ces territoires sont fortement dépendants d'une offre commerciale dominée par l'hôtellerie-restauration et la culture-loisirs. Ces territoires se situent sur les façades littorales et dans les massifs montagneux. Aucune aire urbaine cornouaillaise n'est concernée par ce profil de territoire.

TYPLOGIE COMMERCIALE DES AIRES URBAINES EN CORNOUAILLE

Sources : FNAU, publi n° 2 – Traitement : QCD, juillet 2019



L'ARMATURE COMMERCIALE CORNOUAILLAISE

Ci-contre :
**Le Passage
du Chapeau
Rouge à Quimper**

24 Une armature basée
sur les équipements
commerciaux

28 Les établissements
employant des
salariés privés dans
le commerce et les
services commerciaux



La base permanente des équipements (BPE) est une source statistique de l'INSEE qui fournit le niveau d'équipements et de services rendus à la population commune par commune. En 2018, cette base recense 4 811 équipements en Cornouaille pouvant s'inscrire dans les 10 domaines d'activité des commerces et services commerciaux définis en page 8.

L'ARMATURE
COMMERCIALE
CORNOUAILLAISE

UNE ARMATURE BASÉE SUR LES ÉQUIPEMENTS COMMERCIAUX

LA BASE PERMANENTE DES ÉQUIPEMENTS DE L'INSEE

Selon leur fréquence d'implantation et leur présence conjointe dans les communes, ces équipements sont répartis en trois ensembles

appelés « gammes » (de proximité, intermédiaire ou supérieure). La gamme dite « de proximité » regroupe des services qui sont présents dans le plus grand nombre de communes en France. À l'inverse, les équipements de gamme « intermédiaire » sont présents dans un plus petit nombre de communes et les équipements « supérieurs » sont les plus rares.

5 PROFILS TYPES COMMERCIAUX DE COMMUNES EN CORNOUAILLE

L'analyse de la répartition des commerces et services commerciaux par « gamme » dans les communes cornouaillaises permet de définir une typologie décrivant 5 profils types commerciaux :

UN PÔLE COMMERCIAL SUPÉRIEUR

01 Quimper constitue la ville-centre du bassin commercial élargi du Pays de Cornouaille. La commune concentre le plus grand nombre d'équipements commerciaux (1 343) et en particulier le plus grand nombre et la plus forte diversité d'équipements dits « supérieurs » (86). Ces derniers représentent environ 7 % de l'appareil commercial communal. Quant aux commerces intermédiaires, ils représentent 43 % et les commerces de proximité 50 %.

DES PÔLES COMMERCIAUX INTERMÉDIAIRES

02 Comptant 250 à 450 commerces, Concarneau, Pont-l'Abbé et Douarnenez sont les **pôles d'appui commerciaux de la Cornouaille**. Ils participent à son animation commerciale et son rayonnement, en appui de la ville-centre, dont ils sont en quelque sorte des « modèles réduits ». Les équipements supérieurs sont en nombre relativement important (10 à 20) et la répartition des équipements commerciaux entre les différentes gammes est proche de celle de Quimper. Ils animent leur propre aire de chalandise et participent en particulier à rendre les commerces supérieurs plus accessibles à un nombre élargi de Cornouaillais (rôle d'appui).

03 Les **petits pôles commerciaux** comptent entre 70 et 180 commerces. Si les équipements de la gamme supérieure sont nettement moins nombreux et moins variés que dans les catégories précédentes, en revanche, leur poids dans l'appareil commercial communal reste relativement important, autour des 3 à 4 %. En revanche, par rapport aux deux premières catégories, les équipements de proximité (60 à 65 %) progressent fortement par rapport aux commerces intermédiaires (28 à 45 %).

04 Les autres pôles périurbains et les pôles littoraux et touristiques possèdent en commun la répartition des commerces entre les gammes supérieure, qui se raréfie (0 à 5 %), intermédiaire, qui diminue encore (15 à 35 %) et de proximité qui augmente (50 à 80 %). En revanche, ils diffèrent par le volume de commerces. Les communes périurbaines en comptent entre 20 et 40 quand la localisation des communes littorales leur permet d'atteindre 50 à 70 commerces. Parmi ces commerces « supplémentaires », on retrouve en particulier les hypermarchés, les magasins de vêtements, les hôtels mais aussi des banques en plus grand nombre.

DES PÔLES COMMERCIAUX DE PROXIMITÉ

05 Le maillage de bourgs ruraux et littoraux du territoire qui constitue les pôles commerciaux de proximité, comptent généralement moins de 10 commerces, voire moins de 5. La fonction supérieure est totalement absente et la fonction intermédiaire exceptionnelle (représentée par un supermarché, une banque ou une station-service). Les commerces de proximité constituent donc régulièrement entre 90 et 100 % de l'appareil commercial.

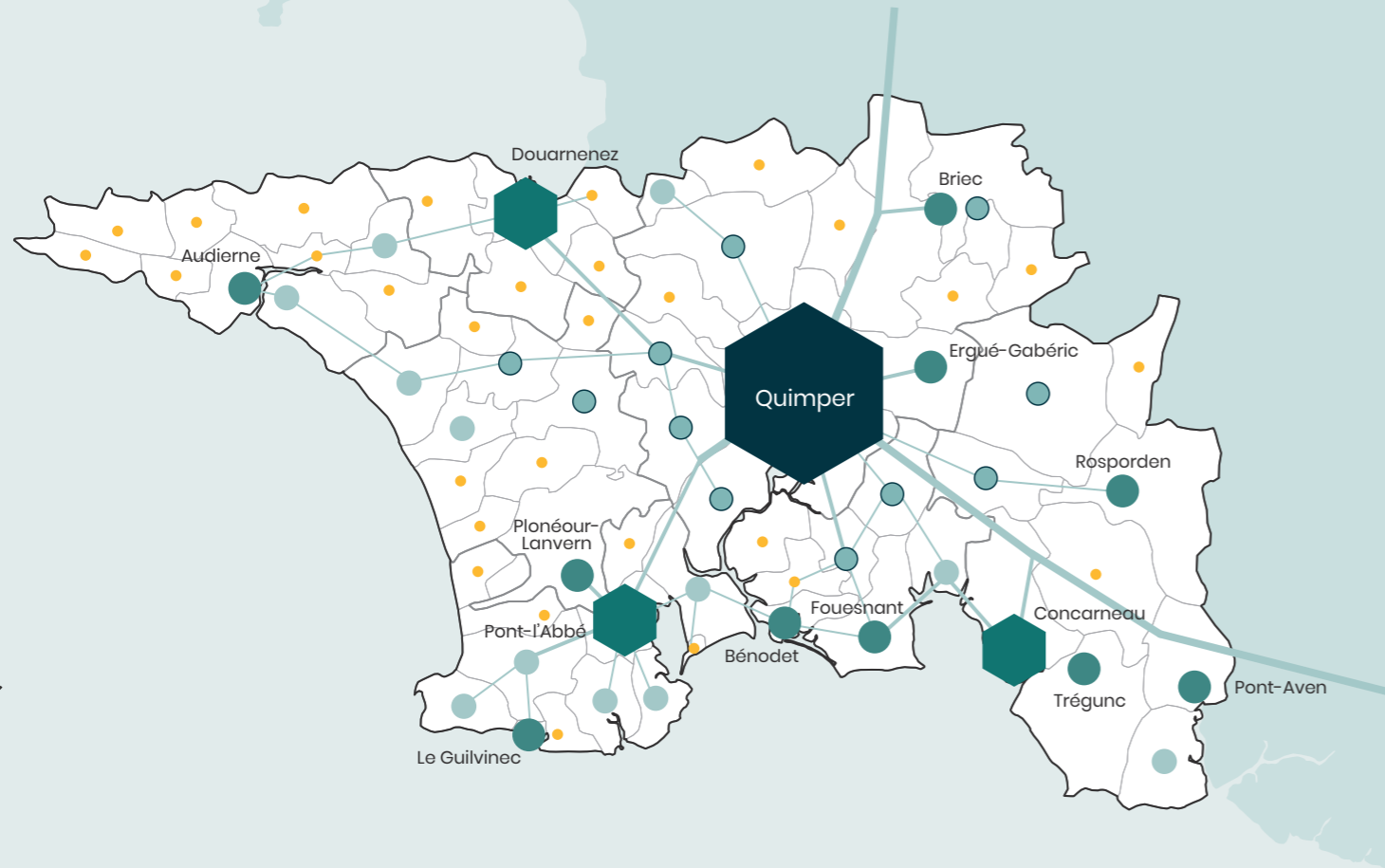
Exemples d'équipements de commerces et de services commerciaux :

- **Supérieurs** : hypermarché, produits surgelés, poissonnerie, parfumerie, location auto, agence de travail temporaire...
- **Intermédiaires** : supermarché, librairie, papeterie, magasin de vêtements et de chaussures, magasin de meubles et d'électroménager, magasin de bricolage, banques, station-service...
- **De proximité** : supérette, boulangerie, boucherie-charcuterie, fleuriste, pharmacie, coiffure, agence immobilière...

Source : Insee - BPE (2018)

L'ARMATURE COMMERCIALE CORNOUAILLAISE EN 2018

Sources : Insee (BPE) - IGN (Bd Topo) - Traitement : QCD, 2019



Pôle commercial supérieur



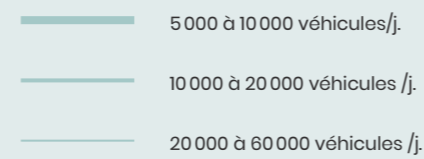
Pôles commerciaux intermédiaires



Pôles commerciaux de proximité

● Les bourgs ruraux et littoraux

Maillage interurbain (en nombre de véhicules par jour)



○ Intercommunalité

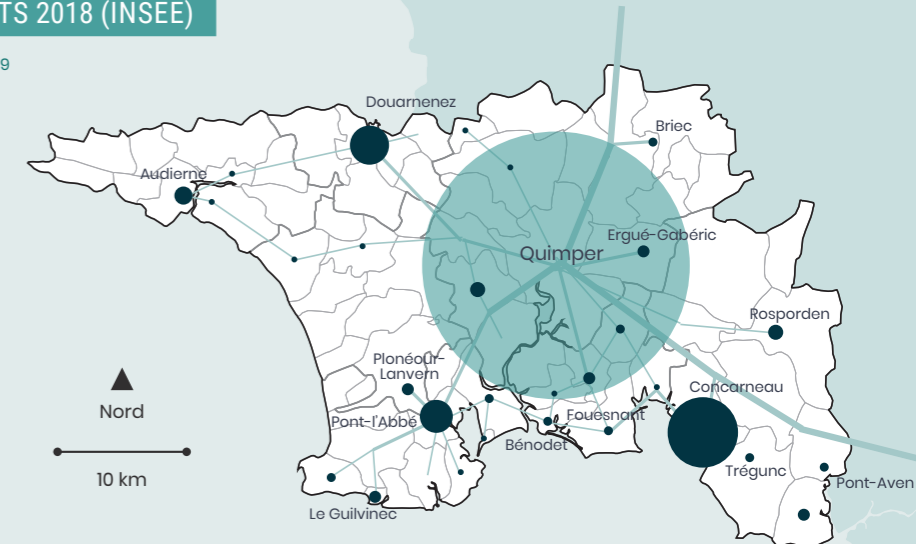
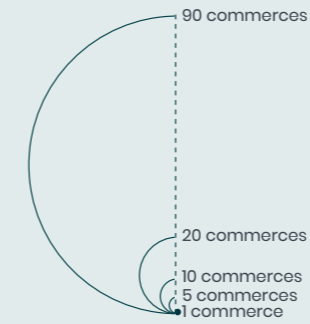
□ Cornouaille



NOMBRE DE COMMERCES DE LA GAMME « SUPÉRIEURE »

BASE PERMANENTE DES ÉQUIPEMENTS 2018 (INSEE)

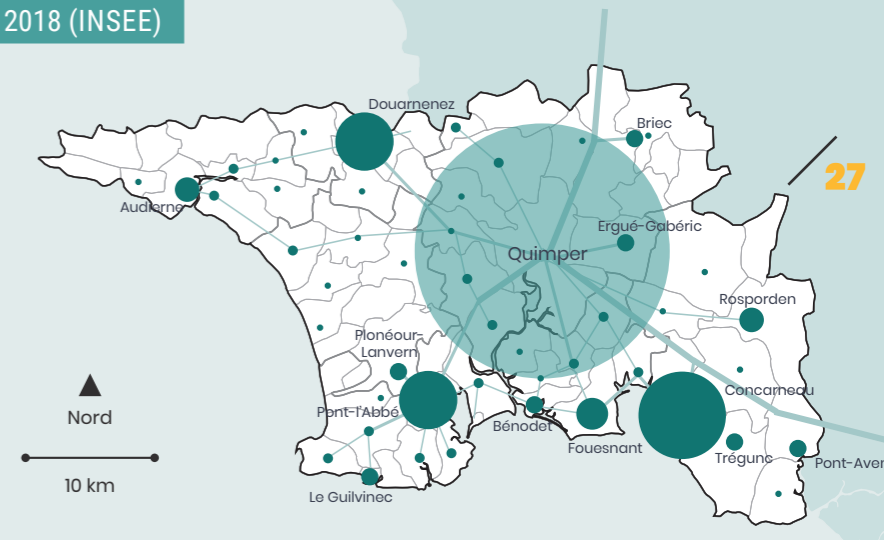
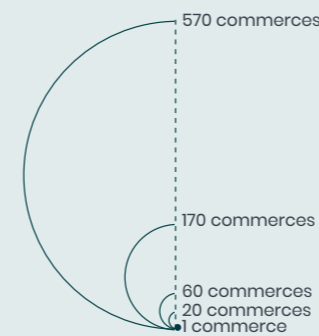
Sources : Insee (BPE) - IGN (Bd Topo) - Traitement : QCD, 2019



NOMBRE DE COMMERCES DE LA GAMME « INTERMÉDIAIRE »

BASE PERMANENTE DES ÉQUIPEMENTS 2018 (INSEE)

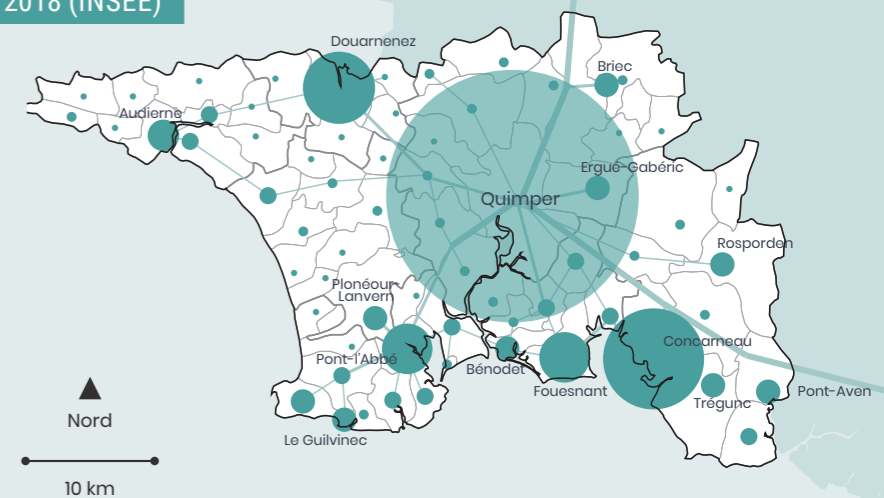
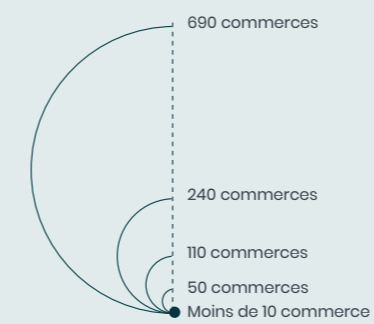
Sources : Insee (BPE) - IGN (Bd Topo) - Traitement : QCD, 2019



NOMBRE DE COMMERCES DE LA GAMME « PROXIMITÉ »

BASE PERMANENTE DES ÉQUIPEMENTS 2018 (INSEE)

Sources : Insee (BPE) - IGN (Bd Topo) - Traitement : QCD, 2019



L'armature commerciale présentée aux pages précédentes s'appuie sur le nombre « d'équipements commerciaux », c'est-à-dire d'établissements commerciaux. Cette analyse du territoire est complétée ci-dessous par l'étude des établissements employant des salariés.

L'ARMATURE COMMERCIALE CORNOUAILLAISE

LES ÉTABLISSEMENTS EMPLOYANT DES SALARIÉS PRIVÉS DANS LE COMMERCE ET LES SERVICES COMMERCIAUX

PLUS DE 4 ÉTABLISSEMENTS SUR 10 EN CORNOUAILLE ONT UNE VOCATION COMMERCIALE

La Cornouaille compte 3241 établissements employant des salariés dans le commerce et les services commerciaux en 2017, soit 42 % de

l'ensemble des établissements salariés (en comparaison, les emplois salariés dans le commerce représentent 26 % de l'emploi salarié total).

Cette valeur est comparable dans les autres bassins commerciaux bretons (entre 39 % en Pays de Saint-Brieuc et 45 % en Pays de Saint-Malo). En revanche, elle est plus faible (34 %) au sein des bassins commerciaux des métropoles nantaises et rennaises.

En moyenne dans les EPCI, cette part varie entre 38 % (dans le Haut Pays Bigouden) et 48 % (dans le

Cap Sizun – Pointe du Raz). Ces valeurs montrent l'importance de la présence physique de ces établissements commerciaux dans le paysage urbain et économique de nos territoires.

