



---

Plan local d'urbanisme

---

**Commune de Plouhinec**

---

**Rapport de Présentation - tome 1**

---

# **Annexe 11 - Commerce**

---

Juin 2024



---

## Sommaire

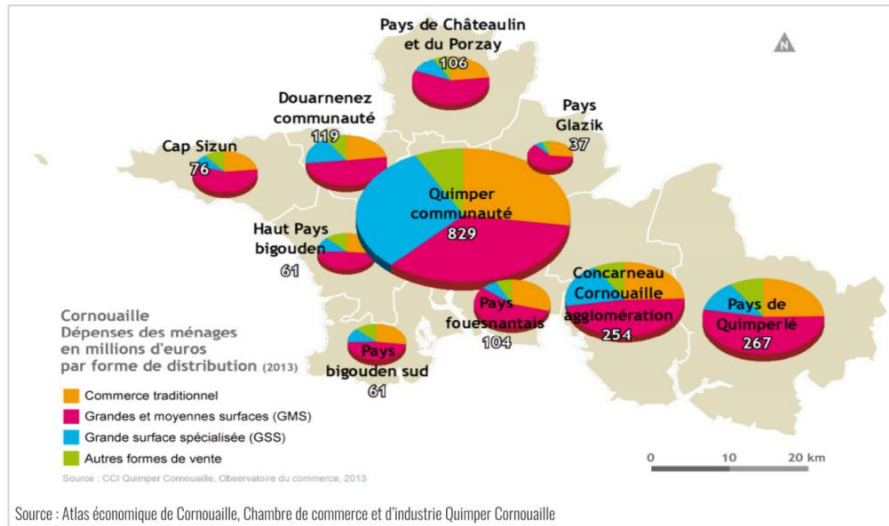
|    |                                                                              |    |
|----|------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1- | Les constats à l'échelle de l'Ouest Cornouaille                              | 3  |
| 2- | L'importance des activités de commerce sur la commune                        | 5  |
| 3- | L'offre commerciale à Plouhinec                                              | 7  |
| 4- | La diversité commerciale au regard de l'enquête de la Communauté de Communes | 9  |
| 5- | Développement des modes émergents de consommation                            | 15 |
| 6- | La synthèse de l'analyse commerciale                                         | 16 |

# 1- Les constats à l'échelle de l'Ouest Cornouaille

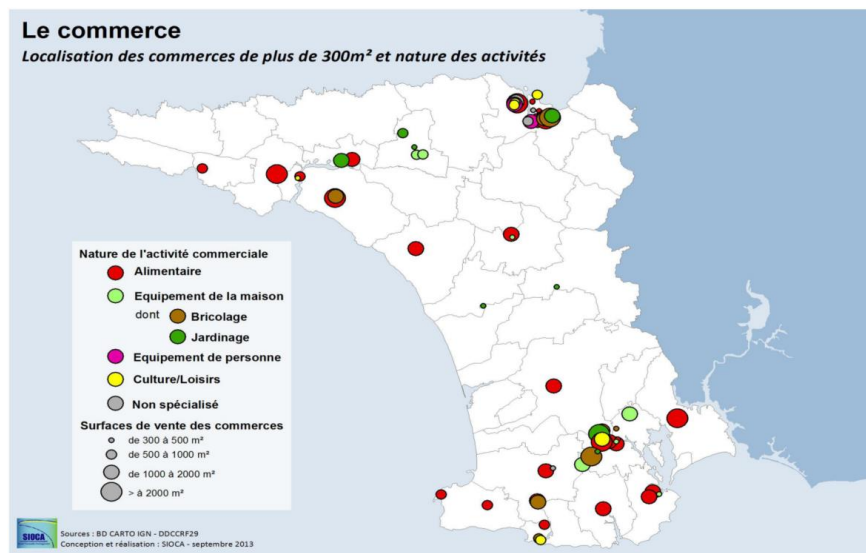
Source : SCoT de l'Ouest Cornouaille

Les dynamiques de l'Ouest Cornouaille observées avant 2015 (date d'approbation du SCoT) sont les suivantes :

