



© Audélor

QUIMPERLÉ COMMUNAUTÉ

QUIMPERLÉ COMMUNAUTÉ

OBSERVATOIRE DU COMMERCE

Christine Boissonnot-Delachienne

02 97 12 06 69

Équipe projet :

Gilles Poupard

Leila Benzaid, stagiaire en aménagement et urbanisme des territoires littoraux (AUTELI) au sein de l'Université Bretagne Sud

Erwan Cadiou, stagiaire en aménagement et urbanisme des territoires littoraux (AUTELI) au sein de l'Université Bretagne Sud

Mise en page : Valentin Guéneç

Relecture : Gilles Poupard, Anne Brodin, Marina Rieux

Directeur de la publication : Pascal Le Liboux

ISSN 2118-1632

SOMMAIRE

Introduction	P.4
Méthodologie et définitions	P.5
À retenir	P.5
1. LE COMMERCE EN CENTRALITÉ : LES INDICATEURS DE VITALITÉ	P.8
Une offre commerciale très concentrée avec des densités satisfaisantes	P.8
10 communes sur 16 avec un tissu de proximité complet	P.9
4 secteurs d'activité prédominants dans les centralités	P.11
Un taux globalement élevé de vacance commerciale mais une hausse des locaux actifs (2019-2024)	P.13
Le commerce : une activité qui se dynamise et se modernise grâce au Pass Commerce et Artisanat	P.14
Une offre commerciale qui génère de l'emploi	P.16
2. LE COMMERCE EN CENTRALITÉ : LA CONCURRENCE	P.20
48 % de l'activité commerciale se réalise en périphérie	P.20
Des pôles commerciaux périphériques attractifs	P.20
La grande distribution alimentaire davantage éloignée des centralités	P.22
Une évasion commerciale significative sur Quimperlé Communauté	P.23
3. LE COMMERCE EN CENTRALITÉ : LES CONSOMMATEURS	P.24
Des consommateurs régulièrement présents en centralité	P.24
Le potentiel de consommation des ménages inférieur aux moyennes locales et nationales en 2022	P.25
Des profils de population variés qui influent sur les comportements d'achat	P.25
Cinq profils types de consommateurs sur le territoire	P.27
L'influence touristique sur le potentiel de consommation du territoire	P.28
4. LE COMMERCE EN CENTRALITÉ : INDICATEURS D'ORGANISATION ET DE POLARISATION URBAINE	P.30
La présence d'équipements en centralité : un atout pour le commerce des centralités de Quimperlé Communauté	P.30
5. CARTOGRAPHIES DU COMMERCE DANS LES CENTRALITÉS	P.34
6. ANNEXES	P.44

INTRODUCTION

La stratégie de relance du commerce de centralité mise en place par Quimperlé Communauté s'inscrit dans une dynamique proactive pour répondre aux évolutions du commerce et aux nouvelles habitudes de consommation. L'approche est globale et structurée autour de cinq axes qui visent à renforcer l'attractivité commerciale des centres-villes et centres-bourgs et à soutenir l'économie locale. Ces axes se déclinent de la façon suivante :

1. Soutenir l'implantation et le développement de l'activité commerciale en centralité

Cet axe vise à favoriser l'installation de nouveaux commerces et à encourager le développement de ceux existants. Il inclut des mesures telles que des aides financières, la facilitation des démarches administratives ou des partenariats public-privé.

2. Accueillir, informer et orienter les entreprises et porteurs de projet

L'accompagnement des porteurs de projet est central pour dynamiser l'entrepreneuriat local. Cela inclut des dispositifs d'accueil et d'information adaptés.

3. Promouvoir l'activité commerciale et favoriser les synergies entre acteurs

En renforçant la visibilité des commerces locaux et en encourageant la collaboration entre commerçants, associations et collectivités, cet axe vise à créer une identité commerciale forte pour le territoire.

4. Structurer l'offre commerciale non sédentaire

Le commerce non sédentaire, comme les marchés ou les ventes ambulantes, est un levier essentiel pour attirer une clientèle diversifiée.

5. S'appuyer sur des outils pour conforter le commerce en centralité

Cet axe, confié en partie à AudéLor, est essentiel pour asseoir une politique commerciale sur des données fiables et actualisées. L'observatoire du commerce doit permettre :

- de recenser les locaux commerciaux actifs et vacants ;
- de suivre les évolutions de l'offre commerciale ;
- d'anticiper les besoins d'aménagement ou de soutien.

AudéLor a été missionnée pour mettre en œuvre l'axe 5 à travers la création d'un **observatoire du commerce**. Les objectifs sont :

- **cartographier les locaux commerciaux** : une visualisation précise de l'état du parc commercial dans les centralités des communes ;
- **analyser les données** : identifier les tendances, les zones dynamiques et les poches de vacance commerciale ;
- **alimenter un tableau de bord** : outil stratégique pour les décideurs, permettant de suivre les performances et d'ajuster les actions en temps réel.

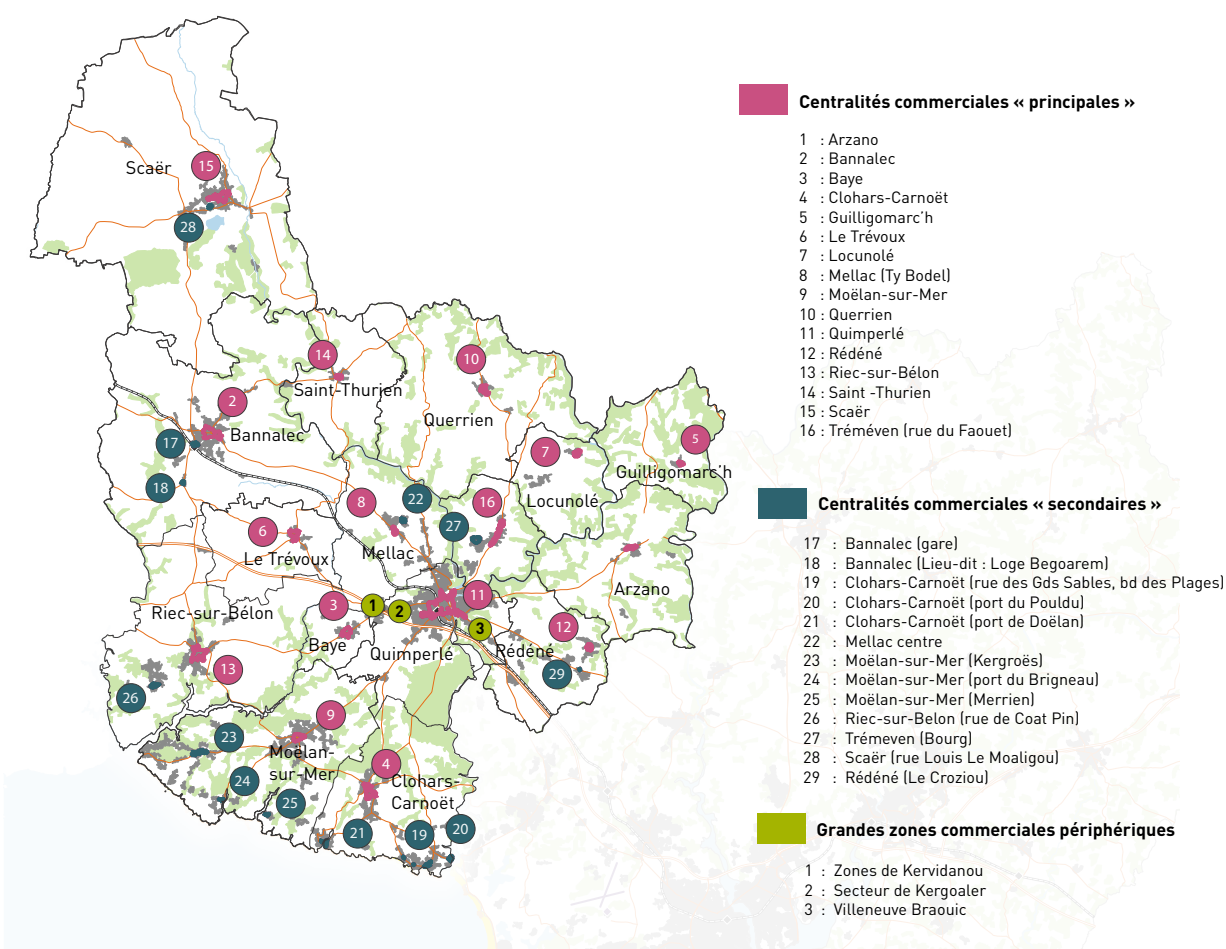
En phase avec ce qui est prévu dans l'axe 5, la mise en œuvre de cette stratégie vise à renforcer l'attractivité des centres-villes, favoriser la réduction du taux de vacance commerciale et des pratiques commerciales adaptées aux nouvelles attentes des consommateurs. Cet observatoire participe à la mise en œuvre de cette démarche cohérente et collaborative entre acteurs locaux pour revitaliser le commerce de proximité et s'adapter aux défis contemporains.

MÉTHODOLOGIE ET DÉFINITIONS

Un premier travail de recensement des commerces dans les centralités des communes de Quimperlé avait été réalisé en 2019 par AudéLor. Les données ont été importées dans l'outil « GEO-Commerces » développé par les services de Quimperlé Communauté pour faciliter le suivi des établissements. Au cours de l'année 2024, des recensements ont de nouveau été effectués dans toutes les centralités des communes afin de mettre à jour les informations.

Les centralités correspondent aux secteurs du PLUI « mixité des fonctions renforcée ». Il s'agit des secteurs centraux marqués qui présentent une mixité de fonctions (habitat, commerces, services et équipements) et une densité commerciale conséquente. Ils sont les lieux privilégiés pour l'implantation des commerces dans les centralités (bourgs et centres-villes). À l'échelle de Quimperlé Communauté, 29 centralités existent. Les commerces ont été recensés dans chacune d'entre elles. Cependant, les analyses portent sur les 16 centralités dites « principales » qui concentrent 90 % des commerces autour du bourg (sauf Mellac et Tréméven où les centralités commerciales ne se situent pas dans le centre-bourg historique).

Les territoires étudiés : centralités commerciales et secteurs périphériques



Réalisation AudéLor 2024

Les commerces recensés correspondent aux locaux dédiés à une activité de commerce de détail dans les secteurs d'activité suivants : alimentaire, cafés restaurants, bazars et commerces de biens d'occasion, culture-loisirs, équipement de la maison, équipement de la personne, hygiène-santé-beauté. Les services « à vitrine » ont également été recensés : banques, assurances, agences immobilières...

Locaux actifs : les locaux considérés comme actifs sont ceux occupés par une activité commerciale au moment du passage sur le terrain.

Locaux vacants : locaux vides ou inoccupés pouvant potentiellement être réutilisés pour une activité commerciale. Les locaux inoccupés, mais sans probabilité de retour à une activité commerciale, ne sont pas considérés comme vacants. La liste des locaux vacants a fait l'objet d'échanges avec les référents et élus « commerce » de chacune des communes.

À RETENIR



420

LOCAUX COMMERCIAUX ACTIFS DANS LES 16
CENTRALITÉS COMMERCIALES



87 %

DES LOCAUX DE CENTRALITÉS LOCALISÉS
SUR 6 COMMUNES

(QUIMPERLÉ, SCAËR, MOËLAN-SUR-MER,
CLOHARS-CARNOËT ET BANNALEC)



**7,4 COMMERCES EN
CENTRALITÉ**

POUR 1 000 HABITANTS



10 COMMUNES SUR 16

AVEC UN TISSU COMMERCIAL
DE PROXIMITÉ COMPLET



**UN TAUX DE DIVERSITÉ
COMMERCIALE DE 11 %**

À L'ÉCHELLE DES CENTRALITÉS
COMMERCIALES



16,8 %

TAUX DE VACANCE DANS LES
CENTRALITÉS COMMERCIALES
(85 LOCAUX)



29

COMMERCES AIDÉS EN MOYENNE PAR
AN ENTRE 2019 ET 2023 PAR LE PASS
COMMERCE ET ARTISANAT



4 375 €

MONTANT MOYEN DE L'AIDE PASS
COMMERCE ET ARTISANAT PAR
ÉTABLISSEMENT



85,6 %

NIVEAU DE FRÉQUENTATION
HEBDOMADAIRE DES COMMERCE DE
CENTRALITÉ



1 600

EMPLOIS SALARIÉS PRIVÉS DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL
ET AUTOMOBILE EN CENTRALITÉ ET PÉRIPHÉRIE (FIN JUIN
2024) SOIT 15,5 % DE L'EMPLOI SALARIÉ PRIVÉ DE QUIMPERLÉ
COMMUNAUTÉ





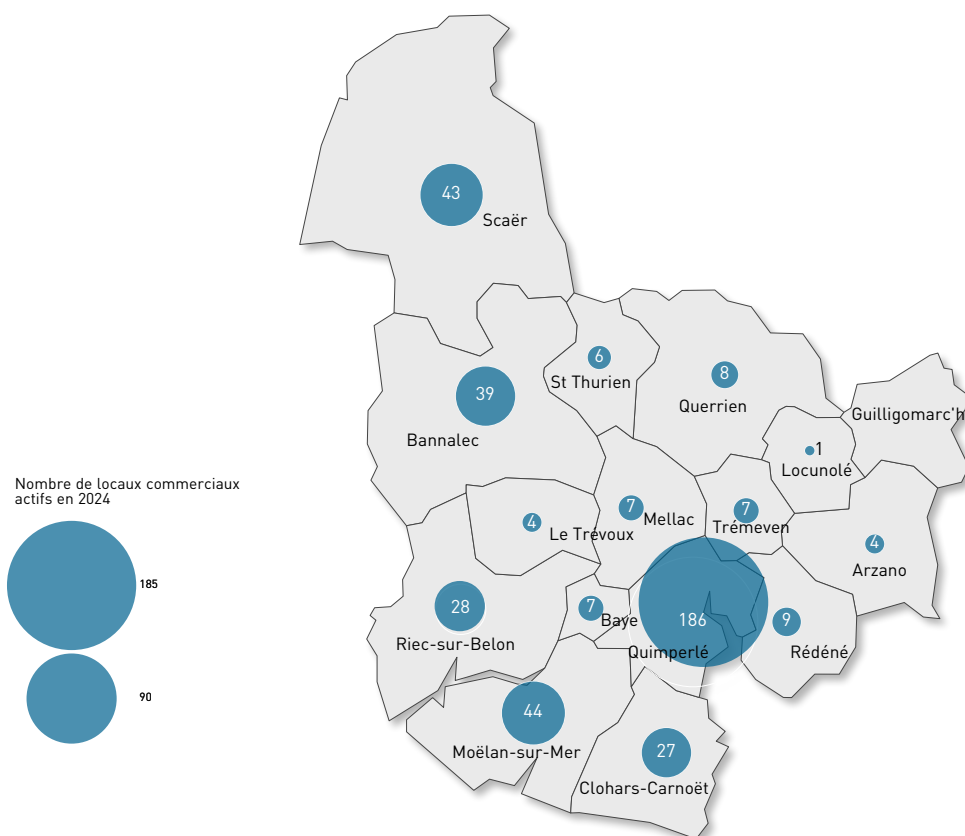
1

LE COMMERCE EN CENTRALITÉ : LES INDICATEURS DE VITALITÉ

UNE OFFRE COMMERCIALE TRÈS CONCENTRÉE AVEC DES DENSITÉS SATISFAISANTES

À l'échelle de Quimperlé Communauté, l'offre commerciale présente en centralité est très concentrée. On dénombre en 2024 **420 locaux commerciaux** actifs dans les centralités « principales ». 6 centralités concentrent 87 % des locaux commerciaux (Quimperlé, Scaër, Moëlan-sur-Mer, Riec-sur-Bélon, Clohars-Carnoët et Bannalec). La centralité de Quimperlé concentre à elle seule 44 % des locaux commerciaux actifs de centralité à l'échelle de l'agglomération. 15 communes sur 16 ont au moins un commerce en centralité. Seule la centralité de la commune de Guilligomarc'h ne compte pas de commerce mais un projet d'ouverture d'un café est en cours (courant 2025). Concernant les centralités « secondaires », au nombre de 12, elles rassemblent au total 42 locaux commerciaux actifs.

Répartition des locaux commerciaux actifs dans les centralités



Source : AudéLor 2024

La densité commerciale (nombre de commerces actifs pour 1 000 habitants) est de 7,4 en moyenne pour les centralités « principales » de l'intercommunalité. 2 centralités sont au-dessus de cette moyenne : celle de Quimperlé (15,1) et celle de Scaër (8,2).

À l'échelle de Lorient Agglomération, cette densité était de 6,6 en 2024. Comparée à d'autres communes de plus de 10 000 habitants sur le pays de Lorient-Quimperlé, l'implantation du commerce sur la centralité de Quimperlé est plutôt dense, elle se situe même au-dessus de la densité moyenne de la centralité de Plouay (13,8 en 2024), qui est le pôle commercial le plus dense à l'échelle de Lorient Agglomération.

10 COMMUNES SUR 16 AVEC UN TISSU DE PROXIMITÉ COMPLET

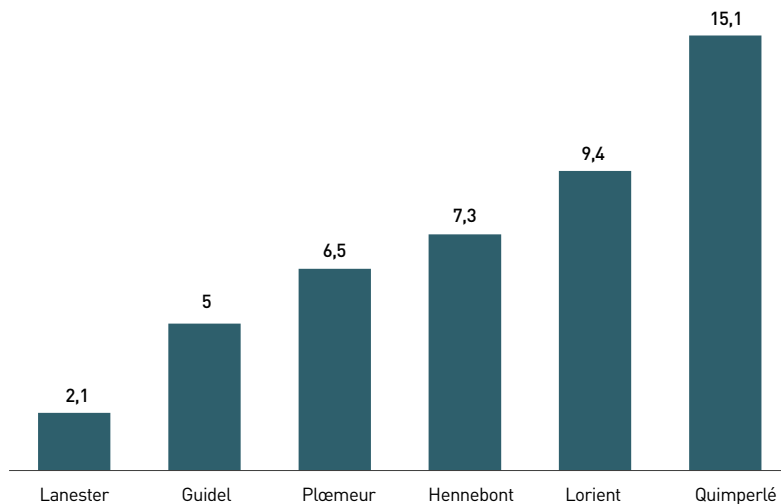
Lorsque la centralité « principale » dispose d'un supermarché ou d'une supérette, son tissu commercial est dit complet. C'est aussi le cas lorsqu'elle dispose de 3 commerces de base : boulangerie, boucherie ou boucherie-charcuterie et alimentation générale ou épicerie. Ainsi, 10 centralités sur 16 ont une offre complète. Depuis 2019, le tissu commercial de proximité s'est renforcé sur la centralité de Locunolé avec l'ouverture en 2023 d'un dépôt de pain et de pâtisseries.

