

# Pôles commerciaux et évolution de la consommation des ménages

Sur le territoire du SCoT du pays de Lorient

Environnement

Habitat

**Économie**

Sites d'Activités

Emploi Formation

Déplacements

Tourisme

Population

Social



**Contact :** Christine Boissonnot-Delachienne  
02 97 12 06 69

**Équipe projet :** Gilles Poupard Directeur DVEE,  
Julien Gautier CCI Morbihan

**Directeur de la publication :** Philippe Leblanche  
**ISSN 2118 - 1632**

# Introduction

Cette synthèse réalisée par AudéLor et la Chambre de Commerce et d'Industrie du Morbihan repose sur les résultats d'une enquête effectuée par les CCI bretonnes. 13 000 ménages de la Région ont ainsi été interrogés sur leurs habitudes de consommation. Ces résultats permettent d'appréhender les grandes tendances en matière de flux de consommation et de répondre à plusieurs questions : qui achète quoi ? Où ? Et pour combien ?

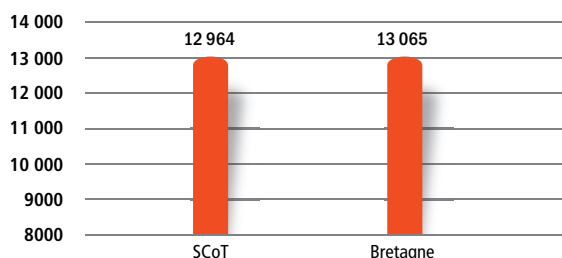
La période observée (2013-2018) correspond à la période où les grandes orientations en matière d'aménagement commercial se sont mises en place à l'échelle du SCoT du Pays de Lorient (adoption d'une charte commerciale en 2014 puis d'un DAAC en 2018). 4 grands pôles commerciaux majeurs structurent le territoire du SCoT et celui-ci se caractérise depuis plusieurs années par un faible taux d'évasion commerciale (6%). Mais des évolutions apparaissent dans les comportements d'achats (e-commerce, perte de vitesse de certains formats de distribution) et dans le développement des différents pôles, entraînant une re-composition des équilibres.



## > 1 Des dépenses annuelles de consommation<sup>1</sup> dans la moyenne bretonne

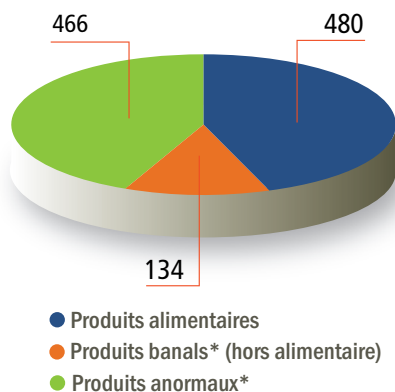
En 2018, un ménage<sup>2</sup> résidant au sein du territoire du SCoT dépense en moyenne **12 964€** sur l'année dans le commerce de détail, soit un niveau comparable à la moyenne bretonne (par mois : 1080 € sur le territoire du SCoT et 1089 € en Bretagne).

### Dépenses annuelles de consommation/ménage en €



Source : Observatoire de la consommation des ménages 2018 - CCI Morbihan - Traitement : AudéLor 2019

### Répartition des dépenses annuelles de consommation par ménage et par mois (SCoT du pays de Lorient) en €



Source : Observatoire de la consommation des ménages 2018 - CCI Morbihan - Traitement : AudéLor 2019

(\*) : voir page 19



1) : Ou potentiel de consommation : argent dépensé par les ménages dans le commerce de détail, ce montant ne recouvre pas toutes les dépenses : le transport, le logement... ne sont pas pris en compte (voir méthode d'estimation page 18).

2) : L'ensemble des occupants d'un même logement sans que ces personnes soient nécessairement unies par des liens de parenté (en cas de cohabitation, par exemple). Un ménage peut être composé d'une seule personne.

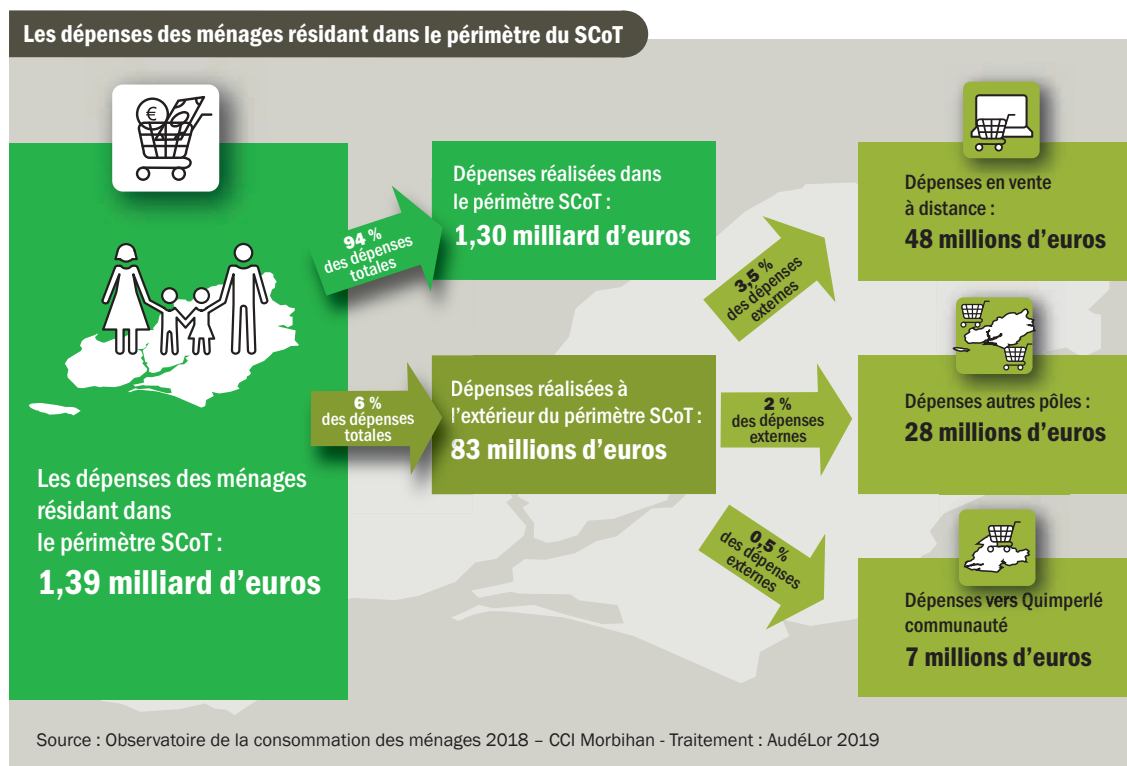
## > 2 Les dépenses des ménages du SCoT : + 6% entre 2013 et 2018

En 2018, les dépenses totales des ménages dans le commerce de détail sont estimées à **1,39 milliard d'euros pour le territoire du SCoT**, soit 30% des dépenses morbihannaises (la population du SCoT représentant 30% de la population du Morbihan) et 7% des dépenses bretonnes.

