

Diagnostic commercial intercommunal Edition 2023

Une étude de la



**CCI Métropolitaine
Bretagne Ouest**



Partie 1. Volet CCPCP

1.I. Données de cadrage	3
1.II. Offre commerciale	10
1.III. Activité commerciale	12

Partie 2. Volet communes

2.I. Châteaulin	19
2.II. Pleyben	26
2.III. Plomodiern	31
2.IV. Plonevez-Porzay	35

A stylized logo on the left side of the slide, composed of several light purple, curved segments arranged in a circular pattern, resembling a gear or a stylized letter 'C'.

Communauté de communes

Données de cadrage



Caractéristiques sociodémographiques

-0,3%/an

La communauté de communes enregistre entre 2014 et 2020 une baisse démographique de 0,3%/an.

+0,3%/an

La population de la communauté de communes diminue, mais celle des ménages augmente, soulignant un desserrement des ménages.

16,5%

La part des personnes de moins de 15 ans en 2019 sur la communauté de communes est similaire à la moyenne départementale.

<100

L'indice moyen de concentration d'emplois de la communauté de communes est de 91,9. Se rapprochant de 100, il souligne ainsi une faible dépendance aux pôles d'emplois extérieurs pour les actifs de la communauté de communes.

>21 500 €

La médiane des revenus des ménages de la communauté de communes est légèrement inférieure à celle du département, (-500€). Cette différence met en évidence un **revenu disponible plus faible pour les ménages de la communauté de communes**, induisant également une plus faible propension de consommation auprès des commerces.

➔ A retenir :

Un déclin démographique, allié au revenu médian plus faible peuvent affaiblir l'offre commerciale du territoire et impacter le niveau de consommation auprès des commerces.

A noter que la caractéristique d'une population jeune marque la nécessité de s'adapter à cette population, tant en termes d'offre commerciale, de services, que des usages de l'espace public.

Indicateurs Insee		Communauté de communes	Finistère
Population	Population 2020	22 678	917 179
	Population 2014	23 137	905 855
	Densité 2019 (nb habitants/km ²)	53,5	135,9
	TCAM* population 2014 - 2020	-0,3	0,2
	% des moins de 15 ans en 2019	16,5%	16,4%
	% des 60 ans et plus en 2019	29,1%	30,0%
Ménages	Nombre de ménages en 2019	10 166	432 954
	TCAM* ménages 2013-2019	0,3	0,7
Emplois – Niveau de vie	Indice de concentration d'emplois (nb emplois au LT 2019 pour 100 actifs occupés 2019)	91,9	98,8
	% des actifs travaillant hors de leur commune de résidence (2019)	65,5%	62,6%
	Revenu Médian disponible 2019 (€) par Unité de Consommation	21 470	21 970

*TCAM : Taux de croissance annuel moyen

Le **revenu disponible par unité de consommation (UC)**, également appelé "niveau de vie", est le revenu disponible par "équivalent adulte". Il est calculé en rapportant le revenu disponible du ménage au nombre d'unités de consommation qui le composent. Toutes les personnes rattachées au même ménage fiscal ont le même revenu disponible par UC (ou niveau de vie). (Définition Insee)

Source : Insee.



Evolution de l'habitat

+0,5%/an

Le taux de croissance annuel moyen (TCAM) des logements de la communauté de communes est légèrement inférieur à la moyenne départementale.

16,2%

Une part de résidences secondaires supérieure à celle du Finistère, témoignant de la présence d'une clientèle touristique occasionnelle à capter

+3,6

Progression du parc de logements vacants

26,5%

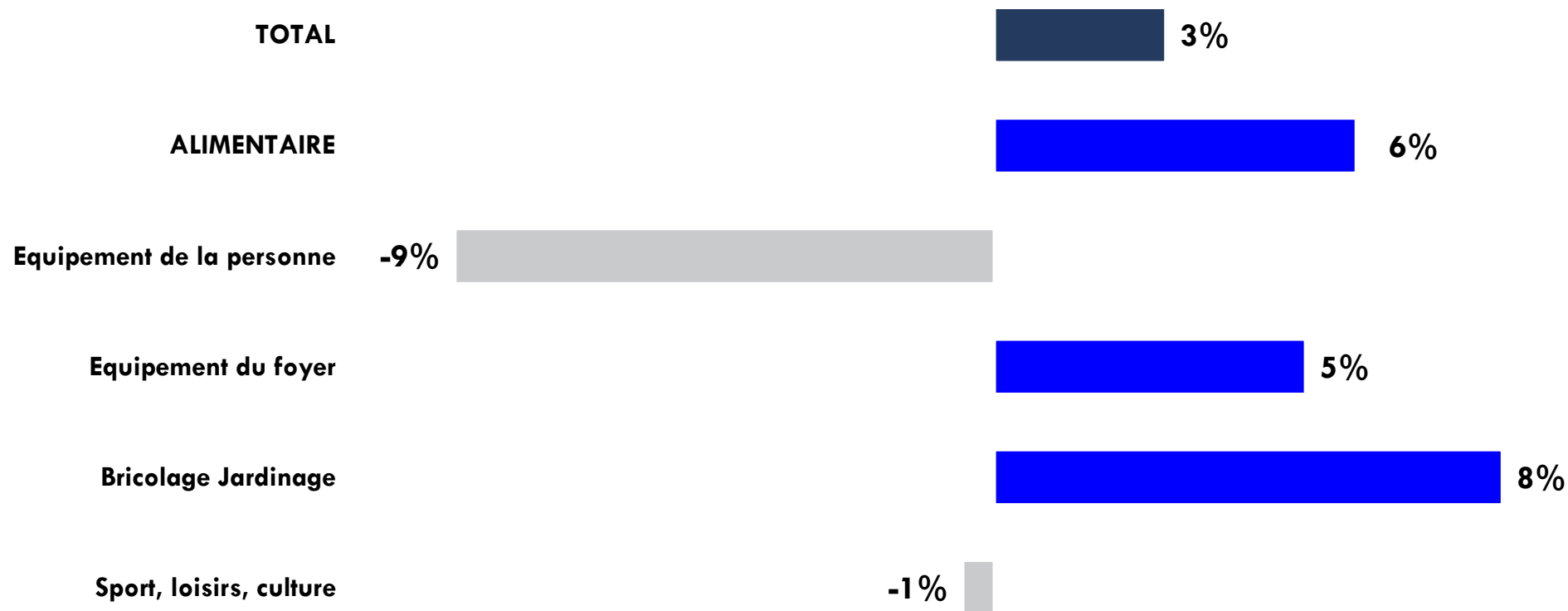
En 2019, plus du quart des ménages n'habitaient pas dans leur commune 5 années auparavant

Indicateurs Insee	CCPCP	Finistère
Logements 2019	13 735	549 039
TCAM* logements 2013 - 2019	0,5	0,8
% des résidences principales dans les logements 2019	74,2%	78,9%
% des résidences secondaires dans les logements 2019	16,2%	13,6%
% des logements vacants 2019	9,6%	7,5%
TCAM* logements vacants 2013 - 2019	+3,6	stable
% des ménages installés dans leur commune depuis moins de 5 ans en 2019	26,5%	30,6%

*TCAM : Taux de croissance annuel moyen

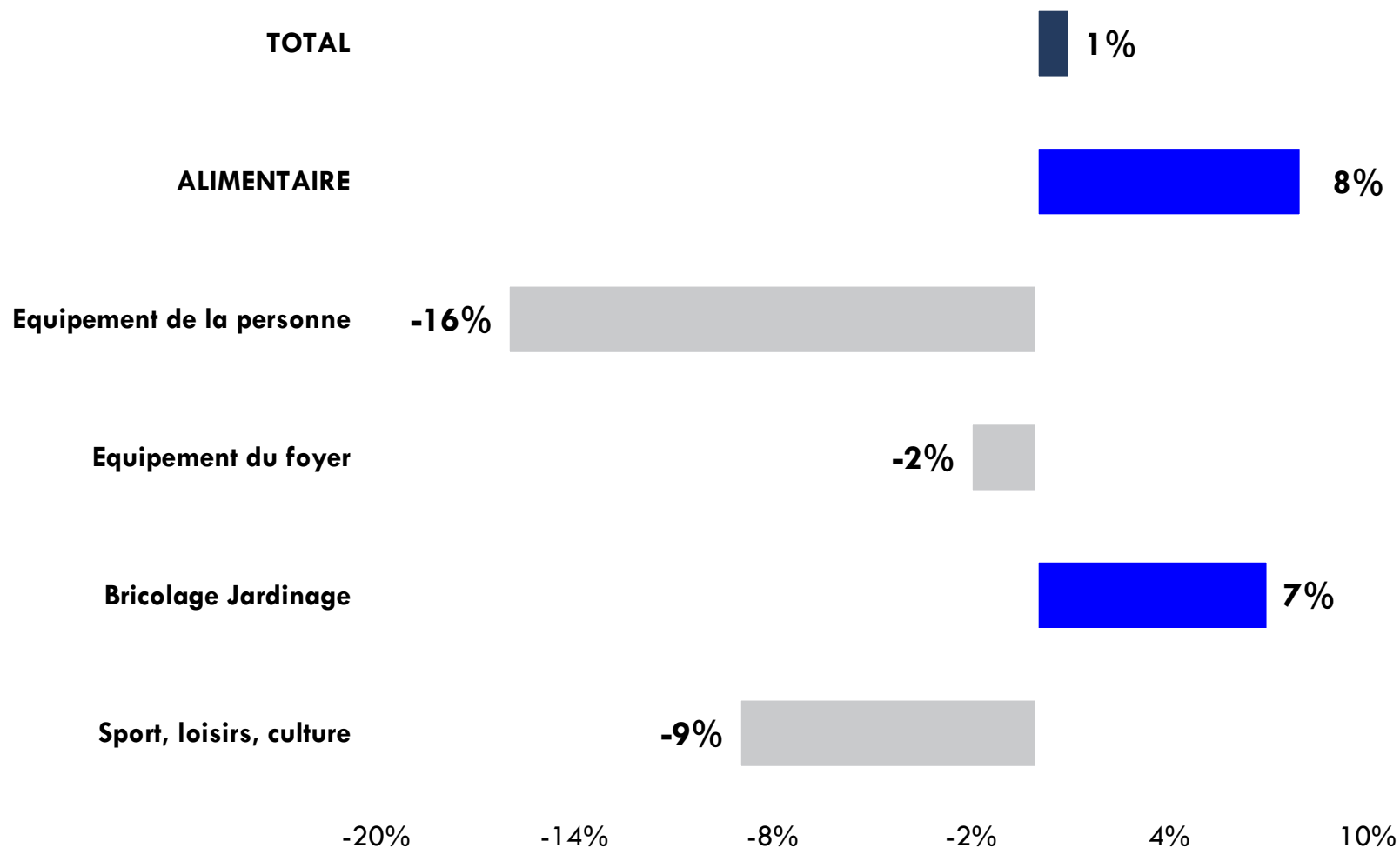


ÉVOLUTION du Budget d'un ménage FINISTERIENS DEPUIS 2018





ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES des commerces FINISTERIENS DEPUIS 2018





Communauté de communes

Offre commerciale

&

Analyse de la demande



Communauté de communes

Caractéristiques de l'offre commerciale

309

C'est le nombre de commerces en activité* sur la communauté de communes au 1^{er} janvier 2023

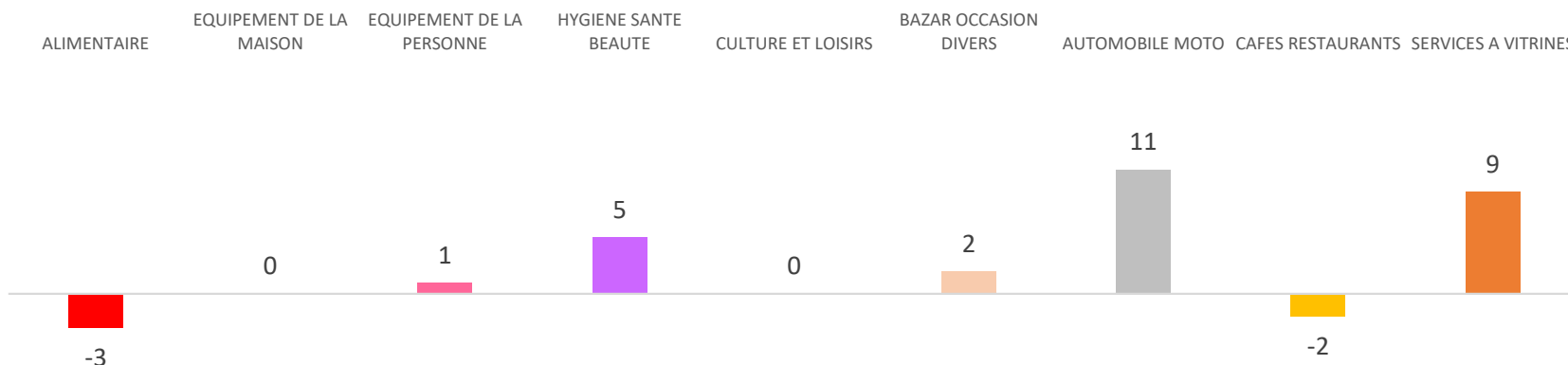
26%

26% des commerces de la communauté de communes sont installés depuis plus de 15 ans. 39 % le sont depuis moins de 5 ans.