Tranche de population	Commune	Boulangerie/pâtisserie	Boucherie-charcuterie-traiteur	Alimentation générale/épicerie	Supermarché/supérette	Marché(s) en centralité au moins 1 fois/semaine toute l'année	Tissu de proximité
moins de 2000	Arzano	✓		✓			
moins de 2000	Baye	✓	✓				
moins de 2000	Guilligomarc'h					✓	
moins de 2000	Le Trévoux	✓		✓			
moins de 2000	Locunolé	✓				✓	
moins de 2000	Querrien	✓	✓	✓			complet
moins de 2000	Saint-Thurien	✓		✓			
de 2000 à 4000	Mellac	✓			oui, mais hors centralité	✓	complet*
de 2000 à 4000	Rédéné	✓	✓	✓	oui, mais hors centralité	✓	complet
de 2000 à 4000	Tréméven	✓			✓		complet
de 4000 à 7000	Bannalec	✓	✓	✓	✓	✓	complet
de 4000 à 7000	Clohars-Carnoët	✓	✓	✓	oui, mais hors centralité	✓	complet
de 4000 à 7000	Moëlan-sur-Mer	✓			✓	✓	complet
de 4000 à 7000	Riec-sur-Bélon	✓	✓		oui, mais hors centralité	✓	complet*
de 4000 à 7000	Scaër	✓		✓	✓	✓	complet
plus 10 000	Quimperlé	✓	✓	✓	✓	✓	complet

* Pour la centralité de Riec-sur-Bélon, le tissu commercial est considéré comme complet en intégrant la présence du supermarché à proximité de la centralité. Pour la centralité de Mellac, c'est l'hypermarché situé en dehors de la centralité qui a été pris en compte.

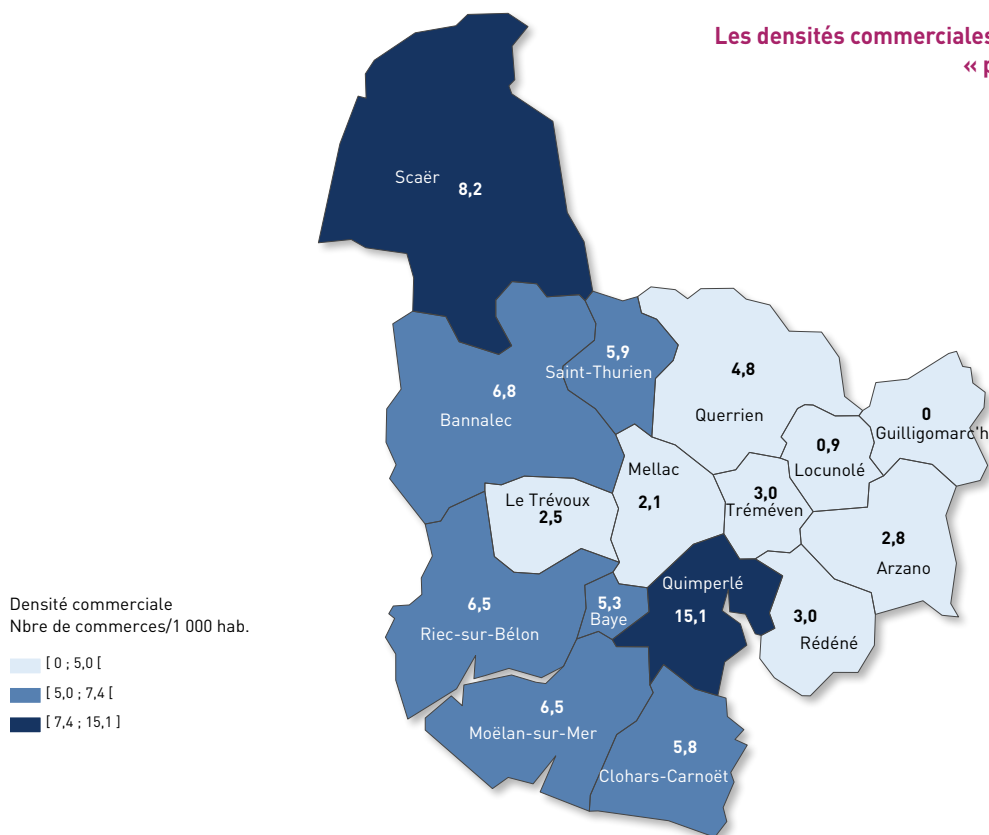


Densités commerciales pour les centralités des communes de plus de 10 000 habitants à l'échelle de Lorient-Quimperlé



Source : AudéLor

Les densités commerciales dans les centralités « principales » en 2024



Source : AudéLor 2024

La densité est assez soutenue pour les communes littorales (Riec-sur-Bélon, Moëlan-sur-Mer et Clohars-Carnoët) ainsi que Bannalec et Saint-Thurien. La densité commerciale chute ensuite (de 4,8 commerces pour 1 000 habitants à 0) pour un ensemble de communes situées au nord et à l'est de Quimperlé.

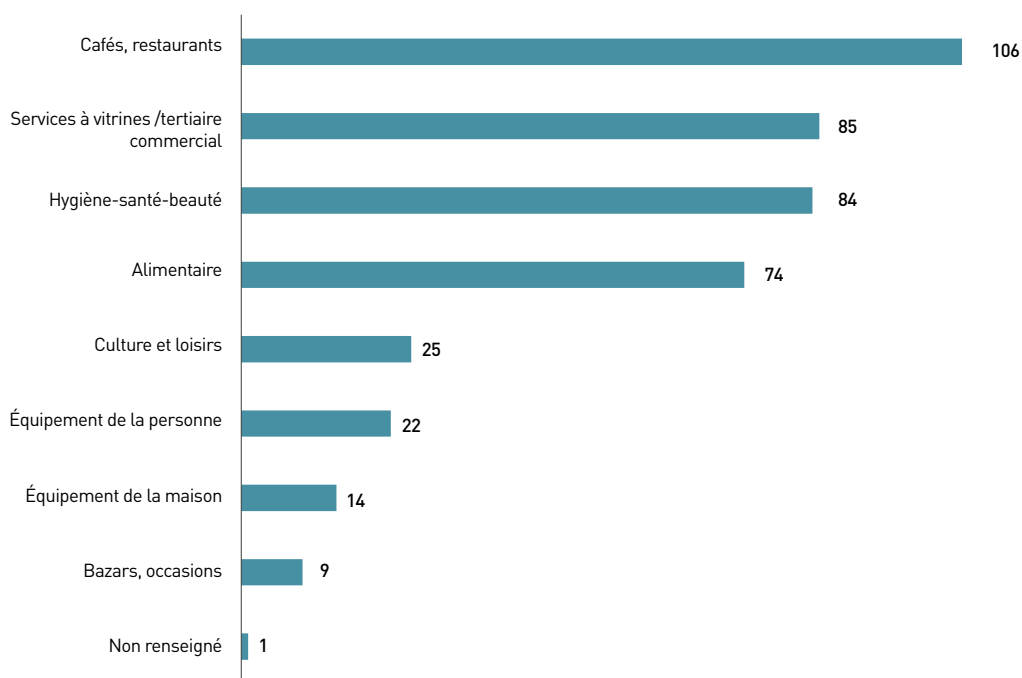
4 SECTEURS D'ACTIVITÉ PRÉDOMINANTS DANS LES CENTRALITÉS

La typologie des commerces dans les centralités est très axée sur l'offre de proximité :

- les cafés et restaurants : 25 % des locaux ;
- le secteur du « tertiaire commercial » (banques, agences immobilières...) : 20 % des locaux ;
- le secteur de l'hygiène-santé-beauté (coiffure, instituts de beauté...) : 20 % des locaux ;
- l'alimentaire : 18 % des locaux.

Ces 4 secteurs représentent 83 % des commerces. Les autres secteurs d'activité qui concernent plutôt des achats moins courants (équipement de la personne, de la maison, culture-loisirs) sont moins présents dans les centralités de Quimperlé Communauté.

Répartition des commerces selon l'activité (centralités principales)



Source : AudéLor

Entre 2019 et 2024, 5 secteurs d'activité ont progressé, dont 3 de façon un peu plus marquée :

- l'hygiène-santé-beauté (onglerie, tatoueurs, salon d'esthétique...) : **+8 établissements** ;
- le secteur culture-loisirs (librairies, artisanat d'art...) : **+6 établissements** ;
- le secteur du tertiaire commercial (agences immobilières, assurances...) : **+5 établissements**.

Entre 2019 et 2024, l'équipement de la personne (magasins de vêtements, chaussures...) perd 6 établissements. Cette diminution des établissements (et des emplois) est une tendance structurelle qui s'observe aujourd'hui à tous les niveaux : entre 2014 et 2021, ce secteur a perdu 17 % de ses établissements au niveau national¹ alors que l'ensemble du commerce de détail en a perdu 5,5 %.

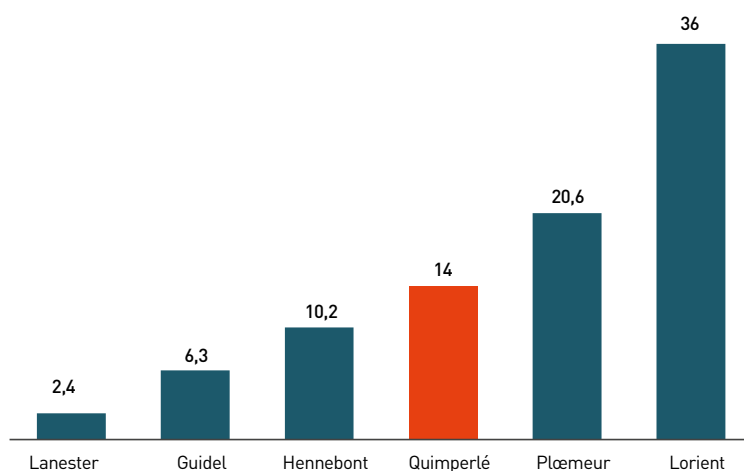
Au-delà de la sectorisation, de nouveaux concepts commerciaux sont apparus dans les communes ces dernières années : des épiceries associatives et solidaires, des concepts mixtes et concept-stores : *Le Grand Bain* : librairie Bar à Vin à Bannalec, *Perrine & Onésime* : salon de thé- brocante à Moëlan-sur-Mer, des distributeurs de produits locaux : *Les Cocottes des Rias* (Riec-sur-Bélon, Clohars-Carnoët)...

¹ INSEE Première n°2017- sept.2024



Le taux de diversité², calculé pour l'ensemble des centralités principales, est de 11%. Ce taux plutôt faible s'explique par la typologie des établissements qui est dominée par des commerces de proximité. Pour la centralité de Quimperlé, ce taux de diversité est de 14 %, ce qui témoigne d'un rayonnement un peu plus élargi. Comparé aux communes de même taille, il est plutôt bien positionné : Hennebont : 10,2 pour 15 746 habitants, Guidel 6,3 pour 11 947 habitants.

Taux de diversité (%) en centralité, pour les centralités des communes de plus de 10 000 habitants à l'échelle de Lorient-Quimperlé



Source : AudéLor

² Le taux de diversité commerciale correspond à l'offre en équipement de la maison et de la personne sur l'ensemble de l'offre commerciale hors services

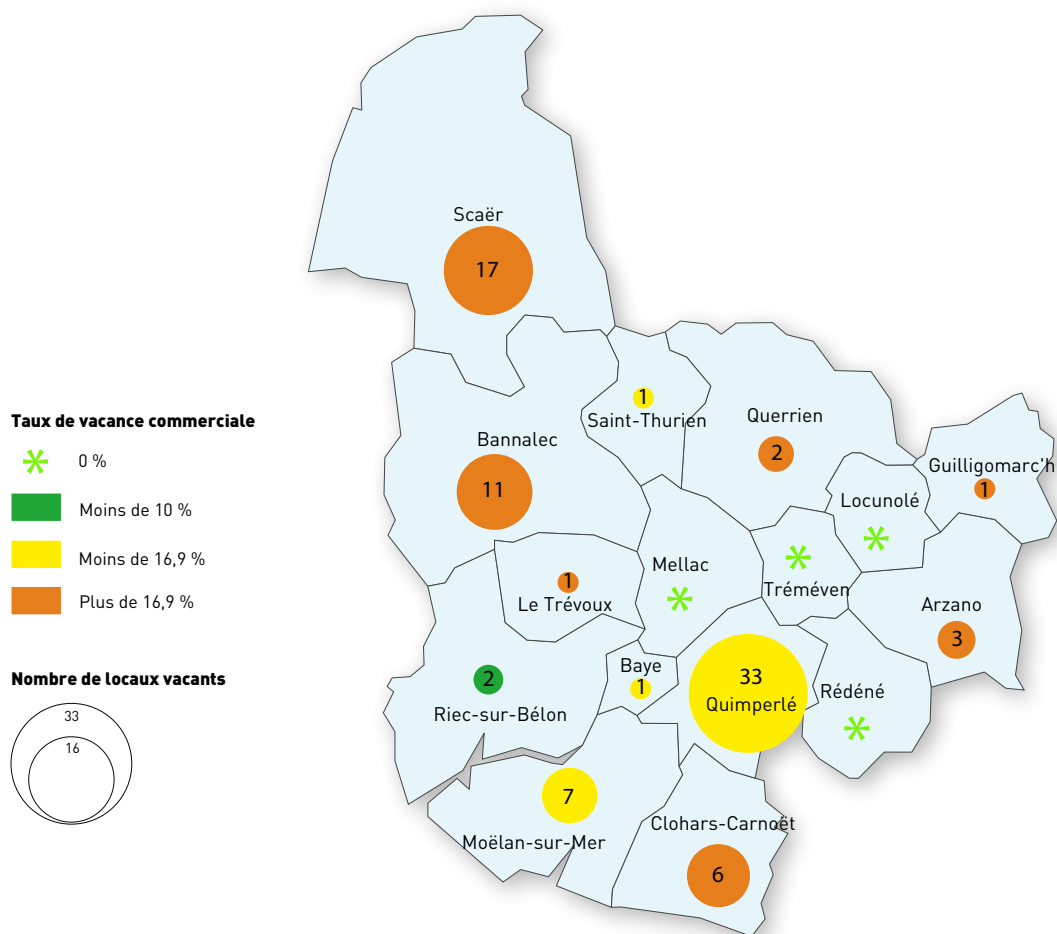


UN TAUX GLOBALEMENT ÉLEVÉ DE VACANCE COMMERCIALE MAIS UNE HAUSSE DES LOCAUX ACTIFS (2019-2024)

Sur l'ensemble des centralités principales, on dénombre 85 locaux vacants soit un taux de 16,8 % à l'échelle de Quimperlé Communauté, ce qui constitue un taux élevé. Les communes de Quimperlé, Scaër et Bannalec rassemblent 72 % des locaux vacants recensés à l'échelle des centralités principales, mais le taux de vacance sur Quimperlé est inférieur à la moyenne (15,1 %). 7 communes ont un taux supérieur ou égal à 17 %. Parmi elles, 4 communes ont seulement 3 commerces vacants ou moins. Enfin, 4 communes n'ont pas de locaux vacants. Par rapport à d'autres territoires voisins, ce taux est élevé, le taux de vacance commerciale sur Lorient Agglomération était de 8,3 % en moyenne en 2021.

Malgré ce taux plutôt élevé, le solde est positif sur la période 2019-2024 avec 14 locaux supplémentaires dans l'ensemble des centralités principales (voir détails en annexe page 44).

Les taux de vacance commerciale dans les centralités « principales » en 2024



Réalisation : AudéLor 2024



LE COMMERCE : UNE ACTIVITÉ QUI SE DYNAMISE ET SE MODERNISE GRÂCE AU PASS COMMERCE ET ARTISANAT

Le Pass Commerce et Artisanat est un dispositif d'aide cofinancé par Quimperlé Communauté et la Région Bretagne. Il s'adresse aux 16 communes du territoire et vise à soutenir l'activité économique locale ainsi qu'à encourager la modernisation des entreprises commerciales, artisanales et des associations dynamisant les centres-villes et bourgs.

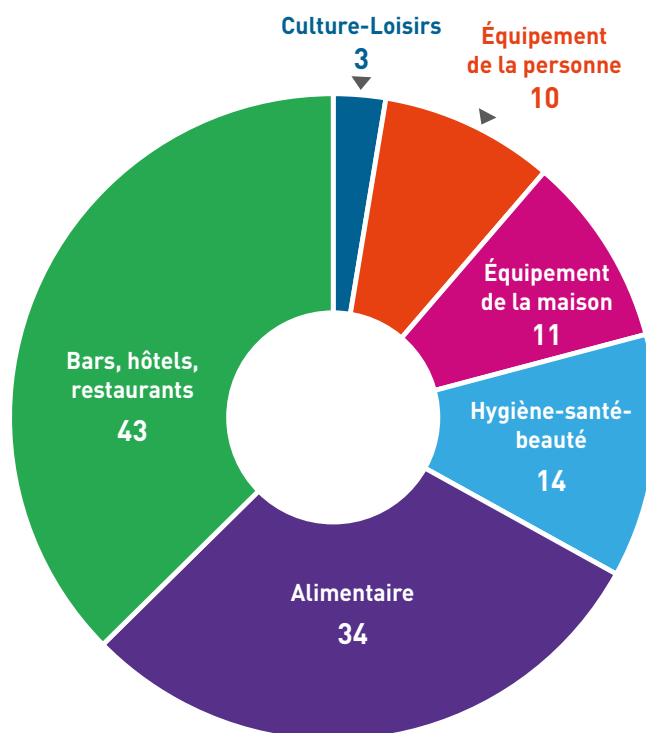
Les principaux types de soutien sont :

- aide à l'installation et au développement d'activités ;
- soutien aux investissements réduisant les impacts environnementaux ;
- aide à la numérisation et à la digitalisation des entreprises.

Entre 2019 et 2023, **553 392 €** d'aides ont été versées à **125 établissements**, dont **503 110 €** pour du commerce (**115 établissements**).