Localement, la consommation a progressé de 6% entre 2013 et 2018, soit un niveau comparable à la tendance régionale. Cette progression s'explique essentiellement par la croissance du nombre de ménages (+4,9%) et dans une moindre mesure par l'augmentation des dépenses de consommation (+1,1%). Sur

cette période de faible croissance de la consommation des ménages et malgré une diminution des autorisations commerciales, près de 12 600 m<sup>2</sup> de surface de vente supplémentaires ont été autorisés. Il s'agit majoritairement d'extensions de magasins existants.

94 % des dépenses sont réalisées à l'intérieur du périmètre SCoT, soit 6% d'évasion totale (contre 5% en 2013). La période se caractérise aussi par une progression très limitée de l'évasion commerciale.

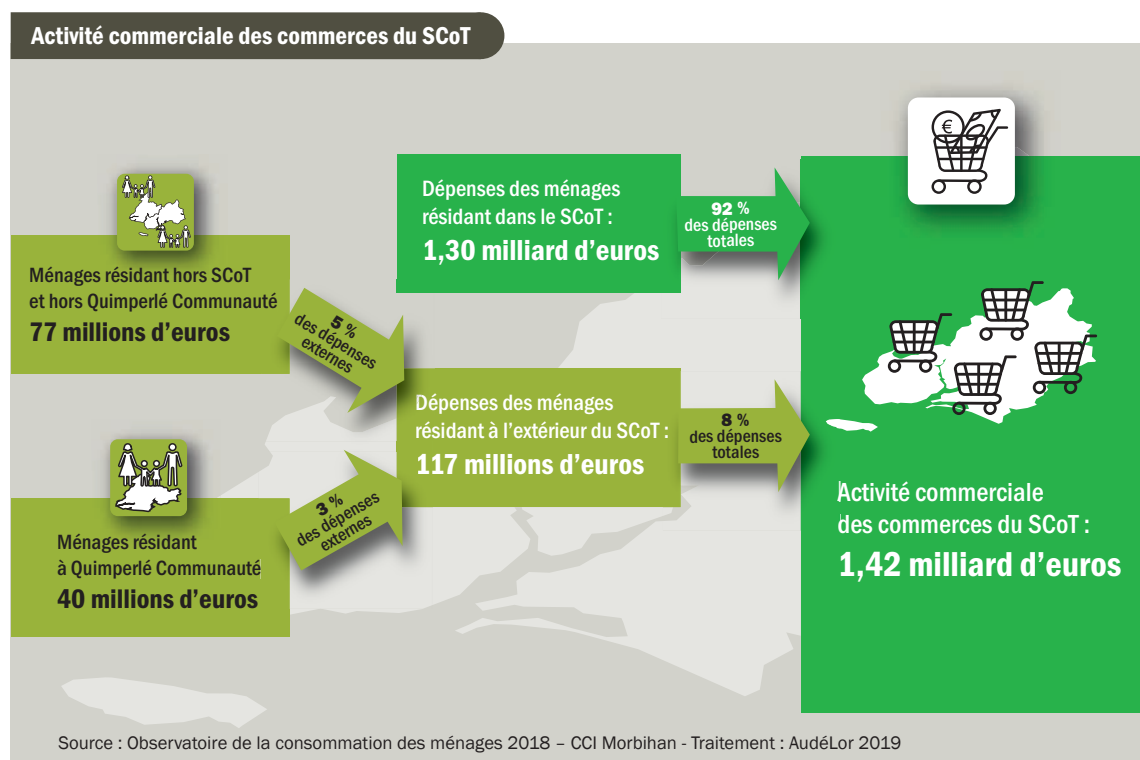


## > 3 L'activité des commerces du territoire : + 4% entre 2013 et 2018

Au sein du SCoT, l'activité commerciale **provenant des dépenses de consommation des ménages est de 1,42 milliard d'euros**, elle a augmenté de 4% entre 2013 et 2018 soit +0,7%/an. L'activité commerciale progresse moins que les dépenses des ménages car l'évasion (vers internet notamment) a augmenté.

92% de l'activité commerciale des commerces du SCoT proviennent des ménages résidant dans le SCoT. 8% de l'activité commerciale des commerces du territoire sont issus de l'extérieur avec notamment 3% qui ont pour origine des ménages de Quimperlé Communauté.

Pour les produits anomaux (meubles, vêtements...), l'aire de chalandise est plus large : 15% de l'activité commerciale proviennent de l'extérieur (dont 5% de Quimperlé Communauté).



## > 4 Les grandes surfaces concentrent les dépenses mais leur fréquentation connaît un tassement

En 2018, **69%** des dépenses des ménages se font dans les grandes surfaces généralistes ou spécialisées. **25%** des dépenses sont effectuées dans les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> et **4%** en vente à distance (y compris internet). Seulement **2%** concernent d'autres formes de ventes (marchés).

Le poids de la grande distribution (hypermarchés et supermarchés) est encore plus marqué pour les achats alimentaires puisqu'elle concentre **80%** des dépenses des ménages. Seulement **14%** des dépenses alimentaires se font dans les magasins de moins de 300 m<sup>2</sup> et **4 %** dans d'autres formes de ventes (dont les marchés).

### L'alimentaire soutient la grande distribution

Entre 2013 et 2018, la part des dépenses réalisées en grandes surfaces généralistes (hypermarchés<sup>3</sup> et supermarchés) et spécialisées<sup>4</sup> diminue respectivement de **-0,9 point** et **-0,6 point**. La baisse de part de marché pour ces formats provient essentiellement des achats anomaux (équipement de la personne, de la maison...). En effet, pour ces formats de grande distribution (généraliste et spécialisée), la baisse est de **-5,2 points** pour les produits anomaux alors qu'elle est stable pour l'alimentaire.