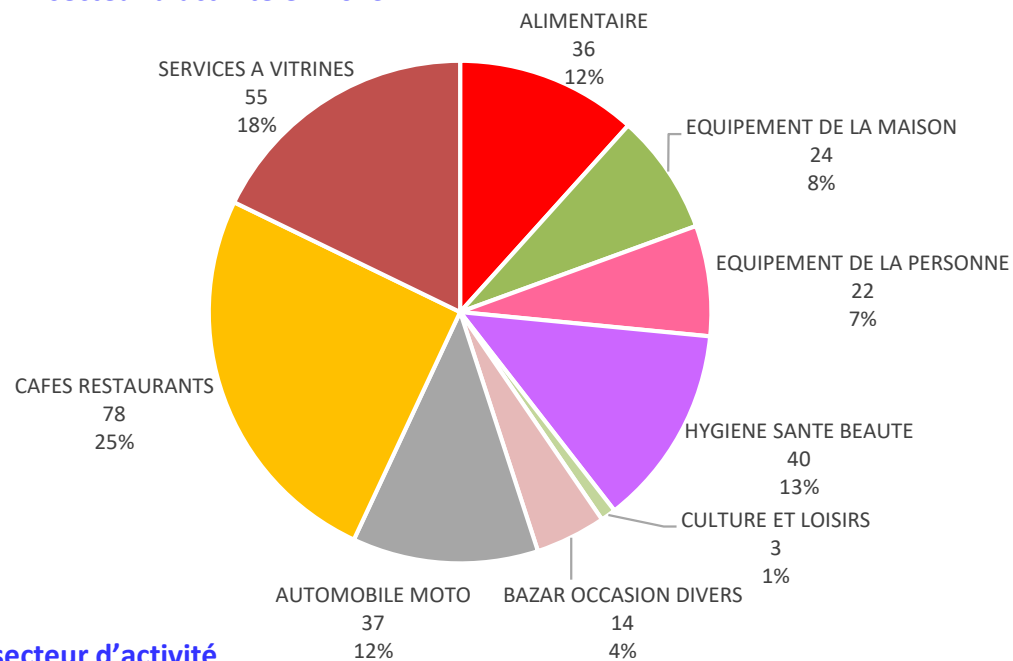
+23

Depuis 2018, l'offre s'est densifiée de 23 unités commerciales (+6,3%).

→ Evolution de l'offre de la communauté de communes par secteur d'activité entre 2018 et 2023



→ L'offre commerciale traditionnelle de la communauté de communes par secteur d'activité en 2023



Source : Fichier RCS



Communauté de communes

Caractéristiques de l'offre commerciale

Desserte
cohérente

On recense sur le territoire de la communauté de communes 10 communes bénéficiant au moins d'un commerce alimentaire dont 4 communes au tissu commercial de base complet. Ce sont ainsi 83% des habitants qui disposent d'une offre alimentaire à proximité.

17%

Toutefois, ce sont 17% de la population qui habitent sur une commune ne bénéficiant d'aucune offre alimentaire dans leur commune.

3

Seules 3 communes, représentant 5% de la population de la communauté de communes, n'ont aucun commerce de base, ni de café ou restaurant.

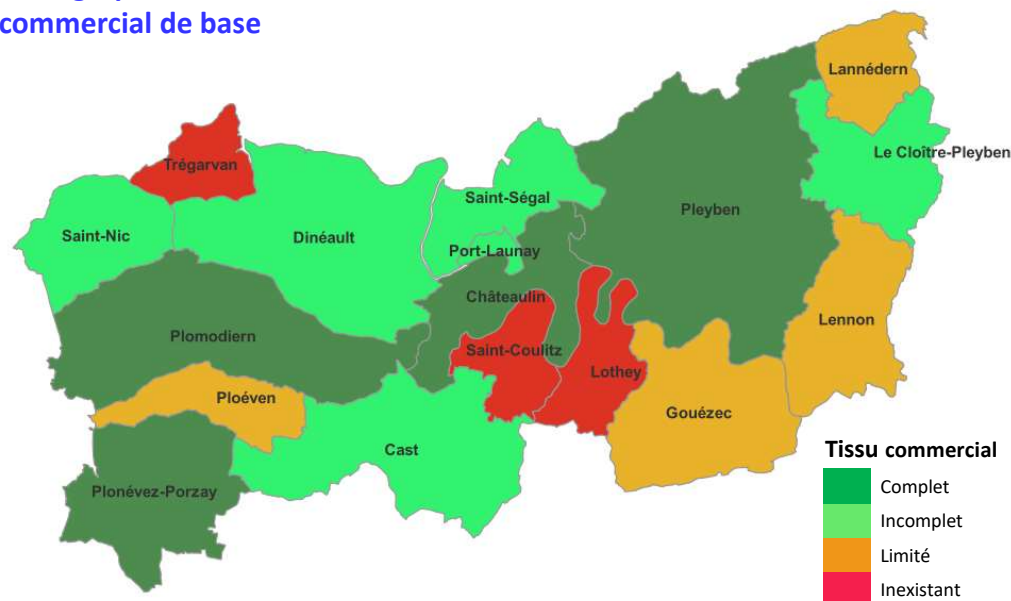
→ A retenir :

Le maillage commercial en commerces de base apparaît en cohérence avec la population du territoire.

Cette structuration met en évidence l'importance :

- d'une part de conserver ce niveau de structuration de l'offre afin de maintenir l'attractivité commerciale des centralités auprès des habitants,
- et d'autre part d'étudier les alternatives aux commerces sédentaires pour apporter un service aux populations des communes peu ou pas pourvues en commerces.

→ Cartographie des communes de la communauté de communes suivant le tissu commercial de base



	Complet	Incomplet	Limité	Inexistant	Total
Nbre de communes	4	6	4	3	17
Population des communes	12 767	6 192	2 685	1 034	22678
Poids de la population	56%	27%	12%	5%	100%

Tissu commercial de base :

Complet : au moins une grande surface alimentaire de plus de 300 m² de surface de vente (GSA) ou chacun des trois commerces traditionnels alimentaires de base : alimentation générale, boulangerie et boucherie.

Incomplet : pas de GSA et présence de seulement 1 ou 2 des commerces alimentaires de base

Limité : aucun commerce alimentaire de base mais présence d'un café ou restaurant

Inexistant : aucun commerce alimentaire de base ni café ou restaurant

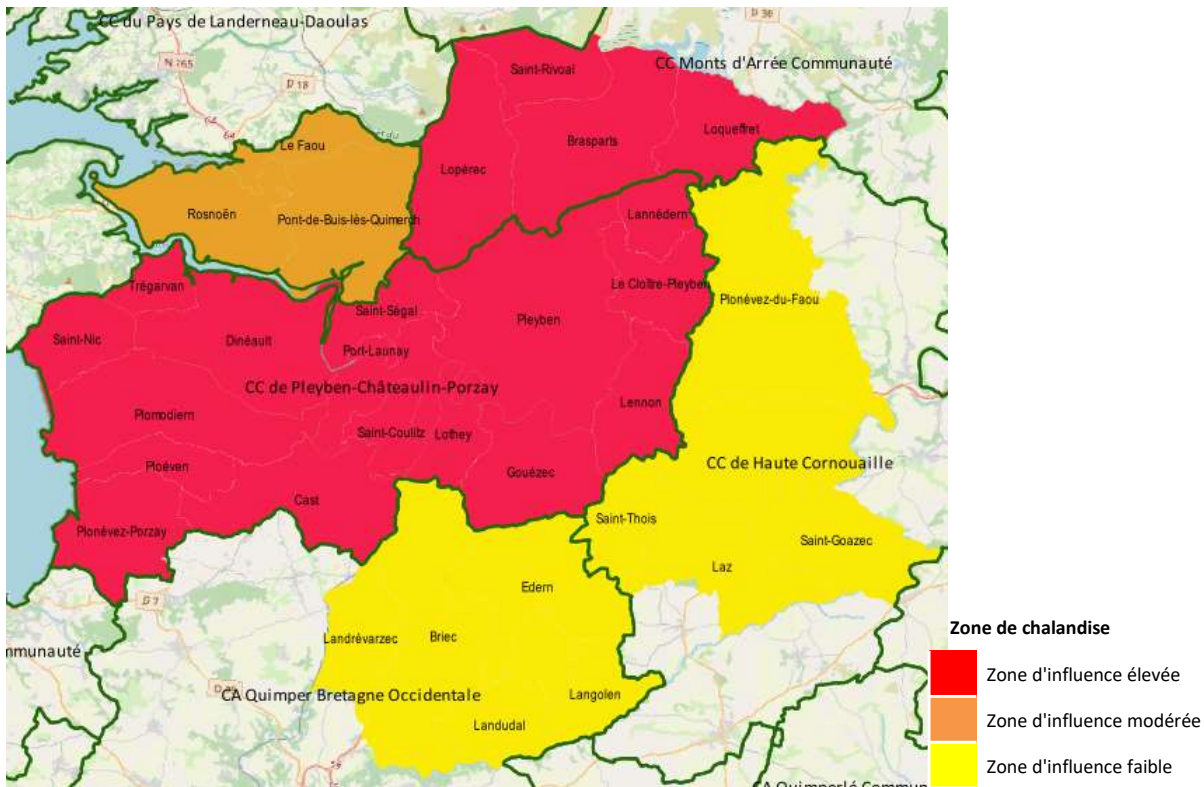


Communauté de communes

Caractéristiques de la demande commerciale

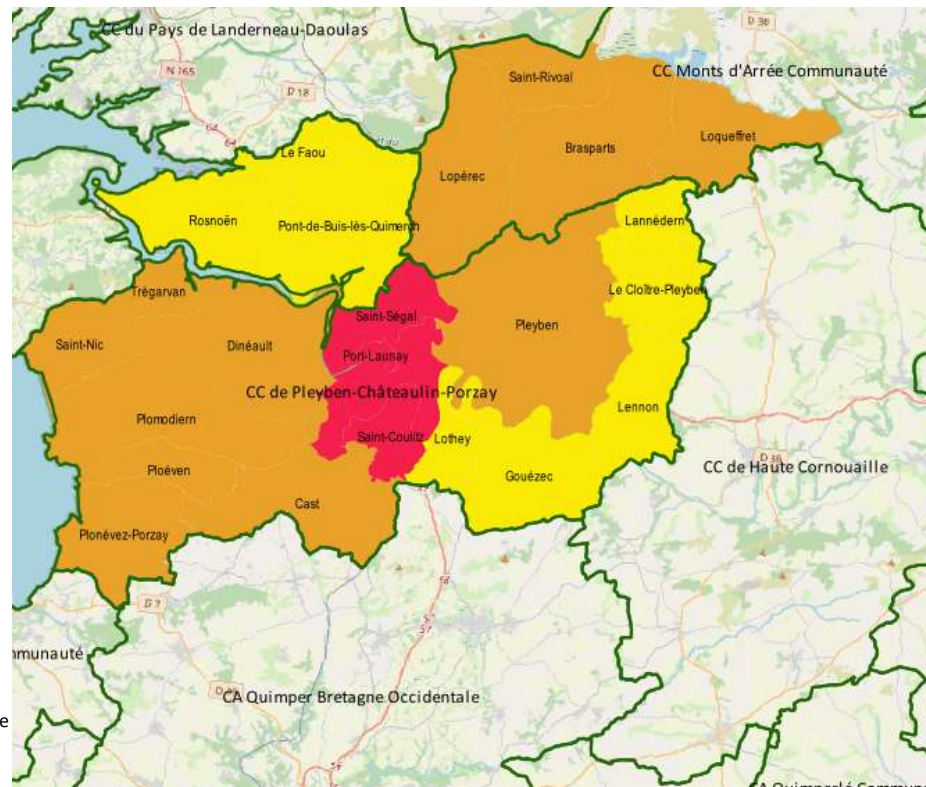
➔ Attraction des commerces de la communauté de communes de Pleyben-Châteaulin-Porzay sur la population, par catégorie de produits

Alimentaire



Zone	Taux d'emprise		Contribution au CA
	2018	2022	2022
Zone d'influence élevée	83,2%	84,1%	81,0%
Zone d'influence modérée	34,6%	44,7%	10,9%
Zone d'influence faible	4,7%	7,1%	5,2%
TOTAL	47,2%	50,0%	97,1%

Non alimentaire et services



Zone	Taux d'emprise		Contribution au CA
	2018	2022	2022
Zone d'influence élevée	55,6%	47,7%	28,8%
Zone d'influence modérée	36,0%	38,1%	47,3%
Zone d'influence faible	25,0%	21,6%	17,4%
TOTAL	36,1%	35,3%	93,5%