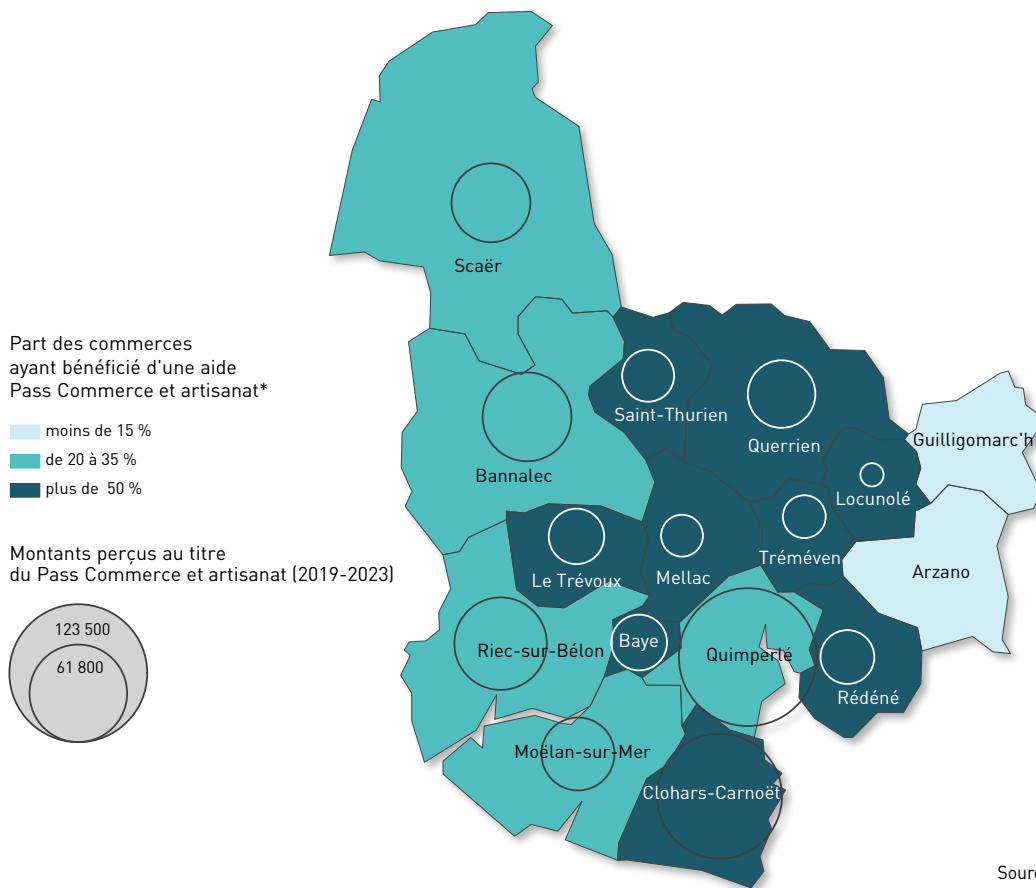
Ainsi, 27 % de l'offre commerciale en centralité aurait bénéficié de cette aide. À l'échelle des communes, cette part est d'au moins 50 % pour 9 communes sur 16.

Répartition des établissements aidés selon le secteur d'activité



Source : AudéLor

Le PASS COMMERCE ET ARTISANAT dans les communes de Quimperlé Communauté



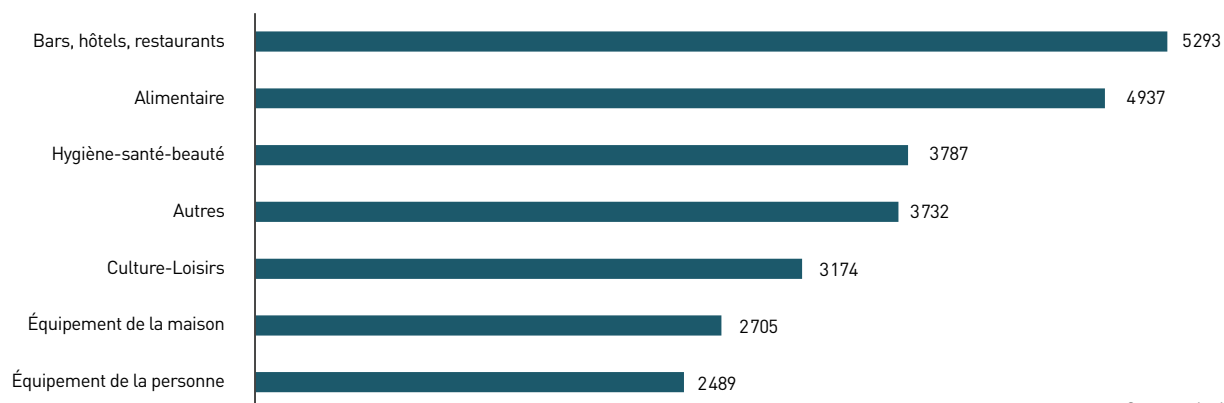
Source : Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024

*Nombre de commerces ayant bénéficié d'une aide (2019-2023) / nbre de commerce en centralité en 2024

Le montant de l'aide moyenne par établissement s'élève à **4 430 €**. Certains secteurs d'activité comme les bars et restaurants ainsi que les commerces alimentaires ont bénéficié en moyenne d'un montant d'aides plus élevé.



Montants moyens des aides par type de commerce (€)



Source : AudéLor

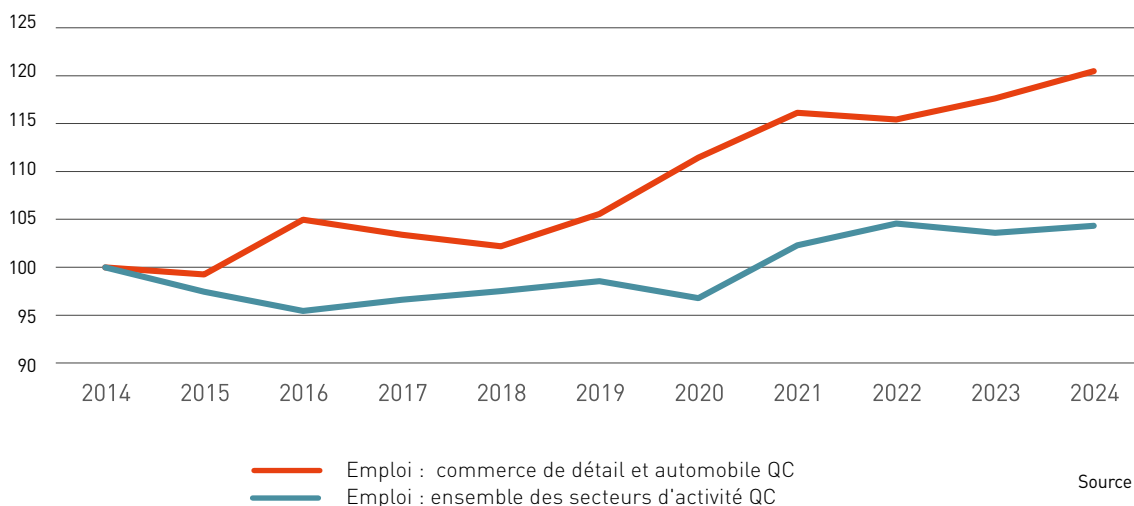
Les 3 secteurs les plus aidés sont les bars et restaurants, l'alimentaire et l'hygiène-santé-beauté. Ce sont les secteurs d'activité les plus représentés à l'échelle des centralités de l'intercommunalité.

UNE OFFRE COMMERCIALE QUI GÉNÈRE DE L'EMPLOI

Au 2^e trimestre 2024, le secteur du commerce de détail et automobile rassemblait **1 600 emplois** salariés privés (en centralités et zones commerciales périphériques), soit **15,5 %** de l'emploi salarié privé. L'emploi dans le commerce de détail et automobile a augmenté de **+20,5 %** en 10 ans alors que dans le même temps, l'emploi total a progressé de 4,3 %.

L'emploi salarié en hyper et supermarchés représente 1/3 des emplois dans le commerce de détail. Il a progressé de 20 % en 10 ans, soit au même rythme que l'ensemble du commerce.

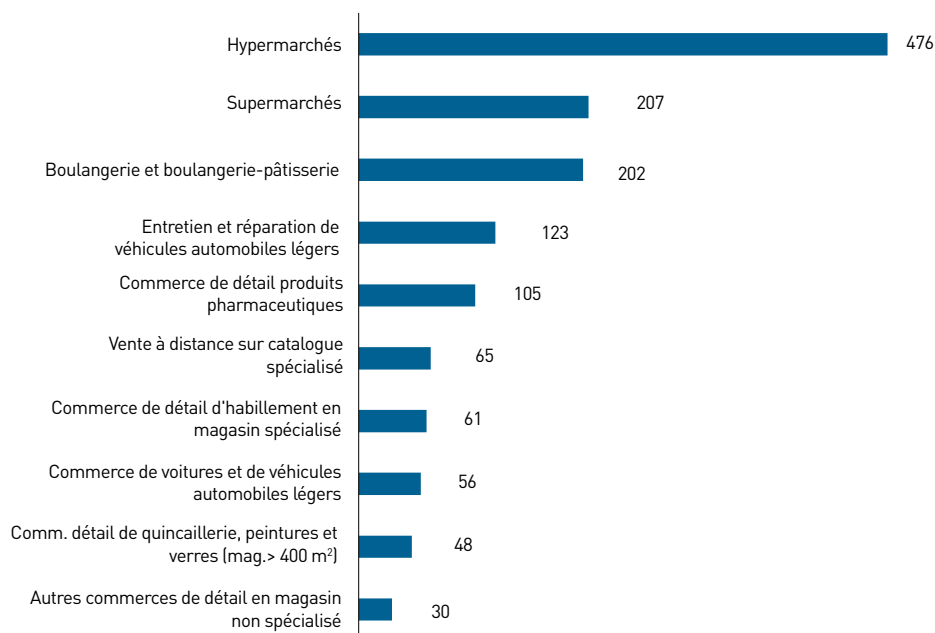
Comparaison de l'évolution de l'emploi dans le commerce et de l'emploi tous secteurs d'activité 2014-2024 (base 100 en 2014)



Source : URSSAF

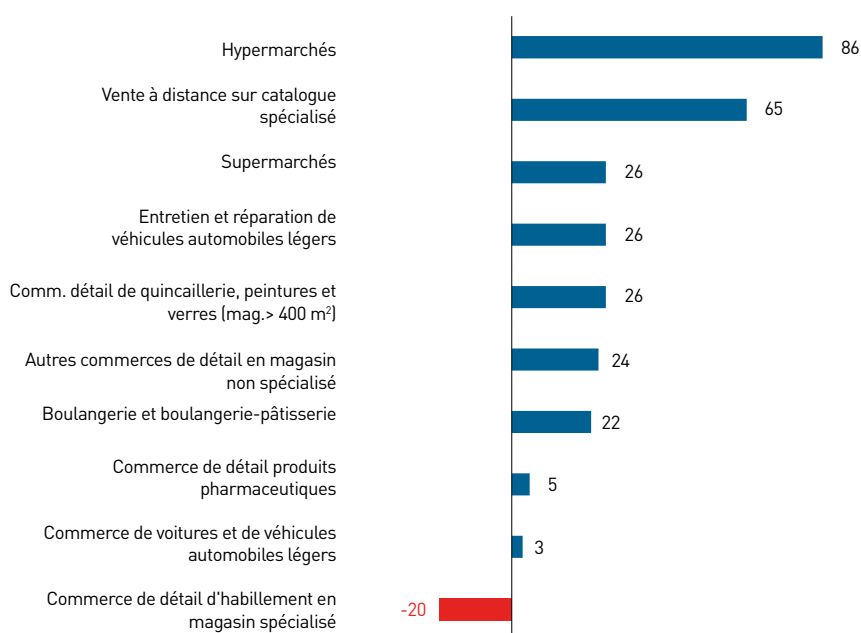
37 % des emplois sont localisés dans la grande distribution alimentaire en 2023. Parmi les 10 premiers secteurs employeurs du commerce, les hypermarchés, supermarchés et les entreprises de vente à distance sont ceux qui ont gagné le plus d'emplois sur la période. À noter que, pour la vente à distance, s'agissant des emplois salariés, 2 entreprises sont concernées sur le territoire de Quimperlé Communauté : Philéas Loundge (10 emplois) et Leclerc Drive de Quimperlé (+55).

Les 10 premiers secteurs employeurs dans le commerce de détail en 2023



Source : ACOSS

Évolution des emplois 2013-2023 dans les 10 premiers secteurs employeurs

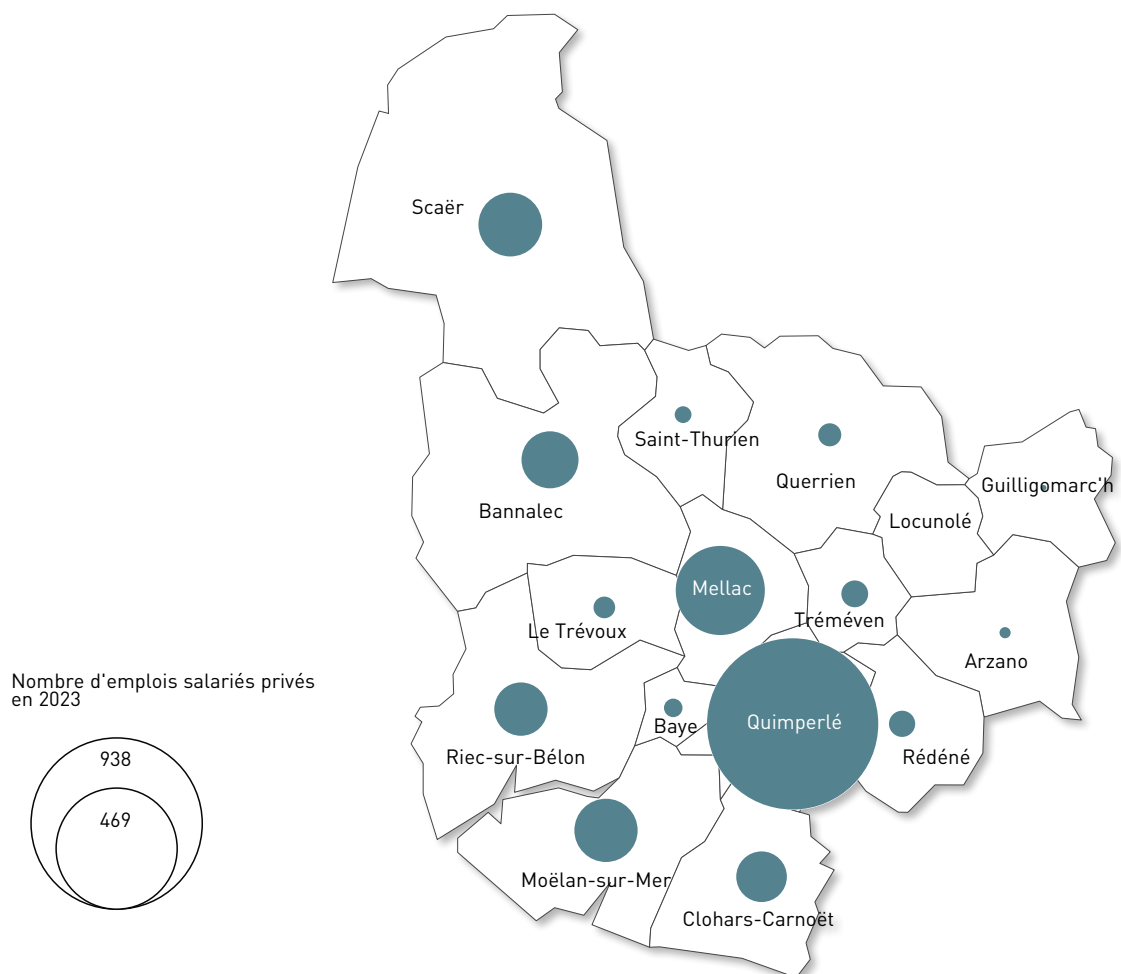


Source : ACOSS



À l'échelle des communes, 51 % de l'emploi salarié dans le commerce de détail est localisé à Quimperlé. L'emploi salarié privé est logiquement plus élevé dans les communes où les densités de commerces en centralité sont les plus importantes, sauf à Mellac car l'emploi se localise majoritairement en zones commerciales périphériques.

L'emploi salarié privé dans le commerce de détail (y compris automobile) en 2023





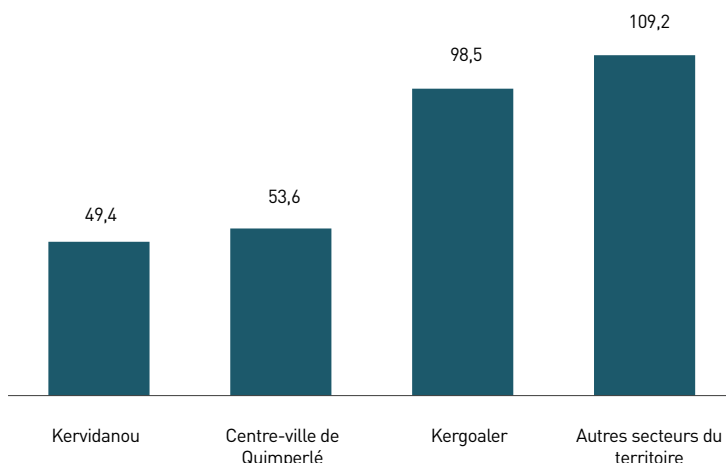


2 LE COMMERCE EN CENTRALITÉ : LA CONCURRENCE

48 % DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE SE RÉALISE EN PÉRIPHÉRIE

Avec 89 commerces recensés dans les zones de Kervidanou, Kergoaler et Villeneuve Braouic, les zones commerciales périphériques rassemblent 17 % des commerces, mais concentrent 48 % du chiffre d'affaires des commerces de Quimperlé Communauté.

Répartition de l'activité commerciale réalisée par les commerces de Quimperlé Communauté selon le pôle commercial d'origine (en M d'€)



Source : CCI Finistère

Avec 17 % des établissements, le secteur alimentaire arrive en tête des secteurs les plus représentés dans ces zones commerciales, juste devant le secteur culture-loisirs (16 %) et l'hygiène-santé-beauté (16 %). L'équipement de la maison arrive en 4^e position avec 14 % des établissements.

DES PÔLES COMMERCIAUX PÉRIPHÉRIQUES ATTRACTIFS

La présence d'enseignes nationales au niveau local véhicule pour les consommateurs une image dynamique et attractive. Sur Quimperlé Communauté, on dénombre 37 enseignes sur les 129 préférées des Français en 2024⁴. Les 37 enseignes sont à 86 % localisées en périphéries. La présence des enseignes nationales reste donc assez discrète, notamment sur Quimperlé, ce segment d'offre pourrait être conforté avec notamment l'arrivée de nouvelles cellules (AMI place Hervo sur Quimperlé).

Dans ces pôles commerciaux périphériques, 17 % des magasins sont des enseignes de vente de produits alimentaires, 16 % de vente de produits culturels et de loisirs, 16 % de produits (ou services) en hygiène, santé, beauté et 14 % en équipement de la maison. Parmi ces secteurs, deux entrent particulièrement en concurrence avec les centralités : l'alimentaire et la santé (optique, pharmacies, coiffure...).

³ Source : CCI Finistère : Analyse des comportements d'achats des ménages de Quimperlé Communauté 2022

⁴ 10 premières enseignes (au maximum) de chaque segment (hors pure-players) ont été observées. Leur présence ou non sur le territoire de Quimperlé Communauté a ensuite été vérifié.

Source : Les enseignes préférées des Français en 2024 – EY Parthénon

Le taux de diversité sur ces pôles commerciaux périphériques est de **39 %** soit nettement plus élevé qu'en centralité (11 %). Cela s'explique par une part plus importante de commerces en équipement de la personne et de la maison dans ces secteurs.

Enfin, le nombre de locaux commerciaux vacants (3) est assez faible dans ce secteur.