- **L'offre commerciale de l'Ouest Cornouaille :**
  - Le commerce traditionnel (= commerces dont la surface de vente est < 300 m<sup>2</sup>, marchés, halles, commerces ambulants...) est bien installé sur le territoire. En 2010, 902 commerces traditionnels et 219 cafés-hôtels-restaurants (CHR) sont identifiés sur le territoire. Entre 2002 et 2010, le territoire observe la plus forte croissance de l'offre en commerce alimentaire de la Cornouaille (+17%). La densité commerciale pour 1 000 habitants est de 2,6 commerces dans le Cap Sizun. A contrario, les CHR ont connu une diminution de 7% essentiellement dans le Cap Sizun et le Pays Bigouden Sud. En Ouest Cornouaille, 48,8% des achats alimentaires s'effectuent encore en centre-ville.
  - Une densité commerciale en Grandes et Moyennes Surfaces importante : en 2013, l'Ouest Cornouaille comptait 84 commerces de 300 m<sup>2</sup> ou plus (soit une surface de vente totale de 110 430 m<sup>2</sup>). Ils sont essentiellement localisés auprès des pôles structurants (Douarnenez, Audierne/Plouhinec, Plonéour-Lanvern/Pont-l'Abbé).
    - *Offre alimentaire, en cohérence avec la demande* : Les achats sont de plus en plus effectués sur le territoire. L'offre s'est étoffée, permettant de répondre à la demande et de réduire les évasions vers le pôle de Quimper.
    - *Équipement de la personne, un secteur peu développé* : malgré une progression importante des grandes surfaces spécialisées, plus de 50% des achats en équipements de la personne sont effectués dans les commerces traditionnels entre 2001-2009. Il est important dans ce domaine de veiller à une complémentarité de l'offre de centre-ville et en périphérie pour ne pas trouver les mêmes enseignes.
    - *Équipement de la maison, une forte évasion vers Quimper* : les marchés du jardinage et du bricolage sont dominés par les grandes surfaces spécialisées. Le secteur électroménager-meuble connaît une montée en puissance des hypermarchés et supermarchés, qui captent près de 30% du marché. L'évasion vers le pôle de Quimper est assez élevée pour l'achat d'électroménager.
    - *Équipement en culture-loisirs et sport, très faible* : le taux d'évasion vers Quimper est très important dans ce domaine (39% pour le sport et 31% pour la culture-loisirs), l'agglomération ayant vu s'implanter de grandes enseignes nationales. La vente sur internet vient également concurrencer.
- **Les implantations commerciales :**
  - Une évolution du plancher des GMS : ce sont essentiellement le bricolage et le jardinage qui sont forts consommateurs de foncier. Le territoire a connu une évolution de 41% du plancher commercial (+32 000 m<sup>2</sup>, soit 6,4 ha de foncier) des GMS en Ouest Cornouaille entre 2002-2010. Ce développement s'explique par la forte structuration de Plonéour-Lanvern et le renforcement du pôle de Douarnenez. La croissance a été plus modérée dans le Cap Sizun (+20%).
  - Des implantations en périphéries des bourgs : le commerce traditionnel est encore principalement implanté dans les centres-villes. Néanmoins, un transfert vers les périphéries s'observe progressivement, ceci afin de capter plus de flux et avoir plus de visibilité. Cela permet aussi de répondre aux besoins d'extension de certains commerces. Toutefois cela nuit à la fonction commerciale des centres-villes. D'autres implantations se sont également faites au sein de zones d'activités, créant ainsi une concurrence directe avec les autres activités économiques (industrie, artisanat...). Aussi, l'attractivité des prix du foncier en périphérie contribue à créer des friches commerciales en centralité.
  - Une qualité à revoir : constat de déficits qualitatifs concernant les aménagements, l'intégration paysagère et la cohérence architecturale et l'accessibilité. Des efforts s'imposent dans certaines zones du territoire, qui risquent de devenir moins attractives du fait de leur caractère vieillissant.
- **Une armature commerciale à conforter** : à l'échelle du territoire une typologie des pôles commerciaux a été réalisée sur la base du diagnostic commercial Cornouillais. Concernant le pôle secondaire d'Audierne/Plouhinec, il s'organise autour de 2 zones : Kerivoas (à Audierne) et Ty-Frapp (à Plouhinec).
- **De nouvelles pratiques de consommation à considérer :**
  - Les achats par internet qui suscitent un fort engouement et peuvent être une concurrence forte pour certains commerces traditionnels.
  - Les magasins d'occasion qui connaissent aussi un grand succès.
  - Une offre qui s'adapte au comportement d'achat : le vieillissement de la population induit un renforcement des besoins en proximité. Pour y répondre, plusieurs enseignes ont ainsi lancé des formats de « proximité ». Le concept de « drive » a aussi atteint progressivement le territoire, de la même manière que les enseignes de ventes de produits bio et éthiques.



(Source : SCoT de l'Ouest Cornouaille)



(Source : SCoT de l'Ouest Cornouaille)

## 2- L'importance des activités de commerce sur la commune

Source : Insee RP 2020 ; Données communales ; Délibération du conseil municipal (6 juillet 2023)

Le commerce (plus largement le secteur « Commerce de gros et de détail, transports, hébergement et restauration » au sens du recensement Insee) est le secteur d'activité comptant le plus d'établissements sur le territoire communal. Au 31 décembre 2020, la commune compte 66 établissements (soit 31,1% de l'ensemble des secteurs d'activités). Par ailleurs, en 2022, le « Commerce de gros et de détail, transports, hébergement et restauration » est le secteur qui a généré le plus de créations d'établissements en 2022 sur le territoire communal (16 créations).

D'autre part, le « Commerce, transports, services divers » constitue le secteur d'activité employant le plus de personnes en 2020. 347 emplois sont ainsi dédiés à ces activités, représentant près de la moitié (44,8%) de l'ensemble des emplois présent sur le territoire plouhinecois. Cette proportion est à la hausse par rapport à l'année 2014, (+20%).



Aussi, afin de protéger les commerces de proximité de la commune, la municipalité a pris une délibération le 6 juillet 2023, visant à interdire les changements de destination des locaux commerciaux dans certains secteurs de l'agglomération. Sont visés, le bourg historique, le secteur de Poulgoazec ainsi que le linéaire le long de la RD 784. En plus de valider ces périmètres, le conseil municipal a voté à l'unanimité les conditions suivantes, inscrites au sein de la délibération :

