



COMMERCE ET ARTISANAT DE SERVICE

L'année 2003 est marquée par une croissance ralentie de l'activité commerciale,

aussi bien en Bretagne qu'en France. Le Finistère n'est pas épargné par ce contexte économique, néanmoins, il enregistre un nombre de points de vente à la hausse.

D'après les comptes du commerce publiés par l'INSEE, l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat commercial français, affiche une progression limitée de son chiffre d'affaires en 2003 (+ 0,8 %). Cette situation est due au contexte de quasi-stagnation du pouvoir d'achat des ménages.

En effet, l'évolution trimestrielle de la consommation a été irrégulière : après une amélioration en début d'année, les dépenses des ménages ont stagné au second trimestre, pour rebondir au troisième et se redresser en fin d'année. En hausse de 1,6 % en moyenne, la consommation a finalement bien résisté et reste le principal moteur de la croissance en 2003. Toutefois, le pouvoir d'achat des ménages s'est ralenti pour la troisième année consécutive (+ 1,2 % contre + 3,5 % en 2000), sous le double impact du ralentissement des revenus salariaux et d'une accélération des prélèvements obligatoires.

Pour le commerce breton, l'année 2003 aura été plutôt morose : ventes en déclin dans le commerce de gros, principalement dans les secteurs des biens d'équipement et des biens intermédiaires ; ralentissement d'activité dans le commerce de détail, touchant particulièrement le commerce spécialisé ; recul des ventes d'automobiles ; seul le secteur des services poursuit sa progression mais à un rythme plus modéré que ces dernières années. Les services aux entreprises et aux particuliers accusent une baisse de régime alors que les activités immobilières bénéficient d'une augmentation plus importante qu'en 2002 et 2001.

Reprise de l'offre commerciale

Alors que depuis 2001, le nombre de commerces de détail finistériens tendait à diminuer (- 228 commerces), 2003 renoue avec une offre commerciale à la hausse (+ 49 établissements) (cf. tableau 1). Ce léger accroissement permet au Finistère de se situer au même rang que l'Ille-et-Vilaine, avec 6 701 établissements et 28,5 % de l'offre régionale. Il précède toujours le Morbihan (5 804 établissements, 24,7 %) et les Côtes d'Armor (4 309 établissements, 18,3%).

Cette progression est liée principalement au

secteur alimentaire. Celui-ci dénombre 1 472 établissements à fin 2003, soit 22 % du parc commercial départemental (+ 38 commerces) (cf. graphique 1 et tableau 1). La représentation du secteur alimentaire est plus importante dans le Finistère que dans les autres départements bretons : 19 % en Ille-et-Vilaine, 21 % en Morbihan et 20 % dans les Côtes d'Armor. Le secteur de l'équipement de la personne participe aussi à cette évolution favorable : 38 commerces supplémentaires. De plus, les activités d'hygiène et santé retrouvent leur niveau de 2001 avec un gain de 23 établissements.

Les généralistes et les activités de l'équipement de la maison affichent une certaine stabilité. Les commerces répertoriés dans la catégorie "Autres" (librairies, dépôt-vente, articles de sport et loisirs, tabac, disquaires...) accusent le plus net recul avec 44 commerces en moins, mais ils continuent de représenter 24 % de l'offre finistérienne (cf. graphique 1). L'interprétation de l'évolution de ce groupe apparaît difficile en raison de sa diversité.

La grande distribution poursuit son ascension

Les grandes et moyennes surfaces (généralistes et spécialisées) continuent sur leur lancée en 2003. Depuis 1997, ce n'est pas moins de 126 établissements de 300 m² et plus qui ont vu le jour dans le Finistère, soit une surface commerciale supplémentaire de 206 000 m² (cf. graphique 2).

Cette année, le département enregistre 24 établissements (créations ou extensions de magasins existants) (cf. tableau 2) : 31 pour l'équipement de la maison, 13 généralistes. En terme de surfaces commerciales, la hausse se chiffre à 39 410 m² de plus qu'en 2002 (+ 4 %), engendrant une surface totale de 926 513 m².

Cette progression de la grande distribution soulève le problème du devenir des commerces de proximité. La mise en place du Schéma Départemental de Développement Commercial, devrait permettre d'équilibrer la répartition entre les différentes formes de commerce.