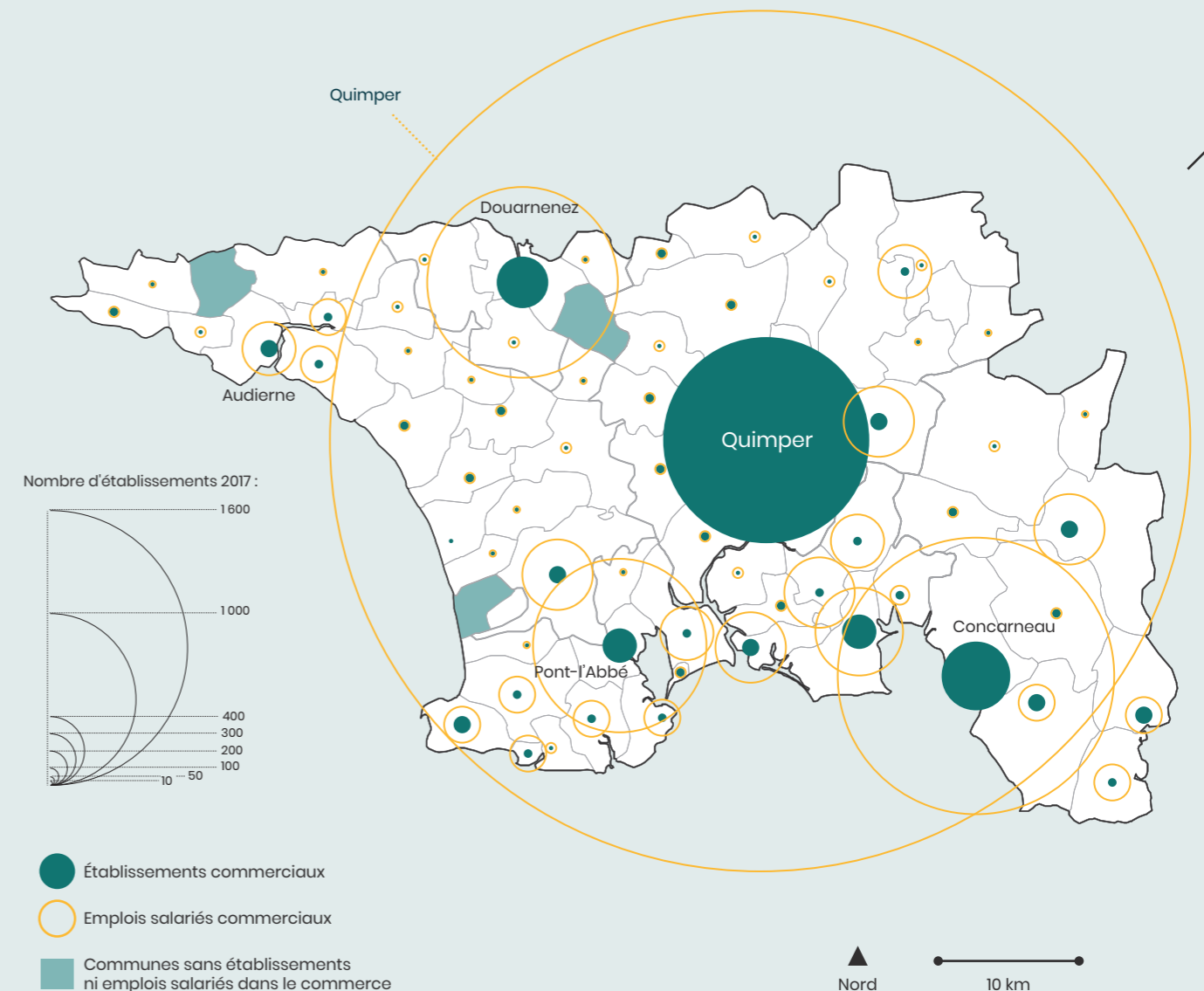
En moyenne, la Cornouaille compte 5,2 emplois salariés commerciaux par établissement. Ce rapport est également observable dans les mêmes proportions dans les autres bassins commerciaux des villes moyennes bretonnes (5,1 en Pays de Saint-Malo à 5,7 en Pays de Saint-Brieuc). En revanche il est plus important dans les territoires métropolitains, 6,6 emplois par établissement en Pays de Brest, 7,2 en Pays de Rennes et jusqu'à 7,9 en Pays de Nantes.

La plupart des EPCI cornouillais ont un nombre d'employés salariés par établissement commercial inférieur à la moyenne cornouillaise, entre 3,6 dans le Cap-Sizun-Pointe du Raz et 4,7 dans le Haut Pays Bigouden ou à Douarnenez Communauté. Seul le Pays Fouesnantais approche la moyenne cornouillaise (5,1) et QBO la fait remonter (6,2).

À l'échelle des communes cornouillaises, Pleuven et Saint-Évarzec se distinguent par un rapport d'environ 10 employés salariés par établissement commercial. À Quimper, ce rapport s'élève à 6,6.

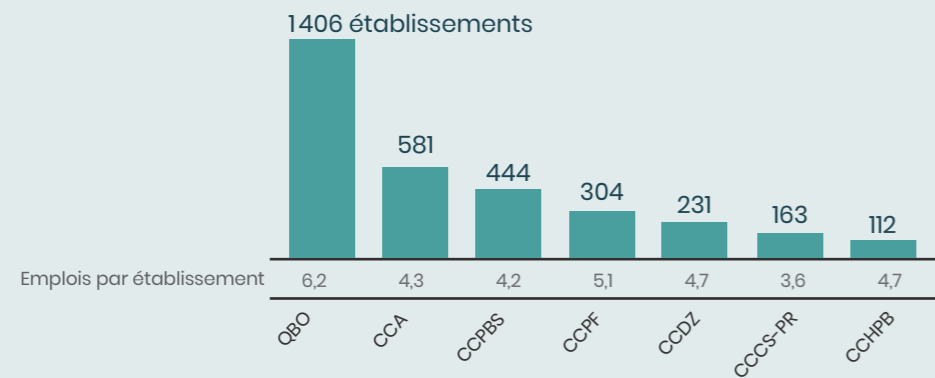
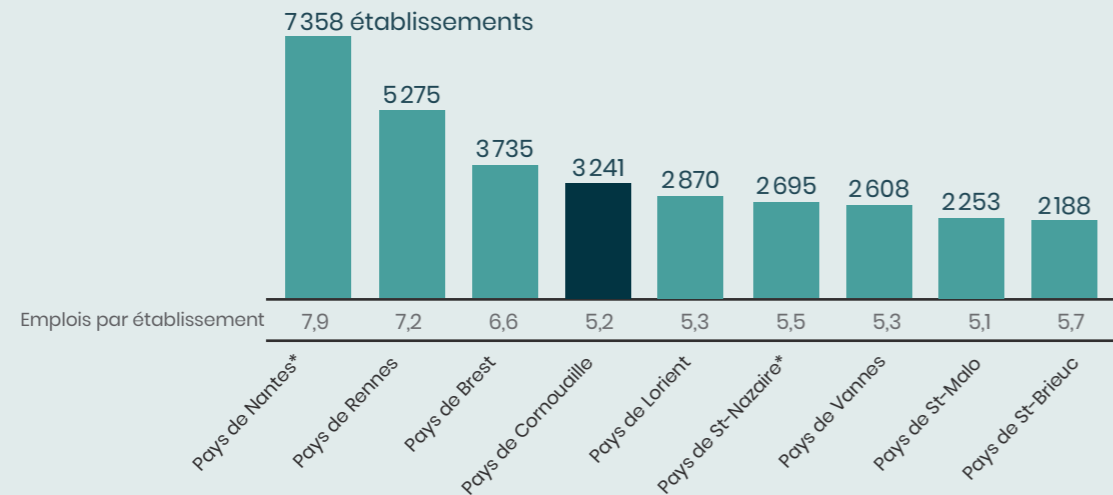
ÉTABLISSEMENTS SALARIÉS COMMERCIAUX EN 2017

Sources : Acoos - Dénombrements des établissements salariés et des emplois salariés privés (2007-2017) - Traitement : QCD, mai 2019



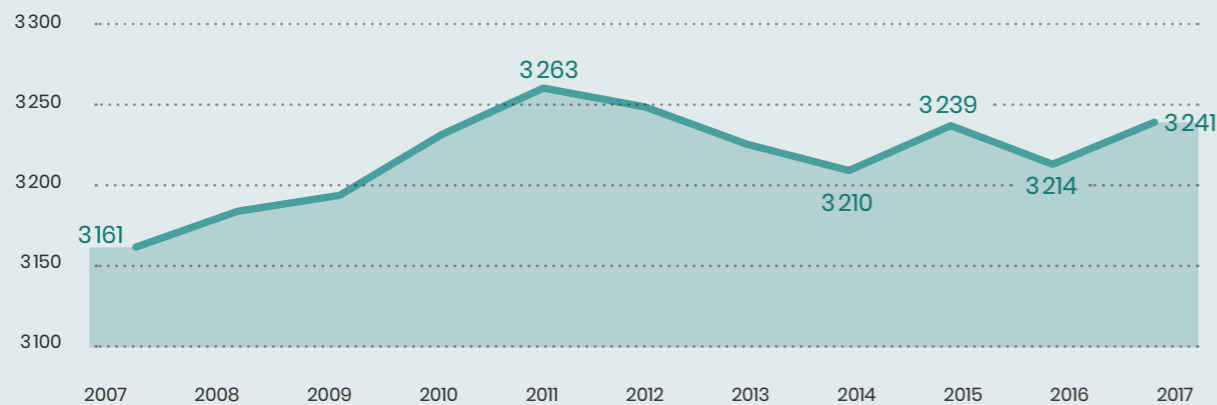
ÉTABLISSEMENTS SALARIÉS COMMERCIAUX ET NOMBRE D'EMPLOIS SALARIÉS PAR ÉTABLISSEMENT EN 2017

Sources : Accoss – dénombrements des établissements salariés et des emplois salariés 2007 et 2017



ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS COMMERCIAUX EN CORNOUAILLE ENTRE 2007 ET 2017

Sources : Accoss – dénombrements des établissements salariés et des emplois salariés 2007 et 2017



* Les Pays de Nantes et de Saint-Nazaire n'existent pas administrativement. Ces territoires ont été composés pour les besoins de cette étude, pour être comparés aux autres territoires bretons. Leur composition figure en annexe 1, page 64.

ÉVOLUTION 2007-2017 (%/AN)

Sources : Accoss – dénombrements des établissements salariés et des emplois salariés 2007 et 2017

	Établissements salariés Commerciaux	Établissements salariés total	Logements 2006-2016
P. Rennes	+1,16 %	+0,83 %	+1,82 %
P. Vannes	+1,14 %	+0,57 %	+1,74 %
P. Nantes	+1,09 %	+1,14 %	+1,80 %
P. St-Malo	+0,87 %	+0,67 %	+1,42 %
P. Brest	+0,39 %	+0,05 %	+0,96 %
Cornouaille	+0,23 %	-0,24 %	+0,93 %
P. St-Nazaire	+0,22 %	+0,23 %	+1,15 %
P. Lorient	+0,14 %	0 %	+1,21 %
P. St-Brieuc	-0,13 %	-0,25 %	+1,26 %

	Établissements salariés Commerciaux	Établissements salariés total	Logements 2006-2016
QBO	+0,73 %	-0,06 %	+1,02 %
CCPF	+0,61 %	+0,06 %	+0,30 %
CCPBS	+0,32 %	-0,24 %	+1,21 %
Cornouaille	+0,23 %	-0,24 %	+0,93 %
CCA	-0,21 %	-0,35 %	+0,86 %
CCDZ	-0,59 %	-0,88 %	+0,57 %
CCHPB	-0,61 %	-0,85 %	+1,44 %
CCCS-PR	-0,99 %	-0,63 %	+1,20 %

Une dynamique positive de création d'établissements commerciaux en Cornouaille, à nuancer par des tendances contrastées au sein de ses intercommunalités

La Cornouaille a gagné 80 établissements employant des salariés dans le commerce et les services commerciaux entre 2007 et 2017, soit un taux d'évolution de +0,23 % par an.

Bien que positive, cette tendance est sensiblement en retrait par rapport à la plupart des autres bassins commerciaux bretons dont la tendance varie entre +0,87 % par an (Pays de Brest, +152 établissements) et +1,16 % par an (Pays de Rennes,

+ 598 établissements). La tendance cornouaillaise se rapproche davantage du Pays de Saint-Nazaire (+0,22 % par an, +64 établissements) ou du Pays de Lorient (+0,14 % par an, +45 établissements).

La moyenne cornouaillaise s'explique par des situations très contrastées au sein de ses intercommunalités. Si QBO (+104 établissements), les Pays Fouesnantais (+19) et Bigouden Sud (+15) sont dans une dynamique positive de création d'établissements, en revanche, CCA (-14), Douarnenez Communauté (-16), le Haut Pays Bigouden (-8) et le Cap Sizun - Pointe du Raz (-20) perdent des établissements.

LES EMPLOIS COMMERCIAUX ET DE SERVICES COMMERCIAUX EN CORNOUAILLE

Ci-contre :
Le marché
de Quimper,
le long du Steïr



UNE RÉPARTITION DE L'EMPLOI COMMERCIAL REFLET DE L'ARMATURE URBAINE CORNOUAILLAISE

La Cornouaille compte 16 929 emplois salariés dans le commerce et les services commerciaux en 2017, soit 26 % de l'emploi salarié total.

- Avec 7 633 emplois, la commune de Quimper représente 45 % de l'emploi salarié commercial cornouaillais.

- Concarneau (1 633 emplois salariés), Douarnenez (1 068 emplois salariés) et Pont-l'Abbé (922 emplois salariés) constituent les trois autres principales polarités commerciales du territoire.

Avec Fouesnant qui compte 486 emplois salariés, ces cinq communes représentent près de 70 % de l'emploi salarié commercial cornouaillais.

- 9 communes dénombrent entre 200 et 400 emplois salariés commerciaux. Il s'agit de polarités secondaires animant soit la couronne périurbaine de Quimper (Ergué-Gabéric) soit un bassin littoral (Audierne, Bénodet) soit un bassin rural (Plonéour-Lanvern, Rosporden, Briec).

- 10 communes comptent entre 100 et 200 emplois salariés commerciaux. La quasi-totalité est localisée sur le littoral sud de la Cornouaille ainsi que Plouhinec et Pont-Croix.

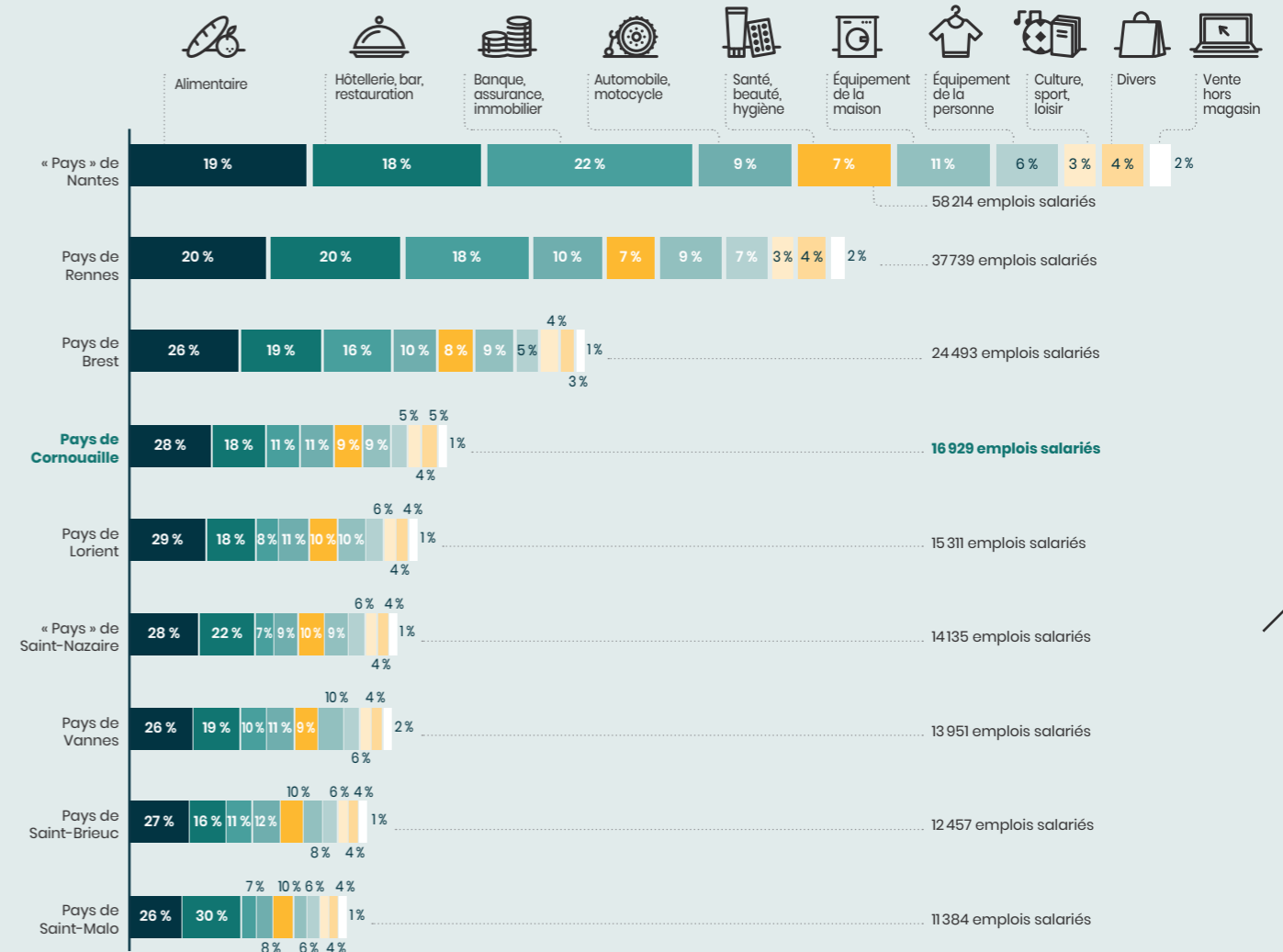
- 27 communes enregistrent entre 10 et 100 emplois salariés commerciaux. Il s'agit essentiellement des communes de la couronne périurbaine quimpéroise.

- 12 communes comptabilisent moins de 10 emplois salariés commerciaux, essentiellement de petites communes rurales de l'ouest Cornouaille.

- Enfin, 4 communes ne comptent aucun emploi salarié commercial, le Juch, Tréguennec, Goulien, et Plovan. Toutefois, ces deux dernières communes comptent un établissement commercial mais n'employant pas de salariés.