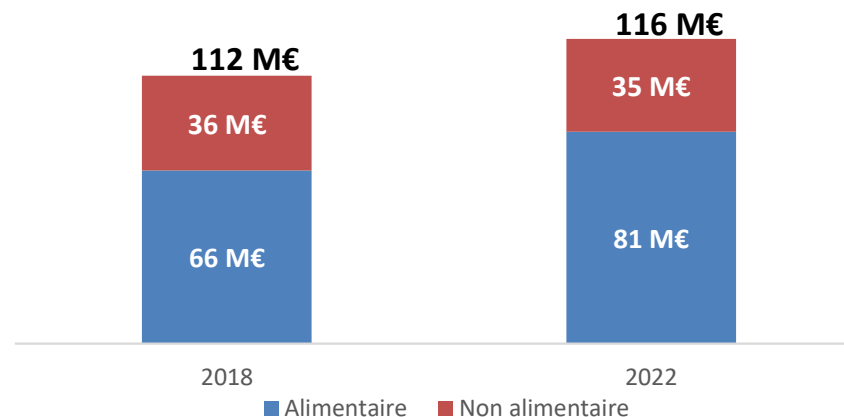
Source : CCIMBO, observatoire de la consommation 2018, 2022



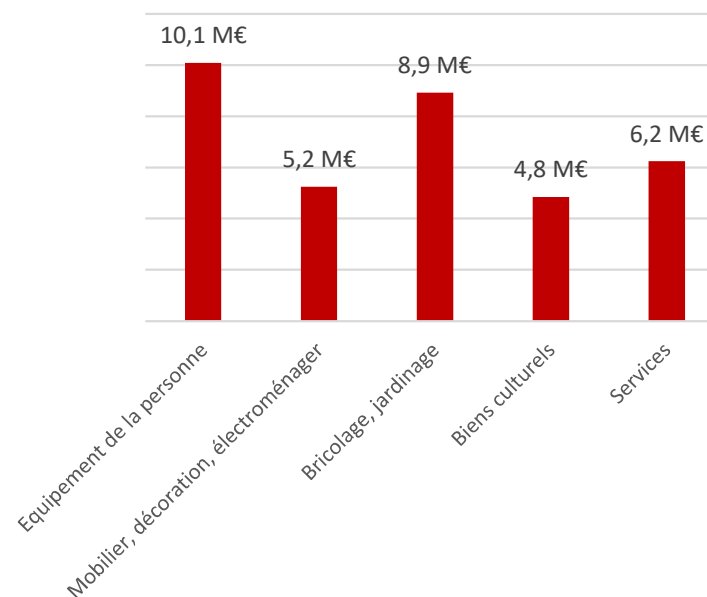
Communauté de communes

Volumes d'activité

→ Volume d'activité commerciale par catégorie, hors tourisme, 2018 et 2022



→ Volume d'activité commerciale par famille non-alimentaire, 2022



Source : CCIMBO, observatoire de la consommation 2018, 2022

116,2 M€

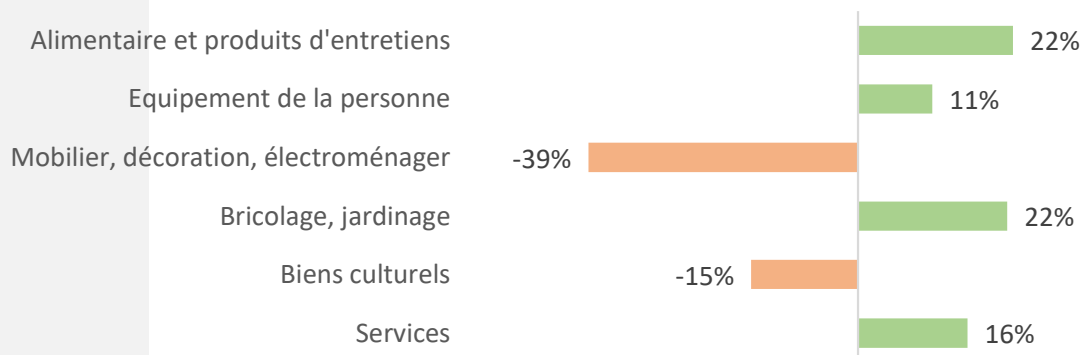
Les commerces de la communauté de communes génèrent un volume d'affaires de 116,2 M€ hors tourisme, volume d'affaires en progression depuis 2018 (+14%), mais avec des disparités par catégorie de produit : +22% en alimentaire, -7% en non-alimentaire

70%

L'alimentaire représente 70% du volume d'activité de la communauté de communes, le non-alimentaire 30%

L'équipement du foyer (-3,3M€) et les biens culturels (-0,9M€) sont les secteurs qui ont enregistré des baisses d'activité entre 2018 et 2022.

→ Evolution du volume d'affaires des commerces de la communauté de communes de Pleyben-Châteaulin-Porzay, par famille de produits





Communauté de communes

Volumes d'activité

**85% de pdm
pour les
grandes
surfaces en
alimentaire**

En alimentaire, les commerces de moins de 300m2 prennent 13% des dépenses alimentaires réalisées sur le territoire, c'est 2 points de plus qu'en 2018. Avec 85% de part de marché, les grandes surfaces alimentaires restent de loin le premier distributeur malgré un recul depuis 2018. Les commerces non sédentaires (vente directe chez le producteur et marché) représente 2% du marché.

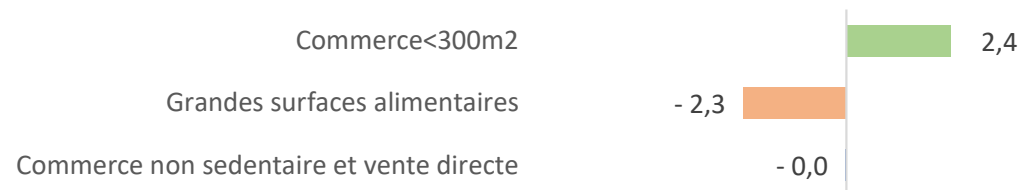
**34% de pdm
pour les
commerces<3
00m2 en non-
alimentaire**

Les commerces de moins de 300m2 réalisent 34% de part de marché pour les achats non alimentaires (hors services), en progression là-aussi de 2 points depuis 2018. Les grandes surfaces spécialisées prennent 39% de part de marché et ont gagné 5 points depuis 2018. Les grandes surfaces alimentaires perdent 6points de parts de marché sur les produits non alimentaires

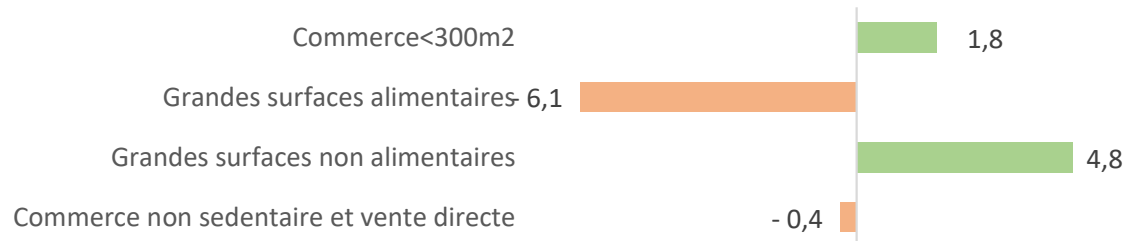
→ Parts de marché par forme de vente

	Alimentaire	Non alimentaire hors services	TOTAL
Moins de 300m2	13%	34%	19%
Grandes surfaces alimentaires	85%	26%	69%
Grandes surfaces spécialisées	-	39%	10%
Non sédentaires	2%	-	1%
Autre	-	1%	-

→ Evolution des parts de marché des forme de vente, en alimentaire



→ Evolution des parts de marché des forme de vente, en non alimentaire (hors services)





Communauté de communes

Marché théorique

**13 356€
par ménage**

Les **ménages de la communauté de communes ont un potentiel de consommation annuel estimé à 13 356€** dans le commerce de détail.

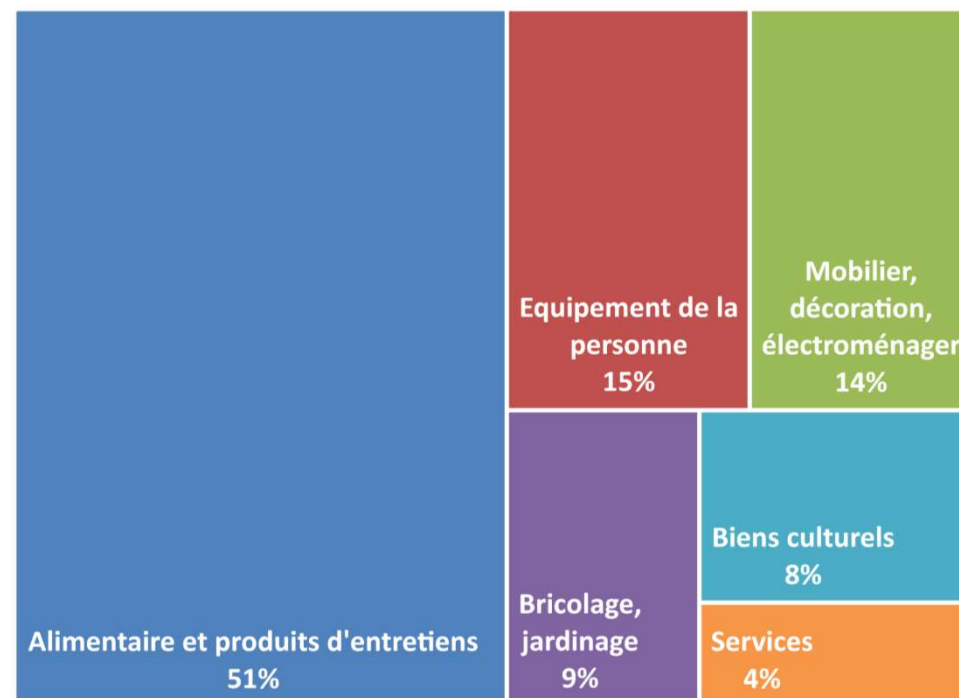
137 M€

A partir du recensement 2019 et des projections démographiques, le nombre de ménages présents sur les 17 communes est estimé à 10 277. Ainsi, les **dépenses des ménages de la communauté de communes représenteraient 137,3 millions d'euros**.

51%

Concernant la répartition des actes d'achats, les ménages **accordent 51% de leurs dépenses pour les produits alimentaires et d'entretiens** et 49% de leurs dépenses pour les autres produits où les actes d'achats sont moins fréquents.

➔ **Marché théorique de la communauté de communes, par famille de produits**





Communauté de communes

Lieux d'achats

63% de rétention

63% des dépenses des habitants de la communauté de communes restent sur le territoire intercommunal (64% en 2018)
Ils effectuent 86% de leurs achats en alimentaires et 35% de leurs achats en non alimentaires dans les commerces de la communauté de communes.

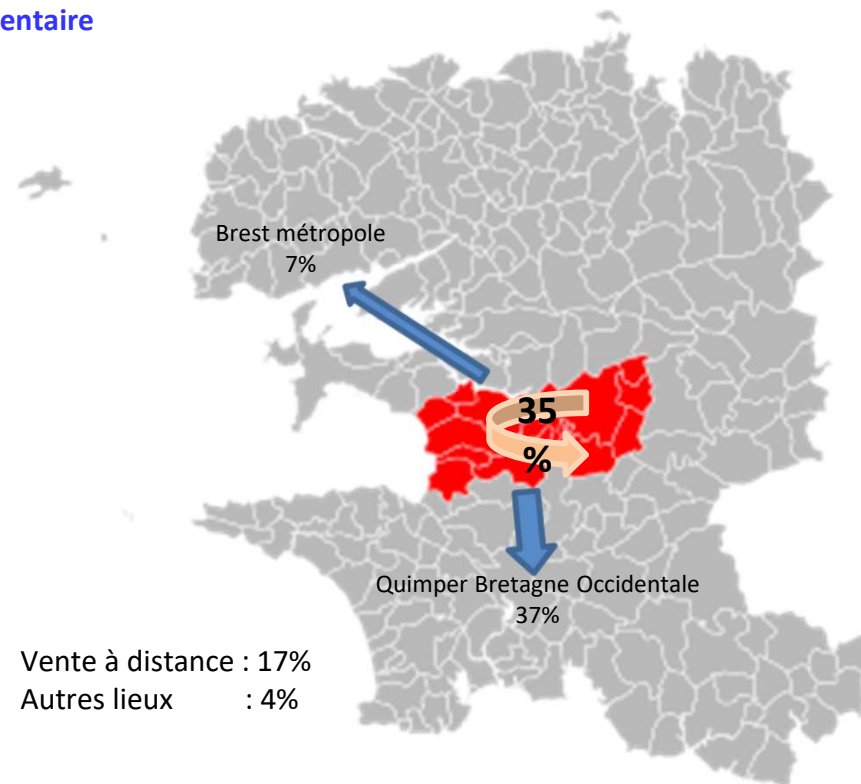
-4pts

Les habitants de la communauté de communes consomment moins aujourd'hui en produits non-alimentaires dans les commerces de leur territoire que 4 années auparavant.
Ils accordent 37% de leur dépenses non-alimentaires dans les commerces de QBO et 7% dans ceux de Brest métropole

17% en VAD sur le non alimentaire

Les consommateurs accordent 17% de leurs achats non alimentaire sur le e-canal, c'est 9 points de plus qu'en 2018.