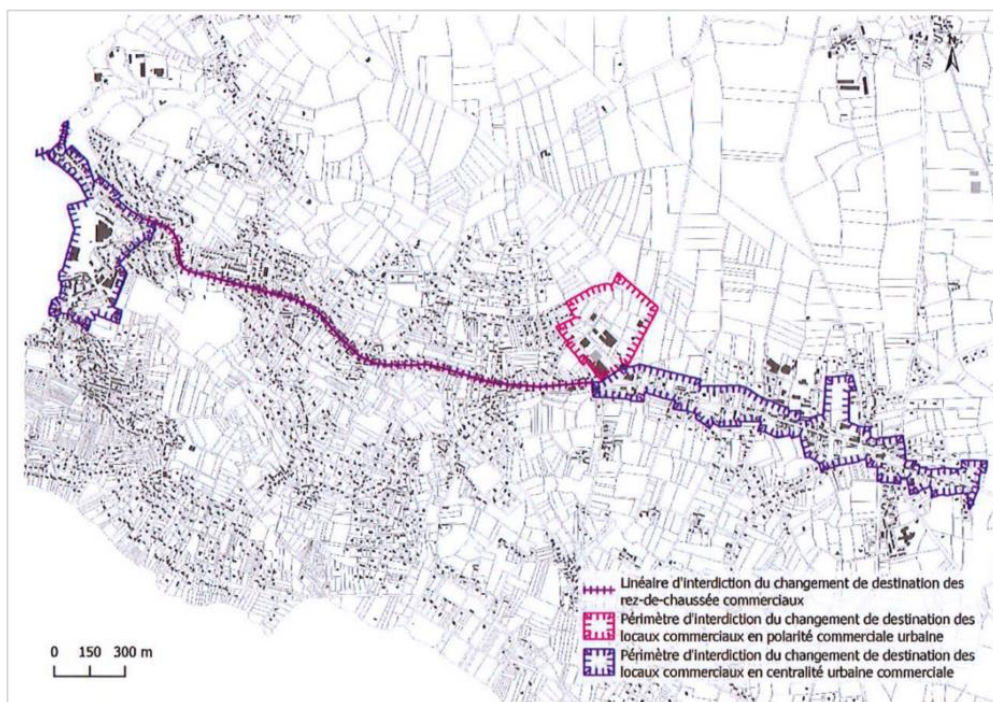
- Toute dérogation à cette règle devra être soumise à approbation du conseil municipal ;
- Cette délibération sera reprise dans le futur PLU.

|                                                                                                           | Nombre     | %          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|
| <b>Ensemble</b>                                                                                           | <b>212</b> | <b>100</b> |
| Industrie manufacturière, industries extractives et autres                                                | 21         | 9,9        |
| Construction                                                                                              | 25         | 11,8       |
| Commerce de gros et de détail, transports, hébergement et restauration                                    | 66         | 31,1       |
| Information et communication                                                                              | 4          | 1,9        |
| Activités financières et d'assurance                                                                      | 0          | 0          |
| Activités immobilières                                                                                    | 10         | 4,7        |
| Activités spécialisées, scientifiques et techniques et activités de services administratifs et de soutien | 25         | 11,8       |
| Administration publique, enseignement, santé humaine et action sociale                                    | 43         | 20,3       |
| Autres activités de services                                                                              | 18         | 8,5        |

Nombre d'établissements par secteur d'action au 31/12/2020  
(Source : Insee RP 2020)

|                                                              | 2014       |            | 2020       |            |
|--------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|
|                                                              | Nombre     | %          | Nombre     | %          |
| <b>Ensemble</b>                                              | <b>785</b> | <b>100</b> | <b>775</b> | <b>100</b> |
| Agriculture                                                  | 54         | 6,9        | 52         | 6,7        |
| Industrie                                                    | 34         | 4,3        | 38         | 4,9        |
| Construction                                                 | 43         | 5,4        | 67         | 8,7        |
| Commerce, transports, services divers                        | 289        | 36,8       | 347        | 44,8       |
| Administration publique, enseignement, santé, action sociale | 366        | 46,6       | 270        | 34,9       |

Emplois selon le secteur d'activité (Source : Insee RP 2020)



Périmètres et linéaire d'interdiction de changement de destination des locaux commerciaux  
(Source : Délibération du conseil municipal, du 6 juillet 2023)



