

En Finistère, l'année 2007 est marquée par une croissance significative de l'offre commerciale et le dynamisme des services à la personne. Dans un contexte de modernisation de l'économie, l'offre commerciale s'adapte aux nouveaux modes de consommation des ménages qui dépensent de plus en plus dans le hard-discount, notamment pour l'alimentaire.



Commerce et services à la personne

Le nombre d'établissements commerciaux¹ (au sens de l'Observatoire régional du commerce) en Finistère a progressé, passant de 6 938 à 7 051, soit 113 de plus qu'en 2006 (cf. tableau 1). Cette croissance est portée par quatre secteurs d'activités : équipement de la personne⁵ (+ 68 commerces), équipement de la maison⁴ (+ 21), autres commerces⁷ (+ 20) et hygiène-santé⁶ (+ 17). Seuls les secteurs généralistes² et alimentaires³ enregistrent des pertes, mais celles-ci restent limitées : respectivement - 7 et - 6 commerces.

La répartition des commerces par secteur d'activités reste très proche de celle de 2006. Le secteur autres commerces (sport et loisirs, disquaires, librairies...) détient toujours le plus grand nombre d'établissements sur le Finistère (1 771 commerces ; 25 % du total), devant l'alimentaire (1 438 ; 20 %), le secteur de l'hygiène-santé (1 331 ; 19 %), l'équipement de la personne (1 159 ;

16 %), l'équipement de la maison (929 ; 13 %) et enfin les généralistes (423 ; 6 %).

Un bon maillage commercial

Dans le département, 12 communes comptent plus de 100 établissements commerciaux¹ (cf. carte 1). Brest est à lui seul le pôle le plus important du Finistère avec 1 259 commerces. Deux autres communes du pays de Brest disposent de plus de 100 points de vente : Landerneau (151) et Lesneven (128). Sur le pays de Morlaix, l'activité s'articule principalement autour de trois communes disposant de plus de 100 commerces : Morlaix (241), Landivisiau (123) et Saint-Martin-des-Champs (111). Sur la partie finistérienne du pays du Centre Ouest Bretagne, seule Carhaix compte plus de 100 commerces (143). Le pays de Cornouaille se distingue par un maillage plus serré des pôles commerciaux de proximité. Il comptabilise cinq communes ayant

plus de 100 commerces : Quimper (902), Concarneau (284), Pont-l'Abbé (189), Douarnenez (183), et Quimperlé (152). Plus de la moitié des communes finistériennes (149 ; 52 %) comptent entre 1 et 9 commerces. Par contre, 35 communes du département (12 %) ne disposent d'aucun établissement.

Progression de la grande distribution

Avec 928 établissements, la grande distribution s'est encore développée : + 16 établissements (+ 1,8 %), soit une hausse de 47 145 m² commerciaux supplémentaires (+ 4,6 %) (cf. tableau 2). Les grandes surfaces généralistes totalisent 211 établissements, soit 15 de plus qu'en 2006 (+ 7,7 %) et près de 340 000 m² (+ 9 370 m² ; + 2,9 %). Le solde des grandes et moyennes surfaces spécialisées reste stable pour un nombre total de 717 établissements et près de 740 000 m² de surface de vente (+ 37 775 m² ; + 5,4 %). Parmi ces dernières, les secteurs équipement de la personne (+ 9 commerces ; + 4 394 m²) et culture-loisirs (+ 1 ; + 12 195 m²) enregistrent les plus fortes croissances.

En dix ans, le nombre de grandes surfaces en Finistère est passé de 714 à 928 (+ 30 %). Leur surface commerciale totale s'est accrue de 50 % (720 000 m² à 1 077 516 m²).

Développement des services à la personne

L'artisanat de services poursuit son développement avec 3 687 établissements en 2007 contre 3 603 l'année précédente (+ 84). Il bénéficie du dynamisme des services à la personne (réparations de matériel informatique, nettoyage de locaux, petites réparations, jardinage...). Le répertoire de la Chambre de métiers et de l'artisanat du Finistère enregistre ainsi 128 entreprises de réparation de matériel informatique en 2007, soit 31 établissements de plus qu'en 2006. De même, les entreprises de nettoyage de locaux se chiffrent à 152 (+ 30). A contrario, certains secteurs sont malmenés : par exemple, les garages automobiles ont encore perdu 12 entités en 2007 ; en dix ans, dans ce secteur, c'est une entreprise sur 6 qui a disparu.