→ Lieux d'achat des habitants de la communauté de communes, en non-alimentaire



Rétention	2018	2022
Alimentaire	86%	86%
Non alimentaire	39%	35%
Services	85%	90%
Tout produit	64%	63%

Source : CCIMBO, observatoire de la consommation 2018, 2022



Communauté de communes

Détail des lieux d'achats

86,9 M€
restent sur le
territoire

37%
d'évasion

63% des dépenses des ménages de la communauté de communes restent dans les commerces de la communauté de communes, dont 40% dans les commerces de Châteaulin.

L'évasion commerciale est de 37% (50,3M€). La première destination d'évasion est le pôle Quimpérois (18% des dépenses), suivie par la vente à distance (8% en moyenne, elle atteint 20% sur les produits d'équipement du foyer) puis le pôle brestois.

Pour les produits alimentaires, l'évasion est plus faible (14%), le tissu commercial présent sur le territoire permet de retenir ses clients.

→ La répartition des dépenses des ménages de la communauté de communes, par famille de produit et par lieu d'achat

Lieux d'achats	Alimentaire et produits d'entretiens	Equipement de la personne	Equipement du foyer	Bricolage, jardinage	Biens culturels	Services	Moyenne tous Produits
CHATEAULIN	49%	30%	18%	45%	29%	41%	40%
PLEYBEN	18%	3%	1%	7%	4%	19%	12%
PLOMODIERN	14%	1%	2%	5%	2%	12%	9%
PLONEVEZ PORZAY	2%	0%	1%	1%	0%	4%	2%
Autres communes de la CCPCP	2%	0%	0%	1%	0%	15%	2%
RETENTION	86%	34%	22%	59%	35%	90%	63%
QUIMPER	4%	38%	33%	27%	38%	4%	18%
VENTE A DISTANCE	1%	18%	20%	6%	17%	0%	8%
BREST/GUIPAVAS	0%	4%	14%	2%	3%	0%	3%
BRIEC	4%	1%	1%	2%	1%	2%	2%
CHATEAUNEUF DU FAOU	2%	0%	6%	1%	0%	2%	2%
Autres communes hors CCPCP	4%	6%	3%	2%	5%	4%	4%
EVASION	14%	66%	78%	41%	65%	10%	37%

→ A retenir :

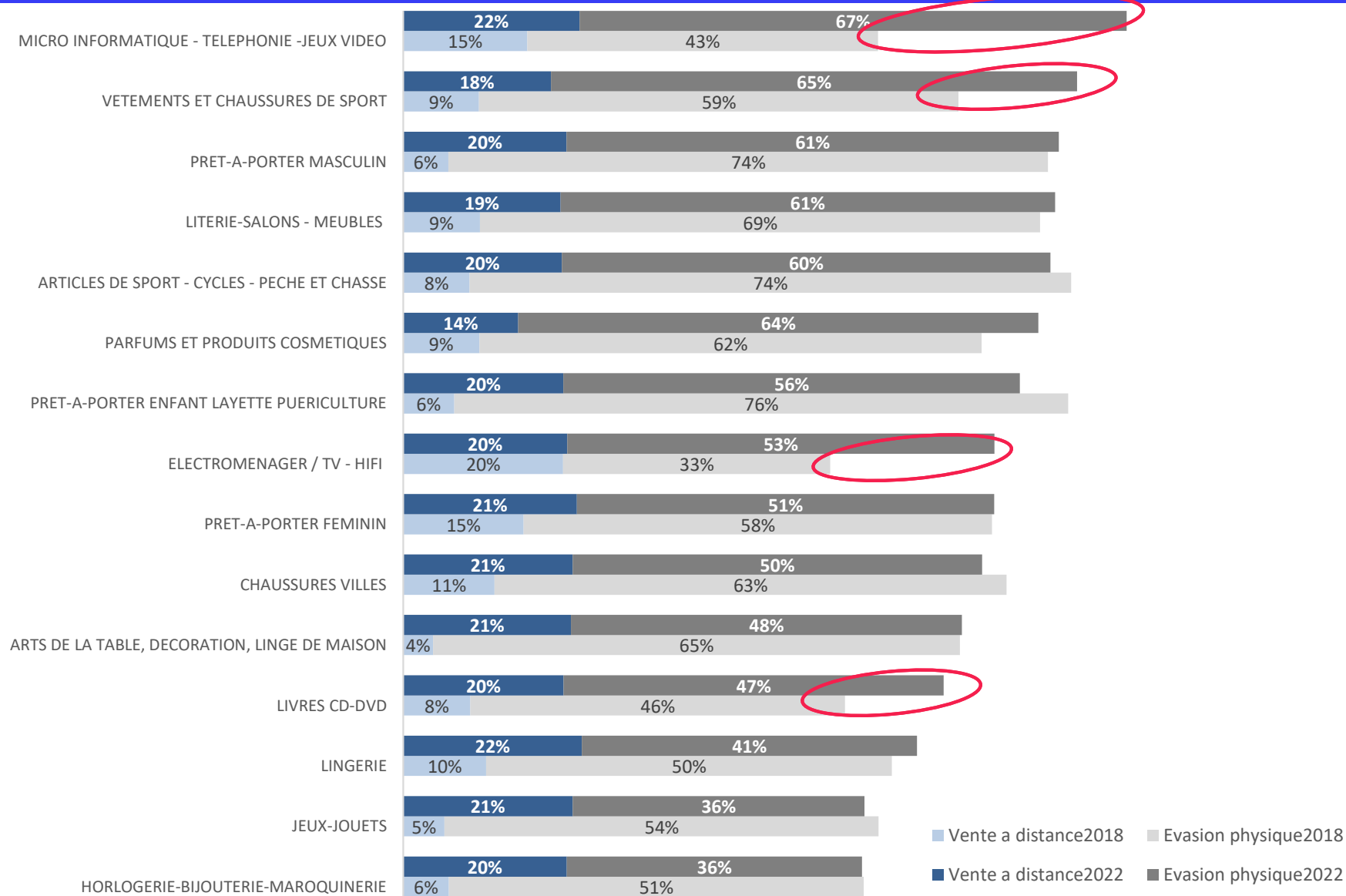
Source : CCIMBO, observatoire de la consommation 2018, 2022

Une attraction limitée de l'offre non alimentaire présente sur la communauté de communes, exception pour le bricolage jardinage, qui induit de fortes évasions vers les pôles majeurs extérieurs au Pays, et qui profite également aux achats sur Internet.



Communauté de communes

Produits les plus évasifs



Source : CCIMBO, observatoire de la consommation 2018, 2022

A large, stylized logo in the background, composed of several light purple, curved segments arranged in a circular pattern, resembling a stylized 'C' or a gear.

Focus communal

Châteaulin



Châteaulin

Les caractéristiques de l'offre commerciale

121

C'est le nombre de commerces en activité sur la commune au 1^{er} janvier 2023, soit 39% de l'offre présente sur la communauté de commune

26 %

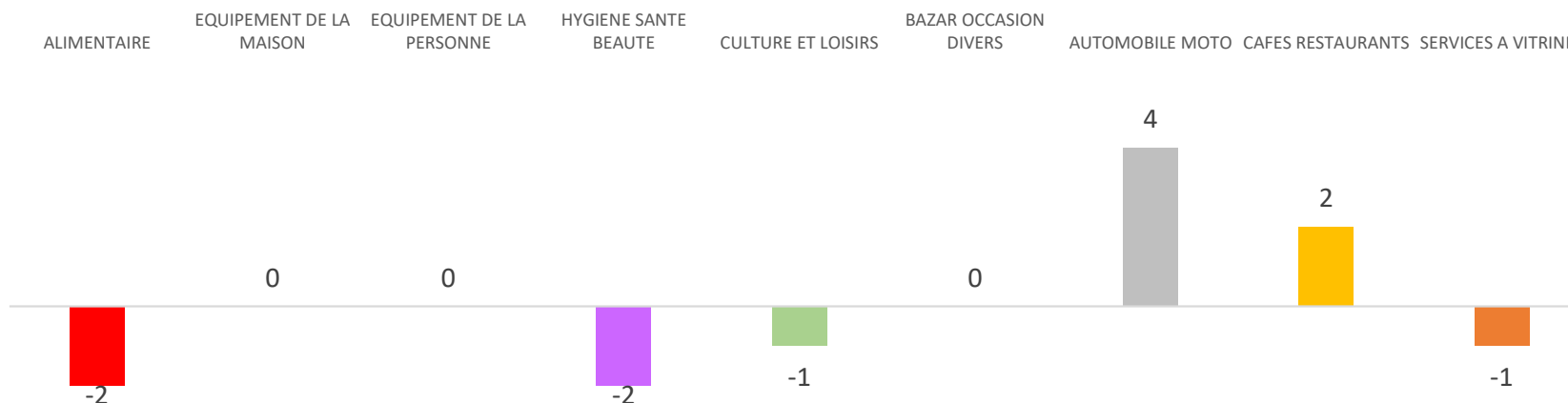
26% des commerces sont installés depuis plus de 15 ans.
37 % le sont depuis moins de 5 ans.

stable

Depuis 2018, **l'offre est stable dans sa globalité**, les secteurs de l'alimentaire et de l'hygiène/santé/beauté ont perdu chacun 2 entités, quand le secteur de l'automobile a gagné 4 entités.

