



# COMMERCE ET ARTISANAT DE SERVICE

L'année 2004 s'est révélée plus favorable que 2003 pour le commerce en Finistère,

comme en Bretagne et en France : amélioration du commerce de détail, croissance de la grande distribution et développement d'une offre commerciale qui s'adapte aux nouvelles attentes des consommateurs.

Dans un contexte de progression modeste du pouvoir d'achat, de 1,6 % selon l'INSEE, les dépenses de consommation des ménages français ont augmenté de 2,1 % en 2004 (+ 1,6 % en 2003). Après une hausse de 1 % au premier trimestre et de 0,5 % au second, la consommation a marqué le pas au troisième trimestre pour rebondir au quatrième (+ 1,2 %). Elle a finalement bien résisté et reste le principal moteur de la croissance en 2004.

Ainsi, l'année 2004 apparaît plus clémente pour le commerce breton. Le commerce de gros connaît une légère amélioration. L'activité se raffermie dans le commerce de détail, principalement dans le commerce spécialisé et généraliste non alimentaire, alors que la relance est moins soutenue dans le commerce généraliste alimentaire. Par contre, le niveau de ventes d'automobiles fléchit dans la région tandis qu'il se maintient à l'échelle nationale.

## Des commerces toujours plus nombreux

En Finistère, le commerce de détail connaît une embellie en 2004. Le département enregistre 207 établissements commerciaux supplémentaires (6 908 établissements, 28,5 % de l'offre régionale) (cf. tableau 1). Il se situe au 2<sup>e</sup> rang après l'Ille-et-Vilaine (6 972 établissements, 28,7 %) mais au 1<sup>er</sup> rang au regard de sa population. Cette progression est liée principalement au secteur de l'équipement de la maison<sup>(3)</sup> qui dénombre 916 établissements à fin 2004 (+ 48 commerces). Le secteur hygiène et

santé<sup>(5)</sup> réalise un gain de 34 établissements. Les généralistes<sup>(1)</sup> et les activités de l'équipement de la personne<sup>(4)</sup> gagnent respectivement 19 et 7 commerces. Seul le secteur de l'alimentaire<sup>(2)</sup> perd 6 établissements. Néanmoins, il demeure le secteur le plus important en termes de densité commerciale, avec 1 466 établissements à fin 2004, soit 21 % du parc commercial départemental (cf. graphique 1). Les commerces répertoriés dans la catégorie "Autres"<sup>(6)</sup> affichent la plus grande progression avec 105 commerces en plus. Ils représentent 25 % de l'offre finistérienne.

## Une année 2004 profitable aux grandes surfaces spécialisées

Les établissements de 300 m<sup>2</sup> et plus continuent leur ascension en 2004, et notamment les spécialisés, dont le nombre progresse de 5 % en Finistère (+ 34 établissements). Alors que le secteur "Culture - Loisirs" gagne 17 établissements, l'équipement de la personne perd 4 commerces, et l'équipement de la maison recule de 19 établissements.

Les grandes surfaces généralistes, malgré la perte de 6 commerces, enregistrent une croissance de leur surface de vente de 5 727 m<sup>2</sup>. Cette évolution peut être rattachée au développement du hard-discount qui ne cesse de se développer dans notre département.

Au total, le Finistère enregistre 28 nouveaux établissements commerciaux (créations ou extensions de magasins existants) (cf. tableau 2). En termes de surfaces commerciales, la hausse se chiffre

à 23 255 m<sup>2</sup> de plus qu'en 2003 (+ 2 %), engendrant une surface totale de 949 768 m<sup>2</sup> (cf. graphique 2). Depuis 1997, 154 établissements de 300 m<sup>2</sup> et plus ont vu le jour soit une surface commerciale supplémentaire de 230 000 m<sup>2</sup>.