### 3- L'offre commerciale à Plouhinec

Source : Données communales

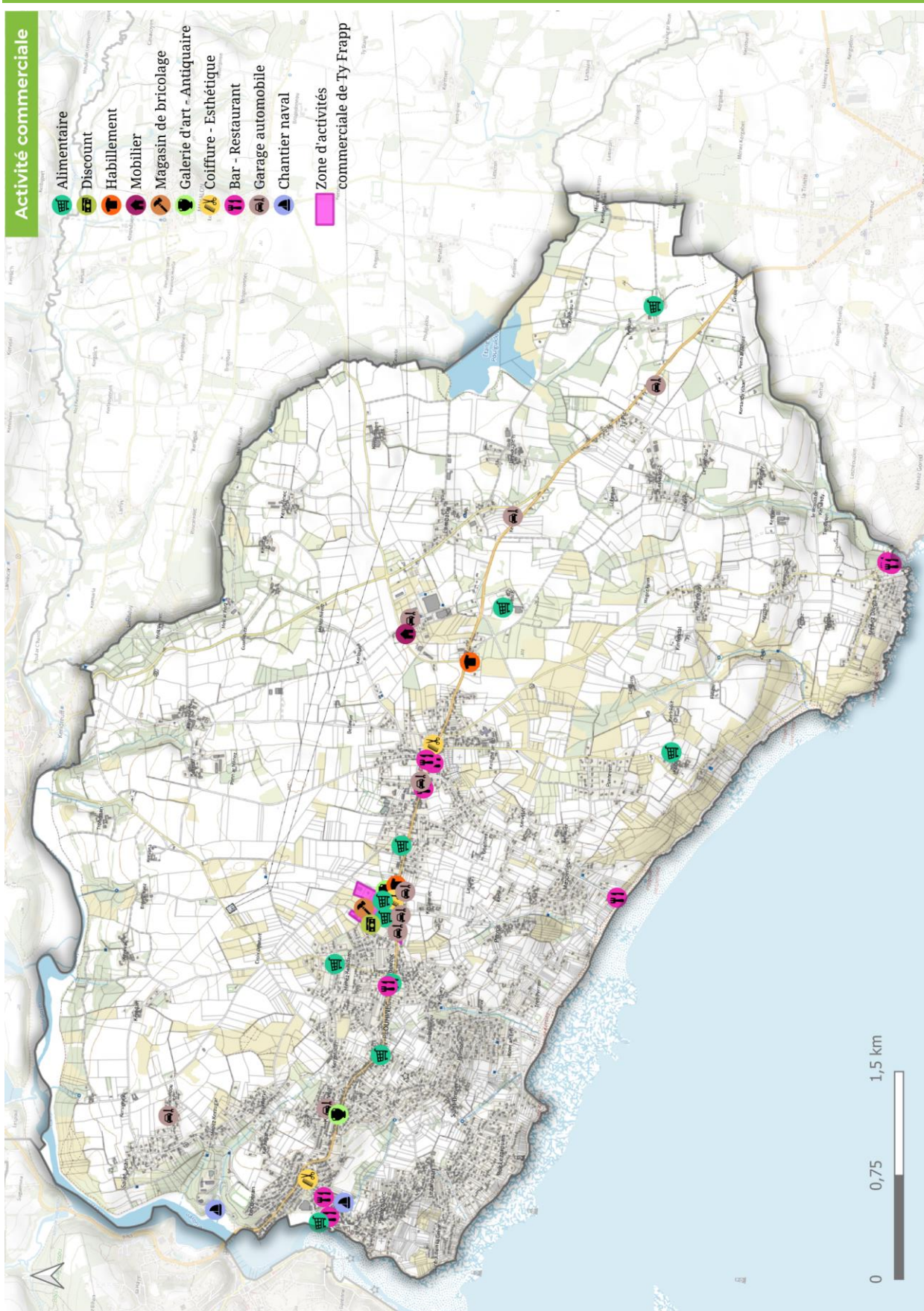
La commune de Plouhinec compte une trentaine de commerces, dans des domaines variés.

Une zone d'activités économiques Ty Frapp, localisée à quelques mètres à l'Ouest du cœur du bourg historique de la commune, est par ailleurs fléchée comme étant à vocation commerciale dominante. De grandes enseignes commerciales y sont implantées (supermarché, magasin de bricolage et discount...).

>> Pour plus d'informations sur ZA de Ty Frapp, cf. Annexe 2 – « Economie ».

Les activités commerciales implantées sur le territoire sont principalement concentrées dans la zone commerciale de Ty Frapp et le long de la RD784. D'autres activités sont ensuite dispersées sur le reste de la commune.

| Alimentaire                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Coiffure - Esthétique                                                                                                                                                                                                                      | Bar - Restaurants                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>1 boulangerie</li><li>1 pâtisserie</li><li>1 boucherie / charcuterie / traiteur</li><li>1 crèmerie</li><li>1 épicerie fine (produits bretons)</li><li>1 poissonnerie</li><li>1 vente en direct à la ferme</li><li>1 cave</li><li>1 supermarché</li><li>1 magasin bio</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>3 coiffeurs</li></ul>                                                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"><li>1 bar</li><li>2 bars-tabac</li><li>3 restaurants</li><li>2 crêperies temporaires</li><li>1 pizzeria (à emporter)</li></ul> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Commerce de matériel                                                                                                                                                                                                                       | Mécanique                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"><li>1 magasin de vêtements</li><li>1 magasin de chaussures</li><li>1 magasin de bricolage</li><li>1 magasin de meubles</li><li>1 magasin discount</li><li>1 antiquaire</li><li>1 galerie d'art</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>9 garages automobiles</li><li>2 chantiers navals</li></ul>                                                                 |