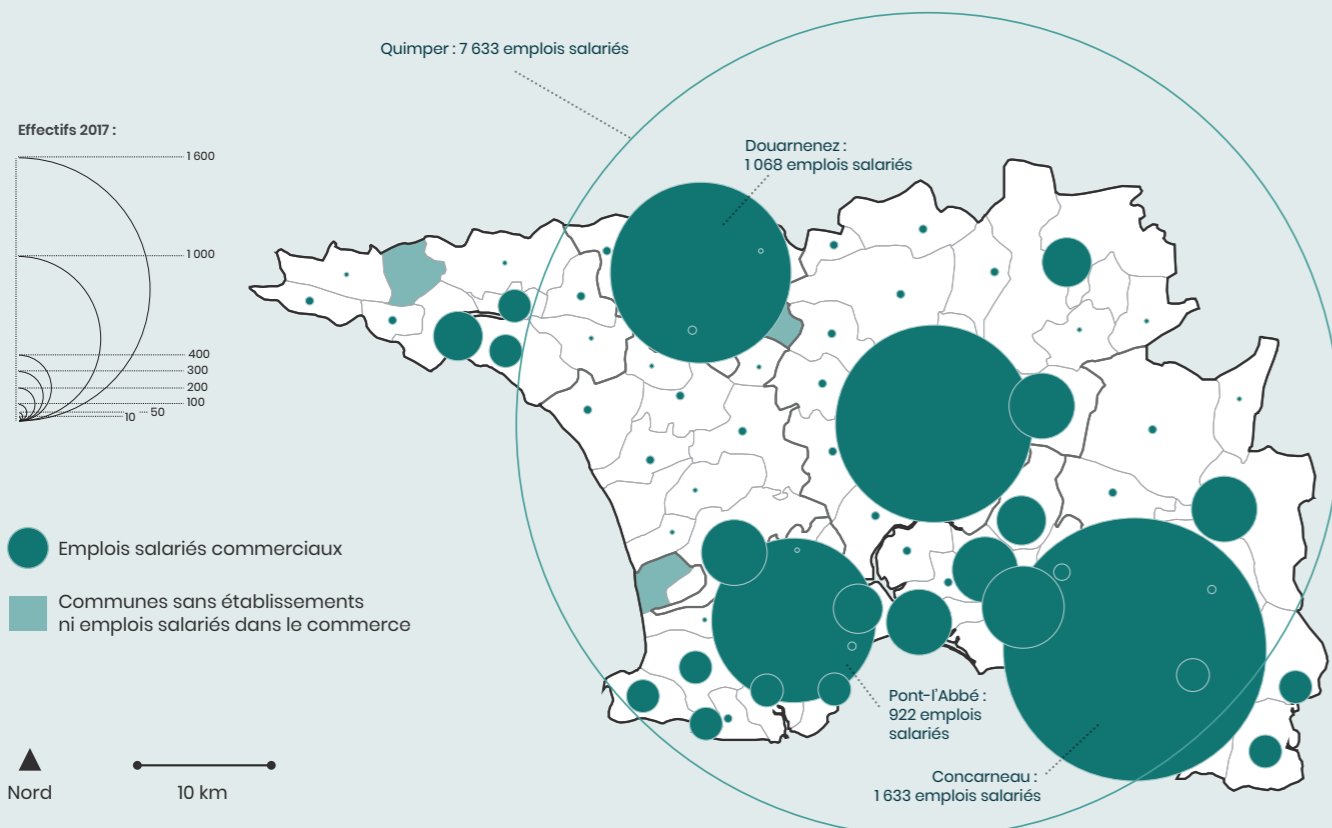
RÉPARTITION DES EMPLOIS SALARIÉS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉS COMMERCIALES ET PAR « PAYS » BRETON EN 2017

Sources : Acoff - Dénombrements des établissements salariés et des emplois salariés privés (2007-2017) - Traitement : QCD, mai 2019



EMPLOIS SALARIÉS COMMERCIAUX EN 2017

Sources : Acoff - Dénombrements des établissements salariés et des emplois salariés privés (2007-2017) - Traitement : QCD, mai 2019



LA CORNOUAILLE, 4^e BASSIN D'EMPLOI SALARIÉ COMMERCIAL DE BRETAGNE

Avec 16 929 emplois salariés dans le commerce et les services commerciaux en 2017, la Cornouaille figure juste derrière les trois métropoles bretonnes, Nantes, Rennes et Brest et devant les autres villes moyennes du territoire.

Trois tailles de bassin commercial se distinguent :

- **Les bassins commerciaux métropolitains.** Les Pays des Nantes et Rennes comptent respectivement trois fois et deux fois plus d'emploi commercial que le Pays de Cornouaille. De son côté, le Pays de Brest compte 7 500 emplois salariés commerciaux de plus que la Cornouaille, soit l'équivalent des emplois salariés commerciaux de la commune de Quimper.

- **La Cornouaille** appartient à un second groupe comprenant les **Pays de Lorient, de Saint-Nazaire et de Vannes**. Le nombre d'emploi salarié commercial varie entre 14 000 et 17 000.

- **Les Pays de Saint-Brieuc et de Saint-Malo** possèdent un volume d'emplois salariés commerciaux sensiblement inférieur, entre 11 000 et 12 000.

L'ALIMENTAIRE, PREMIER POURVOYEUR D'EMPLOI SALARIÉ COMMERCIAL

Parmi les 10 secteurs d'activités commerciales, un profil général se distingue avec souvent les mêmes activités en haut et en bas de classements sur les différents territoires.

En Cornouaille, le « top 3 » regroupe 4 secteurs d'activité :

- **1^{er} : L'alimentaire** représente 28 % des emplois salariés commerciaux, soit 4 755 emplois.

- **2^e : L'hôtellerie, bar et restauration** représentent 18 % des emplois salariés commerciaux, soit 2 973 emplois.

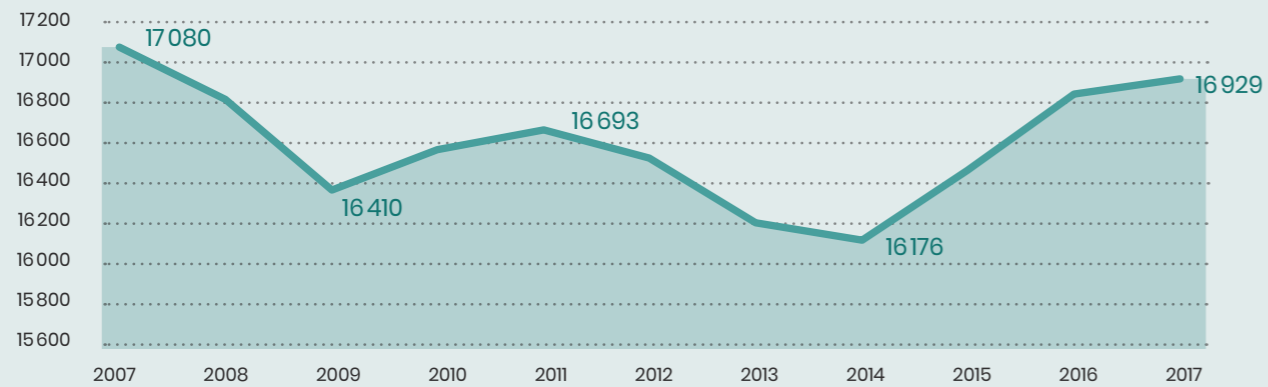
- **3^e ex æquo : la banque, assurance et immobilier** représentent 11 % des emplois salariés commerciaux, soit 1 936 emplois.

- **3^e ex æquo : l'automobile et motorcycle** représentent 11 % des emplois salariés commerciaux, soit 1 790 emplois.

À l'inverse, des secteurs d'activité comme l'équipement de la personne, la culture, le sport et les loisirs ainsi que le « divers » représentent généralement moins de 5 % des emplois salariés commerciaux.

EMPLOI SALARIÉ COMMERCIAL

Sources : Accoss – dénombrements des établissements salariés et des emplois salariés 2007 et 2017



ÉVOLUTION 2007-2017 (%/AN)

Sources : Accoss – dénombrements des établissements salariés et des emplois salariés 2007 et 2017

	Établissements salariés Commerciaux	Établissements salariés – Total	Logements 2006-2016
P. St-Malo	+1,39 %	+0,88 %	+0,62 %
P. Nantes	+1,35 %	+1,57 %	+1,06 %
P. St-Nazaire	+0,76 %	+0,66 %	+0,71 %
P. Rennes	+0,68 %	+0,73 %	+1,15 %
P. Brest	+0,68 %	+0,20 %	+0,31 %
P. Lorient	+0,45 %	+0,13 %	+0,44 %
P. Vannes	+0,03 %	+0,34 %	+1,08 %
Cornouaille	-0,08 %	+0,03 %	+0,17 %
P. St-Brieuc	-0,45 %	-0,31 %	+0,62 %

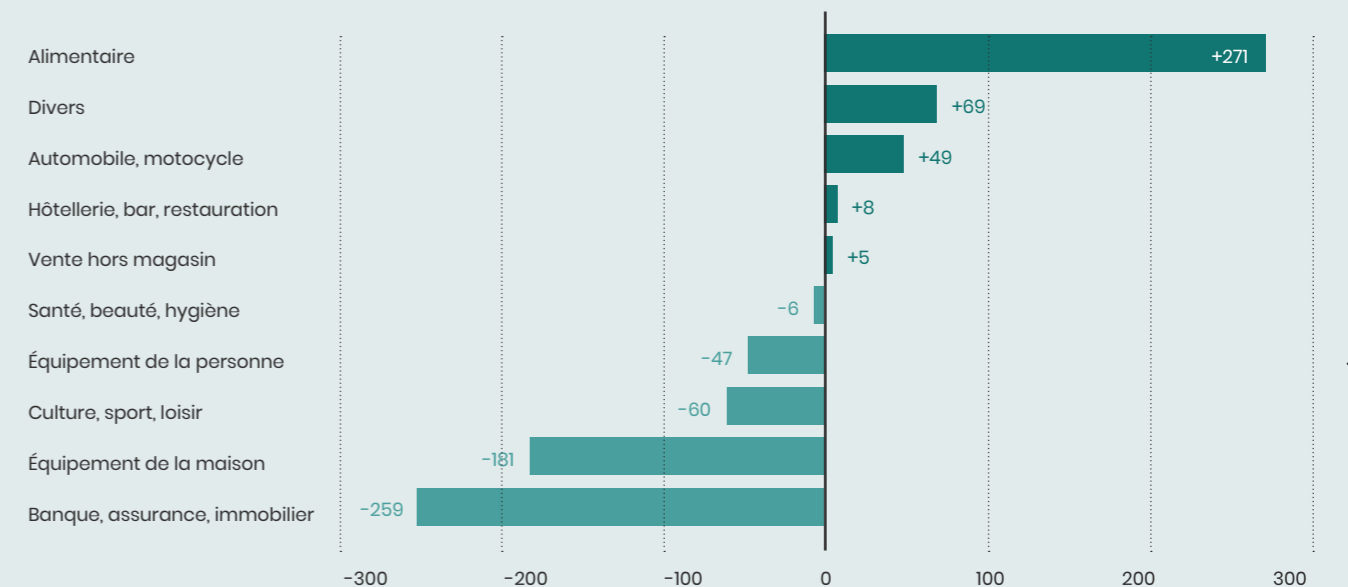
Une relative stabilité des emplois salariés commerciaux en Cornouaille depuis 10 ans

Entre 2007 et 2017, la Cornouaille et le Pays de Vannes connaissent des évolutions faibles. En Cornouaille, l'emploi salarié commercial varie de -0,08 % par an, soit entre 16 000 et 17 000 emplois.

En revanche, sur cette période, la plupart des bassins commerciaux des villes moyennes et des métropoles, connaissent une croissance positive et relativement forte de l'emploi salarié commercial. En particulier en Pays de Nantes et de Saint-Malo qui dépassent les +1,3 % par an.

ÉVOLUTION 2007-2017 DE L'EMPLOI SALARIÉ

Sources : Accoss – dénombrements des établissements salariés et des emplois salariés 2007 et 2017



Les emplois commerciaux de « services » en progression. Les emplois commerciaux en concurrence avec le numérique en difficultés.

L'alimentaire, le secteur possédant le plus d'emplois salariés en Cornouaille, est également celui créant le plus d'emplois entre 2007 et 2017 (+271). L'automobile, également dans le top 3 des secteurs d'activités commerciales, est une nouvelle fois à la troisième place des secteurs créateurs d'emplois (+49).

Par ailleurs, le secteur « divers » regroupant beaucoup d'activités de services (cf. détail page suivante) connaît la 2^e plus forte progression en Cornouaille (+69).

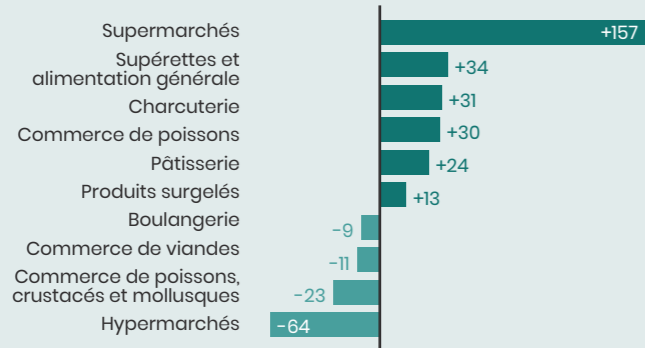
En revanche, la banque, assurance et immobilier, 2^e secteur le plus important en Cornouaille en terme d'emploi est le secteur qui en a détruit le plus (-259).

Les autres secteurs subissant une forte concurrence du numérique sont également en difficultés : équipement de la personne (-47), culture, sport et loisirs (-60) et l'équipement de la maison (-181).

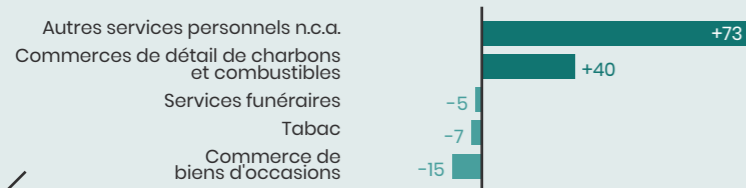
ÉVOLUTIONS DÉTAILLÉES DE L'EMPLOI SALARIÉ COMMERCIAL PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ ENTRE 2007 ET 2017

Sources : Accoss – dénombrements des établissements salariés et des emplois salariés 2007 et 2017

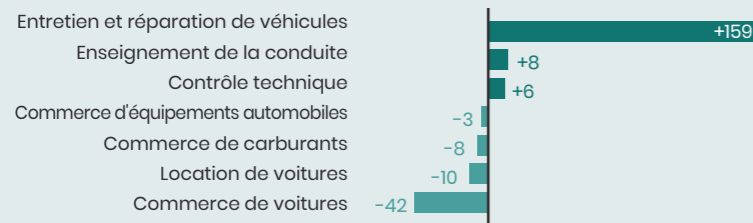
ALIMENTAIRE (+271 emplois salariés)



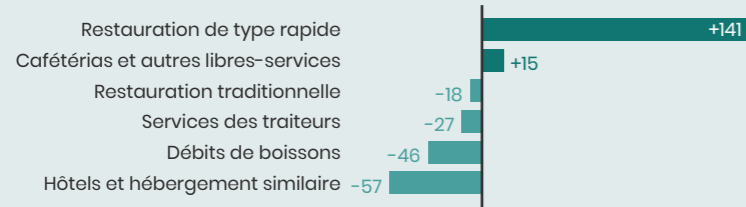
DIVERS (+69 emplois salariés)



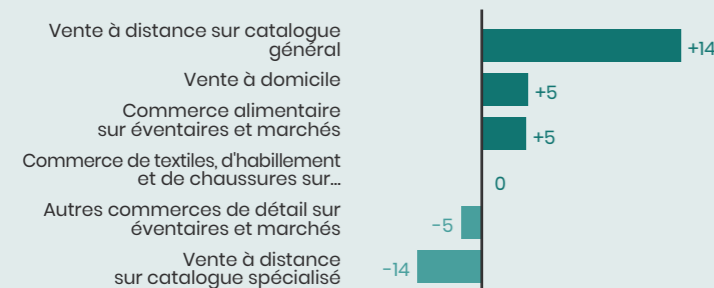
AUTOMOBILE, MOTOCYCLE (+49 emplois salariés)



HÔTELLERIE, BAR, RESTAURATION (+8 emplois salariés)



VENTE HORS MAGASIN (+5 emplois salariés)



Une création d'emplois salariés portée par la réparation automobile, les supermarchés et la restauration rapide

Le secteur de l'alimentaire est le secteur le plus créateur d'emplois salariés. Toutefois, on notera qu'entre 2007 et 2017, les activités de boulangerie, de commerce de viande (boucherie) et de poissons (poissonnerie) connaissent des difficultés et perdent des emplois. **On notera également l'antagonisme au sein des GSA entre les supermarchés**, qui tous métiers du commerce confondus, sont les 2^e créateurs d'emplois (+157 emplois salariés) **et les hypermarchés** qui font partie des activités qui détruisent le plus d'emplois (-64).

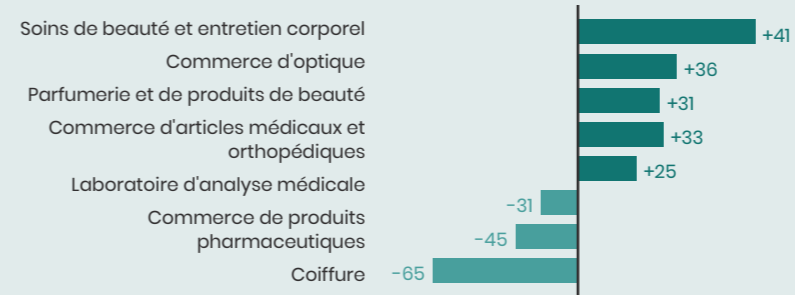
Parmi les activités « divers », ce sont **les activités commerciales de services à la personne qui créent le plus d'emplois** (+73). Les « autres services personnels n.c.a. » recouvrent des activités très variées, hôtesse d'accueil, agences de rencontre, bien être et santé hors conventions médicales, toilettage pour animaux, tatouage, etc.

Les activités automobiles sont marquées par **l'opposition entre l'entretien et la réparation automobile**, activité la plus créatrice d'emplois en Cornouaille (+159), toutes activités confondues, **et la vente automobile** qui perd fortement des emplois (-42).

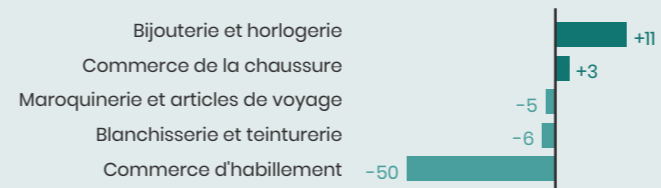
Le solde positif des emplois salariés dans les activités d'hôtellerie, bar et restauration est dû principalement à **la restauration rapide, 3^e activité la plus créatrice d'emplois salariés** tous métiers confondus. La plupart des autres activités perdent des emplois, en particulier les débits de boissons (-46) et les hôtels (-57).