Les projets avancés récemment par le gouvernement, concernant l'ouverture dominicale

des magasins et l'aménagement de la Loi Galland, suscitent des inquiétudes chez les commerçants traditionnels, qui y voient des mesures plus profitables aux grandes surfaces.

Les cartes de fidélité au cœur des politiques commerciales

Face à la diversité de l'offre et à la multiplication des formes de distribution, fidéliser est devenu le maître mot dans les établissements commerciaux.

Apparue au début des années 70, la carte de fidélité prend une nouvelle dimension au début des années 90, avec l'avènement du code barre et l'introduction du scanning combinés à l'utilisation de logiciels de gestion de bases de données.

Dans la grande distribution où les groupes se livrent bataille pour gagner des parts de marché, les cartes de fidélité apparaissent comme un nouveau service commercial. Gagner de nouveaux clients coûte plus cher que de fidéliser. Les cartes à puce permettent aussi de mieux connaître la clientèle, en stockant des informations sur leurs habitudes de consommation (nombre de visites, montant des achats, nombre de points acquis, dernière visite...).

De son côté, le commerce traditionnel trouve aussi les moyens de fidéliser sa clientèle. Beaucoup offrent une carte de fidélité, mais certaines unions commerciales ont opté pour la carte à puce permettant aux clients d'augmenter leur pouvoir d'achat dans les commerces associés au système.

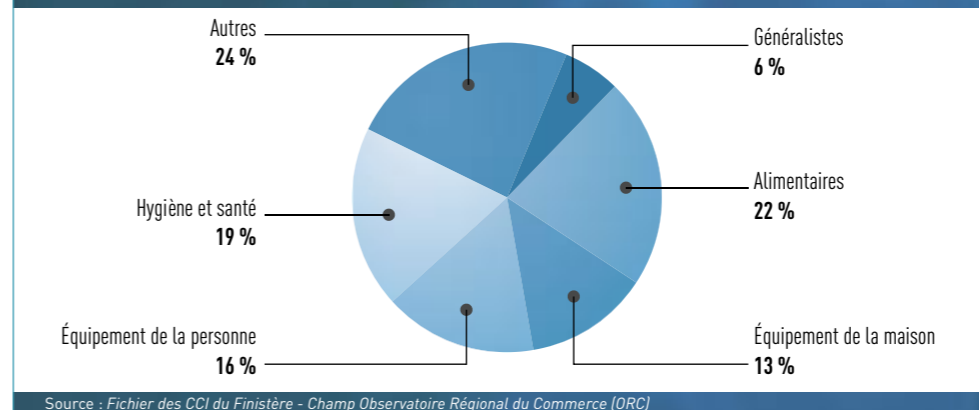
Le commerçant fournit une carte personnalisée, utilisable dans tous les commerces équipés d'un lecteur. L'atout : unicité de carte pour les clients et mutualisation du coût des cartes pour les commerçants. Dans le Finistère, Pont-l'Abbé figure au rang des précurseurs (1994), ainsi que Lesneven et Saint-Pol-de-Léon. Des projets sont également en cours à Brest et Landivisiau notamment.

TABEAU 1 • Établissements commerciaux finistériens au 31 décembre 2003 et évolution depuis 2001

Nombre de commerces	2001	2002	2003 *	Variations 2002 / 2003		Variations 2001 / 2003	
				En nombre	En %	En nombre	En %
Généralistes	417	405	400	- 5	- 1	- 17	- 4
Alimentaires	1 479	1 434	1 472	+ 38	+ 3	- 7	- 0,4
Équipement de la maison	907	869	868	- 1	- 0,1	- 39	- 4
Équipement de la personne	1 103	1 071	1 109	+ 38	+ 3	+ 6	+ 0,5
Hygiène et santé	1 253	1 232	1 255	+ 23	+ 2	+ 2	+ 0,1
Autres	1 674	1 641	1 597	- 44	- 3	- 77	- 5
TOTAL	6 833	6 652	6 701	+ 49	+ 1	- 132	- 2

Source : Fichier des CCI du Finistère - Champ Observatoire Régional du Commerce (ORC) [* données provisoires]

GRAPHIQUE 1 • Structure de l'offre commerciale finistérienne par secteurs d'activités au 31 décembre 2003