## 4- La diversité commerciale au regard de l'enquête de la Communauté de Communes

### Les indicateurs clés du commerce

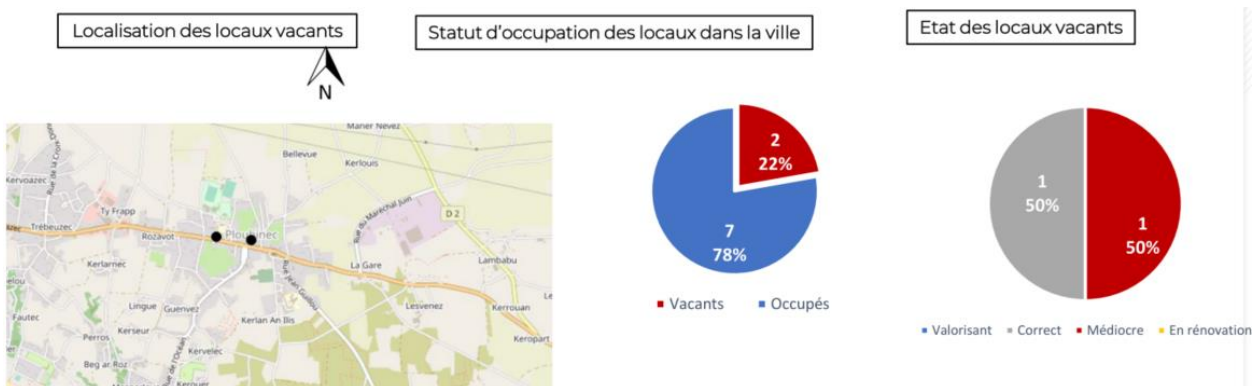
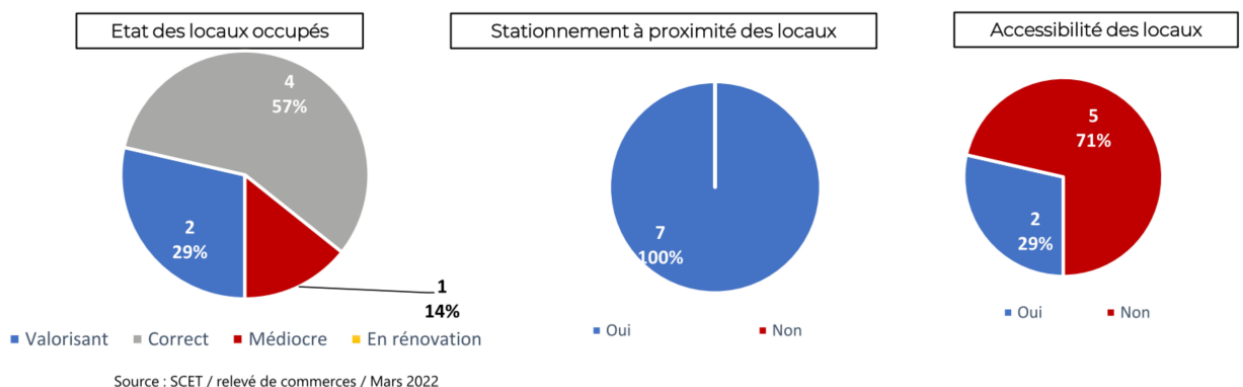
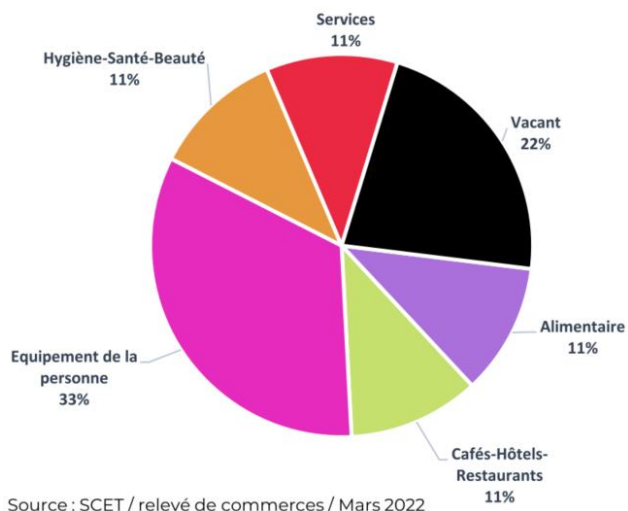
Source : Diagnostic flash de la résilience commerciale et recommandations (SCET)

Plouhinec présente un **taux de commercialité de 44%**, qui désigne la part des commerces qui participent à l'animation commerciale (loisirs/culture, équipement de la personne, équipement de la maison, alimentaire). Cette proportion est bien supérieure à la moyenne nationale qui est de 29%. En revanche, la commune observe un **taux de vacance commerciale** relativement important de **22%** (contre 12% à l'échelle de la France).

Au travers du diagnostic flash de l'activité commerciale réalisé par le service économique de la Communauté de Communes Cap Sizun – Pointe du Raz, sur les communes d'Audierne et de Plouhinec, plusieurs constats et enjeux ont été soulevés sur le territoire :

- Il y a trop peu de commerces sur la commune pour analyser les pourcentages de types de commerces.
- Absence de nombreux commerces de base (banque, boulangerie supplémentaire...), ce qui empêche un développement réel de la polarité commerciale et diminue l'attractivité résidentielle de la ville.
- Plouhinec se maintient grâce à quelques activités artisanales et un nombre de commerces d'équipement de la personne surprenant au regard du profil de la commune.
- Les quelques locaux plouhinecois sont d'état correct. Ils ne présentent pas un facteur de captation de la clientèle.
- La commune a la possibilité de capitaliser sur un linéaire facilement accessible aux voitures (RD784), mais un effort doit être fait en termes d'accessibilité PMR.
- Plouhinec compte des enseignes qui attirent particulièrement la clientèle (notamment Sergent, Daky).
- Les loyers commerçants pratiqués sur la commune sont en-dessous du marché.
- Au regard du peu de commerces en cœur de ville de Plouhinec, la vacance y est importante. Ces locaux vacants, le sont pour la plupart la moitié de l'année : il s'agit de commerces saisonniers ouverts seulement l'été.