Concernant la vente hors magasin, **les commerces alimentaires sur éventaires et marchés résistent mieux (+5) que les autres activités de marchés**. La vente à domicile est également relativement stable. Enfin, la vente sur catalogue « général » (+14) se porte mieux que la vente sur catalogue « spécialisé » (-14).

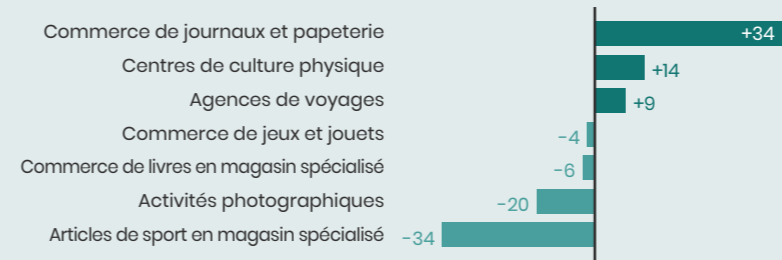
SANTÉ, BEAUTÉ, HYGIÈNE (-6 emplois salariés)



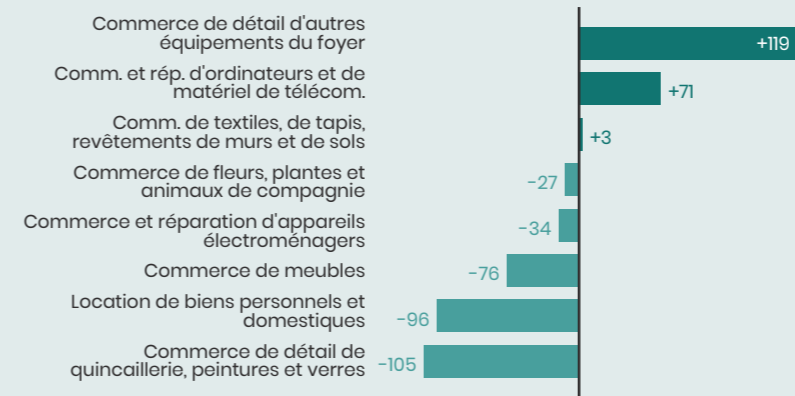
ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE (-47 emplois salariés)



CULTURE, SPORT, LOISIRS (-60 emplois salariés)



ÉQUIPEMENT DE LA MAISON (-181 emplois salariés)



BANQUE, ASSURANCE, IMMOBILIER (-259 emplois salariés)



Des pertes d'emplois salariés importantes dans l'équipement de la maison et la banque

Les activités de la beauté (soins et entretien corporels, parfumeries) **se portent mieux que celles de la santé** (laboratoires d'analyses médicales et pharmacies). À deux exceptions, l'une au sein des activités de santé, les opticiens sont fortement créateurs d'emplois salariés (+36). L'autre au sein des activités de beauté, les coiffeurs font partie des activités les plus destructrices d'emplois salariés (-65).

Parmi les « équipements de la personne », **le commerce de l'habillement est l'activité qui détruit les plus d'emplois salariés** (-50) alors que les autres activités de ce secteur ont des effectifs relativement stables, en légère augmentation (horlogerie, chaussure), ou en légère diminution (maroquinerie, pressing).

Les commerces de journaux et de papeterie sont en bonne santé (+34). En ce qui concerne la création d'emplois salariés, les activités photographiques (-20) et les magasins de sport connaissent des baisses d'effectifs significatives (-34).

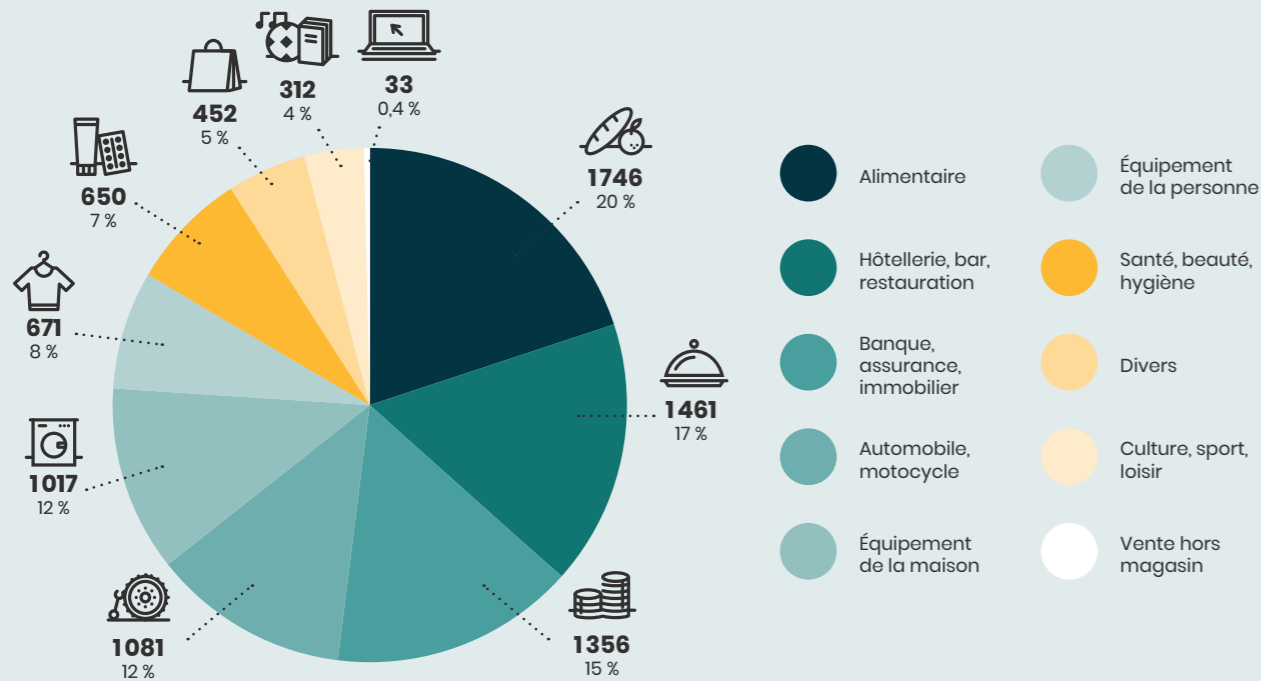
Les activités d'équipement de la maison sont les plus touchées par la perte d'emplois salariés, dans des volumes importants : jardinerie (-27), électroménager (-34), meubles (-76) et bricolage (-105) sont confrontés à la révolution numérique qui se traduit soit par de la concurrence (Amazon, etc.) soit par des changements de modèles internes. Toutefois, deux activités sont fortement créatrices d'emplois, les commerces en lien avec les nouvelles technologies (+71) et surtout le « commerce de détail d'autres équipements du foyer », qui regroupe des enseignes comme Maisons du Monde, CASA ou IDÉES à Pont-Aven (+119).

Les activités d'assurances (+33) et de courtiers d'assurances (+82) sont particulièrement créatrices d'emplois. En revanche, les agences immobilières en perdent (-29) et surtout **les banques représentent les plus grosses pertes d'emplois salariés en Cornouaille** (-359).

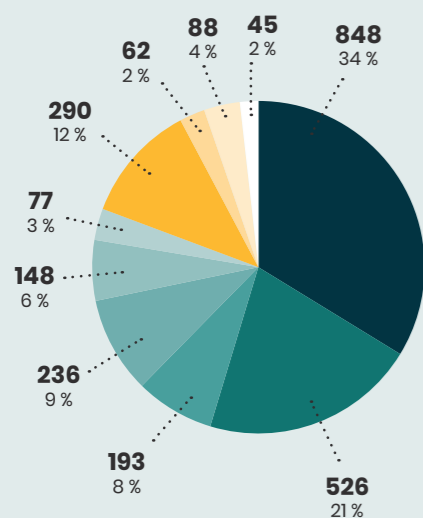
EMPLOI SALARIÉ DANS LE COMMERCE ET LES SERVICES COMMERCIAUX PAR INTERCOMMUNALITÉ EN 2017

Sources : Accoss – dénombrements des établissements salariés et des emplois salariés 2007 et 2017

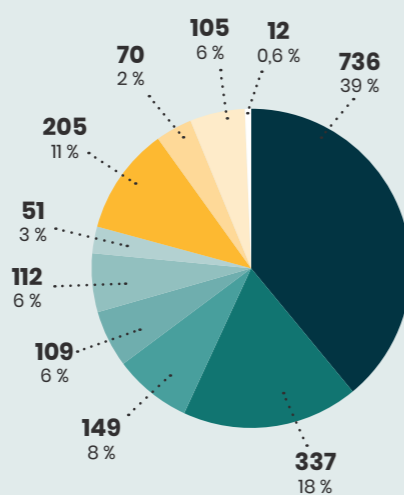
Quimper Bretagne Occidentale 8 779 emplois salariés



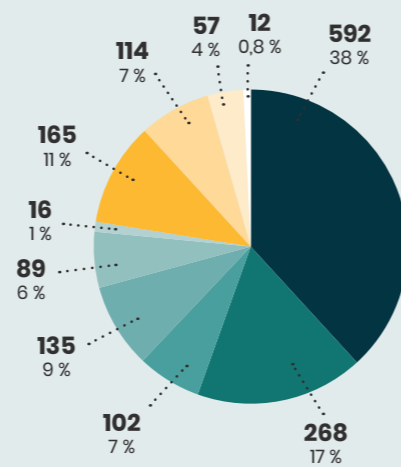
Concarneau Cornouaille Agglomération 2 513 emplois



Pays Bigouden Sud 1 886 emplois



Pays Fouesnantais 1 550 emplois



ÉVOLUTION 2007-2017 (%/AN)

Sources : Accoss – dénombrements des établissements salariés et des emplois salariés 2007 et 2017

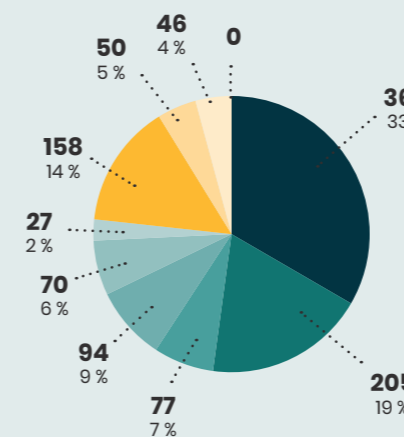
	Établis. sal. Comm.	Établis. sal. total	Pop. 2006-2016
CCHPB	+1,33 %	-0,14 %	+0,92 %
CCPF	+1,06 %	+0,40 %	+0,45 %
CCDZ	+0,53 %	-0,15 %	-0,71 %
CCA	-0,03 %	+0,51 %	+0,19 %
Cornouaille	-0,08 %	+0,03 %	+0,17 %
QBO	-0,19 %	+0,12 %	+0,20 %
CCPBS	-0,52 %	-1,09 %	+0,27 %
CCCS-PR	-1,65 %	-0,81 %	-0,34 %

Surreprésentation des banques, de l'équipement de la maison et de la santé sur QBO...

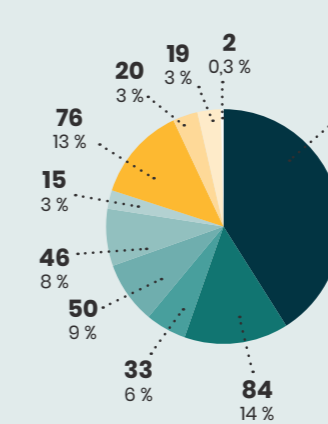
Avec 8 779 emplois en 2017, Quimper Bretagne Occidentale représente 52 % de l'emploi salarié commercial cornouaillais. La répartition par secteur d'activité est proche de la moyenne cornouaillaise (cf. page 23). Toutefois, les activités de banque, assurance et immobilier, d'équipement de la maison et de santé, beauté, hygiène sont surreprésentées. À l'inverse, les activités alimentaires sont sous-représentées.

Le territoire de QBO a perdu près de 190 emplois commerciaux sur la période 2007-2017, soit un taux de -0,19 % par an. Cette tendance est inférieure à la moyenne cornouaillaise (-0,08 % par an).

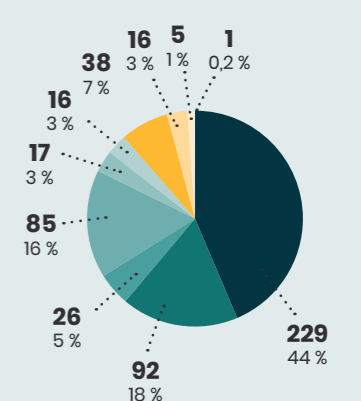
Douarnenez Communauté 1 091 emplois



Cap Sizun – Pointe du Raz 585 emplois



Haut Pays Bigouden 525 emplois



... Surreprésentation de l'alimentaire dans les autres EPCI

CCA représente 15 % des emplois salariés commerciaux de la Cornouaille, les Pays Bigouden Sud et Fouesnantais environ 10 %, Douarnenez Communauté 6 %, le Cap Sizun – Pointe du Raz et le Haut Pays Bigouden 3 % chacun.

Sur ces territoires, le secteur alimentaire représente 34 à 44 % des emplois commerciaux contre une moyenne 28 % en Cornouaille.

En revanche, le secteur des banques, assurances et immobilier n'y représente que 5 à 8 % des emplois commerciaux contre 11 % à l'échelle cornouaillaise.

La plupart d'entre eux ont également une surreprésentation dans les secteurs de la santé, de la beauté et de l'hygiène (11 à 14 % contre 9 % à l'échelle cornouaillaise).

Le Pays Fouesnantais est le territoire qui a gagné le plus d'emplois commerciaux sur la période 2007-2017 (162 soit +1,06 % par an). Le Haut Pays Bigouden et Douarnenez ont gagné chacun une soixantaine d'emplois (respectivement +1,33 % et +0,53 % par an).