Enseignes nationales préférées des Français en 2024

Segments	Périphéries	Centralités
Alimentation Générale	Leclerc, Lidl, Intermarché, Carrefour Market, Aldi	Intermarché, Carrefour Market
Alimentation Spécialisée	Picard, Biocoop	
Restauration rapide	MacDonald's	
Restauration à table	Buffalo Grill	
Multimédia et électroménager	Darty, But	
Produits culturels	Espace culturel Leclerc	
Ameublement et décoration	But	
Objets du quotidien	Action, Gifi, Centrakor	Noz
Bricolage	Bricomarché	
Jardinage	Gamm Vert	
Mode adulte	Kiabi, Célio, Bonobo	
Mode enfant	Tape à l'œil, DPAM	
Mode sport	Intersport, Go Sport	
Beauté	Yves Rocher	
Bijouterie	Julien d'Orcel	
Optique	Optic 2000, Afflelou, Écouter Voir, Générale d'optique	Krys, Atol
TOTAL	32	5

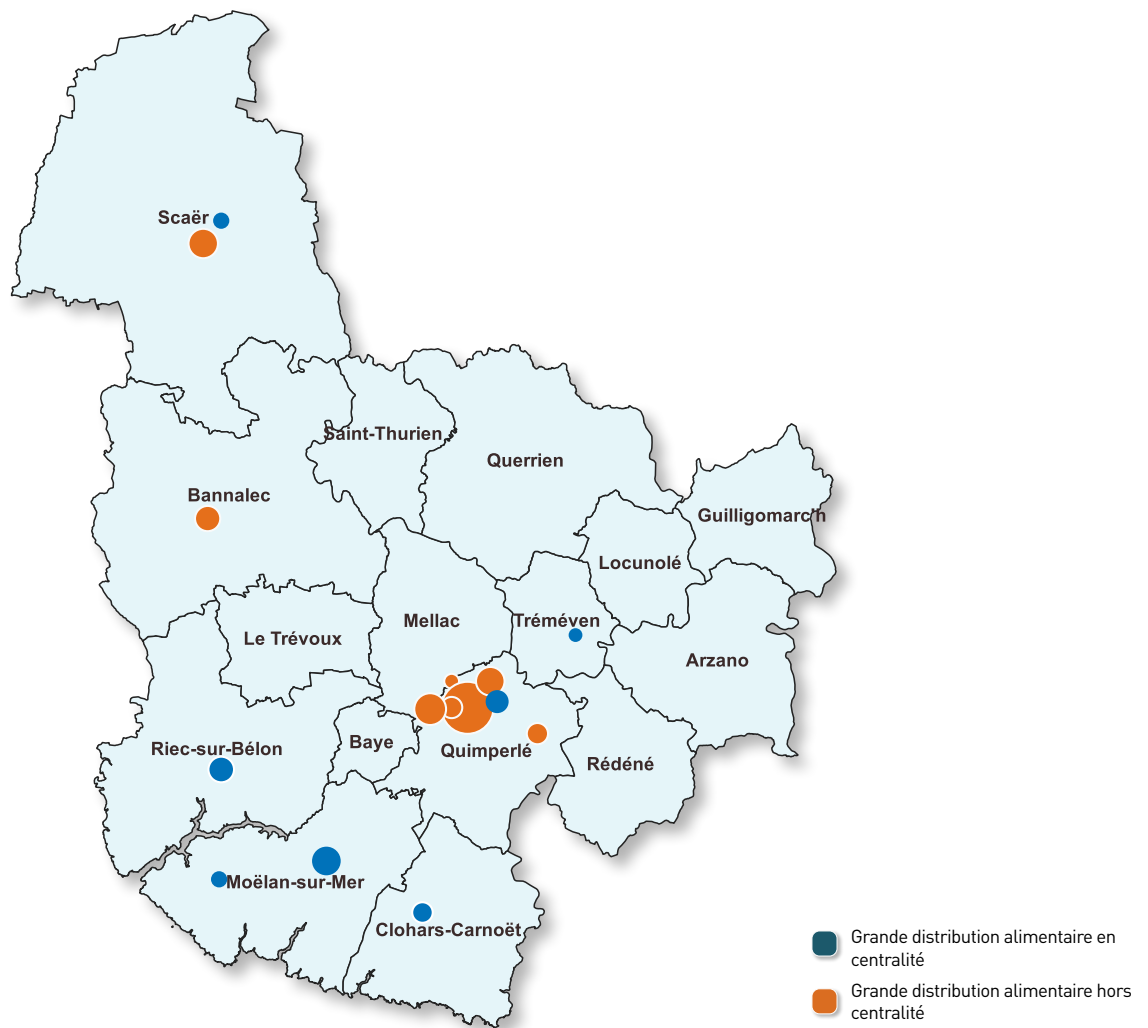
Source : Les enseignes préférées des français en 2024 - EY Parthénon

LA GRANDE DISTRIBUTION ALIMENTAIRE D'AVANTAGE ÉLOIGNÉE DES CENTRALITÉS

La grande distribution alimentaire⁵ représente **15 magasins** et **26 900 m² de surface de vente** sur Quimperlé Communauté. 8 magasins sur 15 et 72 % des surfaces de vente sont localisés au-delà du périmètre de centralité ou à plus de 10 minutes à pied du cœur de la centralité principale.

Ce lien peu marqué avec les commerces de centralité peut pénaliser certains centres-bourgs dans la mesure où les commerces de centralité bénéficieront moins de l'effet « locomotive » d'une grande surface alimentaire à proximité. En effet, à l'échelle de Quimperlé Communauté, pour les achats de produits alimentaires, **81 % de l'activité commerciale⁶ est captée par les grandes surfaces.**

Localisation des grandes surfaces alimentaires sur Quimperlé Communauté



⁵ Magasins de plus de 300 m² de surface de vente

⁶ Chiffre d'affaires estimé lié à la consommation des ménages dans les commerces

UNE ÉVASION COMMERCIALE SIGNIFICATIVE SUR QUIMPERLÉ COMMUNAUTÉ

À l'échelle de Quimperlé Communauté, **76,2%** des dépenses des ménages sont réalisées dans l'agglomération en 2022. L'évasion commerciale est de **23,8 %**. Cette évasion s'effectue pour :

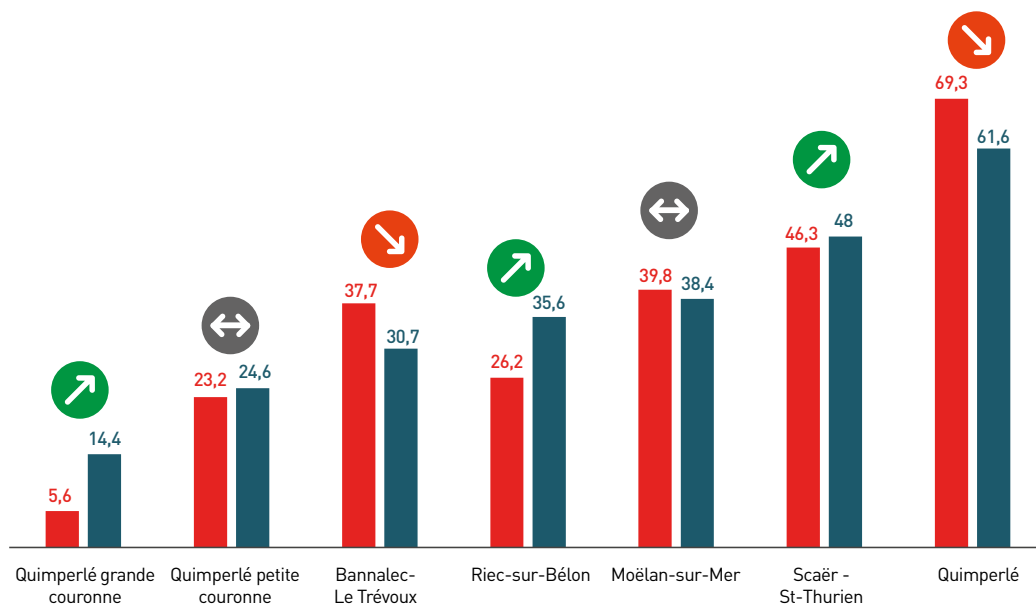
- 9,6 % vers Lorient Agglomération ;
- 5,5 % vers d'autres pôles extérieurs ;
- 8,7 % à distance.

Entre 2018 et 2022, les niveaux d'évasion géographique vers des pôles extérieurs ont peu évolué, par contre, les achats réalisés à distance (e-commerce) ont été multipliés par 2 sur la période.

Aussi, la part des dépenses des ménages réalisées dans leur commune ou secteur de résidence évolue différemment entre 2018 et 2022 :

- 3 secteurs ou communes avec une évasion qui s'est réduite : Quimperlé grande couronne⁷, Riec-sur-Bélon, le secteur de Scaër - Saint-Thurien ;
- 2 secteurs ou communes pour lesquels l'évasion a augmenté : Bannalec-Le Trévoux, Quimperlé ;
- 2 secteurs ou communes où la part des dépenses réalisées par les ménages résidants est plutôt stable (Quimperlé petite couronne⁸ et Moëlan-sur-Mer).

La part des dépenses des ménages réalisée dans les communes ou secteurs de résidence en 2022



Source : CCI Finistère Enquête consommation 2022

Lecture : en 2018, les ménages résidant dans le secteur de Quimperlé grande couronne réalisaient **5,6%** de leurs dépenses dans les commerces du secteur contre **14,4%** en 2022.

⁷ Quimperlé Grande couronne : Querrien -Locunolé-Arzano-Guilligomarc'h

⁸ Quimperlé petite couronne : Baye-Mellac-Rédéné-Tréméven



3 LE COMMERCE EN CENTRALITÉ : LES CONSOMMATEURS

DES CONSOMMATEURS RÉGULIÈREMENT PRÉSENTS EN CENTRALITÉ

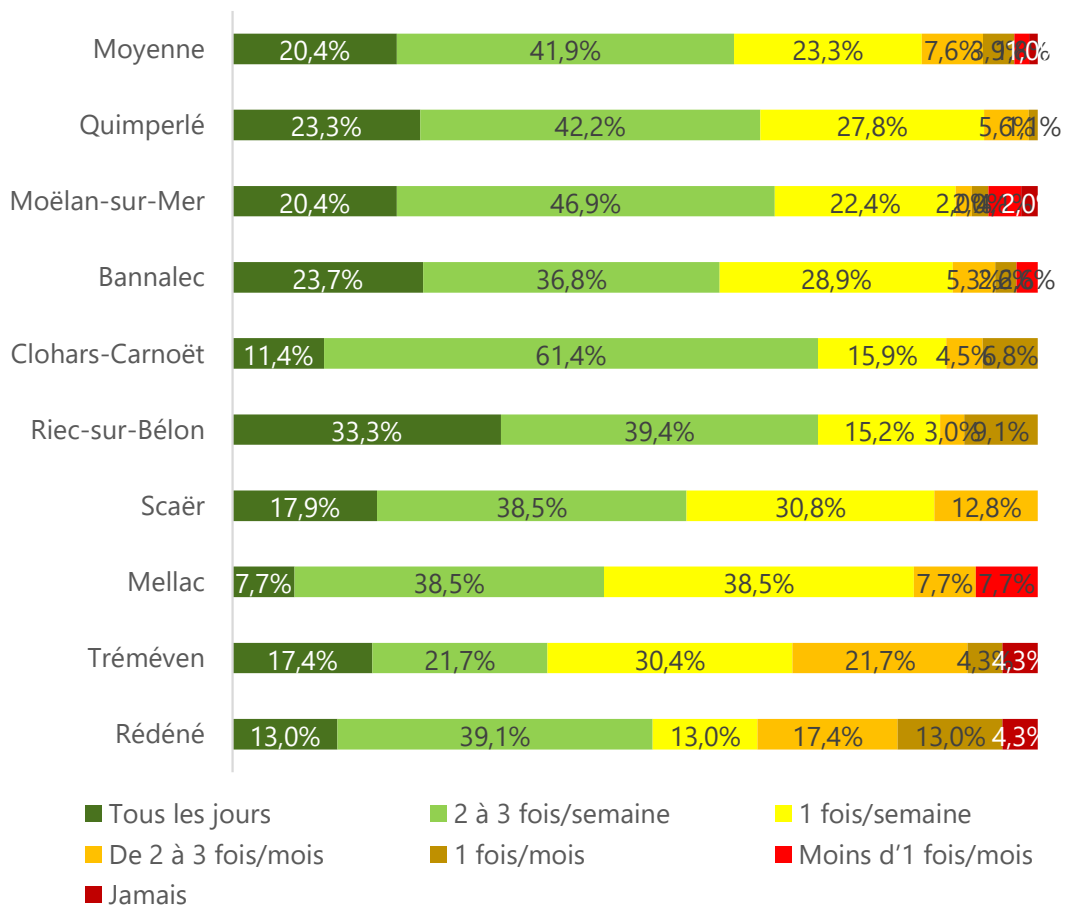
Selon l'enquête réalisée en 2021 par le cabinet Lestoux & Associés⁹ auprès d'un échantillon représentatif de 403 ménages résidant sur le territoire de Quimperlé Communauté, la fréquentation des centralités par les ménages résidants est de bon niveau.

20 % des ménages déclarent fréquenter tous les jours les commerces de leur commune. Le niveau de **fréquentation hebdomadaire atteint en moyenne 85,6%**. Seules les communes de Tréméven et Rédéné étaient en retrait avec 65 % et 69 % de fréquentation hebdomadaire.

Une bonne fréquentation témoigne du dynamisme et de la solidité des liens sociaux. Cependant il n'y a pas de lien systématique entre fréquentation et dépenses dans les commerces.

A QUELLE FREQUENCE VENEZ-VOUS FAIRE DES ACHATS DANS LE CENTRE-VILLE / CENTRE-BOURG DE VOTRE COMMUNE ?

Résultat par commune (plus de 10 répondants par commune)



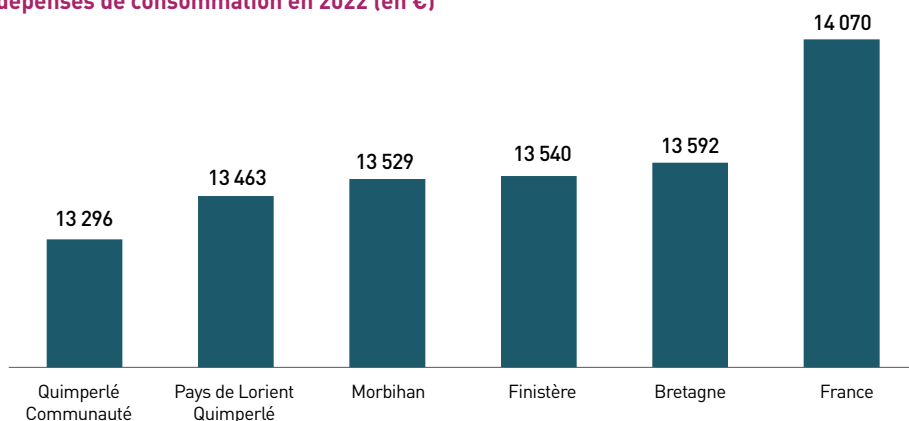
Source : Lestoux & Associés

⁹ Enquête auprès des consommateurs de Quimperlé Communauté – Lestoux & Associés – décembre 2021

LE POTENTIEL DE CONSOMMATION DES MÉNAGES INFÉRIEUR AUX MOYENNES LOCALES ET NATIONALES EN 2022

En 2022, les ménages de Quimperlé Communauté ont dépensé en moyenne 13 296 € dans le commerce de détail. En moyenne, ils ont dépensé 5,5 % de moins que les ménages français en 2022. Cette tendance se vérifie aussi localement pour la Bretagne ainsi que pour le Finistère et le Morbihan.

Les dépenses de consommation en 2022 (en €)



Source : CCI Finistère

DES PROFILS DE POPULATION VARIÉS QUI INFLUENT SUR LES COMPORTEMENTS D'ACHAT

À l'échelle de Quimperlé Communauté, 3 indicateurs sociodémographiques ont été choisis pour observer le profil de la population et son impact en termes de consommation :

- l'évolution de la population ;
- l'indice de jeunesse ;
- le revenu médian.

À l'échelle des communes, 2 autres indicateurs ont été ajoutés, l'un pour mesurer le niveau de renouvellement de la population et l'autre pour prendre en compte les flux de navettes domicile-travail.

À l'échelle de Quimperlé Communauté :

		Moyenne Quimperlé Communauté	Moyenne Bretagne
	Démographie (évolution 2015-2021 en moyenne par an)	0,36 %	0,50 %
	Indice de jeunesse Part des plus de 60 ans (%)	0,65 33,4	0,78 29,5
	Revenu médian (€)	23 000	23 240



Source : Insee



	Taux de croissance de la population	Indice jeunesse 2021	Médiane revenus UC en 2021	Taux de renouvellement de population	Actifs entrants/sortants
Querrien	●	●	●	●	●
Scaër	●	●	●	●	●
Moëlan-sur-Mer	●	●	●	●	●
Saint-Thurien	●	●	●	●	●
Le Trévoux	●	●	●	●	●
Bannalec	●	●	●	●	●
Locunolé	●	●	●	●	●
Rédéné	●	●	●	●	●
Tréméven	●	●	●	●	●
Arzano	●	●	●	●	●
Quimperlé	●	●	●	●	●
Riec-sur-Bélon	●	●	●	●	●
Guilligomarc'h	●	●	●	●	●
Clohars-Carnoët	●	●	●	●	●
Mellac	●	●	●	●	●
Baye	●	●	●	●	●

	Taux de croissance de la population	Indice jeunesse 2021	Médiane revenus UC en 2021	Part des ménages emménagés depuis moins de 5 ans (taux de renouvellement)	Actifs entrants/sortants
●	plus de 0,4%	> 1	supérieure de 5% à la médiane de QC	plus de 27%	part actifs entrants > sortants ou parts proches
●	de 0,35 à 0,39%	de 0,91 à 0,75	supérieure entre 0 et 5% à la médiane de QC	plus de 24%	part actifs entrants < sortants de 16 à 20%
●	de 0 à 0,24%	de 0,64 à 0,52	inférieure de moins de 5% à la médiane de QC	plus de 21%	part actifs entrants < sortants de plus de 20%
●	évolution négative	de 0,46 à 0,34	inférieure de plus de 5% à la médiane de QC	moins de 20%	part actifs entrants < sortants de plus de 50%

Définitions :

Taux de croissance de la population : variation annuelle moyenne de la population entre 2015 et 2021 en % (source : INSEE).

Indice de jeunesse : part des moins de 20 ans sur les plus de 60 ans (source INSEE).

Médiane des revenus par unité de consommation : la médiane du revenu disponible correspond au niveau au-dessous duquel se situent 50 % de ces revenus. C'est de manière équivalente le niveau au-dessus duquel se situent 50 % des revenus. L'unité de consommation permet de tenir compte de la taille des ménages : 1 UC au premier adulte du ménage, 0,5 UC aux autres personnes de 14 ans ou plus et 0,3 UC aux enfants de moins de 14 ans (source INSEE).

Taux de renouvellement de la population : part des ménages installés depuis moins de 5 ans. Indicateur qui souligne l'arrivée de nouvelle population ou le desserrement des ménages qui implique des besoins en logements, en consommation (source INSEE).

Actifs entrants/sortants : différence (en pts) entre la part des actifs travaillant à l'extérieur de leur commune de résidence et la part des emplois de la commune occupés par des actifs résidant à l'extérieur de la commune (source INSEE).