| Points forts                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Faiblesses                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sur les deux villes : une <b>attractivité touristique</b> certaine, due à la proximité avec la pointe du Raz et l'île de Sein</li> <li>▪ Des <b>locomotives locales, attractives</b> et avec une zone de chalandise importante (Sergent à Plouhinec, Armor-Lux à Audierne)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sur les deux villes : nn taux de vacance relativement élevé</li> <li>▪ A Plouhinec : La <b>concurrence des zones commerciales</b> du territoire, notamment Ty Frap, très proche du cœur de bourg</li> <li>▪ Sur le Cap en général : <b>une association de commerçants qui ne fédère pas</b> (ou plus), avec des commerces importants qui n'y adhèrent pas, et une perte de dynamisme en conséquence.</li> </ul> |
| Opportunités                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Risques                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Des <b>investissements importants sur Plouhinec</b>, avec un pôle culturel et sportif d'ampleur, la future maison médicale, les futures halles et à terme le port en dualité avec celui d'Audierne</li> <li>▪ L'arrivée de <b>nouveaux commerçants</b> sur le cap, avec des boutiques de qualité (le Quai de l'Imaginaire, la Quincaillerie...)</li> <li>▪ Une <b>nouvelle dynamique</b> politique insufflée par les deux maires d'Audierne et de Plouhinec, visible jusque dans cette étude.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Le phénomène de semi-vacance saisonnière, particulièrement chez les restaurateurs et sur les quais, donne à Audierne un aspect de « ville morte » hors saison.</li> <li>▪ Quelques problématiques de reprise de commerces (rue Danton à Audierne)</li> <li>▪ Une extension de la zone de commerce vers Poulgoazec et les plages qui doit être maîtrisée, notamment au niveau des loyers.</li> </ul>             |



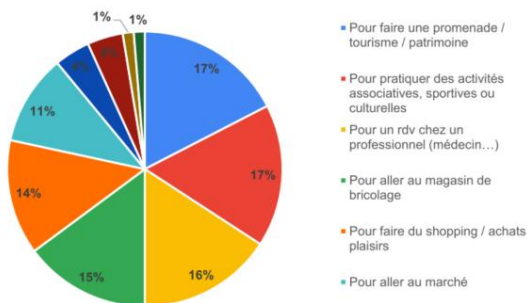
## Les résultats de l'enquête

Source : Diagnostic flash de la résilience commerciale et recommandations (SCET)

Les résultats de l'enquête se basent sur les réponses à un questionnaire par un certain nombre de répondants. Il s'agit majoritairement de plouhinecois (52%) et d'audiernais (32%). Le reste de l'échantillon est ventilé entre les autres communes de la Communauté de Communes, le Pays Bigouden et le reste de la Bretagne.

### 1. Motifs de fréquentation du centre-ville de Plouhinec

Pour quelles raisons fréquentez-vous le centre-ville de Plouhinec?

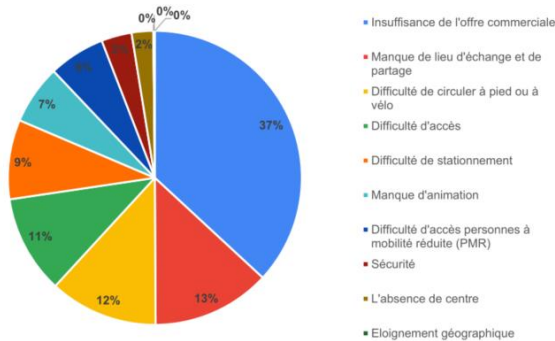


#### Analyse

- L'aspect touristique, la balade, est le principal facteur d'attractivité de Plouhinec pour 17% des répondants : ceux-ci associent sans doute les plages au bourg.
- La récente installation d'un pôle sportif et culturel à deux pas de la mairie porte ses fruits : 17% des répondants l'indiquent comme raison de se rendre en centre-bourg.
- A noter, la prédominance du magasin de bricolage Weldom dans les réponses : même si ce dernier n'est pas en cœur de bourg, on peut constater son importance dans le parcours marchand.

### 2. Motifs de non-fréquentation du centre-bourg de Plouhinec

Quels sont les facteurs qui vous dissuadent de fréquenter le centre-bourg de Plouhinec?

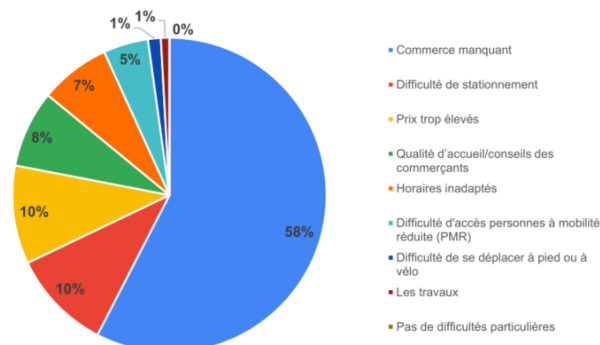


#### Analyse

- 37% des répondants déclarent que l'insuffisance de l'offre commerciale (et de services) peut les dissuader de se rendre en cœur de bourg de Plouhinec.
- L'absence générale d'animation, d'existence d'une réelle centralité, mais aussi les difficultés d'accès et de circulation, aussi bien à pied qu'à vélo ou en voiture, sont mentionnées.
- A noter qu'à la période de l'enquête, des travaux importants créaient une déviation du centre-ville de Plouhinec : une donnée à prendre en compte dans cette analyse.

### 3. Motifs de non-fréquentation des commerces de Plouhinec

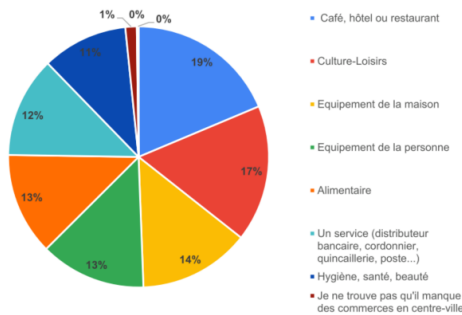
Quels sont les facteurs qui vous dissuadent de fréquenter les commerces de Plouhinec ?