### Croissance de l'anomal dans les petits commerces et la vente à distance

Sur cette période, la fréquentation des commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> progresse globalement de **1,3 point**. Les produits anomaux connaissent la plus forte croissance : **+3,9 points**, l'alimentaire évolue légèrement (**+0,8**

point) alors que la part de marché diminue pour les produits banals (**-2,5 points**).

**Tous produits confondus, la vente à distance progresse** de **+0,5 point**, davantage sur les produits anomaux (**+1,3 point**) que sur les produits banals (**+0,8 point**).

### Les autres formes de vente en recul

**Le poids des autres formes de vente** (qui comprennent notamment le commerce non sédentaire) recule de **0,3 point**. Cette baisse se traduit notamment pour l'alimentaire et donc les marchés (**-1,1 point**).



#### La vente à distance dans le périmètre SCoT

**3,5%\*** tous produits confondus.

**7,4%** pour les produits anomaux, elle peut atteindre **17%** pour certains produits (les jeux et jouets).

**48 millions d'€** : les dépenses des ménages dans la vente à distance, soit l'équivalent d'un quart de l'activité commerciale du centre-ville de Lorient.

\*Au niveau national, la part des achats réalisés sur internet est de **8,5%** en 2018 (source FEVAD, INSEE). La différence avec les données locales s'explique de plusieurs façons :

- la question posée au niveau national : on cherche à savoir si des achats par internet ont été réalisés au cours du dernier mois, alors que l'enquête flux d'achat réalisée localement s'intéresse au dernier achat.
- la liste des produits et services achetés par internet qui est différente (qui comprend pour la FEVAD : les produits culturels, liés aux voyages et tourisme, les pièces détachées et équipements auto...).

3) : Hypermarché : surface de vente supérieure à 2500 m<sup>2</sup>, supermarché : surface de vente comprise entre 400 à 2500 m<sup>2</sup>.

4) : Grandes surfaces spécialisées : magasins de plus de 300m<sup>2</sup> spécialisés dans la vente de produits particuliers tels que les chaussures, les vêtements à bon marché, les matériels de sport, le mobilier, l'alimentaire spécialisé (bio, surgelé...), le bricolage, le jardinage.

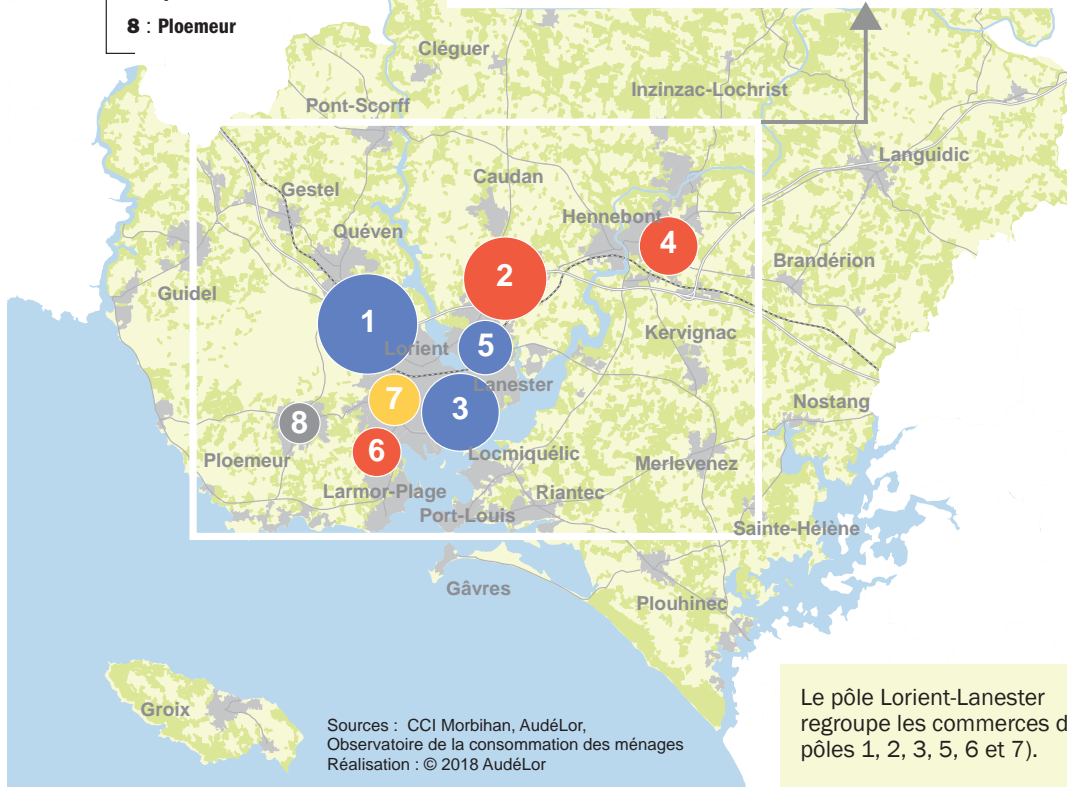
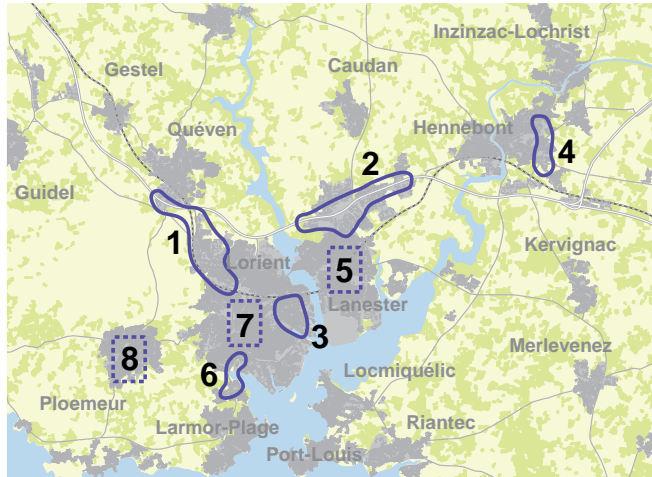
**Les pôles commerciaux de plus de 50 millions d'€ d'activité**

Plus de 100 millions d'€ d'activité

- 1 : Lorient Nord**  
(comprend Leroy Merlin et L'Intermarché de Kerfichant)
- 2 : Kerpont**  
(zones commerciales de Caudan et Lanester)
- 3 : Centre-ville Lorient**
- 4 : La Guardeloupe**  
(ensemble de la grande distribution le long de la D23)

Entre 50 et 100 millions d'€ d'activité

- 5 : Lanester centre et quartiers**
- 6 : Route de Larmor**  
(comprend le Géant Casino de Lorient et le Leclerc de Larmor)
- 7 : Quartiers de Lorient**
- 8 : Ploemeur**

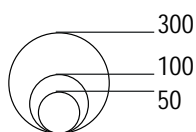


Le pôle Lorient-Lanester regroupe les commerces des pôles 1, 2, 3, 5, 6 et 7).