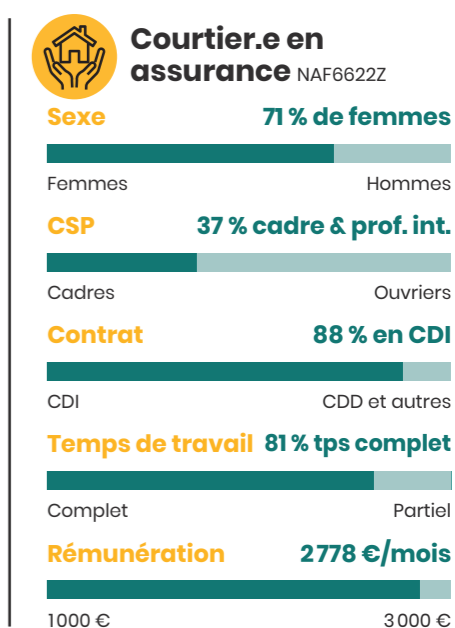
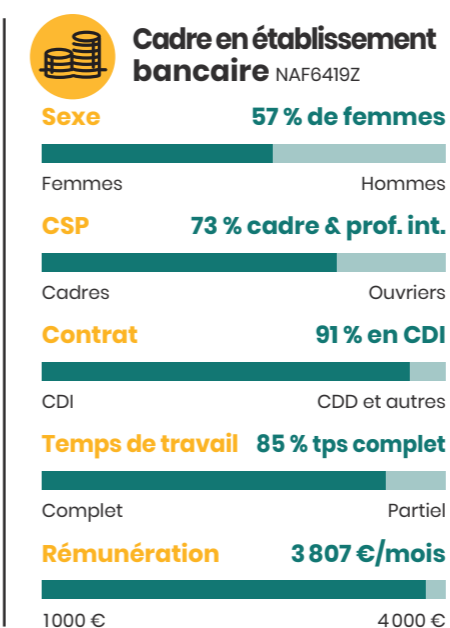
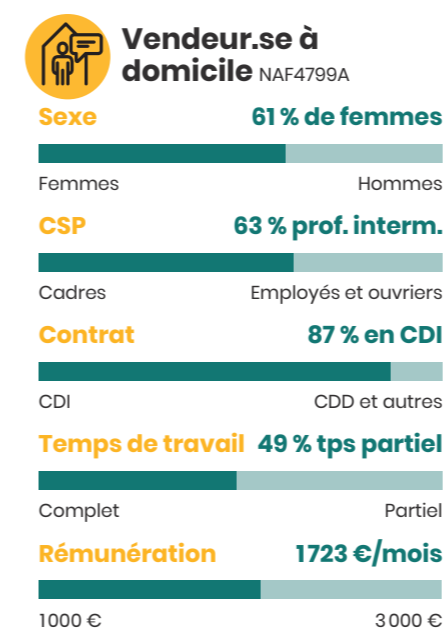
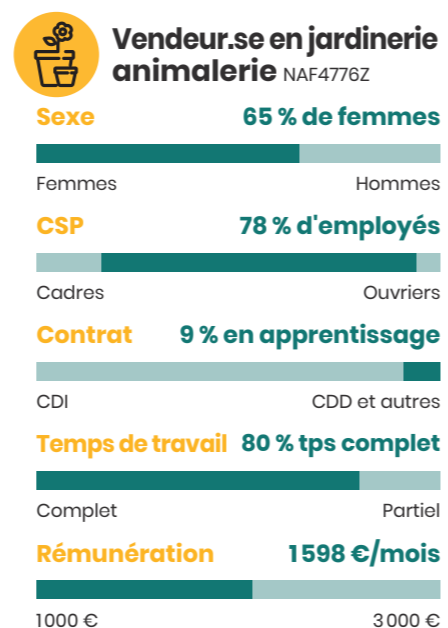
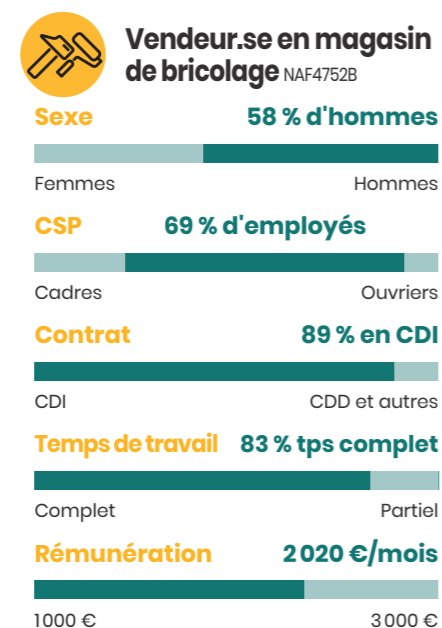
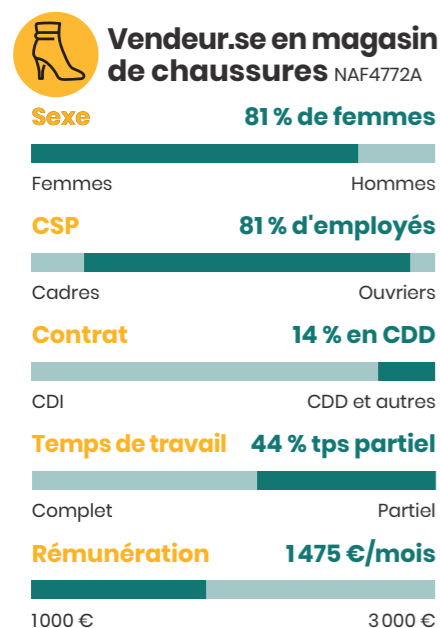
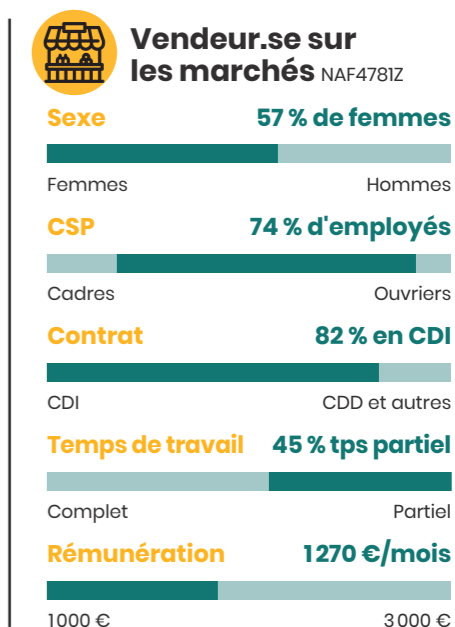
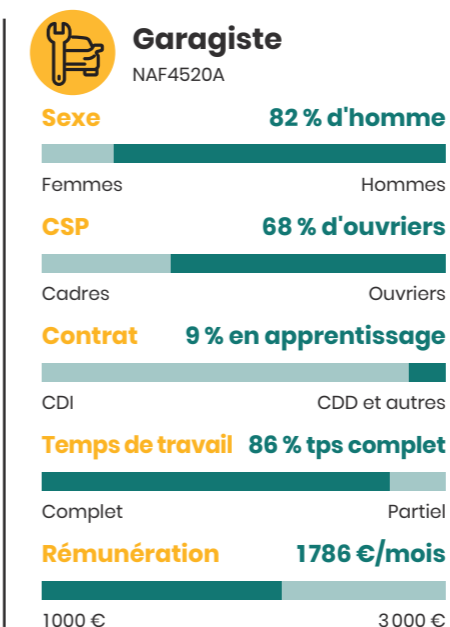
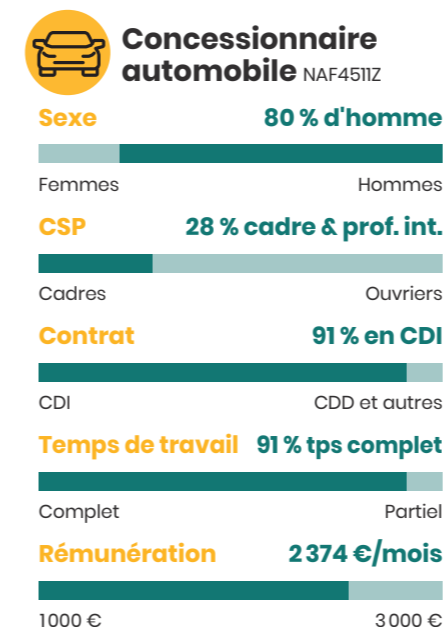
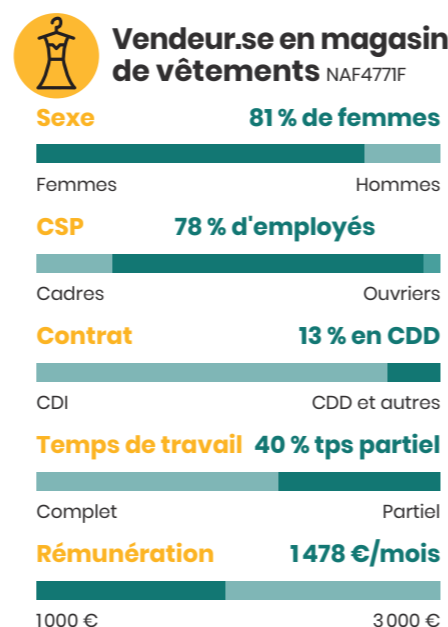
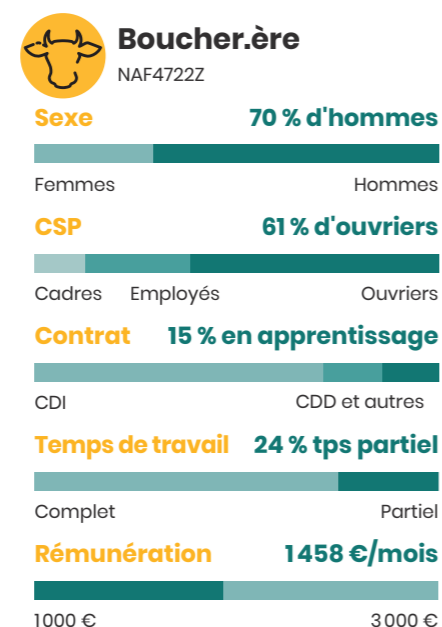
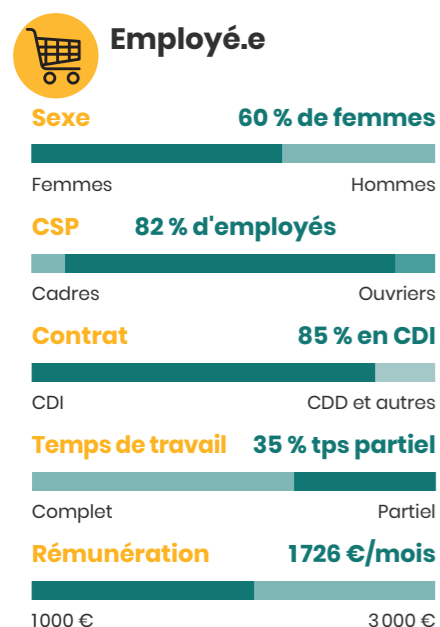
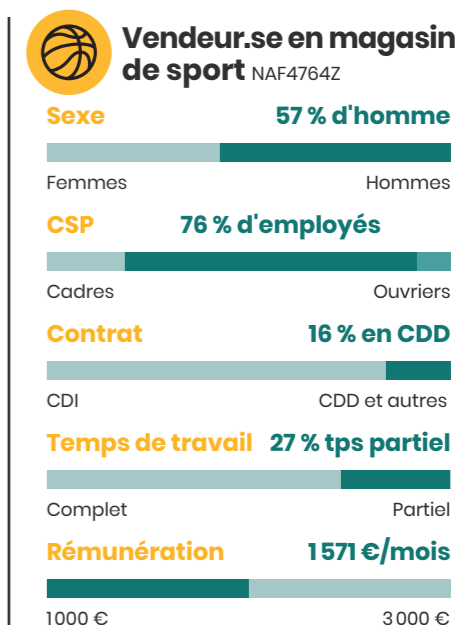
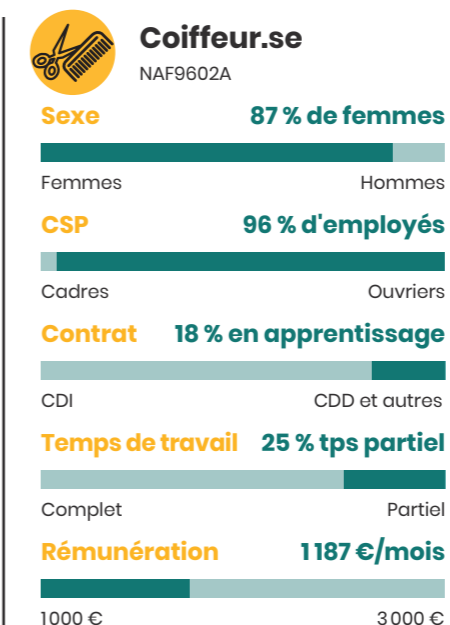
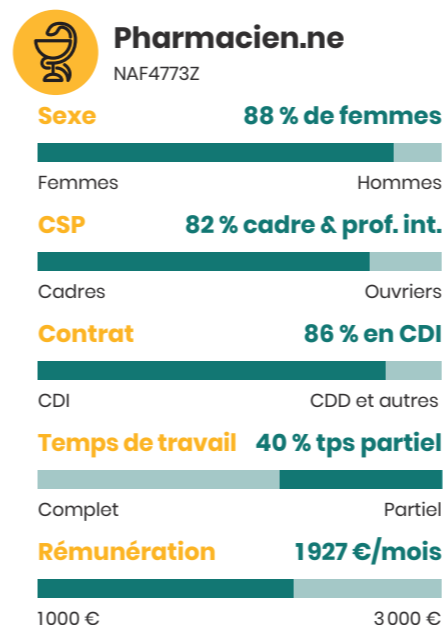
En revanche, deux EPCI ont perdu des emplois commerciaux. Le Pays Bigouden Sud a perdu 130 emplois (-0,52 % par an) et le Cap-Sizun-Pointe du Raz, 115 (-1,65 % par an).

Concarneau Cornouaille Agglomération n'a perdu que 8 emplois commerciaux (-0,03 % par an).

15 PROFILS TYPES DES POSTES SALARIÉS DANS LE COMMERCE ET LES SERVICES COMMERCIAUX À L'ÉCHELLE NATIONALE

Source : FNAU, « le commerce est-il encore créateur d'emplois ? », mai 2019 - Traitement : QCD

Dans sa publication de mai 2019 intitulée « le commerce est-il encore créateur d'emplois ? », la FNAU présente 15 profils types de commerçants suivant leur sexe, leur CSP, leur type de contrat, leur temps de travail et leur niveau de rémunération.



LES ENSEIGNES COMMERCIALES EN CORNOUAILLE

Ci-contre :
**Zone commerciale
de Gourvily
à Quimper**

46 Les 121 enseignes
commerciales
cornouaillaises
Cumulant plus de
500 m² de surfaces
de ventes en 2018

48 L'implantations des
10 enseignes préférées
des français Dans le
bassin de vie des villes
bretonnes en 2018

52 La typologie de locaux
commerciaux

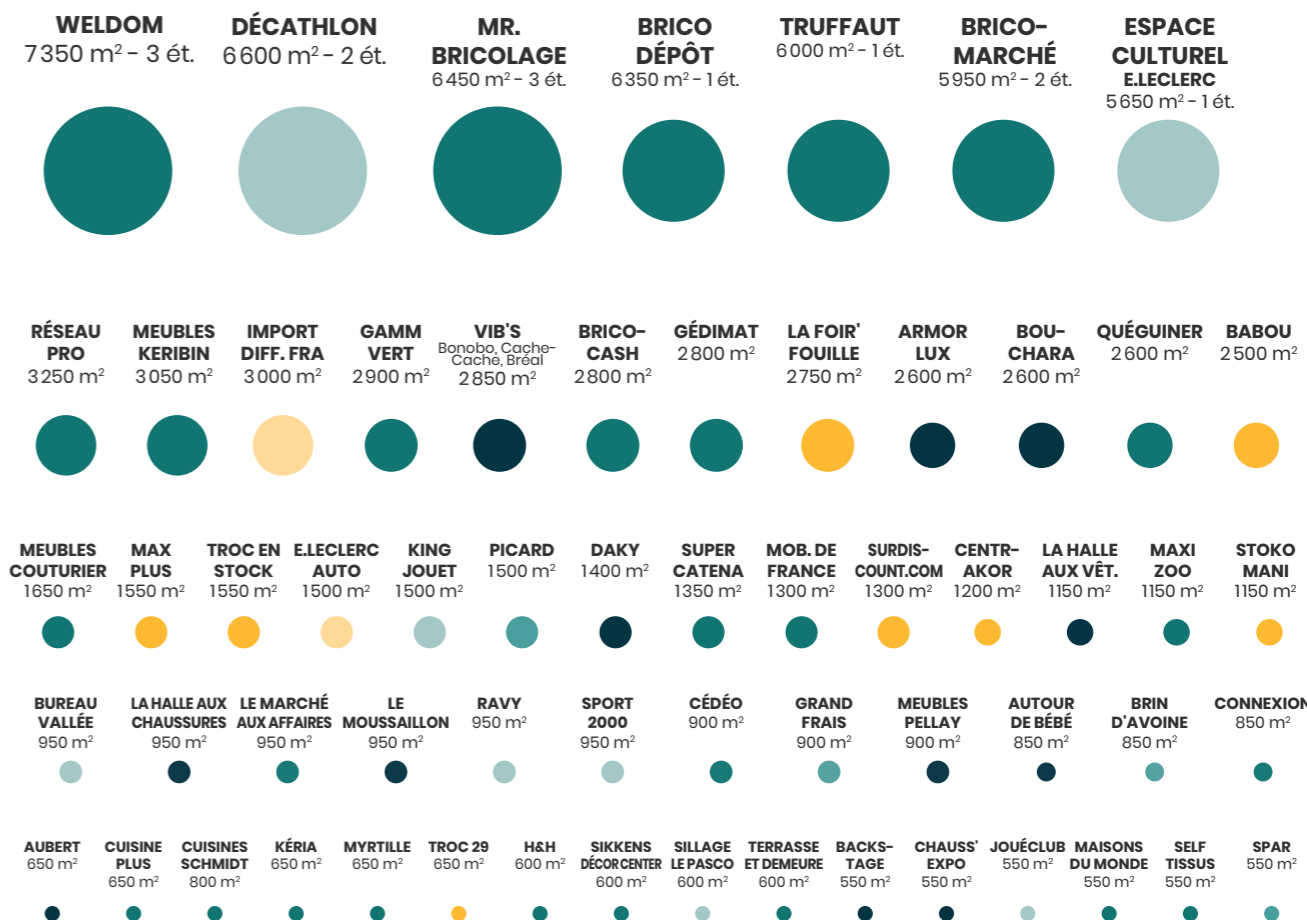
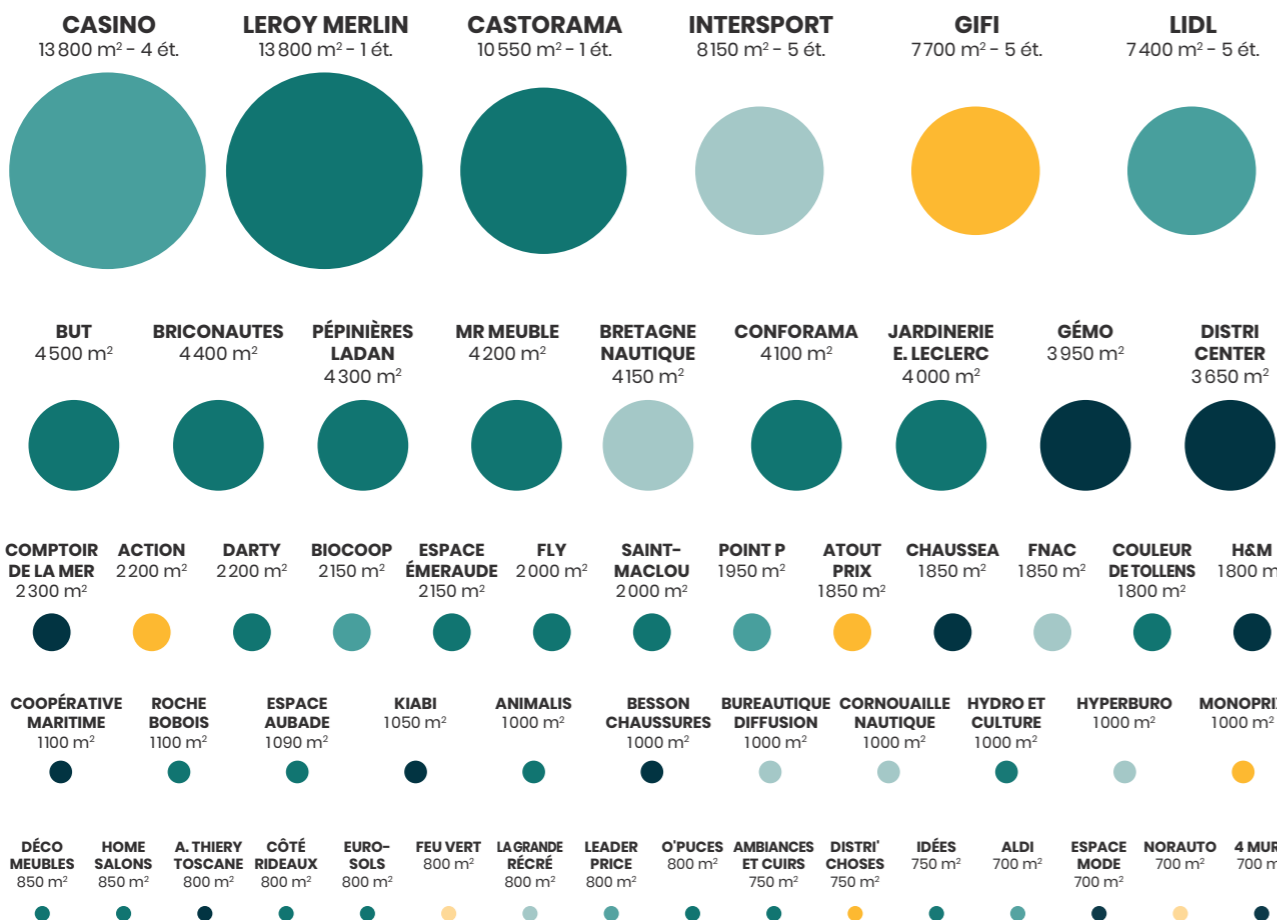
LES 121 ENSEIGNES COMMERCIALES CORNOUAILLAISES CUMULANT PLUS DE 500 M² DE SURFACES DE VENTE EN 2018

Sources : CCIMBO - Traitement : QCD



En 2018, 121 enseignes commerciales cornouaillaises cumulent des surfaces de vente supérieures à 500 m², dans un ou plusieurs établissements. En 2013, il y en avait 99, soit une forte augmentation de 22 % en 5 ans. Deux domaines d'activité dominant particulièrement ce classement, l'équipement de la maison (40 % des surfaces de ventes) et l'alimentaire (35 %). L'équipement de la maison se caractérise par un très grand

nombre d'établissements (91 sur 266 toutes enseignes confondues) et surtout par le plus grand nombre d'enseignes (54 sur 121). L'alimentaire se caractérise également par un nombre important d'établissements (81 sur 266) mais par une plus forte concentration des enseignes (seulement 13 sur 121). Ces dernières concernent la grande distribution et sont particulièrement présentes dans le top 10 du classement (6 enseignes).