13 % des dépenses alimentaires en hard-discount

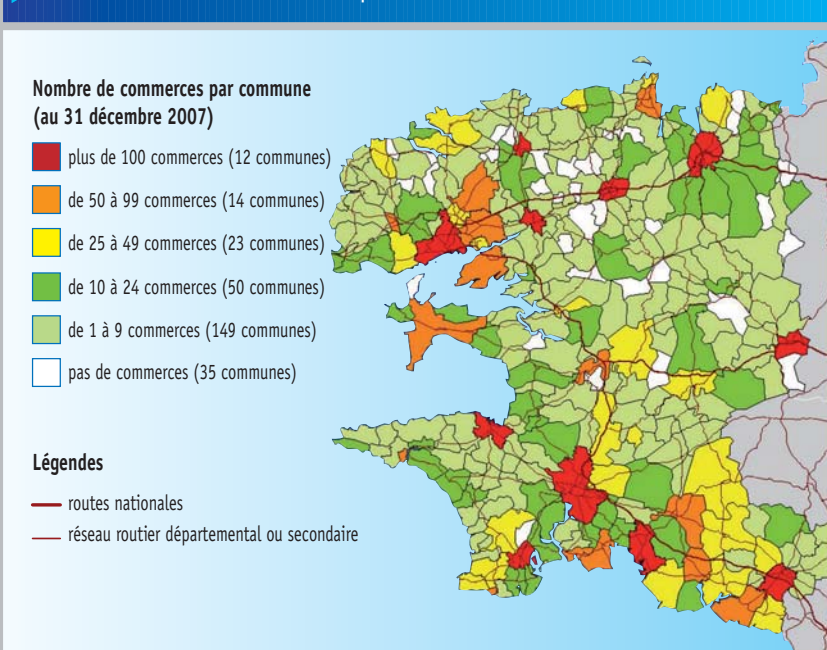
En 2006, les consommateurs préfèrent les grandes surfaces pour leurs achats alimentaires⁸. Ils y réalisent 70 % de leurs dépenses dont 13 % dans les magasins hard-discount. Cette part a quasiment doublé entre 2001 et 2006 et cela, aux dépens des hypermarchés⁹ et des supermarchés¹⁰. La hausse du recours au hard-discount

Tableau 1 - Etablissements commerciaux finistériens au 31 décembre 2005, 2006 et 2007

Secteurs	2005	2006	2007 (p)	Variation 2006/2007 (en nombre)	Variation 2006/2007 (en %)
Généralistes (2)	416	430	423	- 7	- 1,63 %
Alimentaires (3)	1 451	1 444	1 438	- 6	- 0,41 %
Equipped de la maison (4)	907	908	929	+ 21	+ 2,31 %
Equipped de la personne (5)	1 111	1 091	1 159	+ 68	+ 6,23 %
Hygiène / Santé (6)	1 287	1 314	1 331	+ 17	+ 1,29 %
Autres commerces (7)	1 706	1 751	1 771	+ 20	+ 1,14 %
TOTAL	6 878	6 938	7 051	+ 113	+ 1,63 %

Source : Fichiers des CCI du Finistère - Champ observatoire régional du commerce (ORC). (p) données provisoires

► Carte 1 - Nombre de commerces par commune au 31 décembre 2007



Source : Fichiers des CCI du Finistère – Champ Observatoire Régional du Commerce (ORC).

► Tableau 2 - Etablissements de 300 m² et plus au 31 décembre 2007 et évolution depuis 2006

	Situation au 31/12/2007 (p)		Evolution 2006 / 2007			
	En nombre	Surface déclarée m ²	En nombre	En %	Surface en m ²	En %
Grandes surfaces généralistes (2)	211	337 778	+ 15	+ 7,7 %	+ 9 370	+ 2,9 %
Grandes et moyennes surfaces spécialisées :	717	739 738	+ 1	+ 0,1 %	+ 37 775	+ 5,4 %
dont équipement de la personne (5)	108	78 777	+ 9	+ 9,1 %	+ 4 394	+ 5,9 %
dont équipement de la maison (4)	367	442 014	+ 3	+ 0,8 %	+ 11 373	+ 2,6 %
dont culture-loisirs (7)	104	112 624	+ 1	+ 1,0 %	+ 12 195	+ 12,1 %
TOTAL	928	1 077 516	+ 16	+ 1,8 %	+ 47 145	+ 4,6 %