Pôle commercial de plus de 50 millions d'€ d'activité

- limites précises
- ensemble de quartiers

Activité du pôle (CA) en millions d'€



Évolution de l'activité du pôle (CA) 2013-2018 (en %)

- de 10 à 15%
- de 1 à 5%
- de -5 à -1%
- non disponible



## > 5 Quatre grands pôles concentrent 57% de l'activité commerciale du territoire du SCoT

Le SCoT approuvé en 2018 a défini plusieurs types d'espaces commerciaux (centralités et Zones d'Aménagement Commercial ou ZACOM). Les 4 plus grands pôles commerciaux du périmètre SCoT sont constitués :

- des 3 principales ZACOM : Lorient Nord et Lanester Nord (type 1) et La Gardeloupe (type 2)
- de la centralité de type 1 (le centre-ville de Lorient),

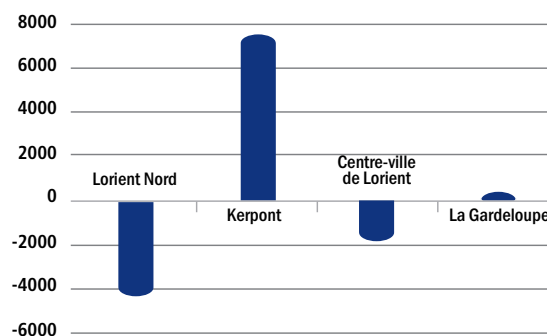
Ces 4 espaces commerciaux génèrent plus de 100 millions d'euros d'activité commerciale chacun, soit **57% de l'activité commerciale** de l'aire du SCoT. Leur activité a progressé globalement de **2,6 %** entre 2013 et 2018 soit une croissance inférieure à celle du total du SCoT (+4%). L'évolution des 4 grands pôles est très inégale sur la période.

### Une progression différente des 4 grands pôles entre 2013 et 2018

Entre 2013 et 2018, l'activité des 2 pôles lorientais (Lorient Nord<sup>5</sup> et le centre-ville) a diminué de respectivement -2,5% et -4,9% alors que celle de Kerpont a progressé de 14,5% et celle de la Gardeloupe a augmenté de 11%. Cette progression inégale de l'activité résulte en partie de l'évolution des surfaces de vente en grande distribution.

En plus de l'évolution de la grande distribution, d'autres éléments sont à prendre en compte, notamment l'évolution des commerces de moins de 300 m<sup>2</sup>. En effet, sur Kerpont, les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> représentent **21%** de l'activité commerciale alors qu'ils ne

Évolution des surfaces de vente en grande distribution 2013-2018 (en m<sup>2</sup>)



Source : Observatoire de la consommation des ménages 2018  
CCI Morbihan - Traitement : AudéLor 2019

présentent que **8%** sur Lorient Nord. Cette caractéristique s'est accentuée depuis 2014 avec la réduction de la surface de vente de l'hypermarché Géant Casino au profit de l'arrivée de 11 nouvelles boutiques. Globalement, le nombre de magasins de moins de 300 m<sup>2</sup> a augmenté de 14% entre 2013 et 2018 sur Kerpont (passant de 138 à 158).

Pour Lorient Nord et le centre-ville de Lorient, la baisse d'activité est aussi liée à la réduction des dépenses des ménages résidant à l'extérieur de Lorient et notamment les ménages situés à l'est du périmètre (-2 points pour Lorient Nord et -2,5 points pour le centre-ville), qui ont profité du développement de l'offre (Kerpont, Kersabiec, Hennebont) et du développement de la vente à distance.

De plus, la dynamique démographique des bassins de clientèle n'est pas la même pour les différents pôles. Le centre-ville de Lorient pâtit ainsi du déplacement progressif de la population en périphérie. Ainsi, la principale zone

5) : Le périmètre de Lorient Nord comprend dans cette étude le Leroy Merlin situé sur Quéven alors qu'il ne fait pas partie de la ZACOM de Lorient Nord dans le SCoT.

de chalandise du centre-ville (tous achats confondus) est constituée de la ville de Lorient (54% de la clientèle). Cette zone de chalandise a connu une croissance de +2,7% du nombre de ménages, c'est à dire une croissance des ménages moins élevée que la zone de chalandise de Kerpont (+5,3%) entre 2013 et 2018.

et Lorient Nord (33%). Par rapport à d'autres centres-villes bretons, le centre-ville de Lorient bénéficie d'une part de marché significative. Le centre-ville de Vannes représente 16% de l'activité de son pôle, celui de St Brieuc 13%.

### Une part de marché du centre-ville en baisse mais qui reste élevée

Calculée à l'échelle de l'ensemble du pôle "Lorient-Lanester"<sup>6</sup> la part de marché du centre-ville de Lorient et de Lorient Nord a diminué de -1,4 point par rapport à 2013. La part de marché de Kerpont a augmenté de +2,5 points sur la même période.

Avec 20% de part de marché, le centre-ville de Lorient arrive en 3<sup>ème</sup> position au regard de l'activité commerciale juste derrière Kerpont (23%)



6) : Le pôle Lorient-Lanester regroupe les commerces du centre-ville de Lorient et les commerces de quartiers, les secteurs de Lorient Nord, route de Larmor, la zone de Kerpont et les commerces du centre-ville de Lanester.