CINQ PROFILS TYPES DE CONSOMMATEURS SUR LE TERRITOIRE

Selon l'enquête réalisée en 2021 (Lestoux & Associés), 5 profils de consommateurs se dégagent sur le territoire de l'agglomération.

■ 22 % de « contraints » (poids dans l'échantillon) et 25 % (moyenne nationale)

Plutôt des catégories socioprofessionnelles plus modestes, des retraités modestes, les contraints se caractérisent par des priorités fortes sur les prix, la réparabilité, les achats d'occasion mais aussi les achats en ligne.

Tendances d'achat spécifiques : les achats d'occasion, les achats en ligne

■ 21 % « d'affectifs » (poids dans l'échantillon) et 20 % (moyenne nationale)

En recherche de convivialité, ils sont adeptes des produits gourmands qu'ils consomment sur place ou à domicile.

Tendances d'achat spécifiques : livraison à domicile, espaces de convivialité, attractivité des marchés

■ 21 % de « Less is More » (poids dans l'échantillon) et 20 % (moyenne nationale)

Soucieux de l'impact environnemental de leur consommation, ils déclarent vouloir moins consommer par choix et privilégient la réparabilité des produits, l'occasion...

Tendances d'achat spécifiques : la RSE des commerçants, les achats d'occasion.

■ 19 % de « compulsifs » (poids dans l'échantillon) et 20 % (moyenne nationale)

Plutôt jeunes, actifs, familles avec enfants. Ils sont adeptes de la consommation sous toutes ses formes : les achats pour se faire plaisir, les achats en ligne mais aussi les achats d'occasion.

Tendances d'achat spécifiques : adaptation des horaires, achats d'occasion, achats en ligne et livraison à domicile.

■ 17 % de « solidaires » (poids dans l'échantillon) et 15 % (moyenne nationale)

Une consommation axée sur l'utile mais une capacité à dépenser même si c'est pour l'intérêt général et la sauvegarde du commerce de proximité.

Tendances d'achat spécifiques : RSE des commerçants.

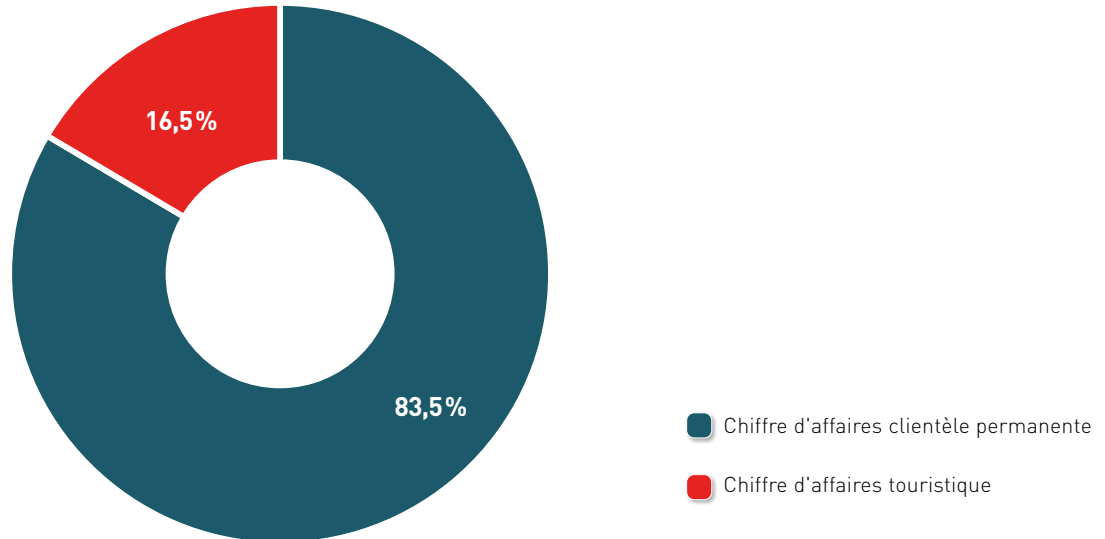


L'INFLUENCE TOURISTIQUE SUR LE POTENTIEL DE CONSOMMATION DU TERRITOIRE

Selon l'étude REFLET¹⁰ de 2022, la consommation touristique sur le territoire de Quimperlé Communauté est estimée à **61,2 millions d'euros**. Le budget moyen par séjour est estimé à 1027€ (contre 805 € pour Lorient Agglomération). Cette différence s'explique notamment par des séjours en moyenne plus longs sur Quimperlé Communauté : 6,3 jours en moyenne contre 4,8 jours sur Lorient Agglomération.

Les données de l'enquête consommateurs de 2022 estiment l'activité commerciale, c'est-à-dire les dépenses des ménages réalisées dans les commerces de Quimperlé Communauté, à **310,7 millions d'euros**. Le poids théorique de la clientèle touristique peut donc être évalué à **16,5 % du marché théorique global**, ce qui témoigne d'une influence touristique plutôt élevée (le poids théorique de la clientèle touristique sur Lorient Agglomération est estimé à 6,5 %).

Poids théorique de la clientèle touristique sur Quimperlé Communauté



Données REFLET/CCI

¹⁰ REFLET : Région enquête Fréquentation et Loisirs. Enquête auprès des visiteurs réalisée tous les 5 ans par le Comité Régional du Tourisme de Bretagne





4 LE COMMERCE EN CENTRALITÉ : INDICATEURS D'ORGANISATION ET DE POLARISATION URBAINE

LA PRÉSENCE D'ÉQUIPEMENTS EN CENTRALITÉ : UN ATOUT POUR LE COMMERCE DES CENTRALITÉS DE QUIMPERLÉ COMMUNAUTÉ

L'attractivité d'une centralité est le résultat d'une équation entre plusieurs éléments :

- la présence d'équipements et services qui produisent des flux de personnes susceptibles de fréquenter les commerces ;
- une clientèle suffisante à proximité (habitants, actifs...) ;
- un effet de masse du commerce produit par des linéaires plus ou moins compacts et denses ;
- des vitrines valorisées et harmonieuses.

Ainsi, 3 critères et 5 indicateurs ont été retenus pour analyser les centralités principales :

1. Commercialité : évaluation qui prend en compte l'effet de masse ou dilution du linéaire commercial, la visibilité de l'offre ainsi que l'identité du linéaire au travers du traitement visuel des enseignes et des façades.

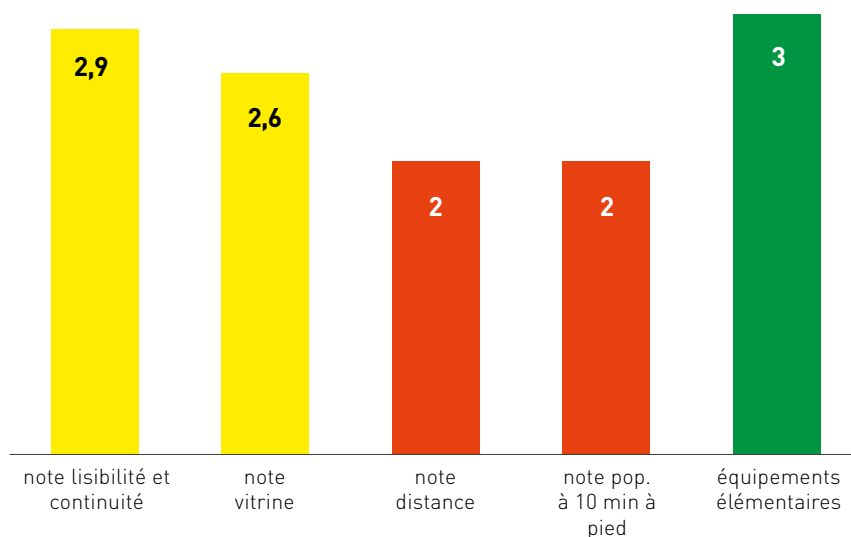
- Une note /5 pour la **lisibilité et la continuité du commerce**.
- Une note /5 pour **les vitrines commerciales**.

2. Clientèle de proximité potentielle : évaluation qui prend en compte le **temps à pied** entre la locomotive alimentaire principale et le cœur de la centralité ainsi que le volume de population résidant à 10 minutes à pied du centre-bourg.

- Une note /5 sur la **distance à pied entre le cœur de centralité et la locomotive alimentaire**.
- Une note /5 en fonction du **volume de population résidant dans un périmètre de 10 minutes à pied** à partir du cœur de bourg.

3. Équipements élémentaires : évaluation liée au nombre d'équipements d'enseignement du quotidien (écoles, collèges, lycées) et de santé du quotidien (médecins, dentistes, kinésithérapeutes) présents dans la centralité.

Notes médianes (sur 5) – synthèse Quimperlé Communauté



Source : AudéLor

À l'échelle des communes, les résultats sont diversifiés. Ils mettent en évidence les points qui seraient à travailler à l'échelle des centralités.

En synthèse, voici comment se positionnent les communes de l'intercommunalité :

■ **Commercialité : note médiane de 2,7/ 5**

2 communes sur 16 avec un bon niveau, 7 sur 16 avec un niveau moyen.

■ **Clientèle de proximité potentielle : note médiane de 2 /5**

1 commune (Quimperlé) avec plus de 2000 habitants à 10 minutes à pied du centre,
8 communes sur 16 avec un faible potentiel de consommateurs à proximité.

■ **Équipements élémentaires : note médiane de 3/5**





7 communes sur 16 avec niveau satisfaisant.



	Commercialité	Clientèle de proximité potentielle	Équipements élémentaires
Arzano	●	●	●
Bannalec	●	●	●
Baye	●	●	●
Clohars-Carnoët	●	●	●
Guilligomarc'h	●	●	●
Le Trévoux	●	●	●
Locunolé	●	●	●
Mellac	●	●	●
Moëlan-sur-Mer	●	●	●
Querrien	●	●	●
Quimperlé "cœur de ville basse"	●	●	●
Quimperlé "cœur de ville haute"	●	●	●
Quimperlé "Rue Thiers"	●	●	●
Quimperlé quartier de la gare	●	●	●
Rédéné	●	●	●
Riec-sur-Bélon	●	●	●
Saint-Thurien	●	●	●
Scaër	●	●	●
Tréméven	●	●	●



Source : AudéLor

Notes /5	Commercialité	Clientèle de proximité potentielle	Équipements élémentaires
	> 4	> 5	> 4
	≤ 3,5	≤ 3,5	< 4
	≤ 2,5	≤ 2,5	≤ 2
	>1	≤ 1	≤ 1

Source : AudéLor

Détail des notations

Notes	Distance à pied entre le cœur de centralité et la locomotive alimentaire
≤ 1	pas de locomotive alimentaire d'au moins 300 m ² de surface de vente à 10 minutes à pied du centre
2	entre 15 et 13 minutes à pied
3 à 4	à moins de 15 minutes mais à plus de 5 minutes
5	moins de 5 minutes

Notes	Volume de population à 10 minutes du cœur de centralité
≤ 1	moins de 500 habitants
2	moins de 900 habitants
3 à 4	entre 1 300 et 1 500 habitants
5	plus de 1 500 habitants

Notes	Présence d'équipements élémentaires
≤ 1	pas d'équipements
2	2 équipements
3	3 à 5 équipements
4	6 à 9 équipements
5	plus de 9 équipements

Notes	Lisibilité et continuité du commerce en centralité
≤ 1	Linéaires commerciaux limités autour d'un centre historique ou activité commerciale déconnectée du centre
2	Linéaires commerciaux ponctués de micro-pôles qui alternent avec une offre plutôt discontinue
3 à 4	Linéaires commerciaux plus denses et structurés
5	Linéaires denses et continus très présents

Notes	Vitrines commerciales
≤ 1	Faible densité de vitrines plutôt moyennement attractives
2	Quelques vitrines se démarquent mais une ambiance globale qui manque d'harmonie
3 à 4	Des vitrines actuelles avec design contemporain davantage présentes qui alternent avec quelques façades moins modernes
5	Vitrines très qualitatives et cohérence visuelle plus marquée

Source : AudéLor



5 CARTOGRAPHIES DU COMMERCE DANS LES CENTRALITÉS

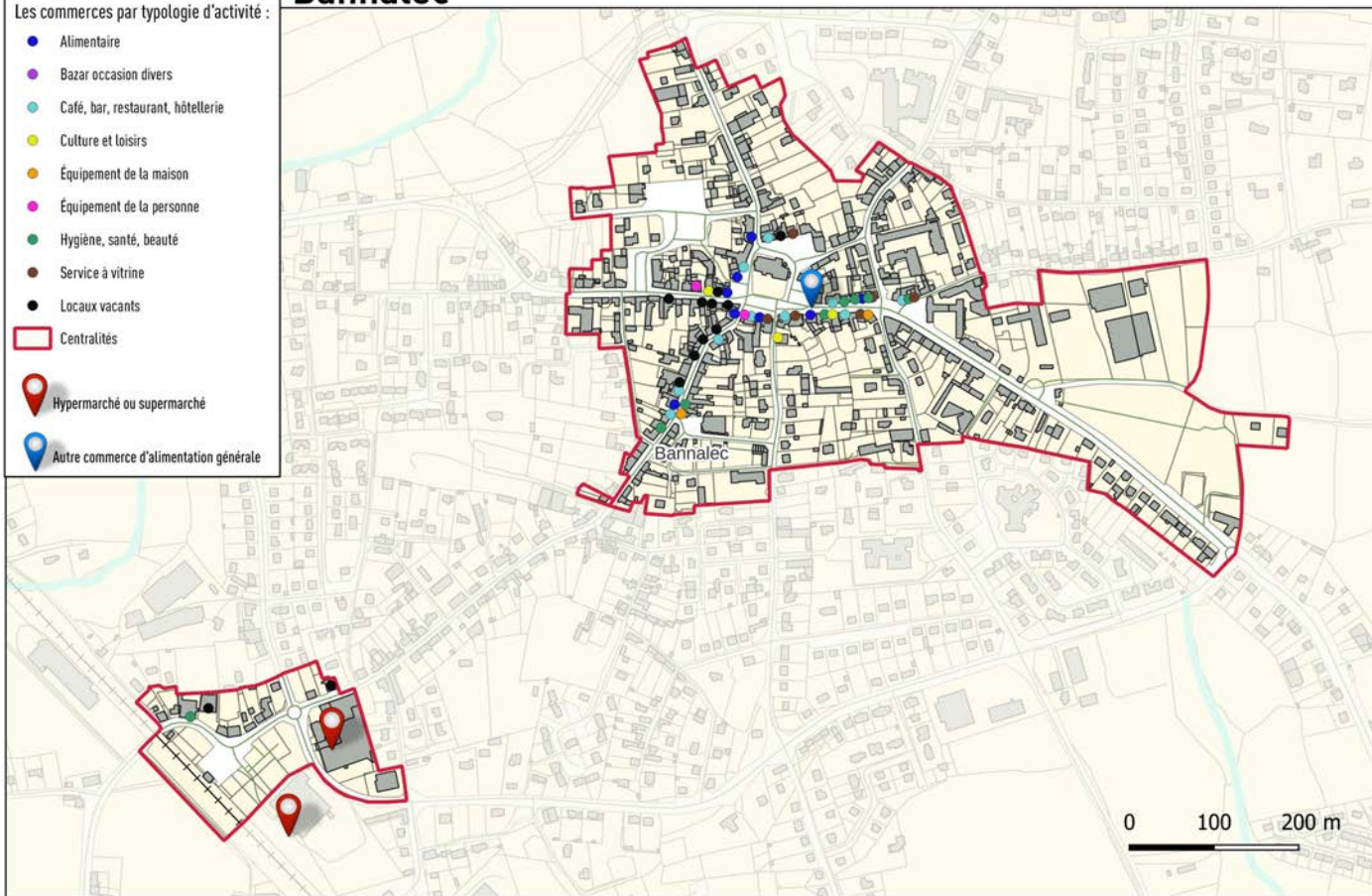


Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024

Bannalec

Les commerces par typologie d'activité :

- Alimentaire
- Bazar occasion divers
- Café, bar, restaurant, hôtellerie
- Culture et loisirs
- Équipement de la maison
- Équipement de la personne
- Hygiène, santé, beauté
- Service à vitrine
- Locaux vacants
- Centralités
- 📍 Hypermarché ou supermarché
- 📍 Autre commerce d'alimentation générale

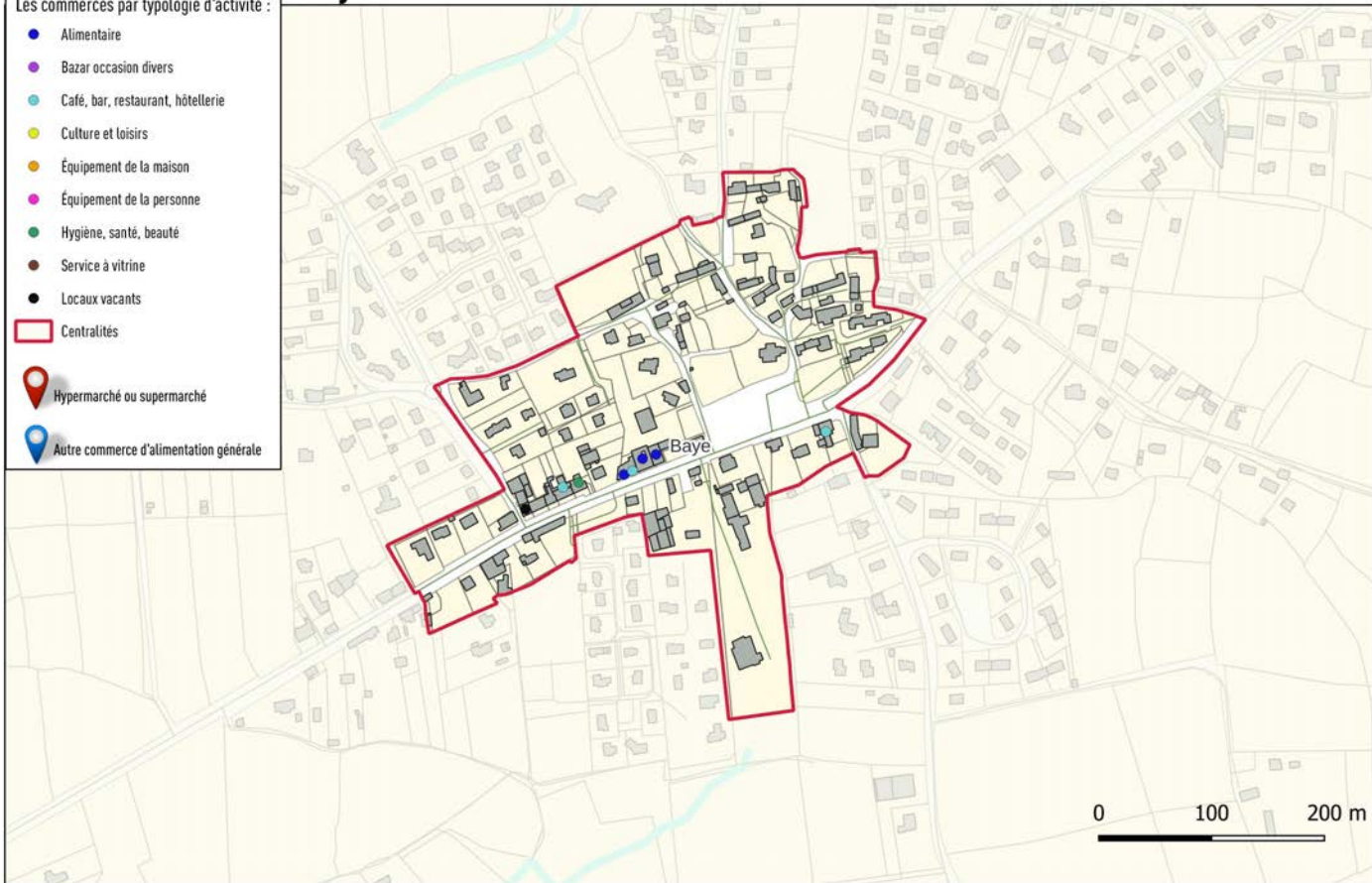


Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024

Baye

Les commerces par typologie d'activité :