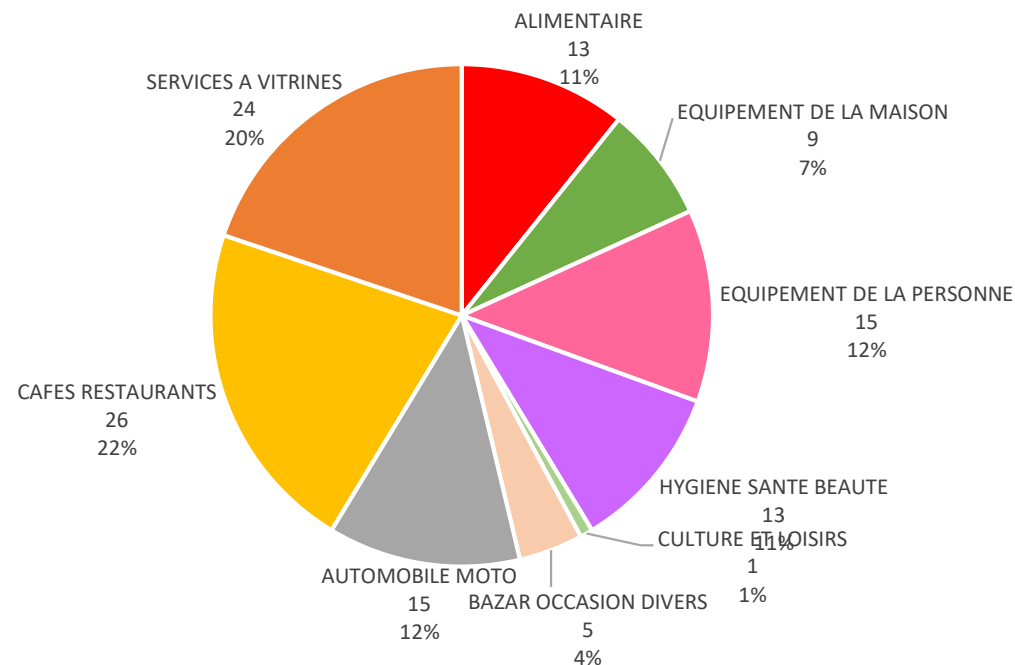
→ Châteaulin

Evolution de l'offre commerciale 2018 / 2023



→ Châteaulin

Répartition de l'offre commerciale de la commune au 1^{er} janvier 2023



Source : Fichier RCS

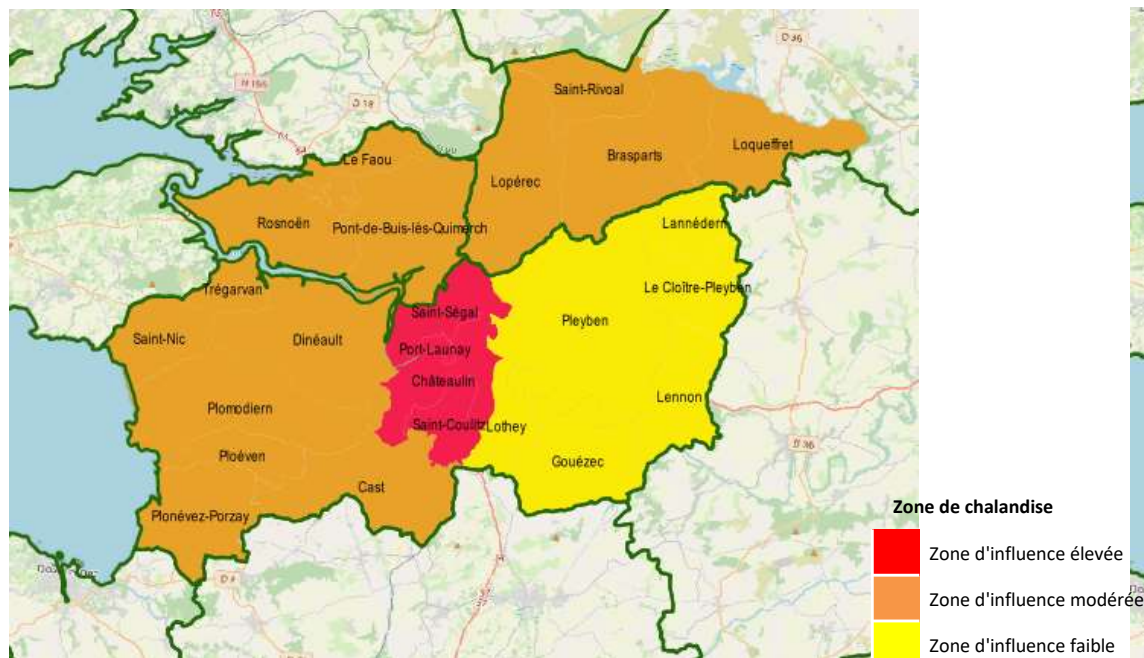


Châteaulin

Caractéristiques de la demande commerciale

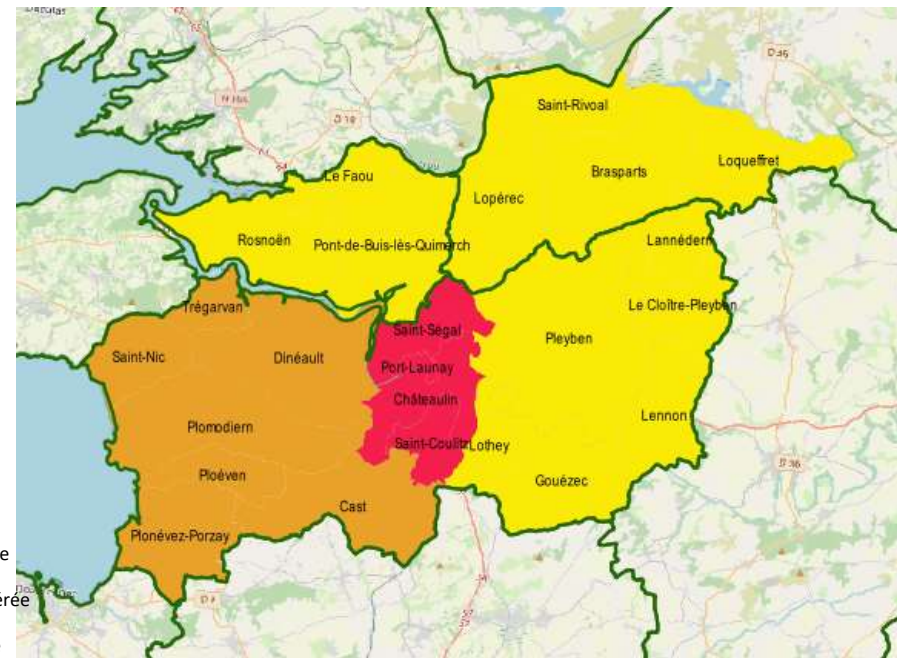
➔ Attraction des commerces de Châteaulin sur la population, par catégorie de produits

Alimentaire



Zone	Taux d'emprise 2018	Taux d'emprise 2022	Contribution au CA 2022
Zone d'influence élevée	96,5%	92,5%	40,0%
Zone d'influence modérée	34,8%	43,7%	47,5%
Zone d'influence faible	42,7%	12,7%	5,3%
TOTAL	49,2%	47,8%	92,8%

Non alimentaire



Zone	Taux d'emprise 2018	Taux d'emprise 2022	Contribution au CA 2022
Zone d'influence élevée	55,3%	47,1%	37,0%
Zone d'influence modérée	25,8%	28,2%	26,7%
Zone d'influence faible	23,5%	17,9%	30,6%
TOTAL	30,9%	27,4%	94,3%



Châteaulin

Volumes d'activité

77,5 M€

Les commerces de Châteaulin ont généré en 2022 un volume d'affaires de 77,5 M€, soit 9% de plus qu'en 2018.

Alimentaire :
+19%

Le volume d'affaires a progressé en alimentaire (+8M€)

89%
pour gdes
surfaces

En alimentaire, les grandes surfaces captent 89% de part de marché (3 points de moins qu'en 2018), et les commerces de moins de 300m2 réalisent 9% de PDM, c'est 2 points de plus qu'en 2018

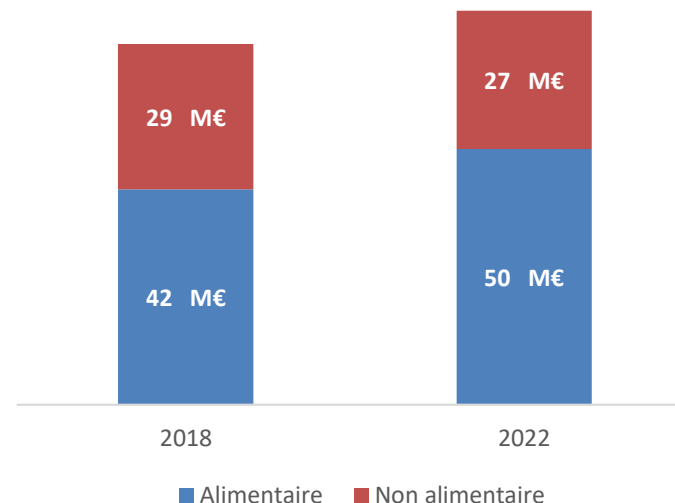
Non
alimentaire :
-5%

En produits non alimentaires et services, le chiffre d'affaires a reculé de 5% (-1M€).

41%
pour les
<300m2

Les commerces de moins de 300m2 réalisent 41% de PDM sur le non-alimentaires, c'est 5 points de plus qu'en 2018. Les grandes surfaces spécialisées captent 36% du marché (+1points). Les grandes surfaces alimentaires sont moins présentes sur ce secteur avec 22% de part de marché, en recul de 6 points.

→ Evolution du Volume d'affaires des commerces de Châteaulin, par catégorie de produits



→ La répartition du Volume d'affaires des commerces par catégorie de produits et par forme de vente

Formes de vente	Alimentaire et produits d'entretiens	Non alimentaires	Tous produits
Commerces de moins de 300m²	9%	41%	20%
Grandes surfaces alimentaires	89%	22%	65%
Grandes surfaces non alimentaires	0%	36%	13%
Autres formes de vente	2%	1%	2%
Total	100%	100%	100%
Volume d'affaires 2022	50,3 M€	27,2 M€	77,5 M€

Source : CCIMBO, observatoire de la consommation 2018, 2022



Châteaulin

Volumes d'activité

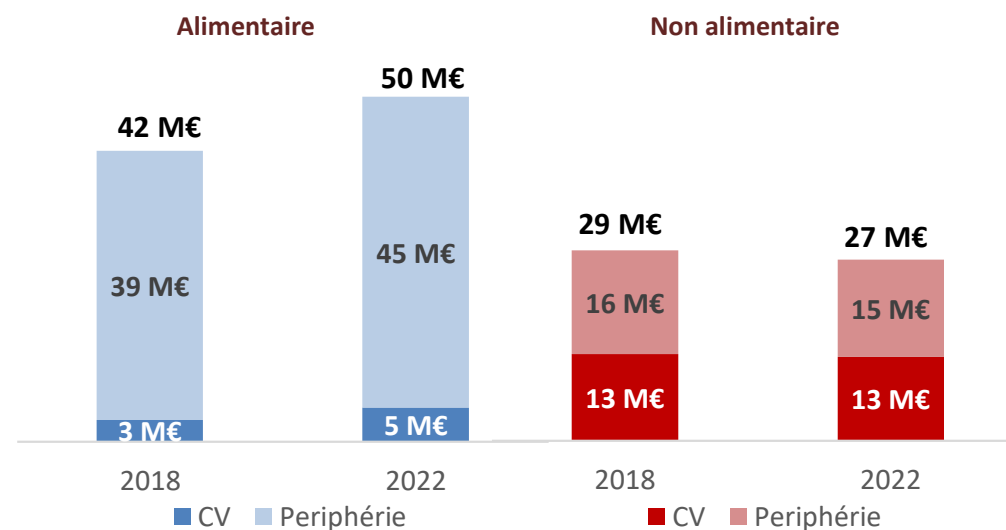
9%
pour le
centre-ville
en
alimentaire

Un
équilibre
en non-
alimentaire

En 2018, le centre-ville de Châteaulin réalisait 7% de PDM en alimentaires. Aujourd'hui avec un chiffre d'affaires de 5 M€, elle en réalise 3 points de plus

En produits non-alimentaire, les commerces de périphérie réalisent 54% de part de marché et les commerces de centralités en réalisent 46%. Cette proportion est stable depuis 2018

➔ Volume d'activité commerciale par secteur, 2018 et 2022





Châteaulin

Volumes d'activité

65%

pour la zone
Leclerc en
alimentaire

La zone Leclerc représente 65% de part de marché en produits alimentaire et d'entretiens.

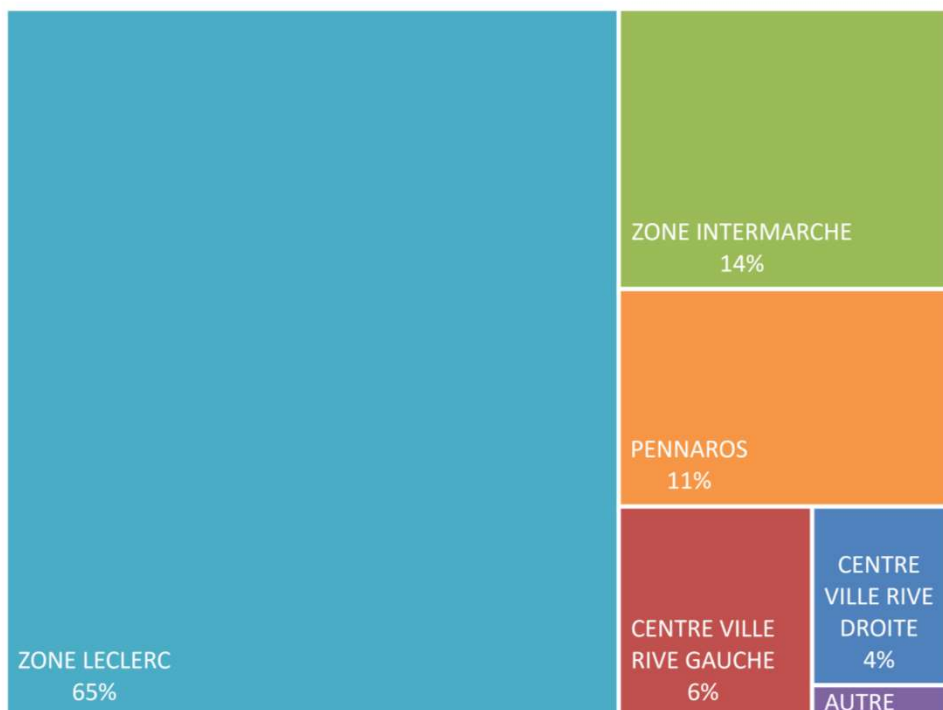
37%

pour la rive
droite en non
alimentaire

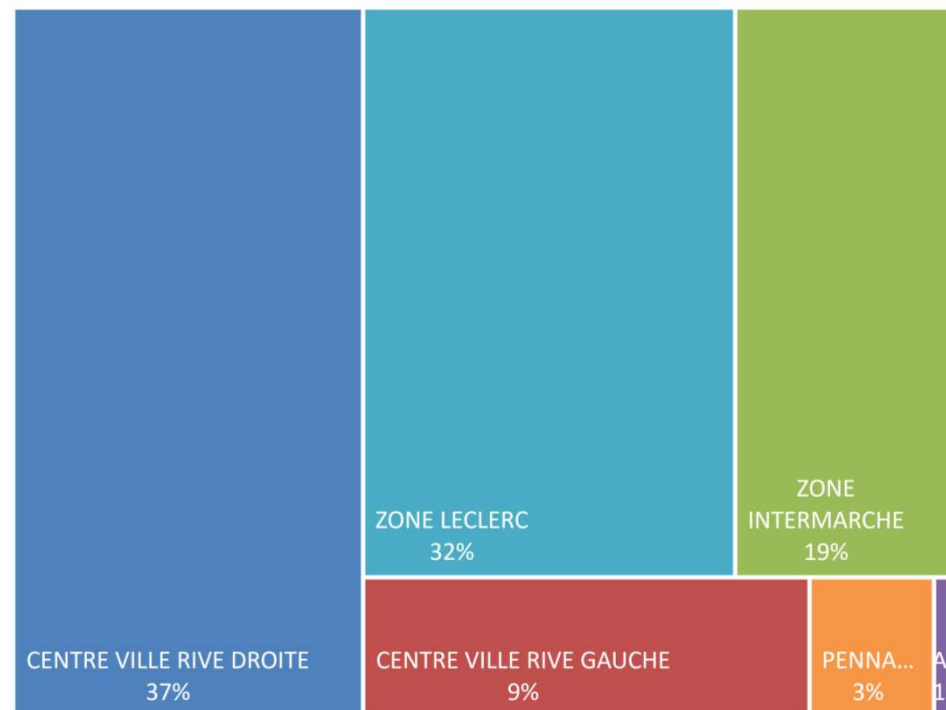
Pour les produits non alimentaire, c'est le centre-ville rive droite qui génère le plus de chiffre d'affaires (37%), suivi de la zone Leclerc (32%)

➔ Volume d'activité commerciale par secteur détaillés, 2022

Alimentaire



Non alimentaire



Source : CCIMBO, observatoire de la consommation 2018, 2022



Châteaulin

Lieux d'achats

30,5 M€
restent dans
le secteur de
Châteaulin

71% des dépenses des ménages du secteur de Châteaulin restent dans les commerces de Châteaulin, dont :

- 20,4 M€ en alimentaires et entretiens
- 10,1 M€ en non-alimentaire et services

12,6 M€
d'évasion

Les achats hors du secteur de Châteaulin ont progressé depuis 2018 : +5points, tout produit confondu, ils représentent 29% des dépenses des ménages du secteur (12,6M€).