#### Analyse

- Le manque de diversité de l'offre commerciale, représentée par l'item "commerce manquant", revient ici en majorité.
- Un point d'alerte, l'item « qualité d'accueil, conseil des commerçants », à nouveau élevé : certains répondants ont mentionné spécifiquement l'attitude d'un commerçant lors de la crise sanitaire
- A noter, les accès PMR, la difficulté de se déplacer à pied ou à vélo, mais aussi l'urbanisme même de Plouhinec est mentionné par les répondants « il faut prendre son vélo pour aller d'un commerce à l'autre », « éparpillés » « manque d'aménagement le long de la RD... »
- Un répondant a mentionné le développement de Poulgoazec.

Si vous avez coché "commerce manquant", indiquez lesquels ?



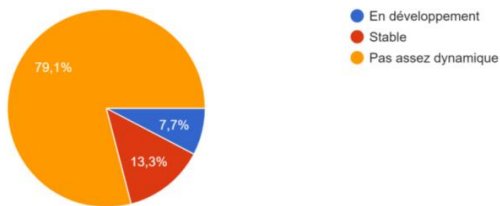
#### Principaux enseignements

Top commerces à développer selon les répondants

- 1) Café, hôtel ou restaurant – probablement en raison de la longue fermeture du seul café de cœur de bourg
  - 2) Culture-loisirs
  - 3) Equipement de la maison, de la personne, et alimentaire
- Une boulangerie est spécifiquement demandé par les répondants, ainsi qu'une poissonnerie.

#### 4. Perception du centre-bourg de Plouhinec

Qualifiez l'évolution du centre-ville



Pourquoi ?



#### Analyse

- Le centre-bourg de Plouhinec est considéré comme « pas assez dynamique » par 79,1% des répondants, un chiffre très bas, malgré les nombreux aménagements, projets et travaux en cours sur la commune.
- Ce chiffre faible peut s'expliquer au travers de plusieurs facteurs : la réelle absence de commerces de cœur de ville pour une commune de cette taille, la forme même de Plouhinec, mentionnée comme « une départementale » « passante » « une ville rue », les travaux, en cours lors de la tenue du questionnaire.
- En revanche, quelques répondants mentionnent la dynamique en cours autour du nouveau quartier, le projet de halles et le dynamisme de la nouvelle municipalité.

- D'autre part, il ressort de l'enquête qu'il n'y a pas eu de changement massif des habitudes de consommation sur la commune de Plouhinec après la crise sanitaire.
- Les répondants ont déclaré faire leurs courses majoritairement dans la zone commerciale d'Audierne et de Plouhinec. Toutefois près d'un quart d'entre eux vont faire leurs courses ailleurs (Quimper, Primelin, Pont l'Abbé...), ce qui traduit une certaine mobilité dans la pratique du commerce.

## La synthèse et préconisations

Source : Diagnostic flash de la résilience commerciale et recommandations (SCET)

### 1. Réussir le saut d'échelle des commerces

#### EN CŒUR DE BOURG

1. Poursuivre le projet de **halles couvertes**
2. Faire l'acquisition des quelques locaux repérés pour compléter l'**offre des halles** et faire émerger une petite polarité commerçante de proximité : à minima de l'alimentaire, pharmacie et petite restauration et/ou services (laverie, cordonnier...) afin de redonner vie au cœur de bourg.
3. Aménager le parcours jusqu'au pôle culturel et sportif de Plouhinec et à la mairie : trottoirs adaptés, passages piétons...

#### A POULGOAZEC

1. Installation de restauration à Poulgoazec, afin d'en faire une zone de destination

#### A TY FRAPP

1. Travailler l'embellissement de cette entrée de ville (aménagements piétons, fleurissement, extension des possibles financements de ravalement de façade)
2. Limiter au maximum l'installation de commerces de destination (restauration, petit alimentaire, hygiène-santé-beauté)
3. Privilégier des activités plutôt artisanales (bricolage, GMS, bureaux...) afin de créer une véritable polarité en cœur de bourg.

### 2. Agir sur l'espace urbain pour améliorer le parcours client et stimuler l'attractivité du centre-ville

#### EXEMPLE D'AMENAGEMENT

Espaces semi-piétons à Pont-l'Abbé (Finistère)



#### EXEMPLE D'EMBELLEMENT D'ENTREE DE VILLE

Une zone d'entrée de ville apaisée et embellie à Chorges (Hautes-Alpes)



### 3. De nouvelles polarités dans le Cap Sizun : port, ville d'Audierne, cœur de Plouhinec

#### UNE ZONE PORTUAIRE COMMUNE

1. Etudier la possibilité d'une **navette Poulgoazec – Audierne**, avec départ de la cale, pour diminuer les flux routiers, et améliorer les aménagements piétons et cyclistes entre les deux (quid d'une passerelle, par exemple ?)
2. Œuvrer pour un **développement harmonieux des commerces** : côté Audierne, les commerces de destination (librairie, alimentaire, restauration du midi, voire hygiène santé beauté) et côté Plouhinec de la restauration du soir et/ou de l'évènementiel.
3. Mettre en commun les animations (le Goyen en Lumière, par exemple, ou le marché hebdomadaire) de part et d'autre du pont : par exemple, le marché alimentaire à Audierne, le manufacturé / artisanal à Poulgoazec.