En termes de parts de marché, la grande distribution est toujours prédominante. Selon l'enquête effectuée en 2001 par l'Observatoire Économique du Commerce et de la Consommation de CCI 29, la part des dépenses des ménages finistériens en produits alimentaires effectuées dans la grande distribution (supermarchés, hypermarchés, hard-discount) représentait 76 % du marché, alors qu'elle constituait 21 % dans le commerce traditionnel (commerces de proximité, marchés, halles) et 3 % dans les autres types de commerces (tournées et livraisons à domicile, achat direct au producteur). Cette tendance est toujours d'actualité en 2004.

Plusieurs schémas locaux de développement commercial, ont été créés par les Chambres Économiques en collaboration avec les collectivités locales, pour favoriser un équilibre entre les différentes formes de commerce. Le Schéma Départemental de Développement Commercial est en voie de finalisation.

## Des consommateurs changeants, une offre commerciale qui s'adapte

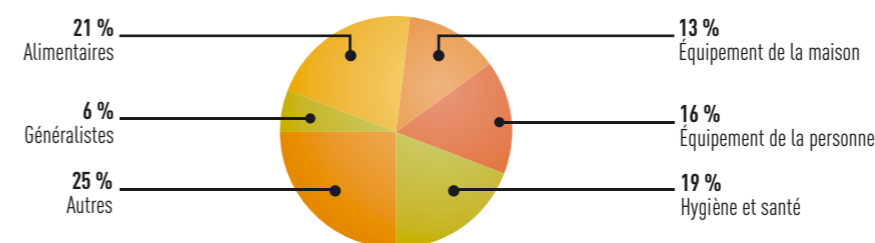
Selon le CREDOC et Altema, le paysage commercial français a connu de nombreuses mutations avec l'arrivée des nouvelles formes de distribution, telles que les magasins spécialisés et le hard-discount. Face à l'affaiblissement de leur pouvoir d'achat, les ménages n'ont cessé d'arbitrer leurs dépenses en fonction du prix. Parallèlement, la clientèle est en quête de proximité, elle est plus attentive à l'optimisation de son temps libre, plus exigeante sur la qualité de l'accueil, du conseil et des services qui lui sont réservés. Elle est devenue plus versatile et elle multiplie les lieux d'achat en faisant ses courses quand elle peut et au plus vite. L'évolution des comportements des consommateurs s'articule autour de trois tendances : le vieillissement de la

TABLEAU 2 • Établissements de 300 m<sup>2</sup> et plus au 31 décembre 2004 et évolution depuis 2003

	Situation au 31/12/2004 <sup>(1)</sup>		Évolution 2003/2004			
	En nombre	Surface déclarée en m <sup>2</sup>	En nombre	En %	Surface (en m <sup>2</sup> )	En %
Grandes surfaces généralistes <sup>(1)</sup>	204	308 938	- 6	- 3	+ 5 727	+ 2
Grandes et moyenne surfaces spécialisées	664	640 830	+ 34	+ 5	+ 17 528	+ 3
- dont équipements de la personne <sup>(4)</sup>	90	68 368	- 4	- 4	- 3 376	- 5
- dont équipements de la maison <sup>(3)</sup>	362	403 621	- 19	- 5	- 14 438	- 3
- dont culture-loisirs <sup>(6)</sup>	93	85 242	+ 17	+ 22	+ 26 514	+ 45
<b>Total</b>	<b>868</b>	<b>949 768</b>	<b>+ 28</b>	<b>+ 3</b>	<b>+ 23 255</b>	<b>+ 2</b>