94% de
rétention en
alimentaire

En alimentaire, si les achats hors du secteur de Châteaulin restent insignifiants (6% seulement), ils ont progressé de 2points vers Briec.

53%
d'évasion en
non
alimentaire

L'évasion est plus marquée sur les produits non-alimentaires (53%) et elle s'est accentuée depuis 2018 (+8points). Captant 25% des dépenses des ménages de Châteaulin, la première destination d'évasion en produits non alimentaires est le pôle Quimpérois, néanmoins en recul de 7 points depuis 2018. S'en suivent les achats en vente à distance (15% des dépenses, +10points depuis 2018), et vers le pôle Brestois (8%, +2points).

→ La répartition des dépenses des ménages du secteur de Châteaulin*, par catégorie de produit et par lieu d'achat

Lieux d'achats	Alimentaire et produits d'entretiens	Non alimentaire et services	Moyenne tous produits
Châteaulin	93%	47%	70%
Autres communes du secteur	1%	-	1%
Achats dans le secteur de Châteaulin*	94%	47%	71%
Quimper	3%	25%	14%
Briec	2%	-	1%
Brest/Guipavas		8%	4%
Châteauneuf-du-Faou		2%	1%
Autres communes	0%	3%	1%
Achats hors du secteur de Châteaulin	6%	38%	21%
Hors Magasin	-	15%	8%

*secteur de Châteaulin : Châteaulin, Port Launay, St-Ségal, St-Coulitz

Rétention	2018	2022
Alimentaire	96,7%	94,0%
Non alimentaire	55,3%	47,2%
Tout produit	75,5%	70,8%



Focus communal

Pleyben



Pleyben

Les caractéristiques de l'offre commerciale

55

C'est le nombre de commerces en activité sur la commune au 1^{er} janvier 2023.

→ Pleyben

Répartition de l'offre commerciale de la commune au 1^{er} janvier 2023

24 %

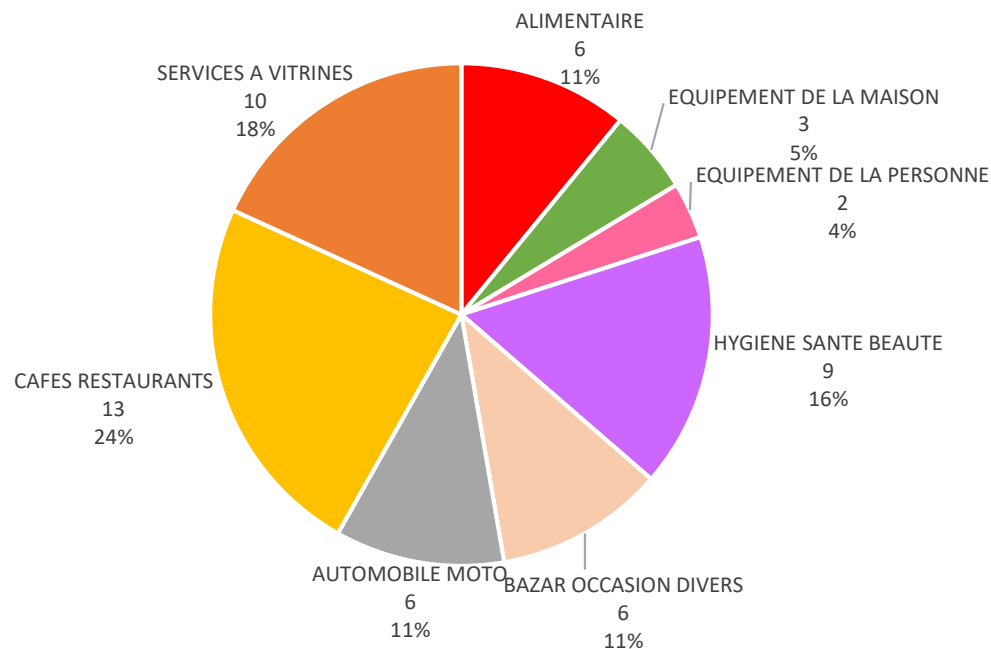
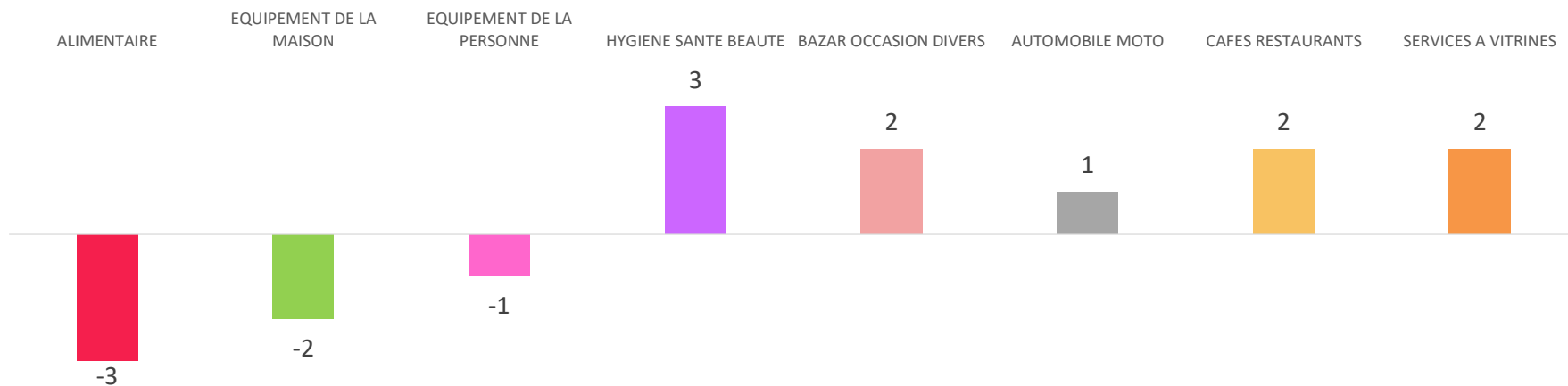
24% des commerces sont installés depuis plus de 15 ans.
38 % le sont depuis moins de 5 ans.

hausse

Depuis 2018, l'offre s'est étoffée de 4 cellules : elle a notamment gagné 3 cellules en Hygiène/santé/beauté mais perdu 3 cellules en alimentaire.

→ Pleyben

Evolution de l'offre commerciale 2018 / 2023



Source : Fichier RCS

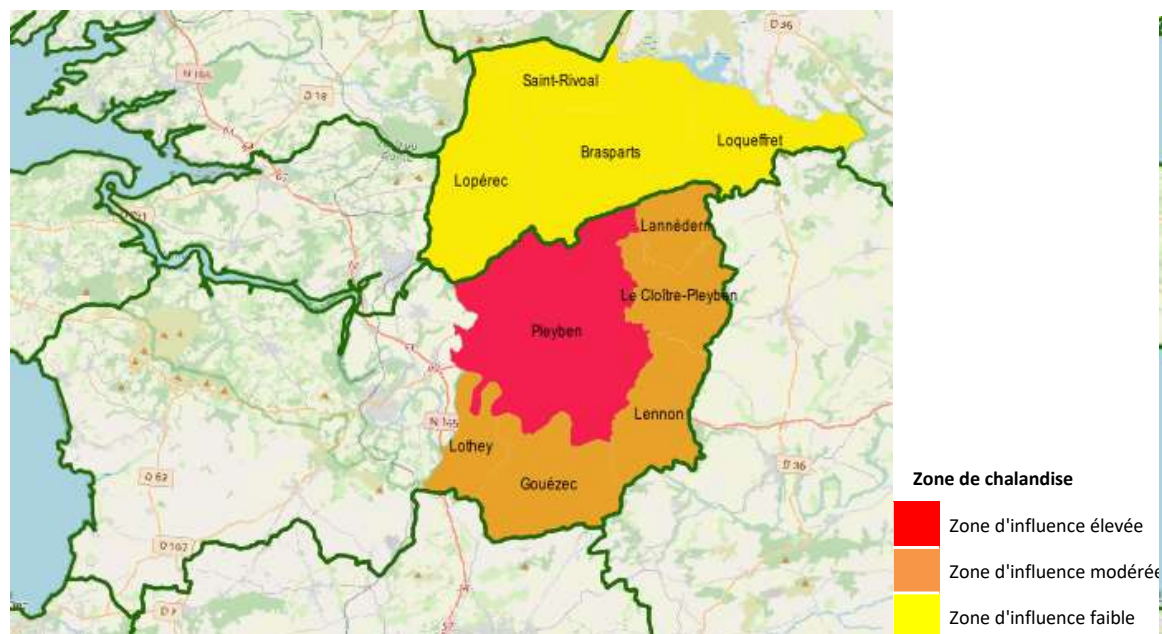


Pleyben

Caractéristiques de la demande commerciale

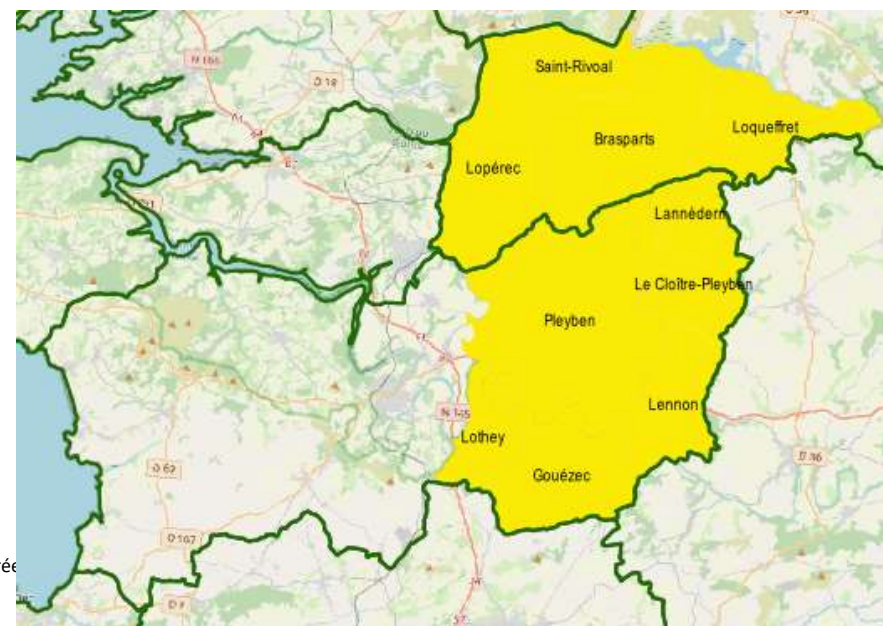
➔ Attraction des commerces de Pleyben sur la population, par catégorie de produits

Alimentaire



Zone	Taux d'emprise 2018	Taux d'emprise 2022	Contribution au CA 2022
Zone d'influence élevée	47,9%	73,8%	49,7%
Zone d'influence modérée	39,5%	46,0%	26,5%
Zone d'influence faible	30,8%	23,1%	10,5%
TOTAL	40,2%	50,8%	86,7%

Non alimentaire



Zone	Taux d'emprise 2018	Taux d'emprise 2022	Contribution au CA 2022
Zone d'influence faible	13,1%	13,6%	88,1%
TOTAL	13,1%	13,6%	88,1%



Pleyben

Volumes d'activité

21 M€

Les commerces de Pleyben ont généré en 2022 un volume d'affaires de 21 M€, soit 26% de plus qu'en 2018.