#### RENOUER LE DIALOGUE AVEC ET ENTRE LES COMMERCANTS

1. Encourager la création d'un processus d'accueil pour les nouveaux commerçants du Cap : temps convivial, présentation des commerçants...
2. Etudier la possibilité d'**horaires décalés**, notamment une permanence de l'activité commerciale le **lundi**, ou des restaurateurs ouvrant le **soir**.
3. Informer les commerçants sur les **aides possibles** pour la mise aux normes PMR du commerce



#### 4. Exemples de préconisations : Ajuster la politique commerciale pour mieux capter la clientèle potentielle

##### NUMERIQUE

1. Faire un point d'étape sur le bon déploiement de "Ma Ville, Mon Shopping"
2. Aider les commerçants à actualiser, et faire vivre le site de façon pratique
3. Mieux promouvoir l'usage, à travers des campagnes d'autocollants sur devanture

##### HORAIRES

1. Expérimenter une extension des plages horaires, le soir, des restaurateurs notamment, avec la mise en place de nocturnes, appuyées par le déplacement des food-trucks des plages pour les animer.
2. Penser à l'installation d'une conciergerie pour pallier aux « creux » horaires, le lundi par exemple.

##### ANIMATION

1. Réunir les acteurs commerçants de tout le Cap, avec des temps forts au moins une à deux fois par an leur permettant de se rencontrer (asso de la Pointe du Raz, du Cap, quatuor de commerçants dynamique, commerçants des halles et non sédentaires...) pour mieux apprécier et quantifier la réussite des différentes animations mises en place
2. Conclure sur un nouveau calendrier commun des événements du Cap, en y introduisant un ou deux nouveaux événements, notamment en ciblant de nouveaux publics.

##### PROSPECTION

1. Au niveau de la clientèle, mieux étudier la population des travailleurs locaux non-résidents à Audierne (deux fois plus d'emplois que d'actifs), et leurs habitudes de consommation, afin d'affiner la captation commerciale



---

## 5- Développement des modes émergents de consommation

Source : Données communales

De nouveaux modes de consommation se développent (circuits-courts, drive, vente par correspondance...). Ces nouvelles pratiques peuvent avoir des conséquences sur le fonctionnement et donc l'aménagement d'un territoire.

En 2020, à l'échelle de la Communauté de Communes Cap Sizun – Pointe du Raz, 29 exploitations agricoles commercialisent leurs produits en vente directe. Sur la commune de Plouhinec, une vente de panier est faite par les racines du littoral sur la route de Kerdréal.

Parallèlement à leur activité agricole, certains exploitants pratiquent également des activités annexes comme le camping à la ferme.

Les circuits courts de commercialisation des produits agricoles sont une activité non négligeable pour de nombreuses exploitations en France. En effet, la vente directe concerne toutes les filières, surtout celles des fruits et légumes, de l'horticulture, de la viticulture et des filières animales. Ils constituent un mode de distribution complémentaire aux autres types de commercialisation et permettent à certains producteurs de diversifier leur activité agricole et surtout de répondre à une forte demande des consommateurs.

Dans son approche territoriale, le circuit court valorise la production locale. Ils contribuent au développement d'une consommation durable et responsable. Les circuits-courts participent également au maintien de l'agriculture périurbaine et de zones touristiques, à l'amélioration de la compréhension de l'agriculture par les consommateurs et dans un certain nombre de cas, à la promotion de pratiques favorables à l'environnement. Cette approche territoriale milite aussi pour le développement de synergies locales entre les différents acteurs concernés : producteurs, intermédiaires, artisans, commerçants, collectivités locales et consommateurs.



## 6- La synthèse de l'analyse commerciale

| Atouts                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Faiblesses                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Une attractivité touristique certaine<br>Des locomotives locales attractives et avec une zone de chalandise importante (Sergent, ...)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Des locaux vacants, notamment durant la période hivernale<br>La concurrence des zones commerciales du territoire, notamment Ty Frapp, très proche du cœur de bourg                                                                     |
| Opportunités                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Menaces                                                                                                                                                                                                                                |
| Encourager l'accueil de nouveaux commerces (alimentaire, services...) à proximité des halles couvertes notamment, afin de créer une véritable polarité commerçante de proximité<br>Effectuer les aménagements nécessaires au dynamisme et à l'attractivité du bourg (aménagement piétons et cyclable, accessibilité PMR)<br>Maîtriser l'implantation de commerces au sein de la zone de Ty Frapp, venant concurrencer les commerces du centre-bourg<br>Des investissements importants sur Plouhinec, avec un pôle culturel et sportif d'ampleur, la future maison médicale, les futures halles et à terme le port en dualité avec celui d'Audierne | Le phénomène de semi-vacance saisonnière qui persiste et donne un aspect de « ville morte » hors saison<br>Une extension de la zone de commerce vers Poulgoazec et les plages qui doit être maîtrisée, notamment au niveau des loyers. |



GIE Territoire+ – Conseil auprès des collectivités territoriales en urbanisme réglementaire et pré-opérationnel

Responsable Secteur Ouest : **Lisanne Wesseling**

06 49 34 36 88

[lisanne.wesseling@territoire-plus.fr](mailto:lisanne.wesseling@territoire-plus.fr)

**[www.territoire-plus.fr](http://www.territoire-plus.fr)**

Siège social : 15 avenue du Professeur Jean Rouxel 44470 Carquefou