Source : Fichier des CCI du Finistère - Champ Observatoire Régional du Commerce (ORC)

TABEAU 2 • Établissements de 300 m² et plus au 31 décembre 2003 et évolution depuis 2002

	Situation au 31 / 12 / 2003*		Évolution 2002 / 2003			
	Nombre	Surface déclarée en m ²	En nombre	En %	Surface (en m ²)	En %
Grandes surfaces généralistes ⁽¹⁾	210	303 211	+ 13	+ 7	+ 8 183	+ 3
Grandes et moyennes surfaces spécialisées	630	623 302	+ 11	+ 2	+ 31 227	+ 5
• dont Équipement de la personne ⁽²⁾	94	71 744	- 1	- 1	+ 3 784	+ 6
• dont Équipement de la maison ⁽³⁾	381	418 059	+ 31	+ 9	+ 36 814	+ 10
• dont Culture - Loisirs ⁽⁴⁾	76	58 728	- 2	- 2	- 19 779	- 25
TOTAL	840	926 513	+ 24	+ 3	+ 39 410	+ 4

Source : Fichier des CCI du Finistère - Champ Observatoire Régional du Commerce (ORC) [* données provisoires]

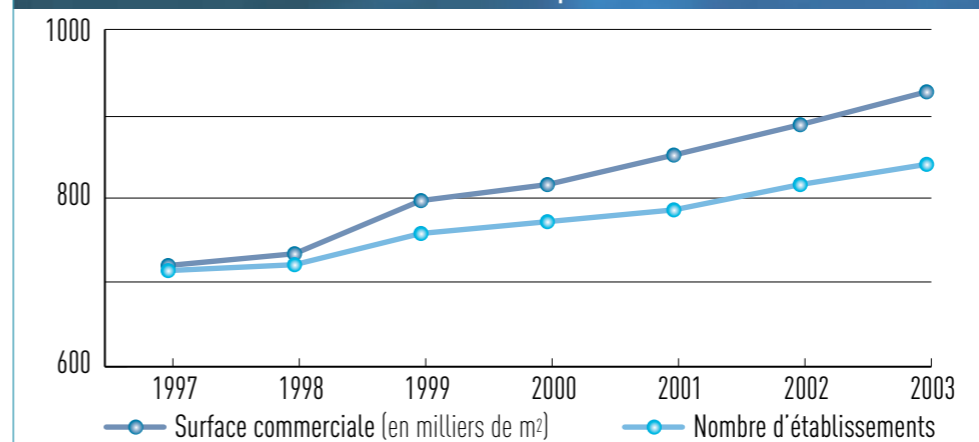
⁽¹⁾ Hypermarchés, supermarchés, Hard discount, etc.

⁽²⁾ Habillement, chaussures, etc.

⁽³⁾ Meubles, décoration, bricolage, jardinage, blanc brun, etc.

⁽⁴⁾ Sports et loisirs, disquaires, librairies, etc.

GRAPHIQUE 2 • Évolution du nombre d'établissements de 300 m² et plus, et de leur surface commerciale depuis 1997



Source : Fichier des CCI du Finistère - Champ Observatoire Régional du Commerce (ORC)

Schéma Départemental de Développement Commercial : maintenir l'équilibre !

“ Pourquoi mettre en place un schéma départemental d'équipement commercial ? Le phénomène d'extension de la grande distribution s'accroît. Ces implantations se font au détriment des petites entreprises et provoquent des déséquilibres territoriaux. La mise en place d'un Schéma Départemental de Développement Commercial et d'un Observatoire doit apporter une vision globale sur tout le département. L'objectif est d'atteindre une organisation cohérente des activités commerciales et artisanales pour maintenir un équilibre entre les différentes formes de commerce et les territoires.

Quels sont les objectifs assignés à cet outil ?

Ce schéma a une durée de validité de trois ans. D'ici là, nous espérons que les implantations de GMS vont diminuer. La Chambre de Métiers du Finistère et les Chambres de Commerce et d'industrie du Finistère souhaitent qu'il soit perçu comme un réel outil d'aménagement du territoire. Les enjeux sont importants.”

Joseph Trouboul
Trésorier adjoint de la Chambre de Métiers du Finistère