LES IMPLANTATIONS DES 10 ENSEIGNES PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS DANS LE BASSIN DE VIE DES VILLES BRETONNES EN 2018

L'observation de la localisation des enseignes préférées des Français sur le territoire permet d'analyser les stratégies d'implantations de ces activités commerciales et d'apporter un éclairage sur l'attractivité des différents espaces commerciaux du territoire.

La forte représentation de l'alimentaire dans le Top 10 des enseignes préférées des Français...

7 enseignes commerciales sur les 10 préférées des Français en 2018 font partie de ce Top 10 depuis au moins 5 des 9 dernières années. Les préférences des consommateurs sont donc relativement stables.

Les activités alimentaires (4 enseignes), de la culture, des sports et loisirs (3 enseignes) et de la beauté (2 enseignes) dominent ce classement.

Des enseignes alimentaires accordant de la valeur à l'éthique et la qualité progressent fortement : Grand Frais (enseigne préférée en 2018) et Biocoop (entrée dans le top 10 en 2018 à la 6^e).

Les « pure players » (Amazon et Apple) longtemps en tête du classement ont disparu du top 10 en 2017 et 2018.

... localisée principalement dans les périphéries

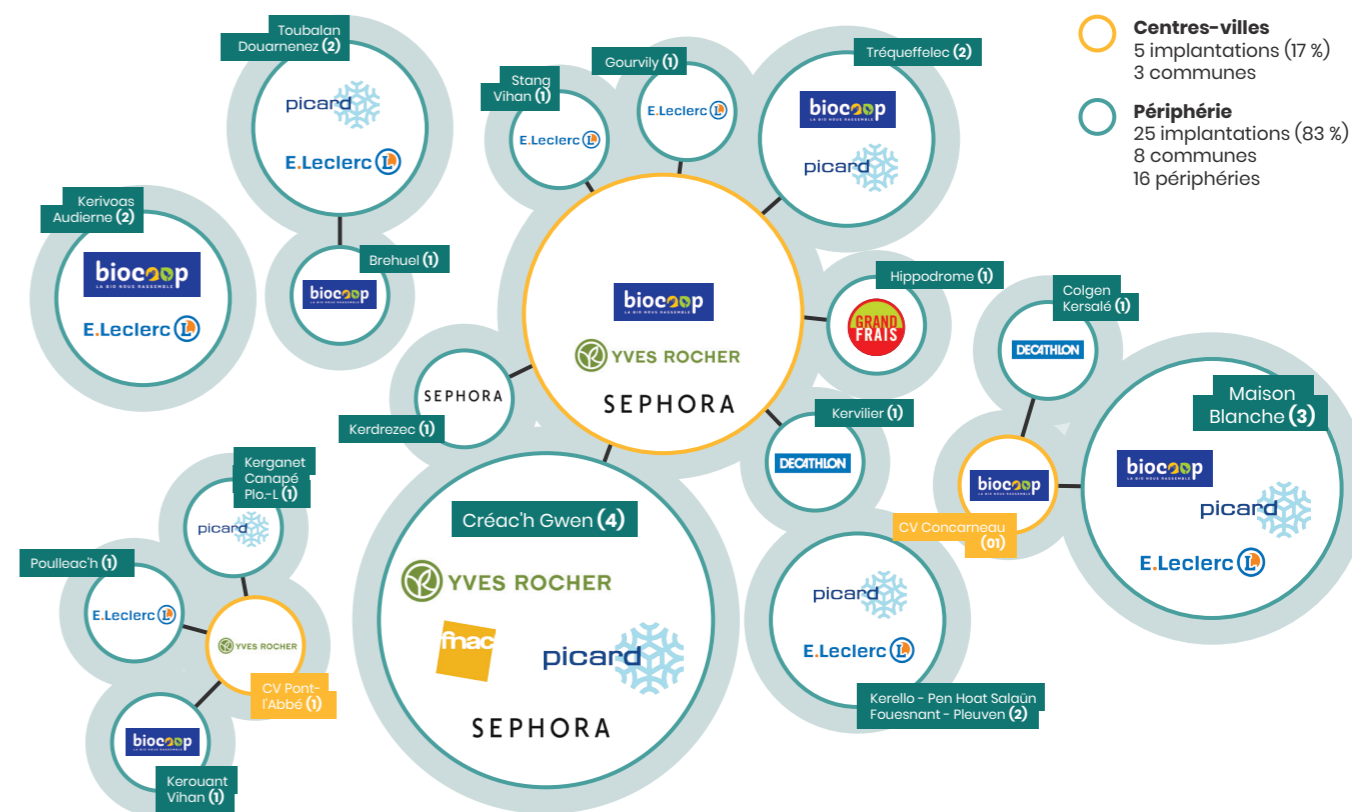
La localisation périphérique représente un peu plus de 60 % des implantations en Pays de Saint-Brieuc et Pays de Brest. Elle atteint plus de 80 % en Pays de Cornouaille ou en Pays de Saint-Malo.

Toutefois, certaines enseignes optent très clairement pour une double implantation, en centralités et en périphéries. C'est le cas par exemple de l'enseigne alimentaire « Biocoop ». Celle-ci fait également le choix de la proximité en s'implantant dans la centralité principale du territoire, parfois même avec plusieurs implantations (Saint-Brieuc et Brest). Elle s'implante également dans des centralités secondaires d'un bassin commercial élargi (Concarneau, Dol-de-Bretagne, Lamballe), voire dans des « petites » communes de 1500 à 2000 habitants (Nostang, Treffléan). Cette logique d'implantation complète celle d'une localisation en périphérie, souvent à proximité d'autres enseignes alimentaires du Top 10 (E. Leclerc et Picard) ou d'autres.

Les enseignes de la beauté (Yves Rocher et Séphora) ont également cette logique de double implantation. Toutefois, elles sont surtout présentes dans le cœur de l'agglomération principale et dans la galerie commerciale d'un hypermarché en périphérie.

NOMBRE D'IMPLANTATIONS EN CORNOUAILLE DES 10 ENSEIGNES PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS EN 2018

Source : Agence OC&C - Traitement : QCD



Trois constats principaux caractérisent le Pays de Cornouaille en matière d'implantation des enseignes préférées des Français :

- **8 des 10 enseignes préférées des Français sont présentes.** Les enseignes Cultura et Ikea, historiquement très présentes dans ce Top 10, sont absentes du Pays de Cornouaille. Avec 30 implantations d'enseignes préférées, le Pays de Cornouaille est le territoire de villes moyennes le plus attractif pour ces enseignes. Le Pays de Lorient compte 27 implantations quand les autres territoires comptent entre 10 et 20 implantations. Seules les métropoles bretonnes totalisent des implantations supérieures (38 en Pays de Brest et de Rennes) voire très supérieures (49 en Pays nantais) ;

- **Les implantations sont très éclatées sur le territoire.** Elles concernent 19 secteurs différents sur 11 communes. Dans les autres villes moyennes (à l'exception du Pays de Lorient) mais aussi dans les métropoles rennaise et nantaise, ces enseignes sont plus concentrées

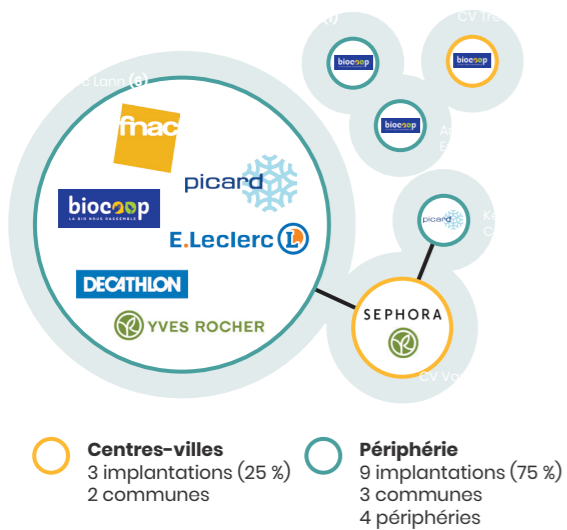
dans un nombre plus limité d'espaces commerciaux (généralement entre 10 et 15 secteurs commerciaux). Seul le Pays de Brest connaît un éclatement aussi important (19 également) compensé généralement par la forte concentration des enseignes dans la centralité de la ville principale ;

- **Une centralité principale qui peine à attirer ces locomotives commerciales.** À l'exception du Pays de Lorient et de celui de Saint-Nazaire dans une moindre mesure, les centralités des villes moyennes ne sont pas le secteur privilégié des enseignes préférées des Français. Ils sont souvent devancés par un ou deux secteurs périphériques, Créac'h Gwen en Cornouaille, Kerlann-Parc Lann en Pays de Vannes, Douvenant en Pays de Saint-Brieuc, La Madeleine-Cézembre en Pays de Saint-Malo.

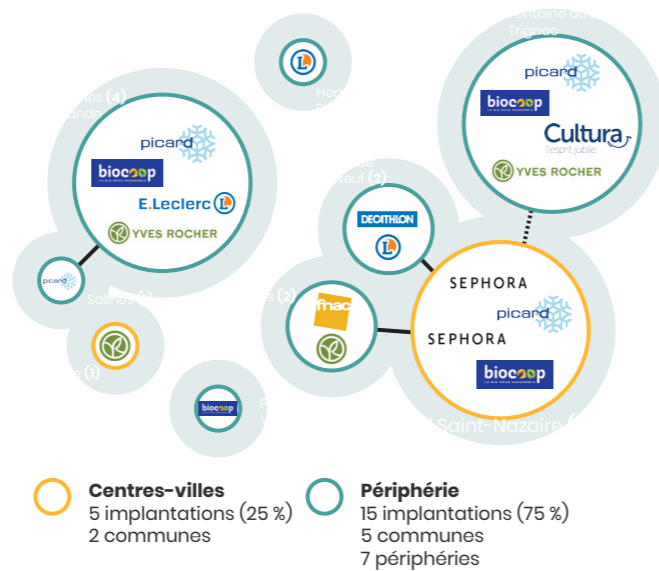
2018							
01	Grand Frais						
02	Decathlon						
03	Cultura						
04	Picard						
05	fnac						
06	Biocoop						
07	Yves Rocher						
08	E. Leclerc						
09	Séphora						
10	Ikea						

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
01	picard	picard	amazon	amazon	picard	amazon	amazon	DECATHLON
02	IKEA	IKEA	picard	picard	amazon	Krys	Apple	Cultura
03	amazon	amazon	SEPHORA	YVES ROCHER	YVES ROCHER	picard	GRAND FRAIS	picard
04	DECATHLON	YVES ROCHER	L'OCCITANE EN PROVENCE	Cultura	thiriet	DECATHLON	picard	fnac
05	SEPHORA	DECATHLON	fnac	thiriet	vente-privée	YVES ROCHER	Cultura	amazon
06	ZARA	SEPHORA	Apple	vente-privée	Apple	Apple	DECATHLON	SEPHORA
07	vente-privée	fnac	Cultura	DECATHLON	KIKO	vente-privée	SEPHORA	GRAND FRAIS
08	Cultura	Krys	YVES ROCHER	Apple	DECATHLON	GRAND FRAIS	TRUFFAUT	YVES ROCHER
09	fnac	vente-privée	Galeries Lafayette	fnac	IKEA	Cultura	KIKO	LEROY MERLIN
10	ebay	Cultura	DECATHLON	Marionnaud	Cultura	NOCIBÉ	MAISONS DU NORD	IKEA

NOMBRE D'IMPLANTATIONS EN PAYS DE VANNES DES 10 ENSEIGNES PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS EN 2018



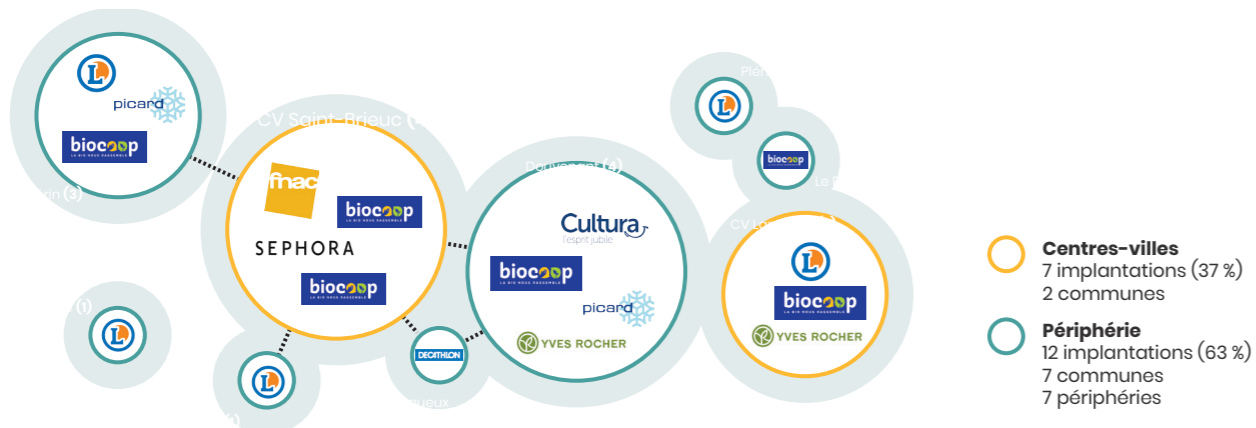
NOMBRE D'IMPLANTATIONS PAYS DE SAINT-NAZAIRE DES 10 ENSEIGNES PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS EN 2018



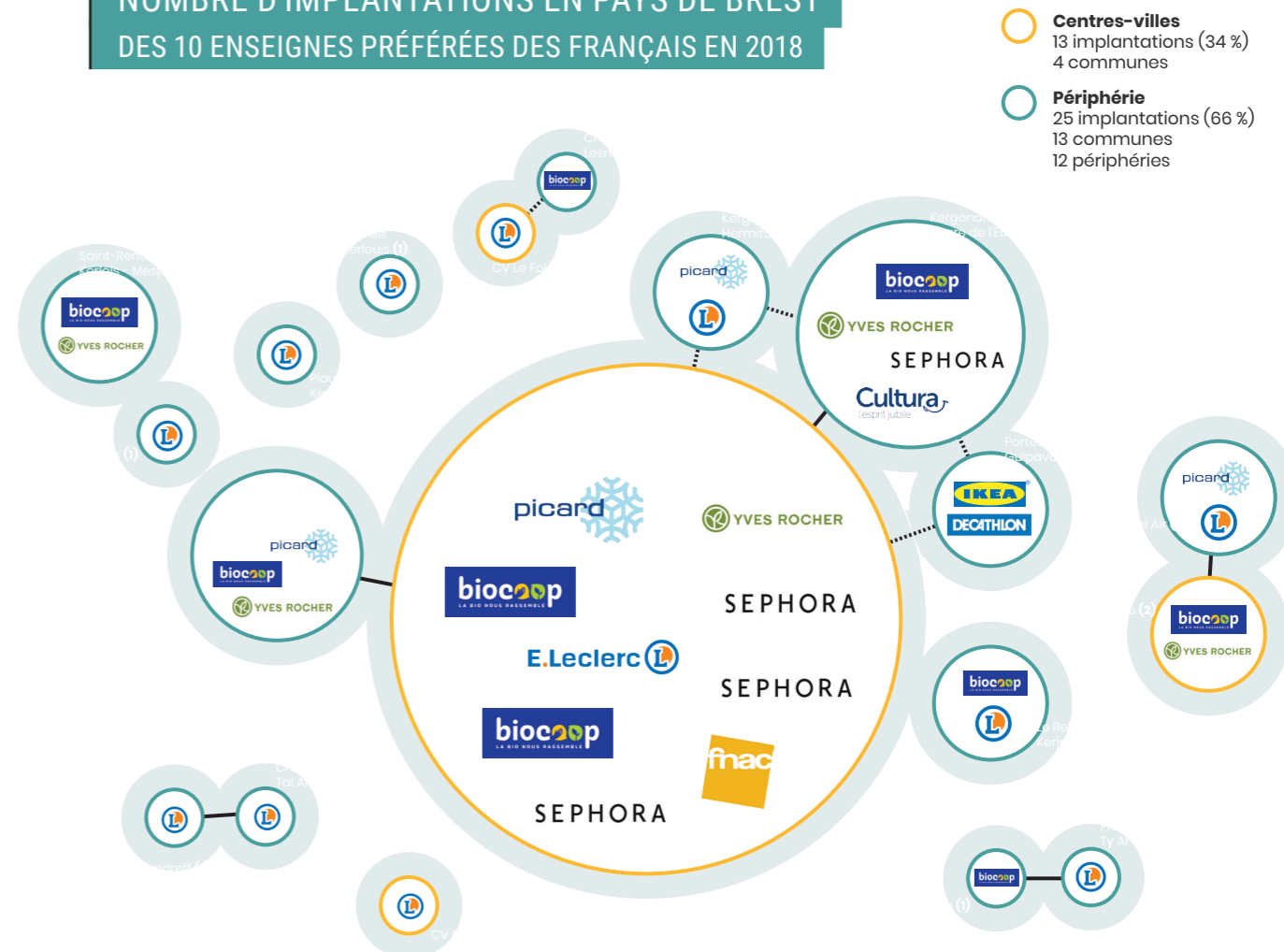
NOMBRE D'IMPLANTATIONS EN PAYS DE LORIENT DES 10 ENSEIGNES PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS EN 2018