**Alimentaire :
+38%**

Le volume d'affaires a progressé en alimentaire (+5M€)

**85%
pour gdes
surfaces**

En alimentaire, les grandes surfaces captent 85% de part de marché (2 points de plus qu'en 2018), et les commerces de moins de 300m2 réalisent 14% de PDM, c'est stable

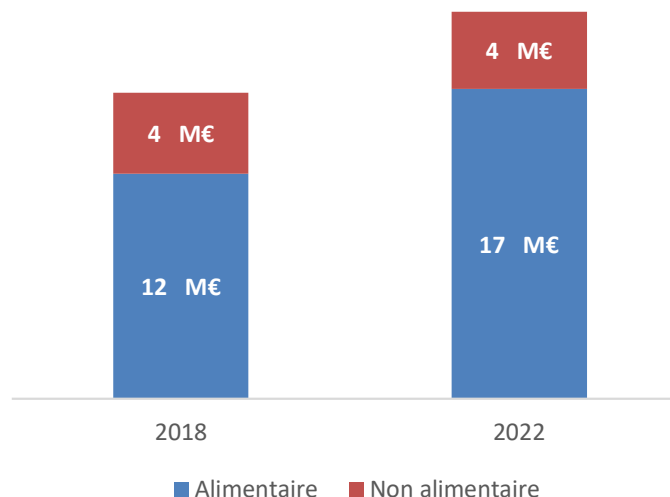
**Non
alimentaire :
stable**

En produits non alimentaires et services, le chiffre d'affaires est stable (4M€).

**57%
pour les
<300m2**

Les commerces de moins de 300m2 réalisent 57% de PDM sur le non-alimentaires, c'est 4 points de plus qu'en 2018. Les grandes surfaces alimentaires captent 30% du marché (-3points). Les grandes surfaces spécialisées sont moins présentes sur ce secteur avec 12% de part de marché (stable).

→ Evolution du Volume d'affaires des commerces de Pleyben, par catégorie de produits



→ La répartition du Volume d'affaires des commerces par catégorie de produits et par forme de vente

Formes de vente	Alimentaire et produits d'entretiens	Non alimentaires	Tous produits
Commerces de moins de 300m²	14%	57%	23%
Grandes surfaces alimentaires	85%	30%	74%
Grandes surfaces non alimentaires	0%	12%	2%
Autres formes de vente	1%	1%	1%
Total	100%	100%	100%
Volume d'affaires 2022	16,9 M€	4,2 M€	21,1 M€

Source : CCIMBO, observatoire de la consommation 2018, 2022



10,5 M€
restent dans
les
commerces
de Pleyben

47% des dépenses des ménages de Pleyben restent dans les commerces de Pleyben, dont :

- 8,4 M€ en alimentaires et entretiens
- 2,1 M€ en non-alimentaire et services

12,6 M€
d'évasion

Les achats hors de Pleyben ont fortement diminué depuis 2018 : -15points, tout produit confondu, ils représentent 53% des dépenses des ménages du secteur (11,7M€).

74% de
rétention en
alimentaire

En alimentaire, les $\frac{3}{4}$ des achats restent à présent dans les commerces de Pleyben, la principale destination d'évasion est Châteaulin (13%) mais les achats vers cette ville ont chuté drastiquement depuis 2018 (-36points).

81%
d'évasion en
non
alimentaire

L'évasion est plus marquée sur les produits non-alimentaires (81%) et elle s'est tassée depuis 2018 (-2points).

Le 1^{er} lieu d'achat est le pôle quimpérois (36% des dépenses, en recul de 7points), puis les achats sur internet (16%, +8points) et vers Châteaulin (15%, -9points).

→ La répartition des dépenses des ménages de Pleyben, par catégorie de produit et par lieu d'achat

Lieux d'achats	Alimentaire et produits d'entretiens	Non alimentaire et services	Moyenne tous produits
Achats dans les commerces de Pleyben	74%	19%	47%
Quimper	5%	36%	20%
Châteaulin	13%	15%	14%
Brest/Guipavas	-	6%	3%
Briec	4%	-	3%
Carhaix	-	2%	1%
Autres communes	2%	6%	4%
Achats hors de Pleyben	25%	65%	45%
Hors Magasin	1%	16%	8%

Rétention	2018	2022
Alimentaire	47%	74%
Non alimentaire	16%	19%
Tout produit	32%	47%



Focus communal

Plomodiern



Plomodiern

Les caractéristiques de l'offre commerciale

36

C'est le nombre de commerces en activité sur la commune au 1^{er} janvier 2023.

28 %

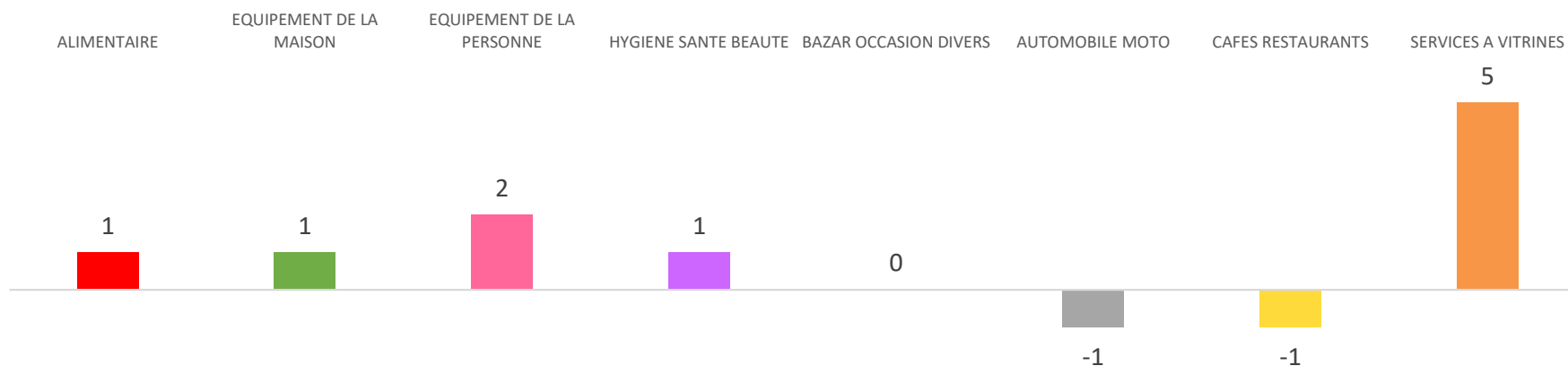
28% des commerces sont installés depuis plus de 15 ans.
42 % le sont depuis moins de 5 ans.

Hausse

Depuis 2018, **l'offre a progressé de 8 cellules**, c'est particulièrement le secteur des services qui a profité d'une forte augmentation (+5 entités).

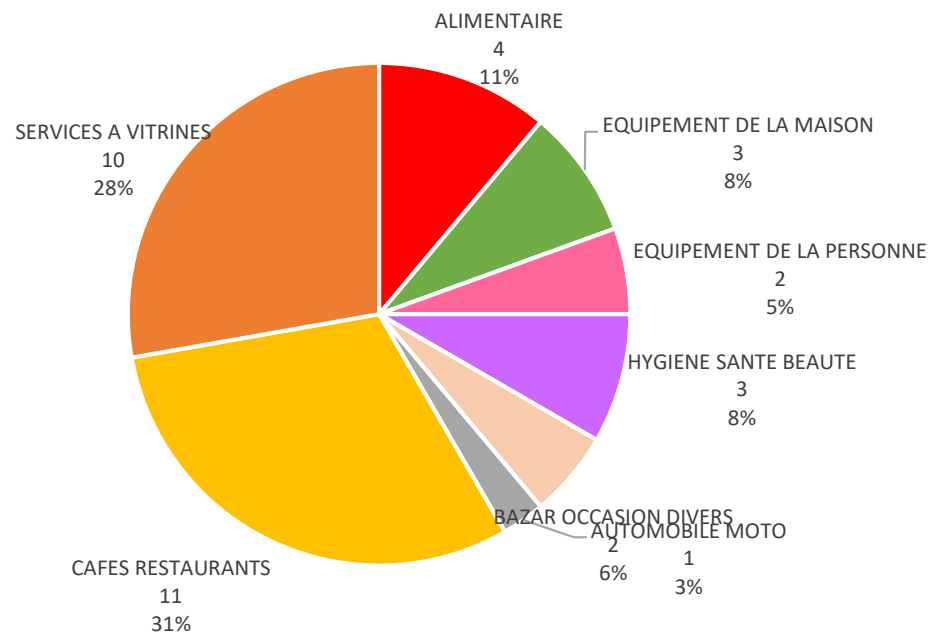
→ Plomodiern

Evolution de l'offre commerciale 2018 / 2023



→ Plomodiern

Répartition de l'offre commerciale de la commune au 1^{er} janvier 2023



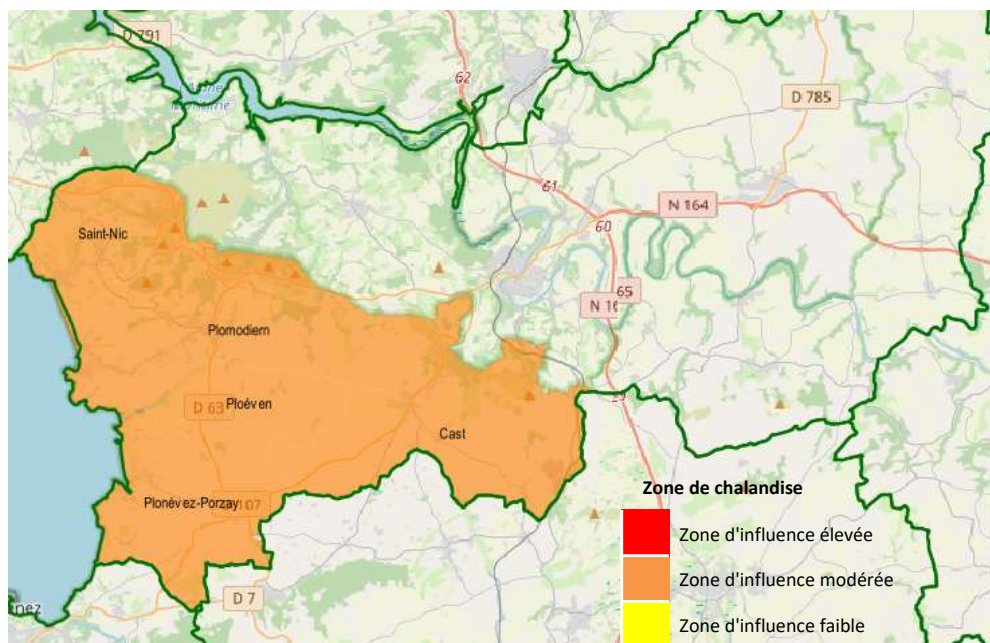
Source : Fichier RCS



Plomodiern

Caractéristiques de la demande commerciale

➔ Attraction des commerces de Plomodiern sur la population, par catégorie de produits



Zone	Taux d'emprise 2018	Taux d'emprise 2022	Contribution au CA 2022
Alimentaire et pdts d'entretiens	30,6%	35,8%	95,7%
Non alimentaire et services	5,2%	7,6%	97,8%
TOUT PRODUIT	17,9%	22,1%	96,1%



Plomodiern

Volumes d'activité

12,2 M€

Les commerces de Plomodiern ont généré en 2022 un volume d'affaires de 12,2 M€, soit 25% de plus qu'en 2018.

**Alimentaire :
+1,8M€**

Le volume d'affaires a progressé en alimentaire (+1,8M€)

**87%
pour gdes
surfaces**

En alimentaire, les grandes surfaces captent 87% de part de marché et ont perdu 6 points de part au profit des commerces de moins de 300m2 qui en réalisent aujourd'hui 12%

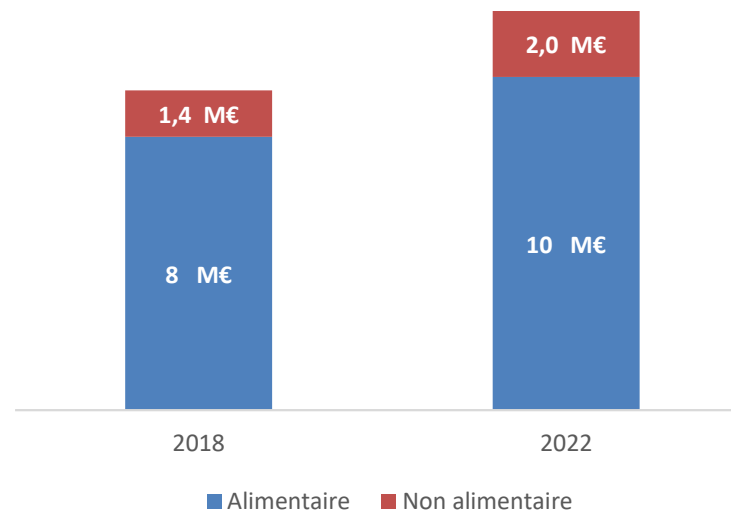
**Non
alimentaire :
stable**

En produits non alimentaires et services, le chiffre d'affaires est stable (+0,6M€).