- Alimentaire
- Bazar occasion divers
- Café, bar, restaurant, hôtellerie
- Culture et loisirs
- Équipement de la maison
- Équipement de la personne
- Hygiène, santé, beauté
- Service à vitrine
- Locaux vacants
- Centralités
- 📍 Hypermarché ou supermarché
- 📍 Autre commerce d'alimentation générale

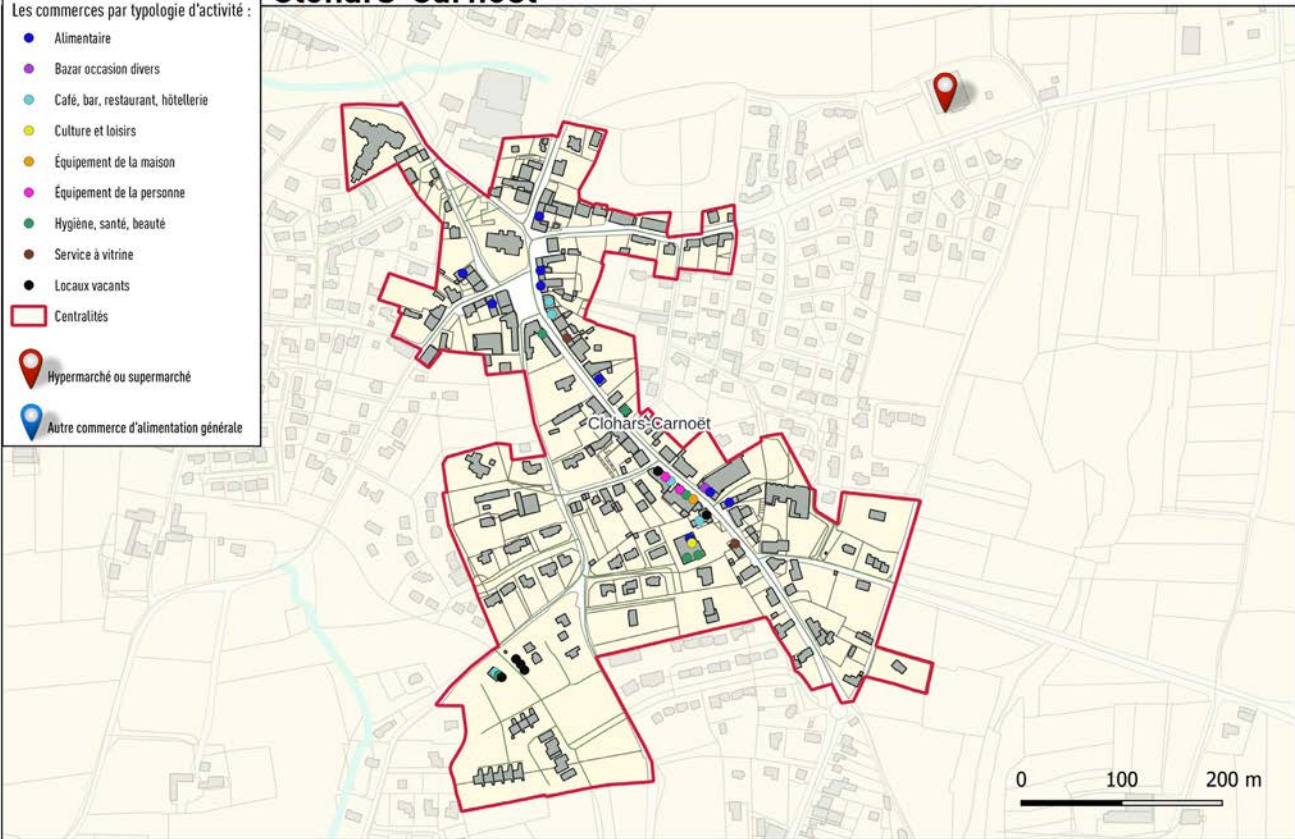


Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024



Clohars-Carnoët

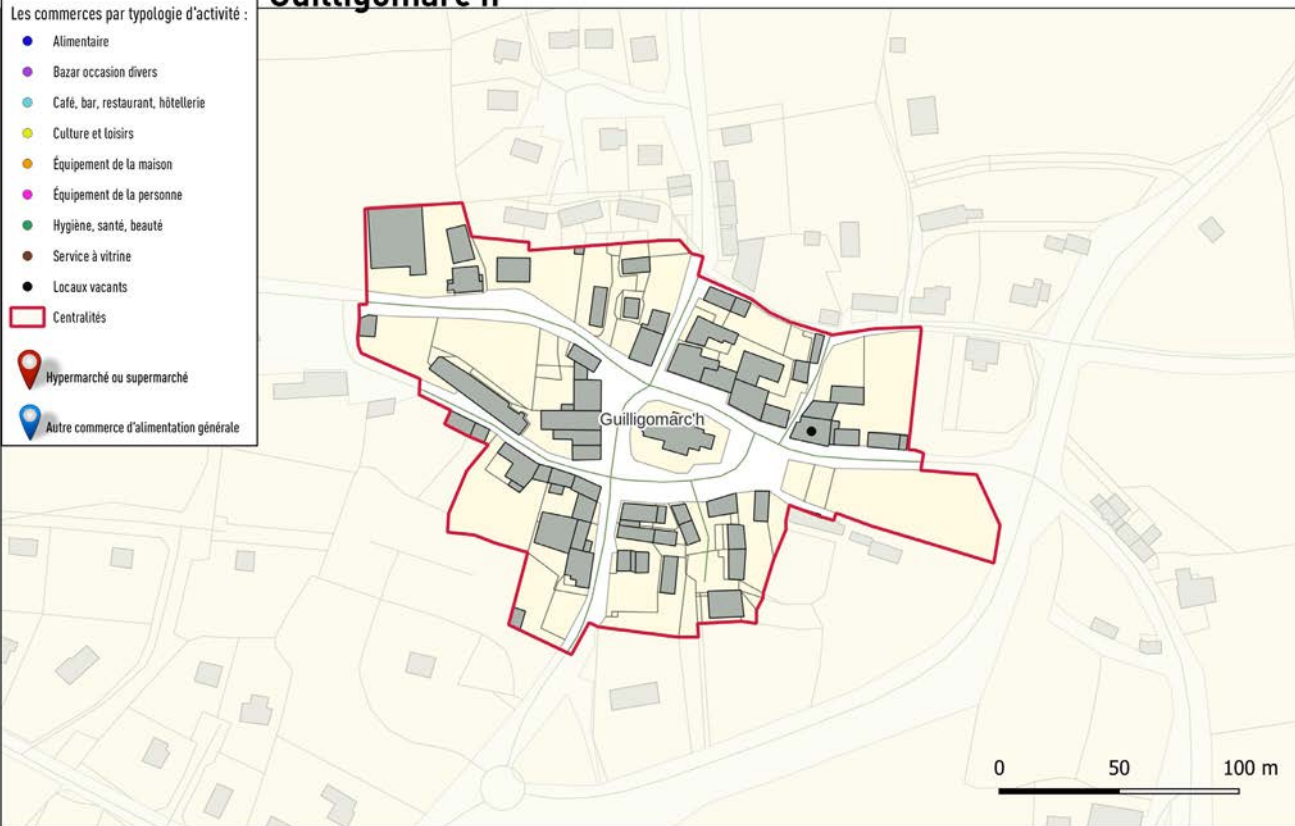
- Les commerces par typologie d'activité :
- Alimentaire
 - Bazar occasion divers
 - Café, bar, restaurant, hôtellerie
 - Culture et loisirs
 - Équipement de la maison
 - Équipement de la personne
 - Hygiène, santé, beauté
 - Service à vitrine
 - Locaux vacants
 - Centralités
 - 📍 Hypermarché ou supermarché
 - 📍 Autre commerce d'alimentation générale



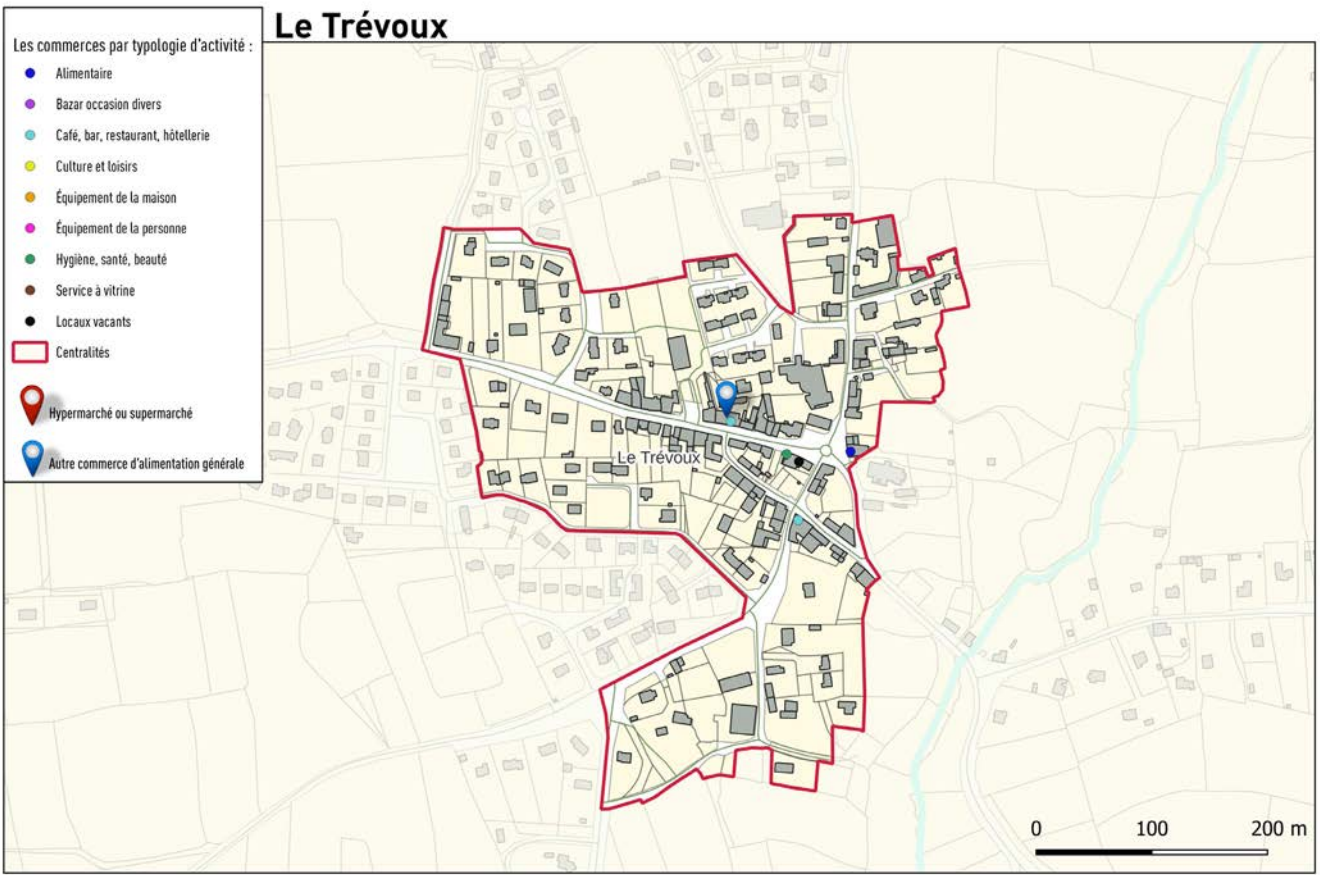
Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024

Guilligomarc'h

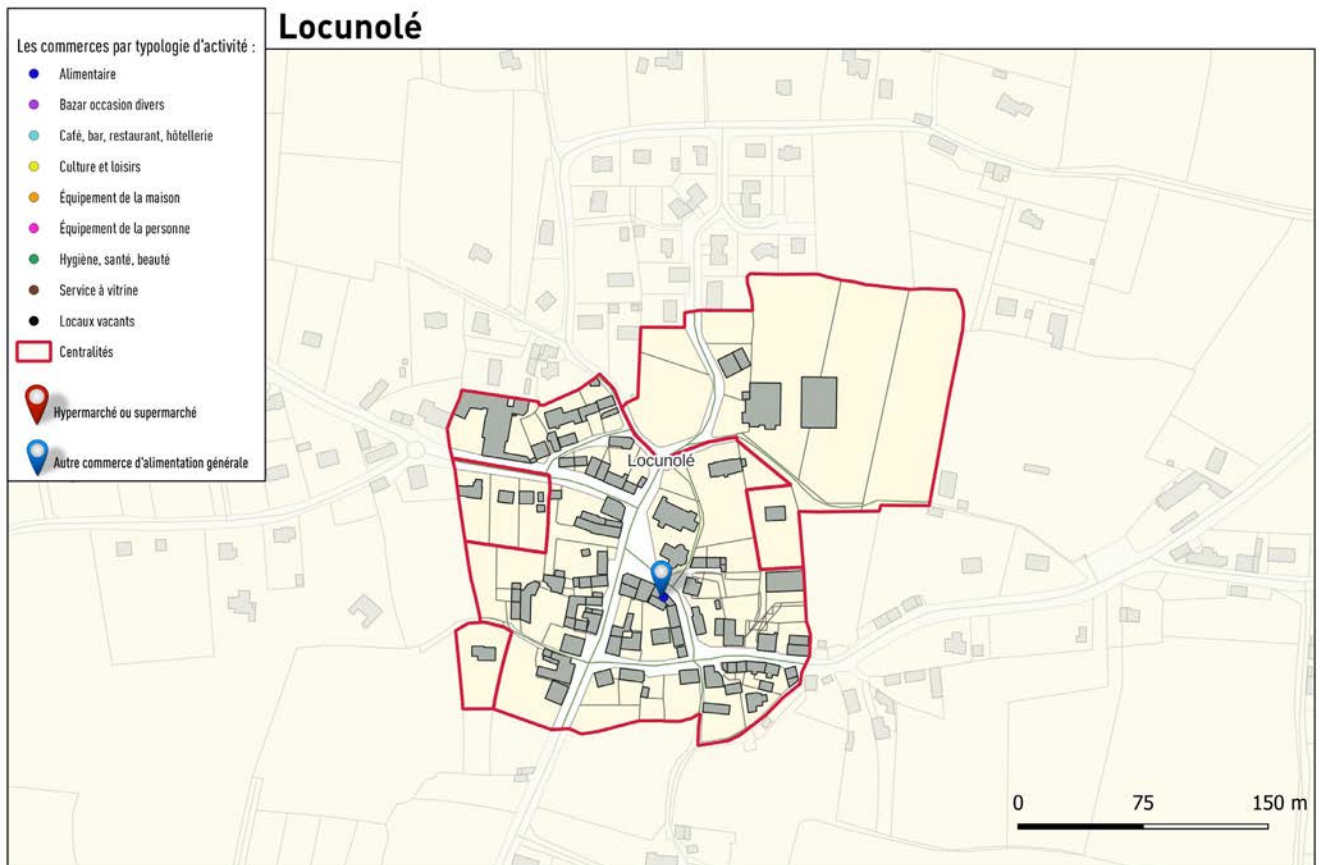
- Les commerces par typologie d'activité :
- Alimentaire
 - Bazar occasion divers
 - Café, bar, restaurant, hôtellerie
 - Culture et loisirs
 - Équipement de la maison
 - Équipement de la personne
 - Hygiène, santé, beauté
 - Service à vitrine
 - Locaux vacants
 - Centralités
 - 📍 Hypermarché ou supermarché
 - 📍 Autre commerce d'alimentation générale



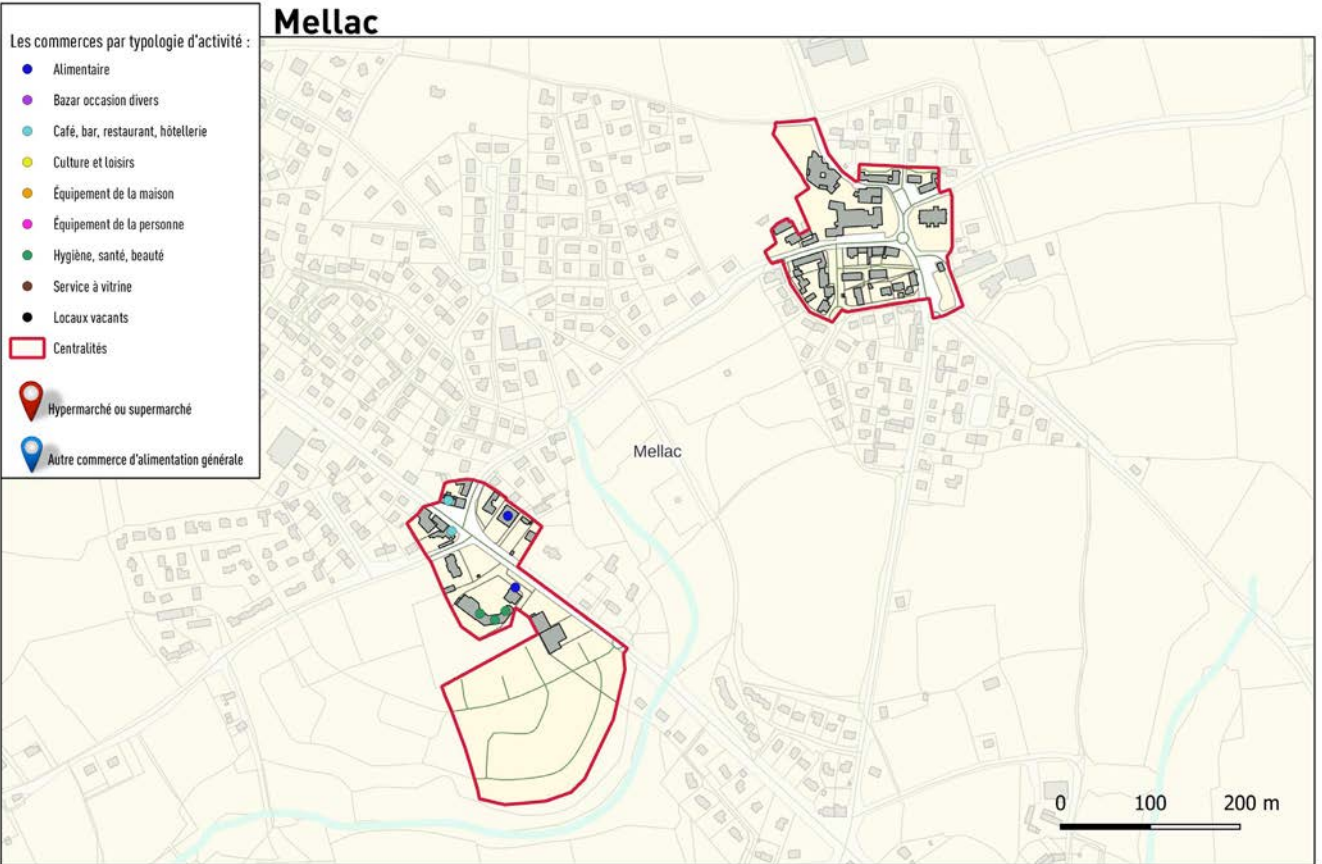
Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024