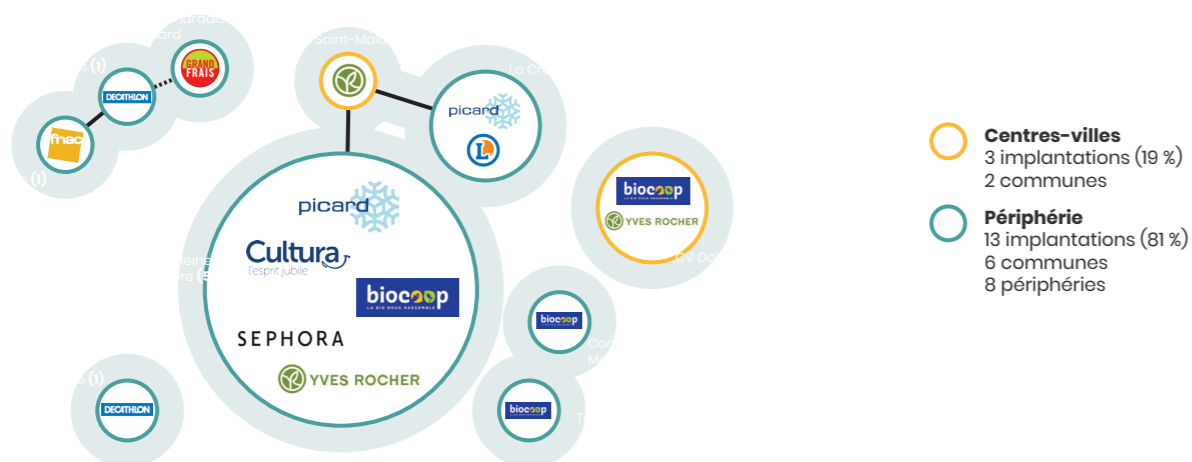
NOMBRE D'IMPLANTATIONS EN PAYS DE SAINT-BRIEUC DES 10 ENSEIGNES PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS EN 2018



NOMBRE D'IMPLANTATIONS EN PAYS DE BREST DES 10 ENSEIGNES PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS EN 2018



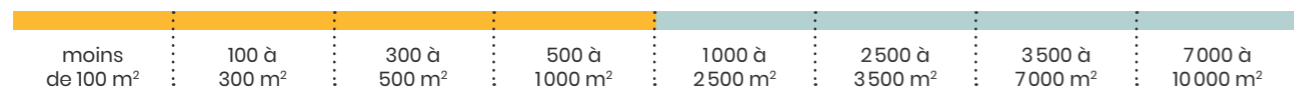
NOMBRE D'IMPLANTATIONS EN PAYS DE SAINT-MALO DES 10 ENSEIGNES PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS EN 2018



LA TYPOLOGIE DE LOCAUX COMMERCIAUX

EXEMPLES DE TYPES DE LOCAUX ET DE SURFACES DE VENTE DES ENSEIGNES EN CORNOUAILLE

Cellules commerciales groupées de centralités



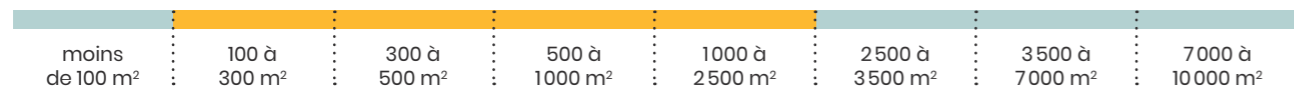
	moins de 100 m ²	100 à 300 m ²	300 à 500 m ²	500 à 1000 m ²
		celio* CAMATEU NAF NAF		
		MAISONS DU MONDE MEUBLES & DÉCORATION		IDÉES
	SEPHORA YVES ROCHER Salons de coiffure	Pharmacies		
		Quimper biocoop Carrefour express Carrefour city	Concarneau Carrefour city	MONOPRIX
				LibRariE

Les cellules commerciales de centralités sont majoritairement de petites tailles (moins de 500 m²) et accueillent des commerces alimentaires, de santé, beauté, hygiène et d'équipement de la personne (textile et chaussure).

Ponctuellement, il existe également des cellules commerciales entre 500 et 1000 m² dans le domaine de la culture (librairie Ravy) de la décoration (IDÉES) et de l'alimentaire (MONOPRIX).

On y trouve des enseignes locales et nationales.

Cellules commerciales groupées de périphéries



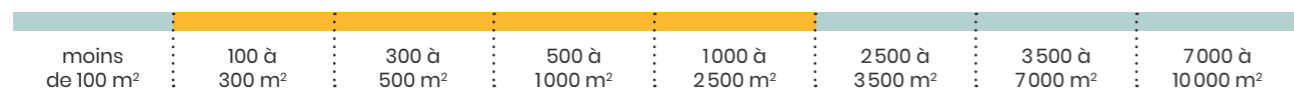
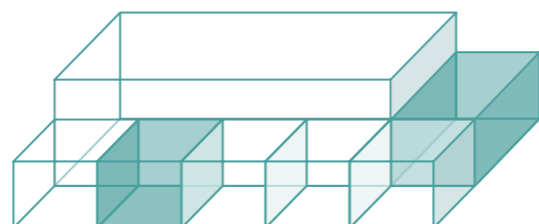
	100 à 300 m ²	300 à 500 m ²	500 à 1000 m ²	1000 à 2500 m ²
	picard	V&B VINS ET BIÈRES	biocoop	Intermarché
				LA HALLE GÉMO
				La Foir·Fouille ACTION
		Norauto		
			l'Orange bleue TOUTES LES FORMES DE LA FORME	INTERSPORT

Si ce format est groupé comme en centralité, en revanche il s'agrandit – la plupart des cellules font 500 à 2500 m² – et l'architecture se simplifie souvent à l'extrême.

Les domaines d'activité présents sont en grande partie les mêmes qu'en centralité mais le supermarché a remplacé la boulangerie, le magasin de sport a remplacé la librairie, Action a remplacé Maisons du Monde et le magasin de vêtement passe de 200 à 2000 m² de surface de vente. Les enseignes automobiles font leur apparition.

On y trouve essentiellement des enseignes nationales.

Cellules groupées de galerie commerciale (Périphérie)



	100 à 300 m ²	300 à 500 m ²	500 à 1000 m ²	1000 à 2500 m ²
	CAMATEU NAF NAF Etam			H.M
	NATURE DRAGONNETTES	CASA		
	YVES ROCHER SEPHORA Marionnaud			
			l'Orange bleue TOUTES LES FORMES DE LA FORME	espace culturel fnac

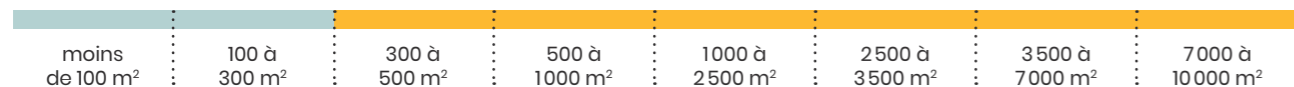
Ces cellules commerciales sont en quelque sorte l'hybridation des deux premiers modèles présentés précédemment. Elles empruntent aux centralité le format et à la périphérie la localisation.

Les enseignes présentes sont un assortiment également des deux premiers modèles mais les enseignes locales sont souvent plus rares.

Elles sont en plus associées à un super ou hypermarché afin de bénéficier de son effet polarisant.

Cellules commerciales individuelles de périphérie

(Parfois en centralité)



Ce modèle de cellule commerciale individuelle est l'archétype du commerce dit « en boîte à chaussure », localisé en « zone commerciale » périphérique, le long d'un axe pénétrant en entrée de ville. L'automobiliste entre dans toutes les villes françaises, qu'elle soit grande, moyenne ou petite, par ce type de paysage qui a été conçu pour lui.

Si ces commerces ne sont pas nécessairement les plus nombreux à l'échelle d'un grand territoire comme la Cornouaille, en revanche, ils sont les plus voyants. Leur localisation répond d'ailleurs à cet objectif, nécessaire ou pas, de visibilité.

Ce format étant relativement ancien (émergence depuis les années 1970), il peut arriver qu'il soit rattrapé et englobé dans le tissu urbain et donc ne plus être localisé strictement en périphérie de la ville.

Ces cellules commerciales peuvent être de taille très variée, de 300 à 10 000 m² de surface de vente. Chaque secteur d'activité commerciale présente ce spectre de taille :

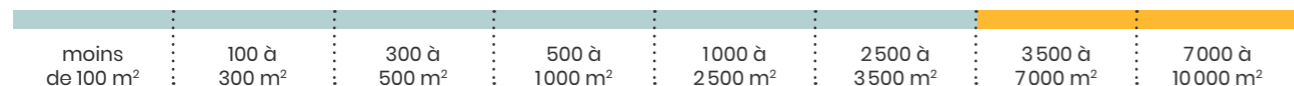
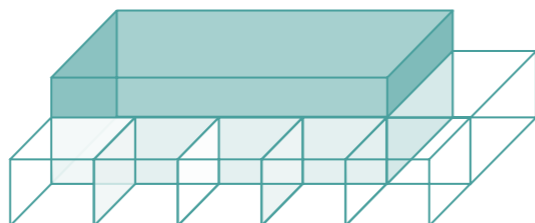
- Dans l'hôtellerie où la chaîne IBIS par exemple décline ses formats de 300, 1000 ou 2500 m² ;
- Dans l'alimentaire, de la boulangerie drive de 300 m² au Carrefour Market de 7000 m² ;
- Dans l'équipement de la maison – le bricolage par exemple – du Monsieur Bricolage de 500 m² au Leroy Merlin de 10 000 m².

C'est également ce type de format que choisissent les plus grands magasins de sport et loisirs (Décathlon et Intersport) et les concessions automobiles.

	300 à 500 m ²	500 à 1000 m ²	1000 à 2500 m ²	2500 à 3500 m ²	3500 à 7000 m ²	7000 m ² à 10000 m ²
		Kéribin meuble Mr.Bricolage	Fly.	BRICO DEPÔT TRUFFAUT	BUT Conforama	castorama LEROY MERLIN
			RENAULT Volkswagen			
	FOURNIL Trois LACS Le Fournil de TROIS LACS	LIDL ECOMARCHE	Intermarché	Intermarché	Carrefour market SUPER U HYPER Casino	
	McDonald's PREMIERE CLASSE	ibis budget ibis STYLES	B&B HOTELS ibis			
			DECATHLON Concarneau INTERSPORT		DECATHLON Quimper	

Hypermarchés associés à une galerie commerciale

(Périphérie)



	3500 à 7000 m ²	7000 m ² à 10000 m ²
	E.Leclerc	Carrefour Géant Casino

Ce dernier modèle d'hypermarché associé à sa galerie commerciale est complémentaire du précédent (cellule commerciale individuelle) et répond à la même logique fonctionnelle que celui-ci : périphérie, accessibilité automobile et visibilité.

Ils constituent les « objets commerciaux » les plus importants du territoire et sont l'apanage des grandes surfaces alimentaires :

- Les E.Leclerc de Gourvily – Quimper et de Concarneau (environ 6 000 m² de surface de vente), de Douarnenez et de Pleuven (environ 4 000 m²), de Pont-l'Abbé (3 500 m²) ;
- Le Géant Casino de Créac'h Gwen à Quimper (environ 8 500 m²)
- Le Carrefour de Kerdrezec à Quimper (environ 9 000 m²)

LA DÉFINITION ET L'IDENTIFICATION DES SECTEURS COMMERCIAUX EN CORNOUAILLE

Ci-contre :
**Zone d'activités
commerciales
de Ti Douar à
Quimper**

58 La définition des secteurs commerciaux de « centralités », de « périphéries » et « isolés »

60 L'identification des 178 secteurs commerciaux en Cornouaille

61 La cartographie des 178 secteurs commerciaux en Cornouaille



LA DÉFINITION DES SECTEURS COMMERCIAUX DE « CENTRALITÉS », DE « PÉRIPHÉRIES » ET « ISOLÉS »

Sources : SCOT de Concarneau Cornouaille Agglomération, SCOT de l'Odet, SCOT de l'Ouest Cornouaille – Traitement : QCD

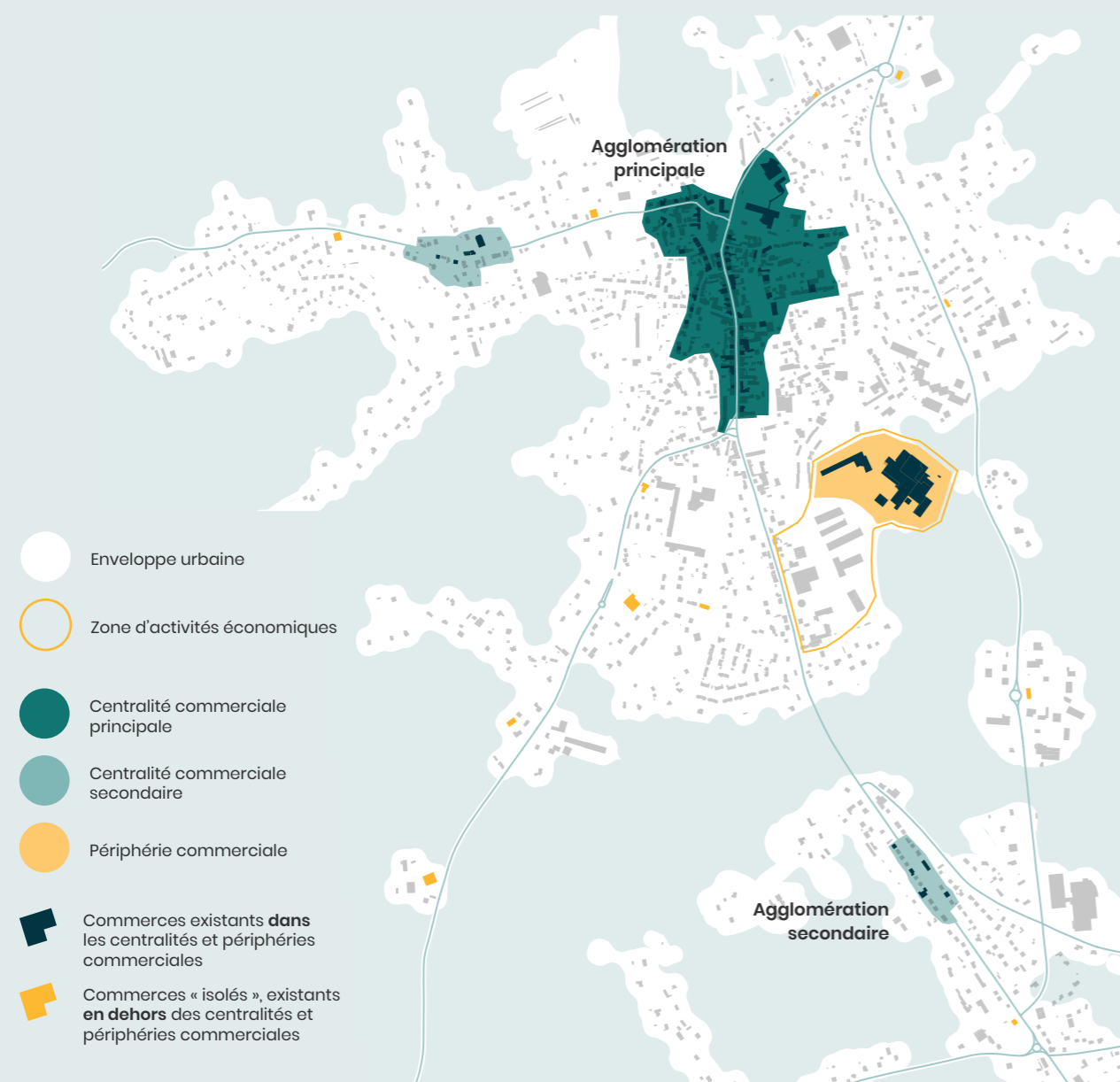
Un « secteur commercial » peut tout simplement se définir comme un tissu urbain comprenant plusieurs commerces agglomérés. L'ensemble de ces secteurs commerciaux ainsi que leurs interrelations constituent la maille fine de l'armature commerciale du Pays de Cornouaille. Ce maillage joue un rôle structurant en matière d'aménagement du territoire et constitue depuis quelques années l'un des enjeux majeurs des

documents de planification des communes et des intercommunalités.

L'analyse du territoire cornouillais ainsi que de ses documents de planification et d'observation (SCOT, PLU, diagnostic des zones d'activités économiques, etc.) permettent d'identifier 3 critères qui participent à la définition et à la différenciation de ces secteurs commerciaux : leur localisation, leur forme urbaine et leurs fonctions urbaines.

DÉFINITION DES CENTRALITÉS ET PÉRIPHÉRIES COMMERCIALES SCHÉMATISATION

Sources : SCOT de Concarneau Cornouaille Agglomération, SCOT de l'Odet, SCOT de l'Ouest Cornouaille – Traitement : QCD



DÉFINITION DES SECTEURS COMMERCIAUX LOCALISÉS EN « CENTRALITÉ »

- **Sa localisation : au centre d'une ville, d'un bourg, d'un quartier, d'un village**

Au centre d'une ville ou d'un bourg, il s'agit de la centralité « principale ». Elle peut être également « secondaire » quand elle se localise au centre d'un quartier, d'un village ou d'une agglomération secondaire.

- **Sa forme urbaine : un bâti dense, des espaces agglomérés, un périmètre concentré**

Le périmètre d'une centralité commerciale peut varier : l'ensemble d'un centre-ville ou d'un bourg ou bien plus limité autour d'une place centrale, d'un carrefour ou d'un pôle d'échange multimodal (une gare par exemple). Il peut être également linéaire, le long des principales avenues et rues dites alors « commerçantes ».

Dans ces centralités commerciales, la concentration du commerce favorise sa polarisation, permettant ainsi des effets d'entraînement.

- **Ses fonctions urbaines : une diversité, une mixité des fonctions**

La fonction des centralités dépasse la seule fonction commerciale. Situées à la convergence des flux de déplacements, on y trouvera également des fonctions résidentielles et d'activités, des équipements publics et des espaces de convivialité.

Dans le cas d'une centralité principale, le rayonnement de ce secteur est à l'échelle communale ou bien à l'échelle du bassin de vie voire plus large. Dans le cas d'une centralité de quartier ou villageoise, ce secteur commercial remplit une fonction essentiellement de proximité, voire d'hyperproximité.

Lors de la création de nouveaux quartiers ou d'extensions urbaines significatives, des centralités commerciales répondant à la définition précédente peuvent être créées.

DÉFINITION DES SECTEURS COMMERCIAUX LOCALISÉS « EN PÉRIPHÉRIE »

- **Sa localisation : en limite des espaces urbanisés, en entrée de ville et desservis par un axe routier structurant**

Ils se localisent au sein d'une « zone d'activités économiques » (ZAE), c'est-à-dire un espace aménagé dans une démarche volontariste, par un acteur public, un acteur privé, voire les deux, ayant pour vocation d'accueillir plusieurs entreprises – commerciales donc – afin que ces dernières exercent leur activité.

- **Sa forme urbaine générale : des espaces agglomérés mais moins denses en bâtiment que les centralités commerciales**

- **Ses fonctions : un secteur périphérique est un secteur monofonctionnel, à vocation d'activités et en particulier commercial.**

Son rayonnement n'est pas essentiellement de proximité mais s'étend à l'ensemble d'un bassin de vie (celui du SCOT par exemple), voire au-delà. On y trouve les commerces les plus consommateurs de foncier, notamment les grandes et moyennes surfaces (GMS, plus de 300 m²).