## > 6 Les dépenses des ménages par pôle - détail par type de produits

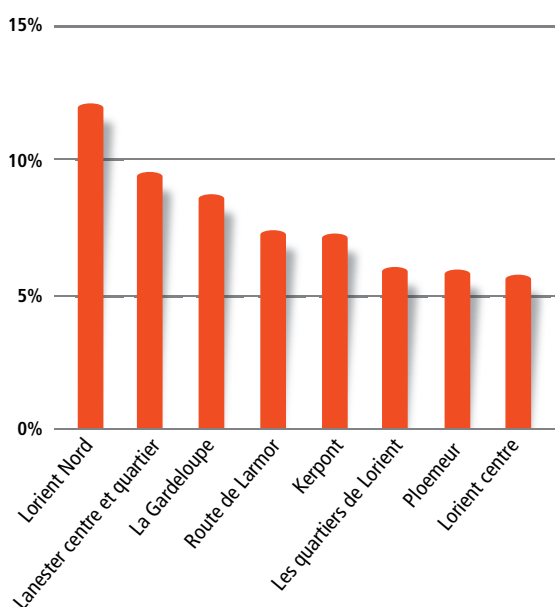


**Produits alimentaires : 616 millions d'€ dépensés par les ménages du SCoT**



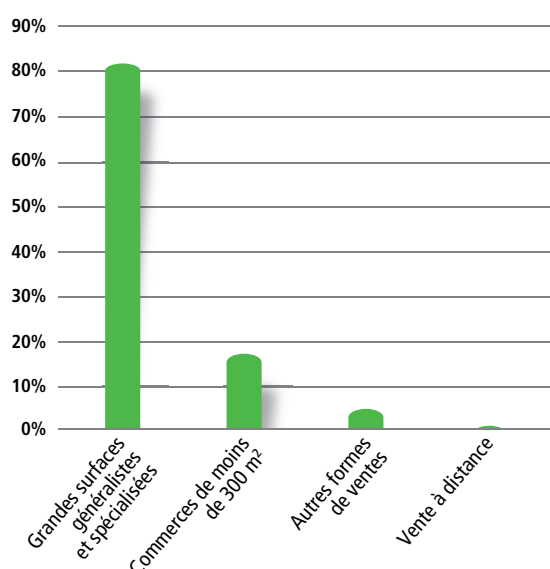
**Sur quels pôles commerciaux sont-ils dépensés ?**

**Principales destinations pour les achats alimentaires - Flux >5%**



**Dans quels types de magasins ?**

**Répartition des dépenses de consommation produits courants selon les formats de vente (%)**



Source : Observatoire de la consommation des ménages 2018 - CCI Morbihan - Traitement : AudéLor 2019

### **Depuis 2013, une diffusion de l'activité alimentaire vers les pôles secondaires**

La part des achats alimentaires réalisés par les ménages dans les commerces du territoire entre 2013 et 2018 est restée stable (-0,2%). Cependant, les achats réalisés sur le pôle de Lorient Lanester<sup>7</sup> sont en baisse (-1,7 point) alors que les autres pôles du SCoT ont connu une hausse (+1,5 point). Cette évolution est à

mettre en parallèle avec le développement des surfaces alimentaires en dehors du pôle de Lorient-Lanester<sup>7</sup> : dans la centralité de Quéven (transfert et modernisation du supermarché Leclerc qui passe de 1635 m<sup>2</sup> à 2800 m<sup>2</sup> en 2013), dans la ZACOM de Kersabiec (ouverture d'un Leclerc de 3000 m<sup>2</sup> en 2011) notamment.

7) : Le pôle Lorient-Lanester regroupe les commerces du centre-ville de Lorient et les commerces de quartiers, les secteurs de Lorient Nord, route de Larmor, la zone de Kerpont et les commerces du centre-ville et des quartiers de Lanester.

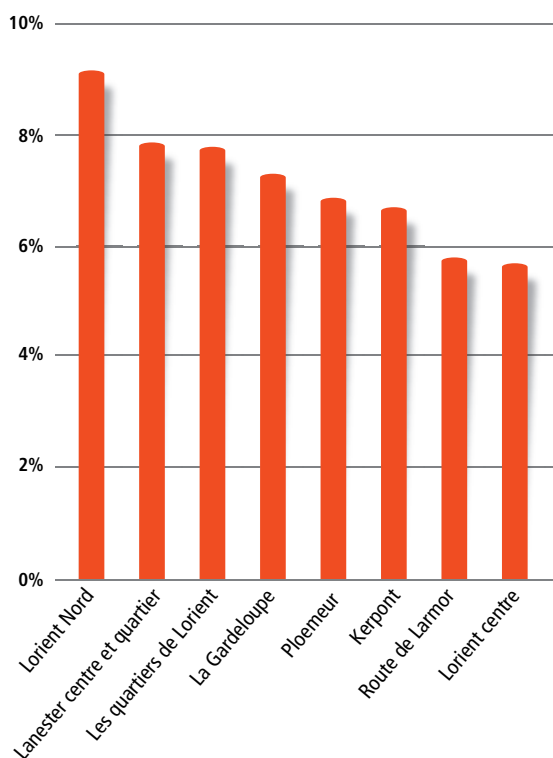


## Produits courants (hors alimentaire) : 172 millions d'€ dépensés par les ménages du SCoT



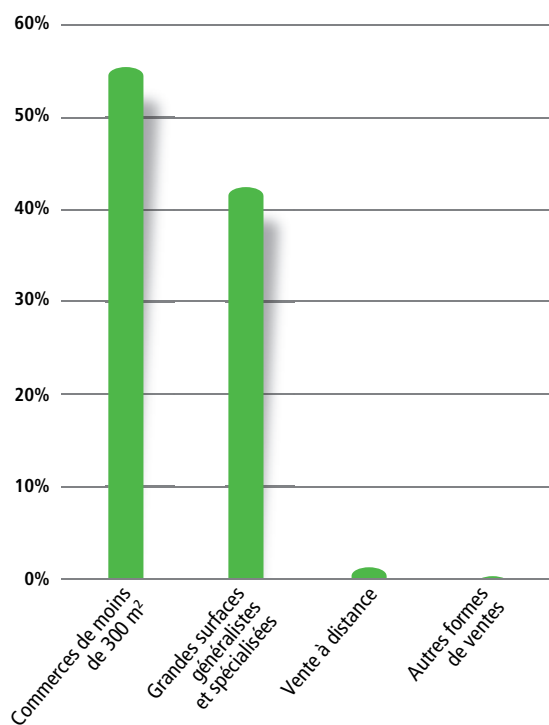
Sur quels pôles commerciaux sont-ils dépensés ?

Principales destinations pour les achats courants - Flux >5%



Dans quels types de magasins ?