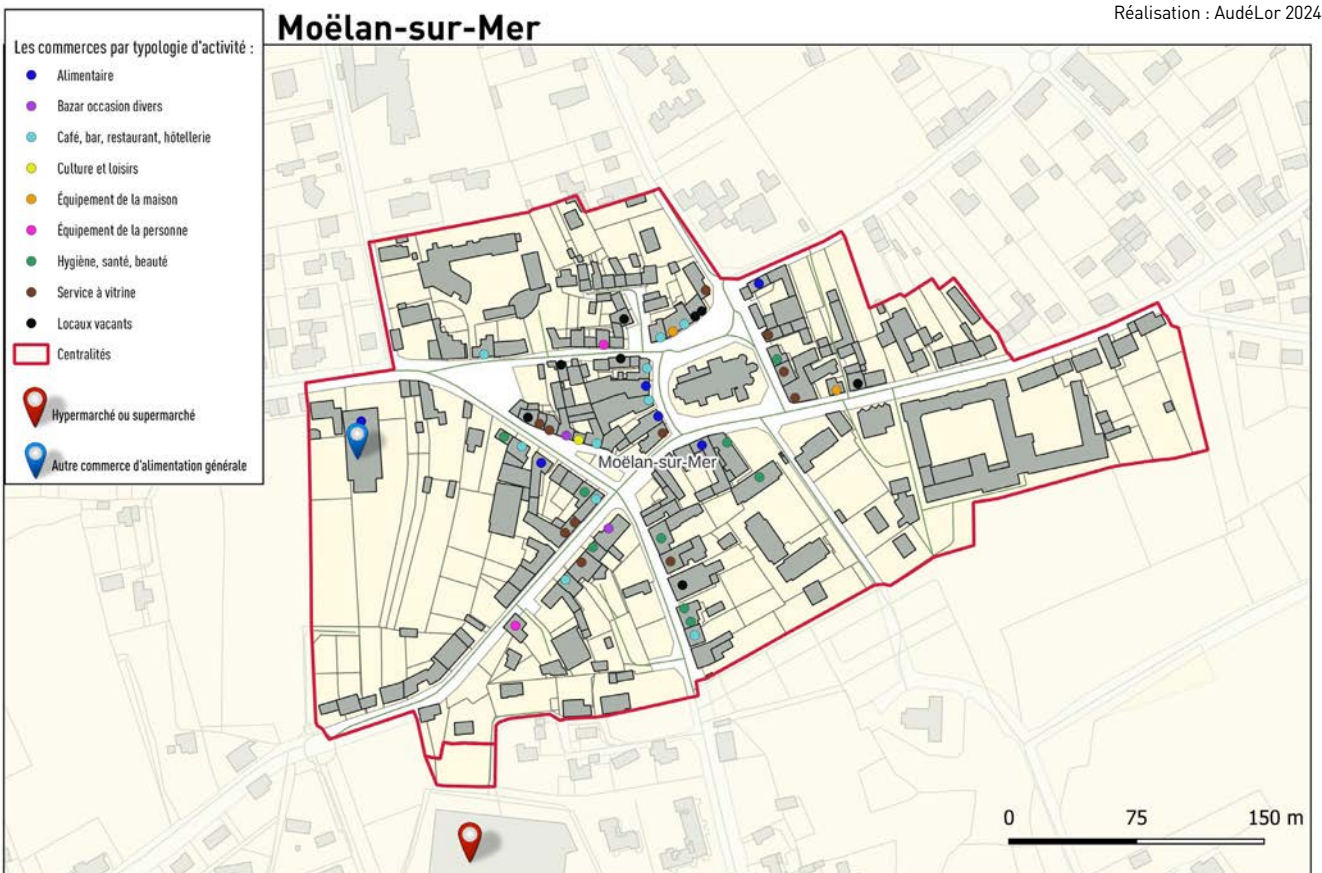
Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024



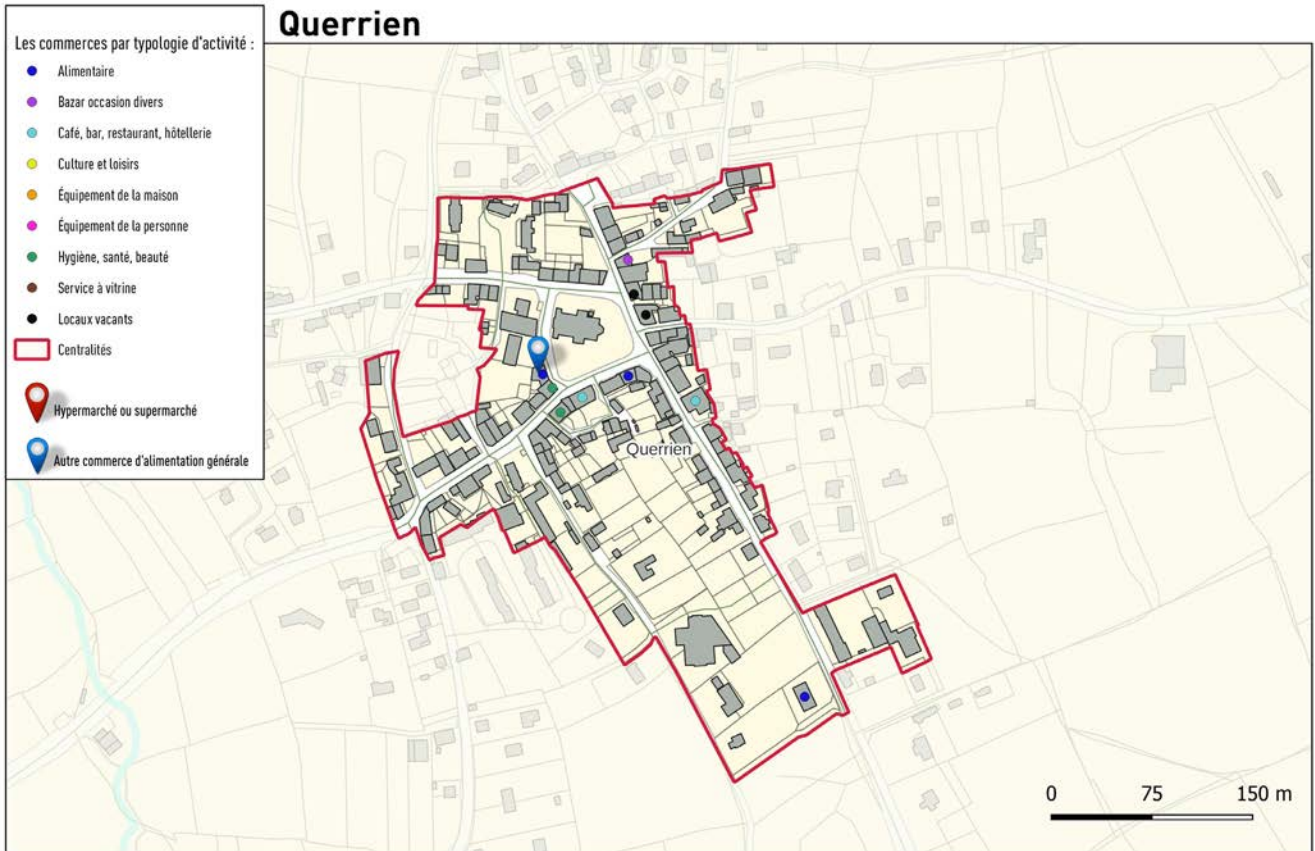
Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024



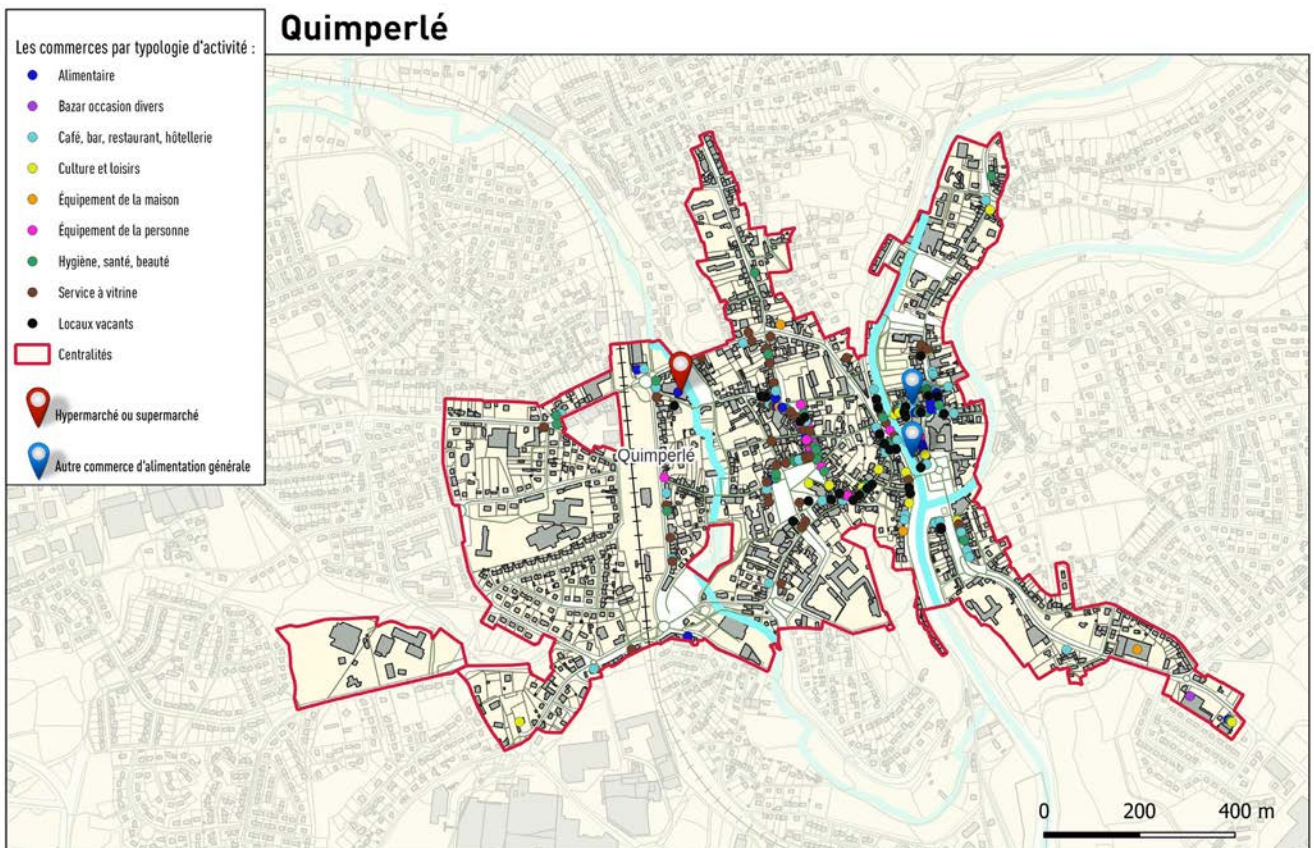
Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024



Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024



Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024



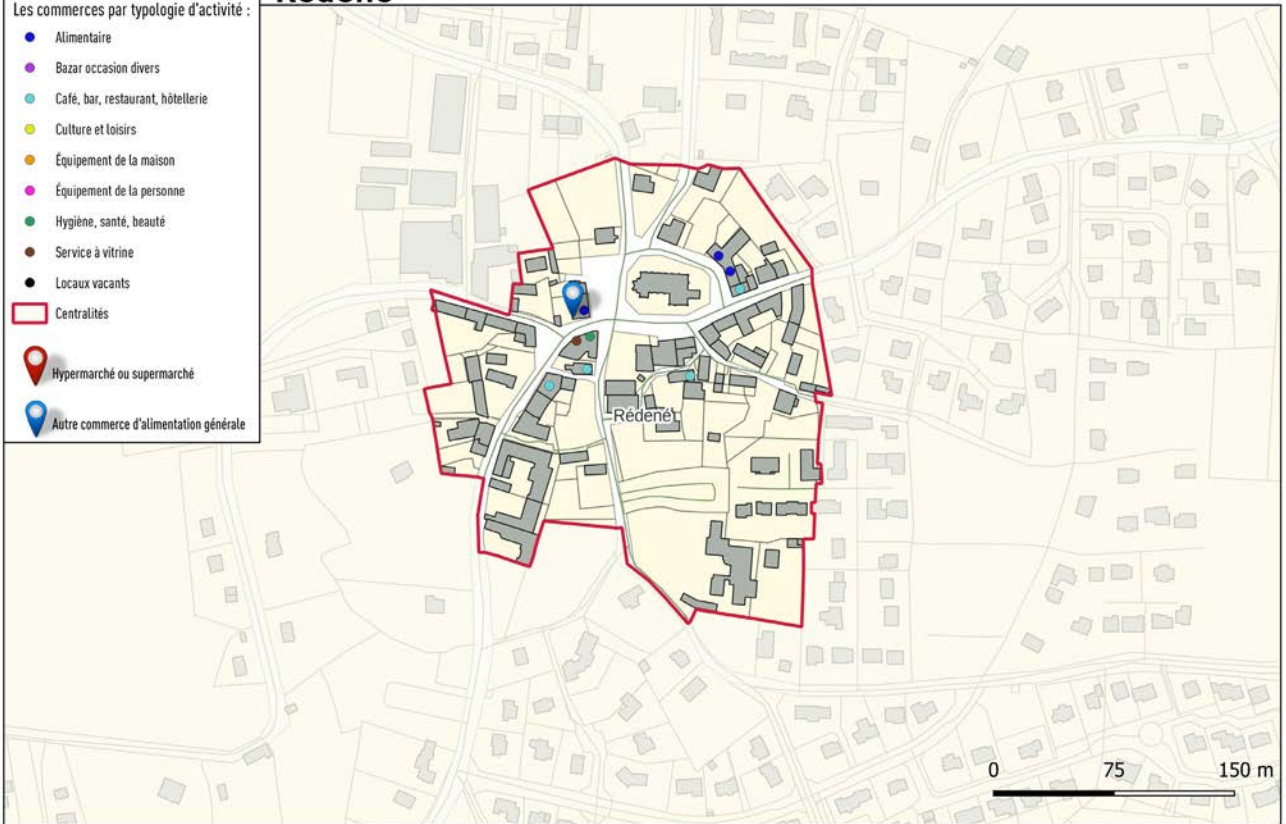
Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024



Rédéné

Les commerces par typologie d'activité :

- Alimentaire
- Bazar occasion divers
- Café, bar, restaurant, hôtellerie
- Culture et loisirs
- Équipement de la maison
- Équipement de la personne
- Hygiène, santé, beauté
- Service à vitrine
- Locaux vacants
- Centralités
- 📍 Hypermarché ou supermarché
- 📍 Autre commerce d'alimentation générale