Source : Fichiers des CCI du Finistère – Champ Observatoire Régional du Commerce (ORC). (p) Données provisoires

alimentaire est générale, mais les achats dans ce type de magasins continuent de caractériser le comportement des ménages les plus modestes. Les 20 % des ménages ayant le niveau de vie le plus faible y réalisent près de 20 % de leurs dépenses alimentaires. Cette part tombe à 5 % pour les 10 % les plus aisés. A l'inverse, ces derniers dépensent plus que la moyenne dans les commerces de détail (18 %) et les marchés (9 %).

Le lieu de résidence influence également sur les comportements d'achat. Ainsi, dans les communes de plus de 100 000 habitants, où la densité d'hypermarchés est plus forte, les ménages y dépensent davantage (jusqu'à 36 % des dépenses alimentaires). A contrario, dans les communes rurales, ils

réalisent une part plus importante que la moyenne de leurs achats alimentaires dans les supermarchés (31 %) et les petites et moyennes surfaces alimentaires.

Pour la vente de biens durables (ameublement, équipement ménager, audiovisuel...), avec 73 % des dépenses, les magasins spécialisés dominent ce type de commerce, loin devant les hypermarchés (15 %). Ces grandes surfaces spécialisées attirent largement tous les ménages sans distinction de revenu. Ainsi, 90 % des ménages y effectuent entre 42 et 48 % de leurs dépenses en biens durables. Dans ce domaine, la taille de la commune de résidence a un impact limité sur le lieu d'achat.

Enfin, en matière vestimentaire, les ména-

ges consomment d'abord dans les magasins spécialisés : 67 % des dépenses d'habillement et de chaussures. Un ménage achète d'autant plus ses vêtements dans les grandes surfaces que son niveau de vie est bas. A l'inverse, les ménages les plus aisés réalisent plus souvent des achats d'habillement dans les commerces de détail spécialisés (56 %).

De l'équipement à l'aménagement commercial

Le projet de loi de modernisation économique (LME) annoncé fin mars, fait suite à la directive services de l'Union européenne ainsi qu'au rapport Attali qui prescrivent, tous deux mais pour des raisons différentes, d'assouplir la législation commerciale. A l'heure actuelle, une des réformes de la LME est le relèvement du seuil des projets soumis à autorisation. Abaissé à 300 m² par la loi Raffarin, il repasserait à 1 000 m².

Le projet modifie également la composition et le mode de décision de la Commission départementale d'équipement commercial. Le nombre de ses membres serait relevé à huit par l'adjonction de deux élus et comprendrait trois personnalités qualifiées "en matière de consommation, d'urbanisme, de développement durable et d'aménagement du territoire" (désignées par le Préfet). La Commission Nationale reste pour sa part inchangée. Enfin, la réforme concerne aussi les principes d'appréciation des projets. Pour statuer, la commission ne devra plus prendre seulement en considération l'offre et la demande dans le secteur d'activités de la zone de chalandise concernée ; elle devra en outre se prononcer sur la compatibilité du projet avec les documents d'urbanisme (Scot et surtout Plu) et sur ses effets en matière d'espaces verts et de protection de l'environnement. ■

1 - Nomenclature couvrant le commerce de détail alimentaire et non alimentaire (équipement de la maison et de la personne, hygiène-santé, culture-loisirs et services). Sont exclues les activités de "café, hôtellerie, restauration" et d'artisans purs.

2 - Hypermarchés, supermarchés, hard discount...

3 - Boulangerie, pâtisserie, boucherie, charcuterie...

4 - Meubles, décoration, bricolage, jardinage, blanc brun...

5 - Habillement, chaussures...

6 - Coiffure, esthétique, parfumerie...

7 - Sport et loisirs, disquaires, librairies...

8 - INSEE Première, "Consommation des ménages : Quels lieux d'achat pour quels produits ?", n° 1165, novembre 2007 - Enquête Budget de famille 2006.

9 - Surface commerciale minimale de 2 500 m²

10 - Surface commerciale comprise entre 400 et 2 500 m²