Répartition des dépenses de consommation en produits courants selon les formats de vente (%)



Source : Observatoire de la consommation des ménages 2018 - CCI Morbihan - Traitement : AudéLor 2019



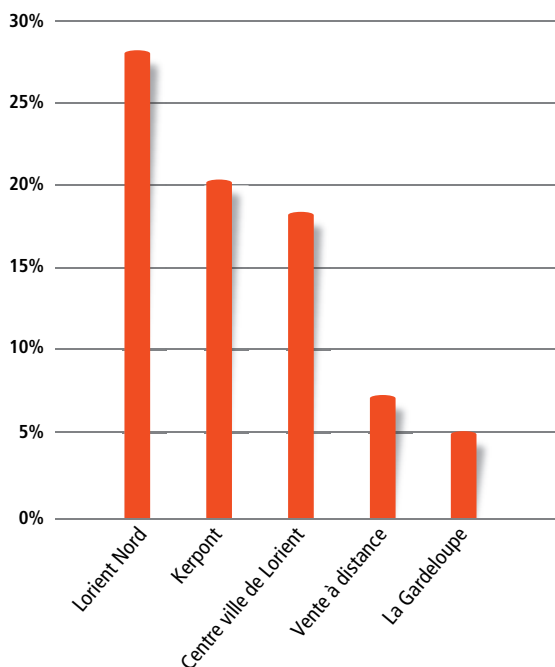


## Produits anomaux : 598 millions d'€ dépensés par les ménages du SCoT



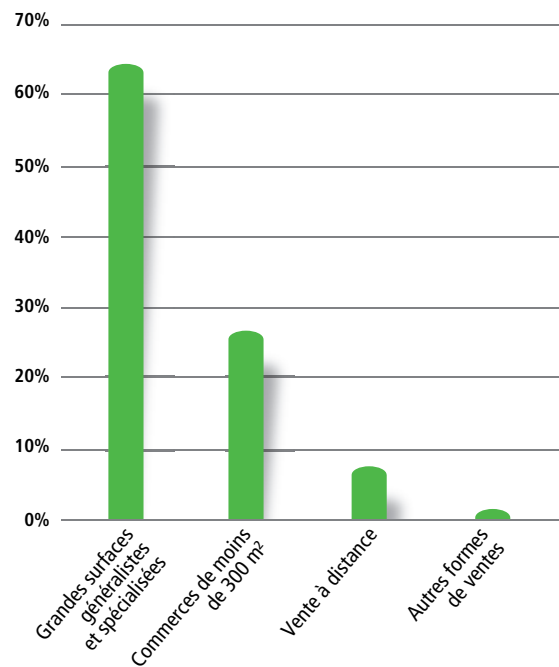
Sur quels pôles commerciaux  
sont-ils dépensés ?

Principales destinations des dépenses de  
consommation en produits anomaux - Flux > 5%



Dans quels types de magasins ?

Répartition des dépenses de consommation en  
produits anomaux selon les formats de vente (%)



Source : Observatoire de la consommation des ménages 2018 - CCI Morbihan - Traitement : AudéLor 2019

### Depuis 2013, la hausse des ventes à distance impacte particulièrement l'anomal<sup>8</sup>

Pour les produits anomaux, l'emprise des commerces du Pays de Lorient recule (-1,2 pts), il s'agit de la baisse d'emprise la plus importante. Elle touche plus particulièrement les secteurs hors des pôles de Lorient-Lanester, dans un contexte de hausse des ventes à distance (+ 2 pts).

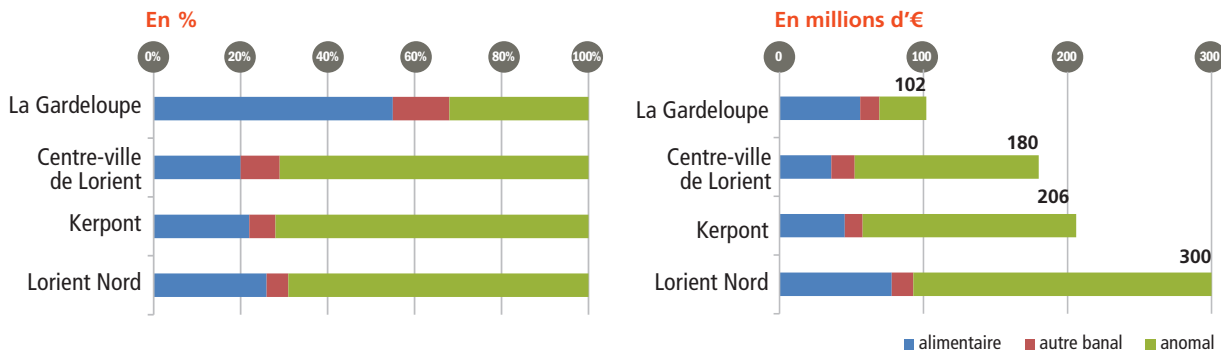


<sup>8</sup>) : Achats non courants : vêtements, chaussures, meubles, électroménager...

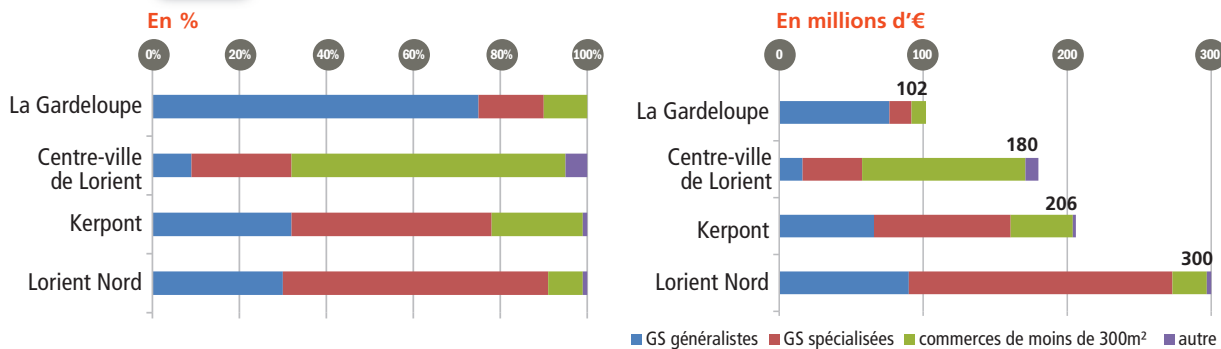
## > 7 Détail pour les 4 principaux pôles qui génèrent plus de 100 millions d'€ de CA