**49%
pour les
<300m2**

Les commerces de moins de 300m2 réalisent 49% de PDM sur le non-alimentaires, en net recul depuis 2018 (76%) du fait du transfert avec extension du magasin GITEM qui le passe en grandes surfaces non alimentaire (38%). Les grandes surfaces alimentaires captent 11% du marché (-6points).

→ Evolution du Volume d'affaires des commerces de Plomodiern, par catégorie de produits



→ La répartition du Volume d'affaires des commerces par catégorie de produits et par forme de vente

Formes de vente	Alimentaire et produits d'entretiens	Non alimentaires	Tous produits
Commerces de moins de 300m²	12%	49%	18%
Grandes surfaces	87%	11%	74%
Grandes surfaces non alimentaires	0%	38%	6%
Autres formes de vente	1%	2%	2%
Total	100%	100%	100%
Volume d'affaires 2022	10,2 M€	2,0 M€	12,2 M€

Source : CCIMBO, observatoire de la consommation 2018, 2022



Focus communal

Plonévez-Porzay



Plonévez-Porzay

Les caractéristiques de l'offre commerciale

31

C'est le nombre de commerces en activité sur la commune au 1^{er} janvier 2023.

→ Plonévez-Porzay

Répartition de l'offre commerciale de la commune au 1^{er} janvier 2023

29 %

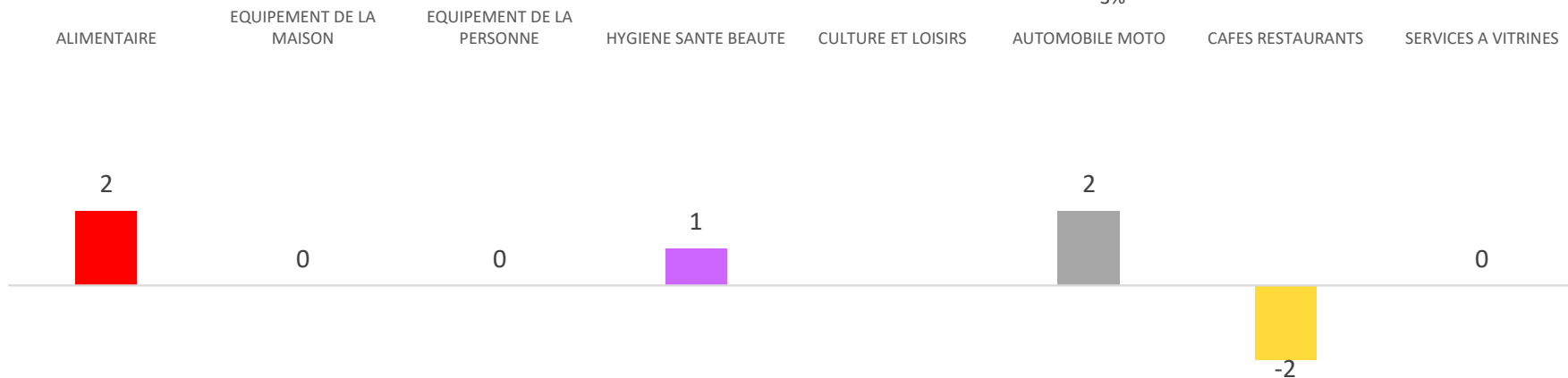
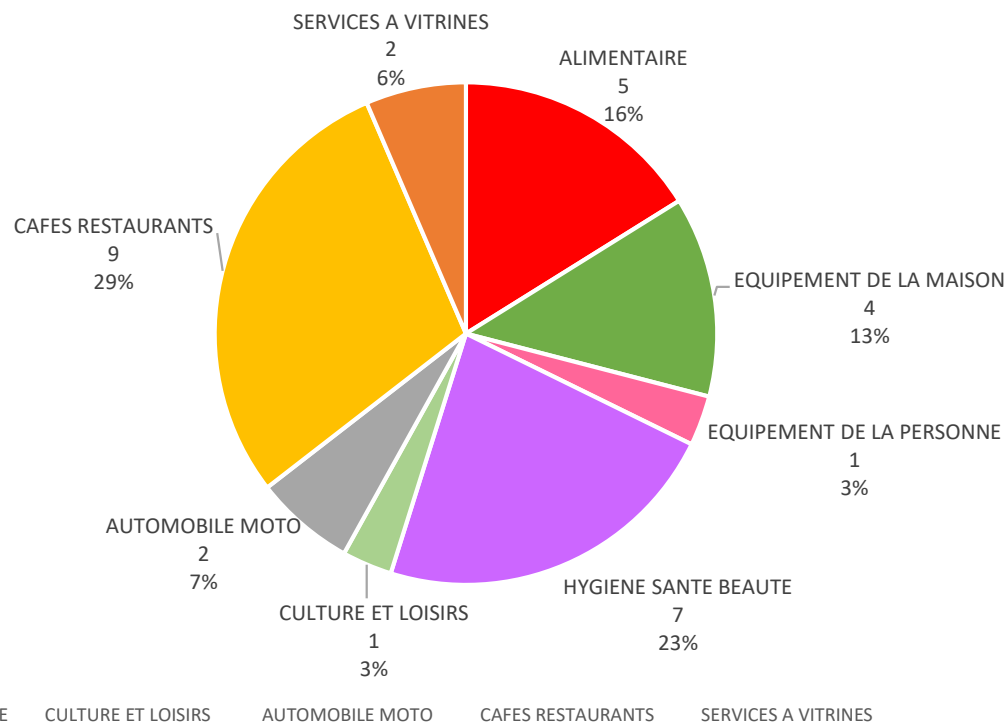
29% des commerces sont installés depuis plus de 15 ans.
42 % le sont depuis moins de 5 ans.

Hausse

Depuis 2018, l'offre a **progressé de 4 cellules**, dont 2 dans le secteur de l'alimentaire

→ Plonévez-Porzay

Evolution de l'offre commerciale 2018 / 2023



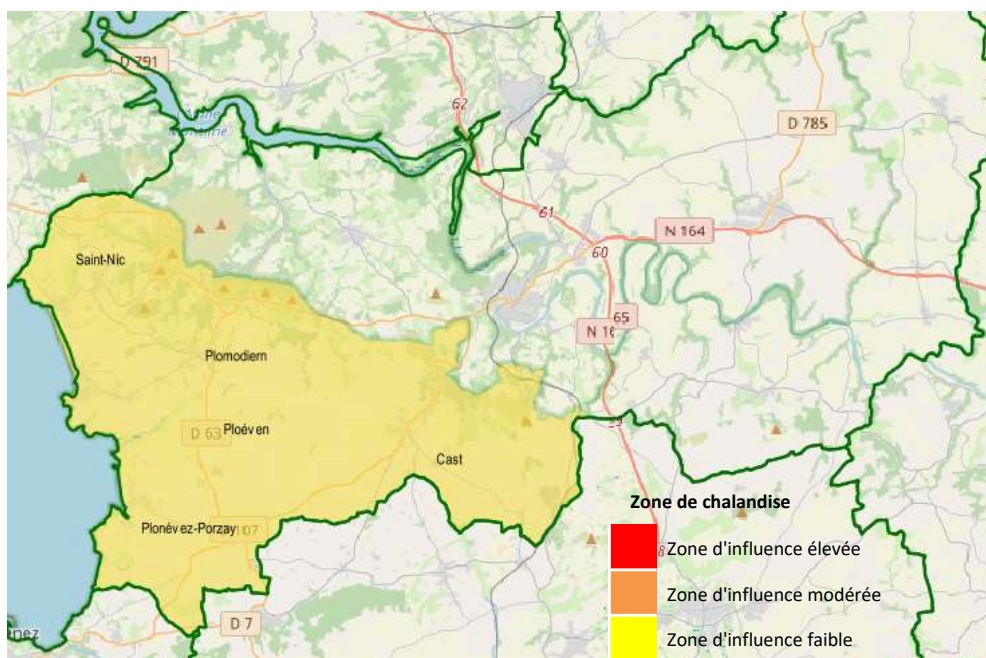
Source : Fichier RCS



Plonévez-Porzay

Caractéristiques de la demande commerciale

➔ Attraction des commerces de Plonévez-Porzay sur la population, par catégorie de produits



Zone	Taux d'emprise	Taux d'emprise	Contribution au CA 2022
	2018	2022	
Alimentaire et pdts d'entretiens	6,3%	5,7%	75,1%
Non alimentaire et services	<5%	<5%	70,2%
TOUT PRODUIT	4,8%	4,0%	73,7%



Plonévez-Porzay

Volumes d'activité

2,9 M€

Les commerces de Plonévez-Porzay ont généré en 2022 un volume d'affaires de 2,9 M€, stable depuis 2018 (+0,3M€) .

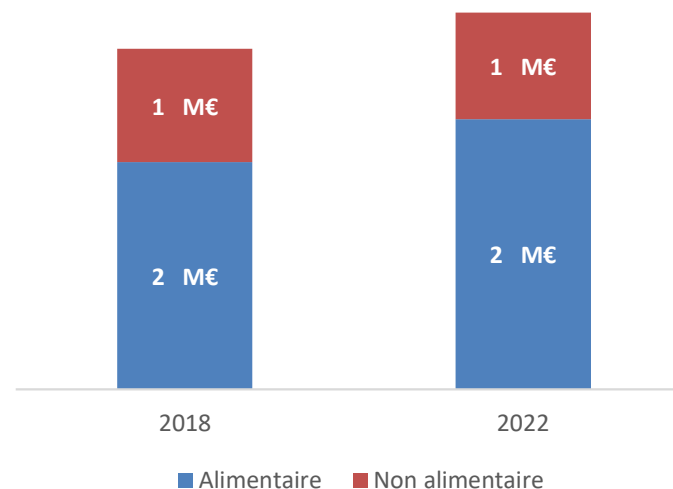
67%
pour les
<300m2

En alimentaire, les commerces de moins de 300m2 captent 67% de part de marché et les grandes surfaces réalisent 33% de PDM, c'est stable depuis 2018

48%
pour gdes
surfaces

En non-alimentaire, le chiffre d'affaires est partagé entre les commerces de moins de 300m2 et les grandes surfaces

→ Evolution du Volume d'affaires des commerces de Plonévez-Porzay, par catégorie de produits



→ La répartition du Volume d'affaires des commerces par catégorie de produits et par forme de vente

Formes de vente	Alimentaire et produits d'entretiens	Non alimentaires	Tous produits
Commerces de moins de 300m ²	67%	52%	63%
Grandes surfaces	33%	48%	24%
Total	100%	100%	100%
Volume d'affaires 2022	2,1 M€	0,8 M€	2,9 M€



Plonévez-Porzay et plomodiern

Lieux d'achats

15,3 M€
restent dans
les
commerces
du secteur

29% des dépenses des ménages du secteur* de Plomodiern-Plonévez-Porzay restent dans les commerces du secteur, dont :

- 12,1 M€ en alimentaires et entretiens
- 3,2 M€ en non-alimentaire et services

37,7 M€
d'évasion

Les achats hors du secteur de Plomodiern-Plonévez-Porzay ont légèrement diminué depuis 2018 : -3points, tout produit confondu, ils représentent 71% des dépenses des ménages du secteur (11,7M€).

44% de
rétention en
alimentaire

En alimentaire, 44% des achats restent à présent dans les commerces du secteur de Plomodiern-Plonévez-Porzay , la principale destination d'évasion est Châteaulin (43% des achats alimentaires), 6 points de plus depuis 2018,

88%
d'évasion en
non
alimentaire

L'évasion est plus marquée sur les produits non-alimentaires (88%) et elle est stable depuis 2018.

Le 1^{er} lieu d'achat est le pôle quimpérois (33% des dépenses, stable), puis les achats sur internet (16%, +8points) et vers Châteaulin (28%, +2points). Seule l'évasion vers Douarnenez à chuté pour ces produits (-9points)

→ La répartition des dépenses des ménages du secteur de Plomodiern-Plonévez-Porzay*, par catégorie de produit et par lieu d'achat

Lieux d'achats	Alimentaire et produits d'entretiens	Non alimentaire et services	Moyenne tous produits
Plomodiern	36%	8%	22%
Plonévez-Porzay	6%	2%	4%
Autres communes	2%	2%	3%
Achats dans le secteur de Plomodiern, Plonévez-Porzay	44%	12%	29%
Châteaulin	43%	28%	36%
Quimper	3%	33%	17%
Plogonnec	8%		5%
Brest/Guipavas		4%	2%
Autres communes	2%	8%	3%
Achats hors de Pleyben	56%	73%	63%
Hors Magasin	-	15%	8%

**secteur de Plomodiern- Plonévez-Porzay : Plomodiern, Plonévez-Porzay, St-Nic, Trégarvan, St-Rivoal, Cast, Ploéven*

Rétention	2018	2022
Alimentaire	41%	44%
Non alimentaire	11%	12%
Tout produit	26%	29%