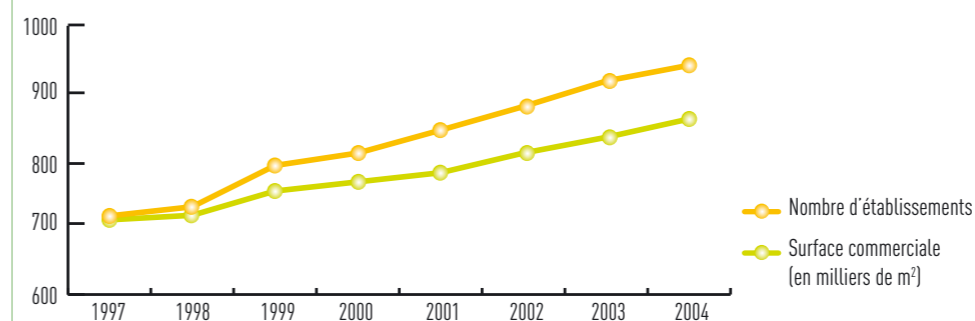
Source : Fichiers des CCI du Finistère - Champ Observatoire régional du commerce (ORC)

GRAPHIQUE 1 • Structure de l'offre commerciale finistérienne par secteurs d'activités au 31 décembre 2004



Source : Fichiers des CCI du Finistère - Champ observatoire régional du commerce (ORC)

GRAPHIQUE 2 • Évolution du nombre d'établissements de 300 m<sup>2</sup> et plus, et de leur surface commerciale depuis 1997



Source : Fichiers des CCI du Finistère - Champ observatoire régional du commerce (ORC)

population, l'éclatement de la famille et une organisation du travail plus flexible. Pour répondre à ces attentes, les différents types de commerces cherchent à se repositionner sur le marché. C'est le cas des hypermarchés qui subissent une perte de parts de marché en raison du développement du commerce à prix bas qu'est le hard-discount. Ce créneau a suscité de nombreuses convoitises chez les distributeurs face aux enseignes historiques (Lidl, Aldi). Ainsi, sont nés : Ed par Le Groupe Carrefour, Leader Price par Casino, Netto par Intermarché, ou encore L par Le Groupe Leclerc. Une nouvelle offre commerciale se dessine. Pour parler à leur perte de vitesse, les hypermarchés ont aussi développé des concepts de plus petite taille

en centre ville (Petit Casino ou Spar par Casino, Shopi, Marché Plus et 8 à Huit par Carrefour). Dans ce contexte qui remet en cause le gigantisme des hypermarchés, le commerce de proximité pourrait retrouver un nouvel élan, notamment les magasins indépendants de proximité, basés sur des circuits courts d'approvisionnement (en direct chez les producteurs : le bio, les produits fermiers, etc.), le commerce équitable.

(1) Hypermarchés, supermarchés, hard discount, etc.  
(2) Boulangerie, pâtisserie, boucherie, charcuterie, etc.  
(3) Meubles, décoration, bricolage, jardinage, blanc brun, etc.  
(4) Habillement, chaussures, etc.  
(5) Coiffure, esthétique, parfumerie, etc.  
(6) Sports et loisirs, disquaires, librairies, etc.

## Alimentation : les normes sanitaires, un gage de qualité

Les normes sanitaires : une préoccupation importante pour le secteur de l'alimentation? Bouchers, charcutiers, boulangers, restaurateurs, pâtisseries, poissonniers et traiteurs sont soumis à des contrôles nombreux. Les conséquences peuvent être graves : jusqu'à une fermeture administrative! Le problème : le financement des travaux liés à la mise aux normes, surtout pour les jeunes en phase de reprise ou les plus anciens, proches de la retraite. Mais il faut impérativement aller de l'avant : il en va de la survie du commerce de proximité!

Que fait la Chambre de Métiers et de l'Artisanat pour aider ses ressortissants? Nous venons de créer une cellule Hygiène. Sa mission : sensibiliser artisans et commerçants à ces questions. Nous informons sur la réglementation, diffusons le guide des bonnes pratiques, sensibilisons à la formation... Dans le cadre de l'ODESCA, certains professionnels peuvent recevoir une aide financière pour leurs travaux. Et nous avons le projet de mettre en place un Monsieur Diagnostic à l'échelle du département.

Michel Guéguen  
Président de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat du Finistère