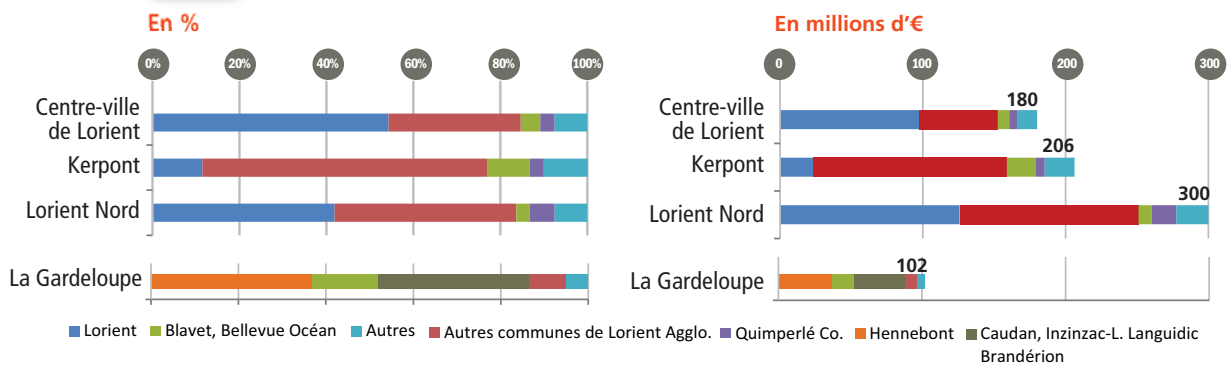
### L'activité commerciale par famille de produits



### L'activité commerciale par forme de distribution



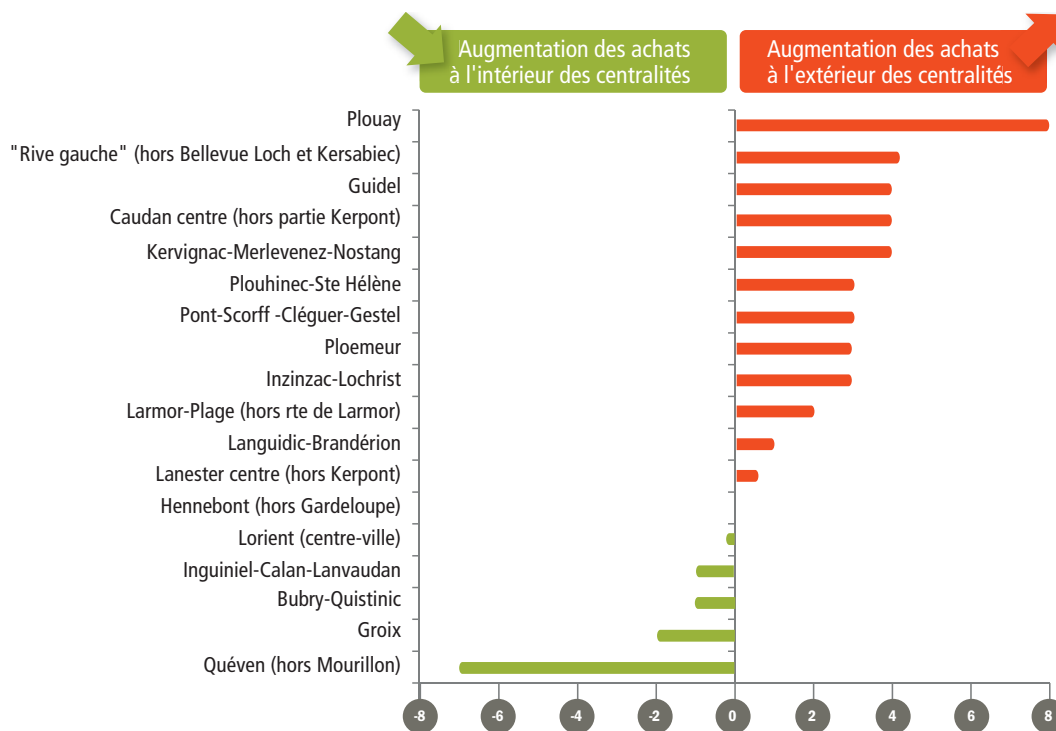
### L'activité commerciale selon la provenance de la clientèle



Source : Observatoire de la consommation des ménages 2018 - CCI Morbihan - Traitement : AudéLor 2019

## > 8 À l'échelle des communes : une évasion commerciale souvent en hausse

### Évolution de l'évasion commerciale 2013 - 2018



Source : Observatoire de la consommation des ménages 2018 - CCI Morbihan - Traitement : AudéLor 2019

Sur la période 2013-2018, la majorité des tissus commerciaux des communes ou regroupements de communes (12 sur 19) voient leur emprise sur les ménages résidents diminuer avec une augmentation de l'évasion commerciale. À l'inverse, 7 communes ou secteurs connaissent cependant une stagnation ou une diminution de l'évasion :

- Hennebont (0 pt)
- Le centre-ville de Lorient (-0,2 pts)
- Bubry-Quistinic (-1 pts)
- Inguiniel-Calan-Lanvaudan (-1 pts)
- Groix (-2 pts)

L'évasion commerciale est en forte baisse sur Quéven : - 7 points. En alimentaire, elle diminue de 14 points (extension du magasin E-Leclerc) entre 2013 et 2018.

À l'inverse, la commune de Plouay voit son évasion progresser significativement (+8 points). Plusieurs raisons peuvent expliquer cette évolution : mise à 2x2 voies de la D769 reliant ainsi plus facilement la commune au pôle de Kerpont, accentuation des mobilités résidence-travail, hausse de la vacance commerciale en centre-ville... Cependant, malgré cette forte progression, l'évasion commerciale globale reste moins élevée qu'ailleurs (47% en 2018), la commune bénéficiant d'un tissu commercial dense et diversifié.

Pour le secteur "rive gauche" de Port-Louis, Riantec, Locmiquélic et Gâvres, la part des achats réalisée à l'extérieur des cœurs de bourgs a augmenté de 4 points. Par contre, en prenant en compte les zones commerciales (kersabiec, Bellevue), l'évasion globale a diminué.