À ce titre, les secteurs commerciaux périphériques jouent un rôle important dans l'armature urbaine du territoire en ayant pour ambition de conforter les fonctions structurantes des pôles principaux.

DÉFINITION DES SECTEURS COMMERCIAUX « ISOLÉS »

Certains bâtiments commerciaux se trouvent parfois « isolés » d'une centralité ou d'un ensemble commercial périphérique. Localisés à un carrefour ou le long d'un axe routier très fréquenté, ils cherchent généralement à capter un flux. La vocation commerciale de ces bâtiments reste acquise, toutefois, les espaces autour de ces locaux n'ont pas vocation à se développer commercialement.

L'IDENTIFICATION DES 178 SECTEURS COMMERCIAUX EN CORNOUAILLE

Compte tenu des définitions des secteurs commerciaux apportées aux pages précédentes, de leur identification dans les PLU (périmètres de diversité commerciale) et les SCOT (ZACOM et SIPP), **178 secteurs commerciaux sont identifiés et localisés en Pays de Cornouaille.**

141 secteurs commerciaux sont localisés en centralités, répartis de la manière suivante :

- 67 centralités « principales » constituées par les cœurs de villes et de bourgs des communes cornouaillaises ;

- 73 centralités « secondaires », constituées de centralités « de quartier » ou « villageoise ». Ces dernières correspondant aux centres d'agglomérations secondaires des communes cornouaillaises.

38 secteurs commerciaux sont localisés en périphéries, constituées essentiellement de zones d'activités dont la vocation est entièrement ou partiellement dédiée au commerce.

L'ensemble de ces secteurs commerciaux sont cartographiés page suivante. La liste nominative des secteurs commerciaux figure en Annexe n° 2 (cf. page 65).

RÉPARTITION DES SECTEURS COMMERCIAUX PAR SCOT

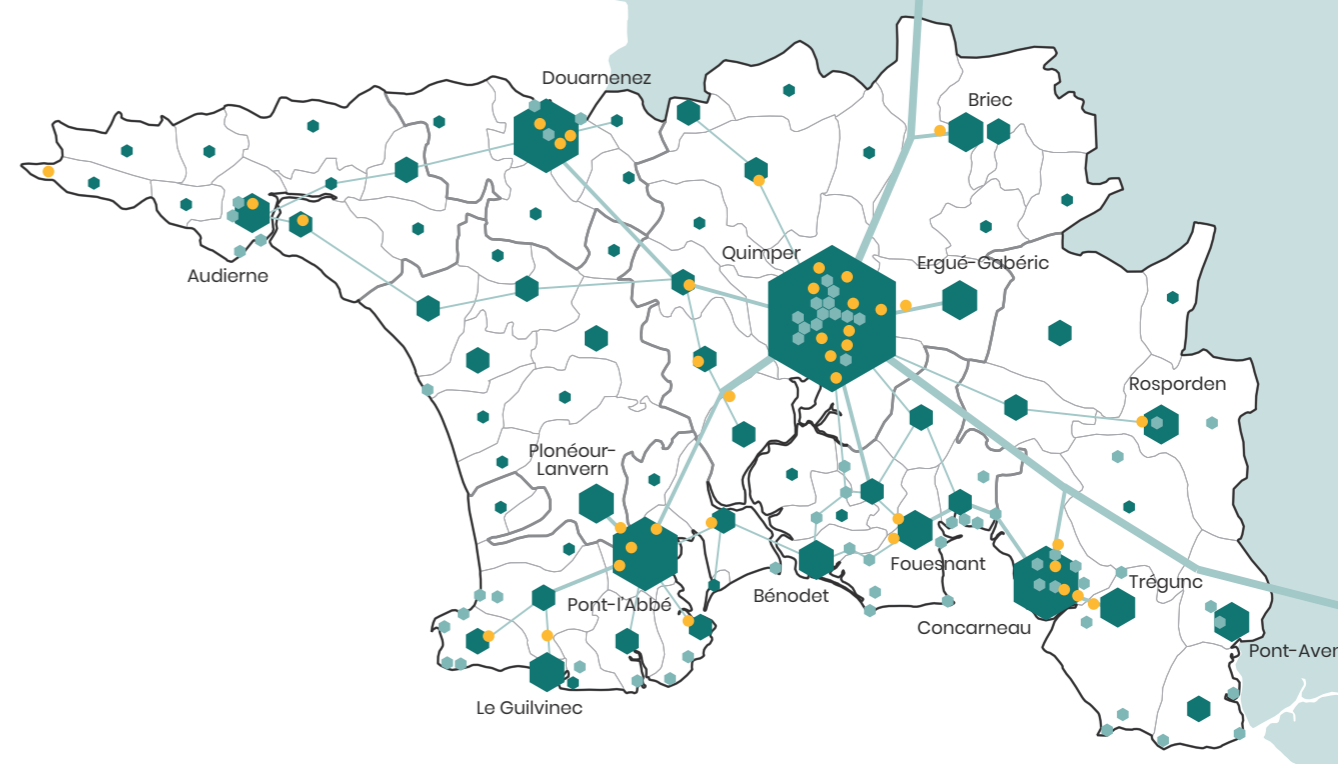
	SCOT de l'Odet	SCOT de CCA	SCOT Ouest Cornouaille	Total
Centralités commerciales principales	21	9	37	67
Centralités commerciales secondaires	33	20	20	73
Périphéries commerciales	18	6	14	38
Total	72	35	71	178

RÉPARTITION DES SECTEURS COMMERCIAUX PAR INTERCOMMUNALITÉ

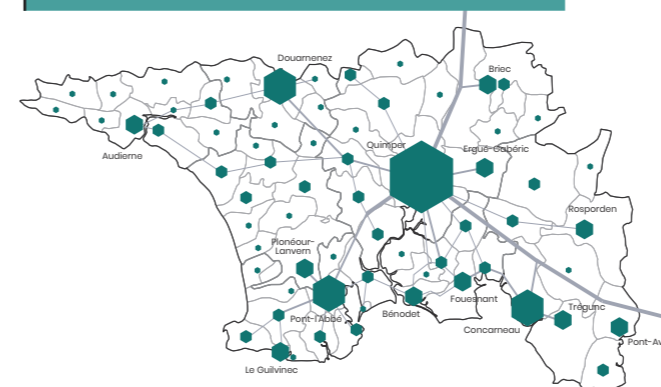
	QBO	CCA	CCPF	CCDZ	CCPBS	CCHPB	CCCS-PR	Total
Centralités commerciales principales	14	9	7	5	12	10	10	67
Centralités commerciales secondaires	19	20	14	3	11	1	5	73
Périphéries commerciales	16	6	2	3	7	1	3	38
Total	49	35	23	11	30	12	18	178

LA CARTOGRAPHIE DES 178 SECTEURS COMMERCIAUX EN CORNOUAILLE

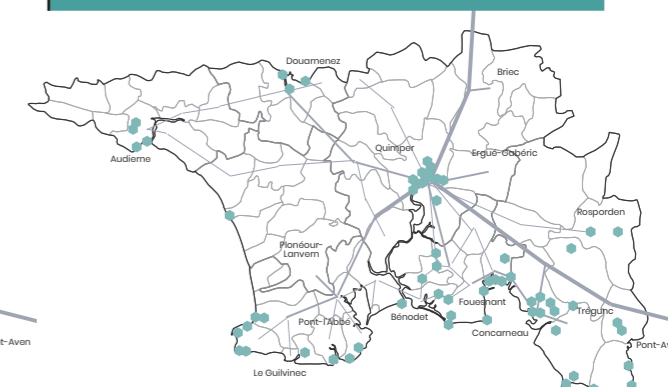
Sources : SCOT, PLU - IGN (Bd Topo)



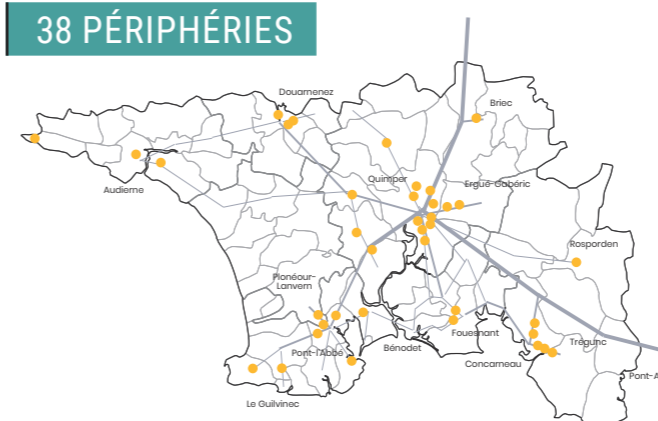
67 CENTRALITÉS PRINCIPALES



73 CENTRALITÉS SECONDAIRES



38 PÉRIPHÉRIES



- Centralités principales (centres-villes et bourgs)
- Centralités secondaires (de quartiers)
- Périphéries commerciales (zones commerciales)

- Intercommunalité
- Cornouaille

Nord
10 km

PARTIE 07

ANNEXES

Ci-contre :
**Centre E.Leclerc
à Pleuven**



ANNEXE N° 1

INTERCOMMUNALITÉS COMPOSANT LES « PAYS BRETONS »

Pays de Cornouaille

- Quimper Bretagne Occidentale
- Concarneau Cornouaille Agglomération
- Douarnenez Communauté
- Communauté de Communes du Pays Fouesnantais
- Communauté de Communes du Pays Bigouden Sud
- Communauté de Communes du Haut Pays Bigouden
- Communauté de Communes du Cap Sizun – Pointe du Raz

Pays de Brest

- Brest Métropole Océane
- Communauté de Communes du Pays d'Iroise
- Communauté de Communes du Pays des Abers
- Communauté de Communes Lesneven – Côte des Légendes
- Communauté de Communes du Pays de Landerneau-Daoulas
- Communauté de Communes de la Presqu'île de Crozon-Aulne Maritime
- Communauté de Communes de Pleyben – Châteaulin Porzay

Pays de Lorient

- Lorient Agglomération
- Quimperlé Communauté
- Communauté de Communes de Blavet Bellevue Océan

Pays de Vannes

- Golfe du Morbihan – Vannes Agglomération
- Communauté de Communes du Loc'h
- Communauté de Communes Arc Sud Bretagne
- Communauté de Communes de la Presqu'île de Rhuys
- Questembert Communauté

Pays de Saint-Brieuc

- Saint-Brieuc Armor Agglomération
- Lamballe Terre & Mer

Pays de Saint-Malo

- Saint-Malo Agglomération
- Communauté de Communes du Pays de Dol et de la Baie du Mont-Saint-Michel
- Communauté de Communes de la Bretagne Romantique
- Communauté de Communes de la Côte d'Émeraude

Pays de Rennes

- Rennes Métropole
- Pays de Châteaugiron Communauté
- Liffré – Cormier Communauté
- Communauté de Communes de Val d'Île Aubigné

Les Pays de Nantes et de Saint-Nazaire n'existent pas administrativement. Ces territoires ont été composés pour les besoins de cette étude, pour être comparés aux autres territoires bretons. Leurs périmètres s'appuient sur la carte des pays traditionnels de Bretagne (Sce : Atlas de Bretagne, Mikael Bodlore-Penlaez).

« Pays » de Nantes

- Nantes Métropole
- Communauté de Communes Estuaire et Sillon
- Communauté de Communes de la Région de Blain
- Communauté de Communes d'Erdre et Gesvres

« Pays » de Saint-Nazaire

- Communauté d'Agglomération de la Région Nazairienne et de l'Estuaire
- Communauté d'Agglomération de la Presqu'île de Guérande Atlantique (Cap atlantique)
- Communauté de Communes du Pays de Pontchâteau Saint-Gildas-des-Bois

ANNEXE N° 2

IDENTIFICATION DES SECTEURS COMMERCIAUX EN CORNOUILLE

Quimper Bretagne Occidentale (49)	
Quimper	Centralités : Centre Ancien ; Kerfeunteun ; Kermoysan ; Penhars ; Ergué Armel – Mairie Annexe ; Ergué Armel – Bourg ; Gare ; Locmaria ; Moulin Vert ; Lududu ; Cap Horn ; Route de Pont-l'Abbé ; Kervouyec ; Linéostic Périphéries : Gourvily ; Créac'h Gwen ; Kerdrezec-Prat Maria ; Moulin des Landes ; Kervouyec ; Ti Douar ; Hippodrome ; Tréqueffelec ; Kervilier, Stang Vihan
Briec	Centralités : Centre-ville Périphéries : Lannec'huen
Ergué-Gabéric	Centralités : Centre-Ville ; Croix Rouge ; Lestonan ; Rouillen Périphéries : Kerourvois – Lezebel – Croix Rouge
Pluguffan	Centralités : Centre-ville Périphéries : Kergebed
Plomelin	Centralités : Bourg Périphéries : Pen Hoat Braz
Locronan	Centralités : Bourg
Edern	Centralités : Bourg
Guengat	Centralités : Bourg
Landrévarzec	Centralités : Bourg
Plogonnec	Centralités : Bourg ; Le Croézou ; Saint-Albin Périphéries : Bouteffelec
Landudal	Centralités : Bourg
Langolen	Centralités : Bourg
Plonéis	Centralités : Bourg ; Périphéries : Rue Laënnec
Quéménéven	Centralités : Bourg ; Quatre Vents

Concarneau Cornouaille Agglomération (35)

Concarneau	Centralités : Centre-ville ; Kerauret ; Kerandon ; Poteau Vert – Keramporiel ; Bourg de Lanriec ; le Passage – le Rouz ; Douric Ar Zin ; Bourg de Beuzec-Conq Périphéries : Colguen ; Maison Blanche ; Le Moros ; Keransignour
Rosporden	Centralités : Centre-ville ; Pont-Biais ; Bourg de Kernével Périphéries : Dioulan
Trégunc	Centralités : Centre-ville ; Lambell ; Kroaz Hent Bouilhed ; Trévignon – Route de la Pointe ; Port de Trévignon ; Saint-Philibert Périphéries : Kerouel
Elliant	Centralités : Bourg
Melgven	Centralités : Bourg ; Cadol
Saint-Yvi	Centralités : Bourg
Névez	Centralités : bourg ; Port-Manec'h ; Kerdruc ; Raguénès
Pont-Aven	Centralités : Bourg ; Nizon : Croix Saye
Tourc'h	Centralités : Bourg

Pays Fouesnantais (23)

Fouesnant	Centralités : Centre-ville ; Cap Coz ; Pont Henvez ; Ty Corn ; Mousterlin ; Beg Meil Périphéries : Kerello (même secteur que Pen Hoat Salaun à Pleuven) ; Park C'hastel
Bénodet	Centralités : Centre-ville ; Menez Groas
La Forêt-Fouesnant	Centralités : Centre-ville ; Port-La-Forêt ; Kerleven ; Beg Menez ; Croas Avalou, Corniche de la Cale
Clohars-Fouesnant	Centralités : Bourg ; Menez Saint-Jean ; Ty Glas
Gouesnac'h	Centralités : Bourg
Pleuven	Centralités : Bourg, Moulin du Pont ; Ty Glas Périphéries : Pen Hoat Salaun (même secteur que Kerello à Fouesnant)
Saint-Évarzec	Centralités : Bourg

Douarnenez Communauté (11)

Douarnenez	Centralités : Centre-ville ; Tréboul-Sables Blancs ; Pouldavid ; Le Ris Périphéries : Toubalan ; Drevers ; Sainte Croix
Kerlaz	Centralités : Bourg
Le Juch	Centralités : Bourg
Pouldergat	Centralités : Bourg
Poullan-sur-Mer	Centralités : Bourg

Pays Bigouden Sud (30)

Pont-l'Abbé	Centralités : Centre-ville Périphéries : Kermaria ; Poulleac'h ; Kerouant Vihan	Plomeur	Centralités : Bourg ; Pointe de la Torche ; Roz An Tremen Périphéries : Pendreff
Penmarc'h	Centralités : Centre-ville ; Saint Guénolé ; Saint Pierre ; Kerity ; Pors Carn Périphéries : Prat Gouzien	Treffiat	Centralités : Bourg de Treffiat ; Port de Lechiagat
Loctudy	Centralités : Centre-ville ; Ezer ; Larvor Périphéries : Pratouarc'h	Tréméoc	Centralités : Bourg
Combrit-Sainte Marine	Centralités : Bourg de Combrit ; bourg de Sainte Marine Périphéries : Lannou	Saint-Jean-Trolimon	Centralités : Bourg
Le Guilvinec	Centralités : Centre-ville	Île-Tudy	Centralités : Bourg
Plobannalec-Lesconil	Centralités : Bourg de Plobannalec ; Port de Lesconil	Tréguennec	Centralités : Bourg

Haut Pays Bigouden (12)

Plonéour-Lanvern	Centralités : Centre-ville Périphéries : Kerganet	Guiler-sur-Goyen	Centralités : Bourg
Plozévet	Centralités : Bourg	Plovan	Centralités : Bourg
Plogastel-St-G.	Centralités : Bourg	Gourlizon	Centralités : Bourg
Pouldreuzic	Centralités : Bourg ; Penhors	Peumerit	Centralités : Bourg
Landudec	Centralités : Bourg	Tréogat	Centralités : Bourg

Cap Sizun – Pointe du Raz (18)

Audierne	Centralités : Centre-ville ; Trescadec ; Bourg d'Esquibien ; Croix Rouge ; Sainte-Évette Périphéries : Kerivoas	Primelin	Centralités : Bourg
Plouhinec	Centralités : Bourg ; Poulgoazec Périphéries : Ty Frapp	Goulien	Centralités : Bourg
Pont-Croix	Centralités : Centre-ville	Beuzec-Cap-Sizun	Centralités : Bourg
Plogoff	Centralités : Bourg Périphérie : Centre commercial de la Pointe du Raz	Confort-Meilars	Centralités : Bourg
Clédén-Cap-Sizun	Centralités : Bourg	Mahalon	Centralités : Bourg



Agence de développement économique et d'urbanisme de Cornouaille

10 route de l'innovation – CS 40002 – 29018 Quimper Cedex
Tél. 02 98 10 34 00 – contact@qcd.bzh – www.quimper-cornouaille-developpement.bzh



[quimpercornouailledveloppement](https://www.facebook.com/quimpercornouailledveloppement)



[@AgenceQCD](https://twitter.com/AgenceQCD)