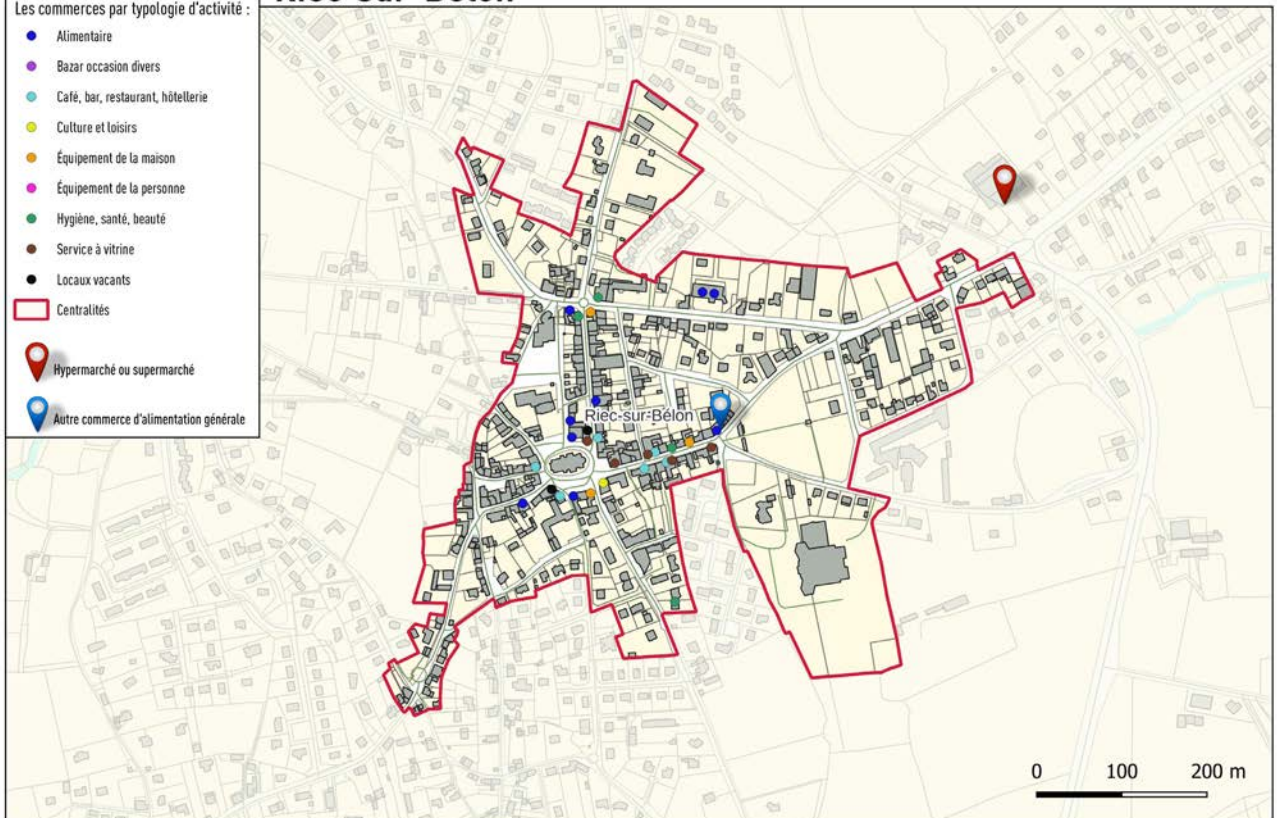


Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024

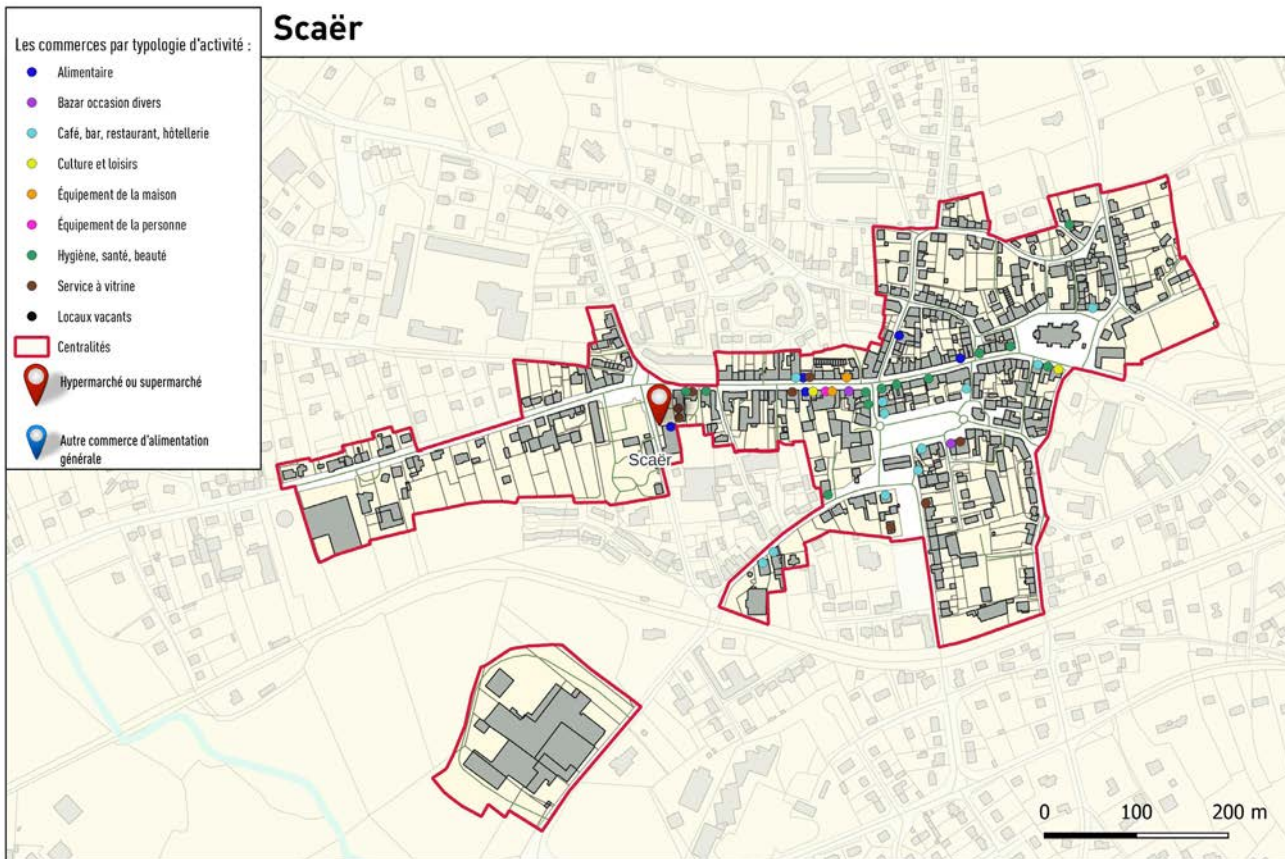
Riec-sur-Belon

Les commerces par typologie d'activité :

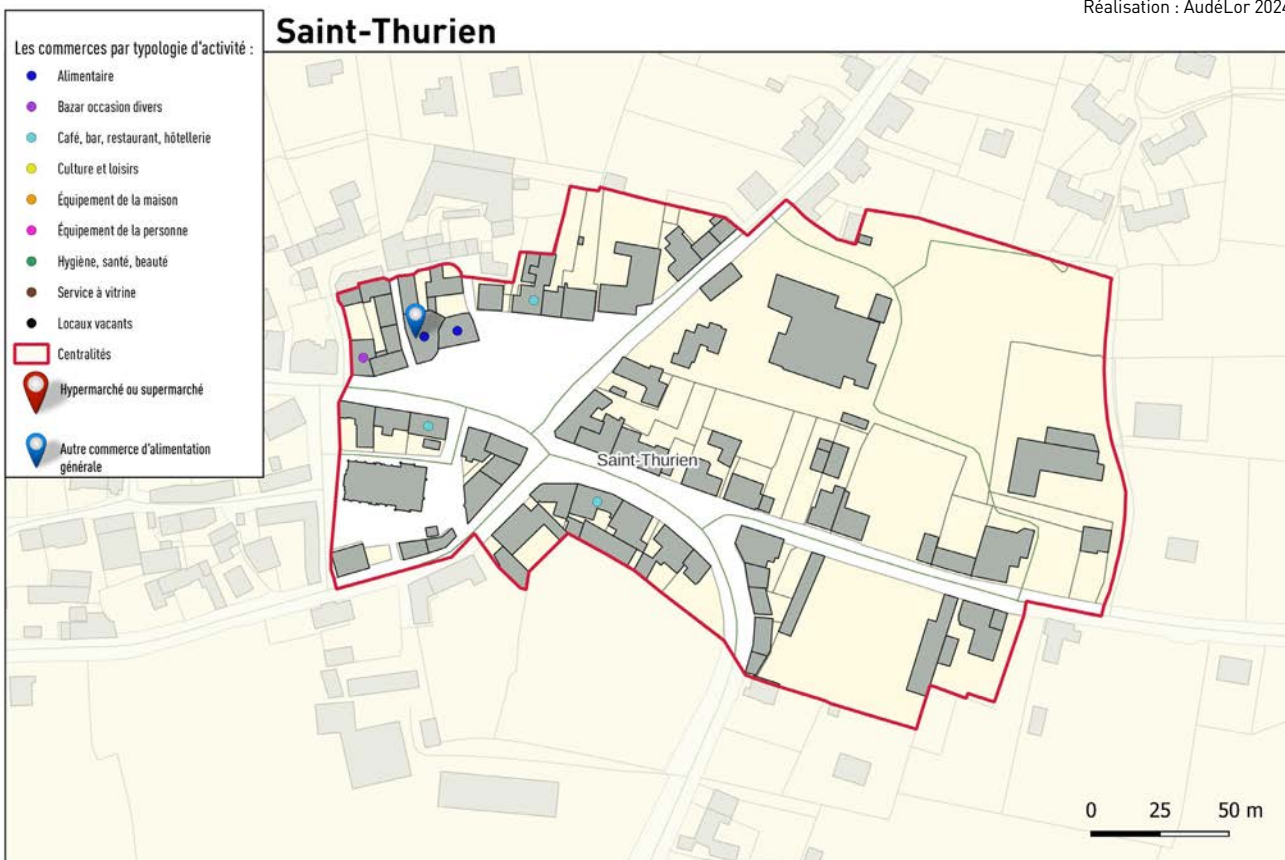
- Alimentaire
- Bazar occasion divers
- Café, bar, restaurant, hôtellerie
- Culture et loisirs
- Équipement de la maison
- Équipement de la personne
- Hygiène, santé, beauté
- Service à vitrine
- Locaux vacants
- Centralités
- 📍 Hypermarché ou supermarché
- 📍 Autre commerce d'alimentation générale



Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024



Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024



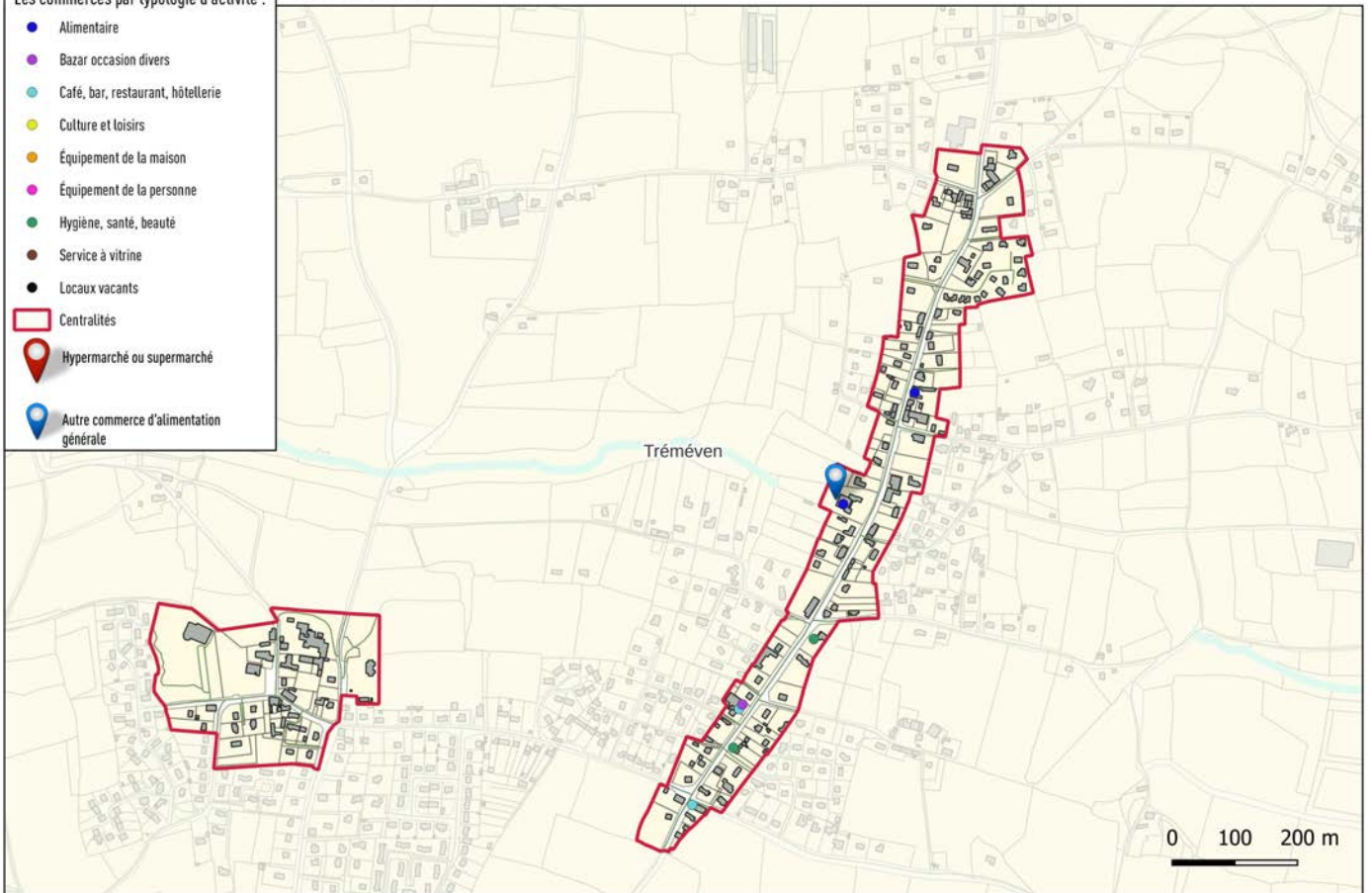
Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024



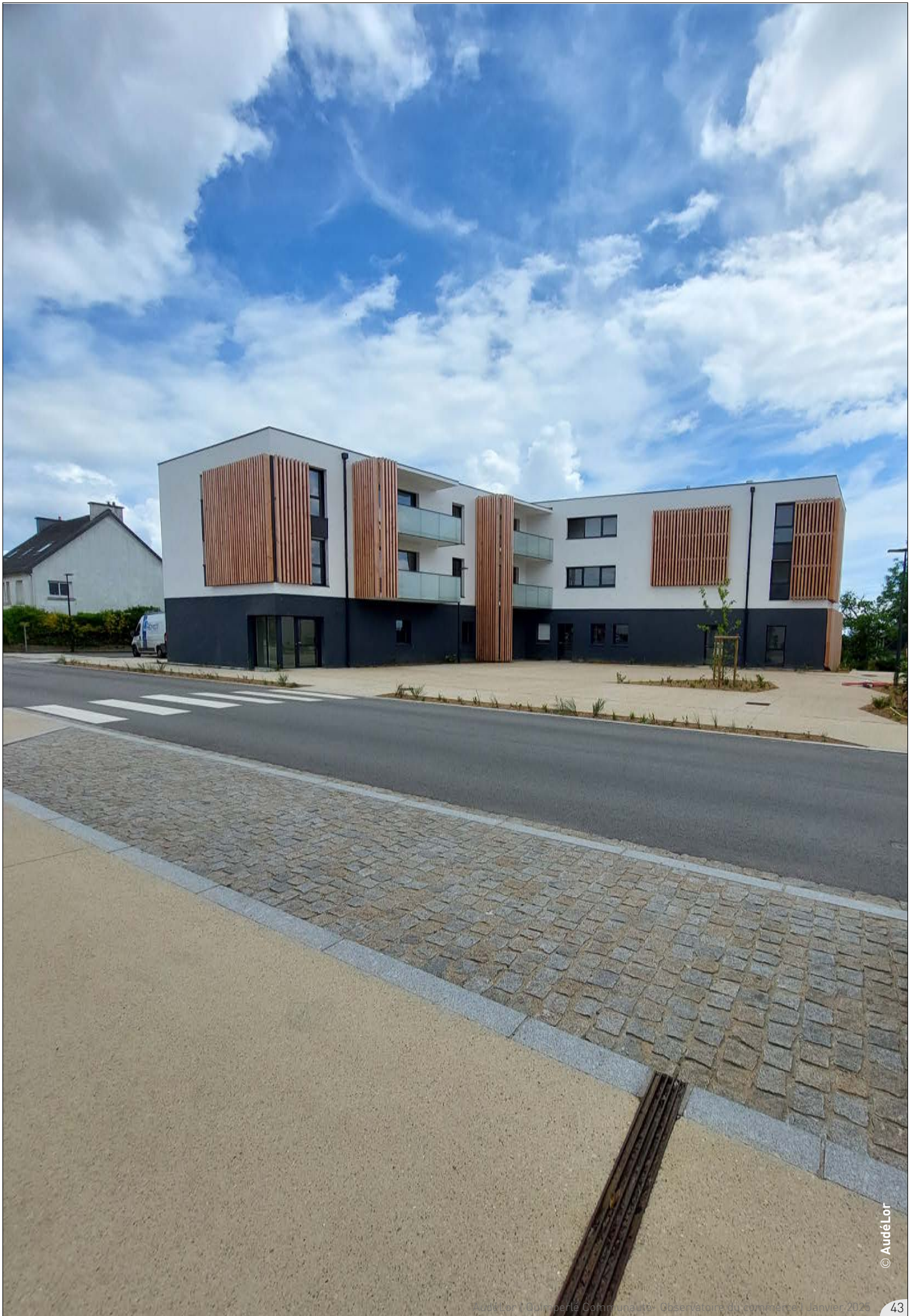
Tréméven

Les commerces par typologie d'activité :

- Alimentaire
- Bazar occasion divers
- Café, bar, restaurant, hôtellerie
- Culture et loisirs
- Équipement de la maison
- Équipement de la personne
- Hygiène, santé, beauté
- Service à vitrine
- Locaux vacants
- Centralités
- 📍 Hypermarché ou supermarché
- 📍 Autre commerce d'alimentation générale



Source : GEO Commerces, Quimperlé Communauté
Réalisation : AudéLor 2024





6 ANNEXES

Annexe 1

Communes	2019				2024				Évolution du taux de vacance	Évolution du nombre de locaux vacants	Évolution du nombre de locaux actifs
	Nombre de locaux actifs	Nombre de locaux vacants	Total locaux	Taux de vacance (%)	Nombre de locaux actifs	Nombre de locaux vacants	Total locaux	Taux de vacance (%)			
ARZANO	7	2	9	22,2	4	3	7	42,9	↑	1	-3
BANNALEC	42	9	51	17,6	39	11	50	22	↑	2	-3
BAYE	6	1	7	14,3	7	1	8	12,5	↓	0	1
CLOHARS-CARNOËT	24	2	26	7,7	27	6	33	18,2	↑	4	3
GUILLIGOMARC'H	0	2	2	100		1	1	100	↔	-1	0
LE TRÉVOUX	2	0	2	0	4	1	5	20	↑	1	2
LOCUNOLÉ	0	0	0		1	0	1	0	↔	0	1
MELLAC	6	0	6	0	7	0	7	0	↔	0	1
MOËLAN-SUR-MER	42	8	50	16	44	7	51	13,7	↓	-1	2
QUERRIEN	12	0	12	0	8	2	10	20	↑	2	-4
QUIMPERLÉ	181	53	234	22,6	186	33	219	15,1	↓	-20	5
RÉDÉNÉ	7	0	7	0	9	0	9	0	↔	0	2
RIEC-SUR-BÉLON	24	5	29	17,2	28	2	30	6,7	↓	-3	4
SCAËR	41	16	57	28,1	43	17	60	28,3	↔	1	2
ST-THURIEN	6	2	8	25	6	1	7	14,3	↓	-1	0
TRÉMÉVEN	6	0	6	0	7	0	7	0	↔	0	1
TOTAL GÉNÉRAL	406	100	506	19,8	420	85	505	16,8	↓	-15	14

Source : AudéLor

Annexe 2

Bilan des points saillants lors des entretiens

1. Le renforcement des centralités commerciales grâce aux projets urbains et aux soutiens à la vie commerciale

Plusieurs communes ont développé des projets urbains visant à renforcer la centralité (projets d'habitat, de services médicaux...). Les services de santé (maison médicale...) sont souvent au cœur de la dynamique. La question de la création d'espaces de bureaux partagés / espaces de coworking dans les centres-bourgs est également posée.

2. Un investissement des collectivités assez soutenu dans les locaux commerciaux (achat et location de locaux commerciaux par la collectivité)

Retours plutôt positifs – expériences à mutualiser ?

3. Une adaptation de l'offre commerciale qui s'est développée sur le territoire de Quimperlé Communauté

- Les food-truck
- Les producteurs locaux (mais à valoriser davantage en lien avec les projets intercommunaux en cours)
- Les marchés
- Magasins avec casiers de retrait
- Épiceries solidaires
- Guinguettes éphémères
- Concepts mixtes

4. Des relations globalement inconstantes avec les acteurs du commerce (propriétaires de locaux et commerçants)

- Cela induit parfois peu de visibilité sur le devenir de certains locaux vacants et ne permet pas d'anticiper suffisamment des départs en retraite (question de la transmission/cession).

5. Spécificités littorales

- La saisonnalité des commerces induit une dualité des dynamiques (hiver/été) : impact sur la vie du bourg ?
- Manque de locaux commerciaux disponibles en centralité de bord de mer
- Attractivité pour le tourisme qui va se renforcer (arrivée du musée Gauguin à Clohars-Carnoët)

AudÉLOR
DÉVELOPPEUR DE TERRITOIRE

12 avenue de la Perrière
56324 Lorient cedex
02 97 12 06 40

www.audelor.com

Suivez-nous



Pour télécharger
les communications
d'AudéLor : www.audelor.com