## Lorient Nord



Activité commerciale 2018 : **300 millions d'€**



Évolution de l'activité commerciale  
début 2013-début 2018 : **-2,5%**



Surface de + 300 m<sup>2</sup> début 2018  
début 2013-début 2018 : **-4,8% / -4300 m<sup>2</sup>**



3 Principales enseignes : **Leroy Merlin (8221 m<sup>2</sup>)**,  
**Carrefour (7100 m<sup>2</sup>)**, **Decathlon (4499 m<sup>2</sup>)**



Part des achats qui proviennent des ménages du SCoT : **87%**  
Part des achats réalisés en GSS : **61%**  
Part des achats réalisés en GSG : **30%**  
Part des achats réalisés dans les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> : **8%**



## Kerpont



Activité commerciale 2018 : **206 millions d'€**



Évolution de l'activité commerciale  
début 2013-début 2018 : **+14,5%**



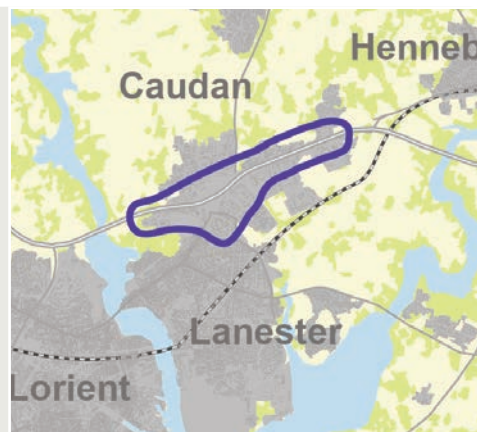
Surface de + 300 m<sup>2</sup> début 2018  
début 2013-début 2018 : **+11,7% / +7400 m<sup>2</sup>**



3 Principales enseignes : **Géant Casino (7633 m<sup>2</sup>)**  
**Jardiland (4200 m<sup>2</sup>)**, **Mr Bricolage (3800 m<sup>2</sup>)**



Part des achats qui proviennent des ménages du SCoT : **87%**  
Part des achats réalisés en GSS : **46%**  
Part des achats réalisés en GSG : **32%**  
Part des achats réalisés dans les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> : **21%**



Source : Observatoire de la consommation des ménages 2018 – CCI Morbihan - Traitement : AudéLor 2019



## Le centre-ville de Lorient



Activité commerciale 2018 : **180 millions d'€**



Évolution de l'activité commerciale  
début 2013-début 2018 : **-4,9%**



Surface de + 300 m<sup>2</sup> fin début 2018  
début 2013-début 2018 : **-9,7% / -1800 m<sup>2</sup>**



3 Principales enseignes : **Les Galeries Lafayette (3100 m<sup>2</sup>), Bouchara (1850 m<sup>2</sup>), Monoprix (1510 m<sup>2</sup>)**



Part des achats qui proviennent des ménages du SCoT : **89%**  
Part des achats réalisés en GSS : **23%**  
Part des achats réalisés en GSG : **9%**  
Part des achats réalisés dans les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> : **63%**  
Part des achats réalisés dans les autres formes de vente : **5%**



## La Guardeloupe (Hennebont)



Activité commerciale 2018 : **102 millions d'€**



Évolution de l'activité commerciale  
début 2013-début 2018 : **+11%**



Surface de + 300 m<sup>2</sup> début 2018  
début 2013-début 2018 : **+1% / +160 m<sup>2</sup>**



3 Principales enseignes : **E-Leclerc (5050 m<sup>2</sup>), Intermarché (2596 m<sup>2</sup>), Bricomarché (2500 m<sup>2</sup>)**



Part des achats qui proviennent des ménages du SCoT : **95%**  
Part des achats réalisés en GSS : **15%**  
Part des achats réalisés en GSG : **75%**  
Part des achats réalisés dans les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> : **10%**



Source : Observatoire de la consommation des ménages 2018 – CCI Morbihan - Traitement : AudéLor 2019

# Annexes

## Méthodologie de l'enquête régionale

Les CCI bretonnes organisent tous les 5 ans des enquêtes auprès des ménages de la région. Finalisée fin 2017 par le cabinet AID Observatoire (millésimée 2018), cette enquête permet d'appréhender les grandes tendances en matière de flux de consommation. 13 169 ménages ont été interrogés par téléphone de septembre 2017 à novembre 2017. Le panel a concerné 36 produits de consommation courante, la base recense ainsi près de 371 000 actes d'achats.

Le mode de questionnement utilisé : la dernière fois que vous avez acheté des meubles... où était-ce ?

## Le potentiel de consommation (ou dépenses commercialisables)

Il correspond à l'argent dépensé par les ménages. Ces dépenses sont estimées pour l'ensemble des produits de l'enquête (voir détail ci-contre) et pour chaque secteur géographique grâce à l'application d'un modèle qui tient compte de 3 facteurs : le nombre de ménages de chaque secteur (source INSEE), la consommation moyenne par ménage pour chaque famille de produit (source INSEE et comptabilité nationale) et des Indices de Disparité de la Consommation (IDC) qui permettent d'apprécier les disparités ou les particularismes des dépenses de consommation des ménages qu'ils soient d'origine géographique ou sociologique. Ils mesurent par rapport à une moyenne nationale (indice base 100) le niveau de consommation d'un ménage résidant dans une commune donnée pour un produit ou une famille de produits. Un indice 110 signifie qu'un ménage résidant dans l'entité géographique considérée consomme 10% de plus qu'un ménage français au niveau national.

## Liste des produits concernés par l'enquête auprès des ménages

### Produits alimentaires



Pain - pâtisserie  
Viande Volaille Charcuterie traiteur  
Poissons - crustacés frais  
Fruits - légumes  
épicerie - boissons non alcoolisées  
crèmerie  
Glaces - produits surgelés  
Vins - alcools

### Autres produits banals



Pharmacie  
Coiffure - soins esthétiques  
Fleurs coupées - compositions florales  
Journaux - revues - magazines  
Produits de toilette - hygiène corporelle  
parapharmacie  
Produits d'entretien ménager

### Produits anomaux



Literie - salons - meubles meublants  
Arts de la table - décoration - luminaire - tissus, voilage, linge de maison, mercerie  
Petit et gros électroménager

Bricolage  
Jardinage

Livres CD-DVD, Blu-Ray  
Papeterie - fournitures de bureau  
Jeux - jouets  
Micro informatique - téléphonie - logiciels - jeux vidéo  
Articles de sports - cycles - pêche et chasse  
TV - Hifi - matériel photo et vidéo

Prêt-à-porter enfant - layette - puériculture  
Prêt-à-porter masculin  
Prêt-à-porter féminin  
Lingerie - bonneterie - sous-vêtements  
Chaussures de ville  
Chaussures de sport  
Maroquinerie  
Horlogerie - bijouterie - bijouterie fantaisie  
Parfums et produits cosmétiques  
Optique médicale et solaire



**AudÉLOR**  
DÉVELOPPEUR DE TERRITOIRE

Agence d'Urbanisme,  
de Développement Économique  
et Technopole du Pays de lorient

12 avenue de la Perrière  
56324 Lorient cedex

Tél. : 02 97 12 06 40

[contact@audelor.com](mailto:contact@audelor.com)



LICENCE OUVERTE  
OPEN LICENCE

[www.audelor.com](http://www.audelor.com)