

# Le commerce à Pont-Scorff Diagnostic et enjeux

Environnement

Habitat

**Économie**

Sites d'Activités

Emploi Formation

Déplacements

Tourisme

Population

Social



**Contacts : Christine Boissonnot-Delachienne**

c.boissonnot@audelor.com 02 97 12 06 69

**Gilles Poupard**

g.poupard@audelor.com 02 97 12 06 67

**ISSN 2118 - 1632**

# SOMMAIRE

<b>Introduction</b>	<b>p.4</b>
I. Le bassin de consommation : qui sont les consommateurs ?	p.7
II. Quels sont les autres moteurs de flux en centre-bourg ?	p.11
III. Quelle est la dynamique économique et commerciale de la commune ?	p.13
IV. La configuration et le fonctionnement de l'espace urbain sont-ils favorables au commerce ?	p.21
V. Synthèse et pistes de réflexions	p.23

# Introduction

La commune de Pont-Scorff a confié courant 2017 à AudéLor un travail d'analyse de la situation du commerce dans le centre-bourg. La question qui est posée vise plus précisément le devenir des cellules commerciales inoccupées en cœur de bourg sur la place du Tréano. Le propriétaire de ces cellules souhaiterait désormais les transformer en logement. Compte-tenu de la situation géographique stratégique de ces cellules (au cœur de la centralité) et de l'ouverture récente de la maison de santé à proximité, la commune a souhaité, pour éclairer sa décision, ouvrir une réflexion sur le devenir de l'offre commerciale en centralité.

Cette réflexion s'insère plus largement dans le cadre des travaux menés par AudéLor sur les centralités urbaines et commerciales, notamment à travers le SCoT du Pays de Lorient.

Pour répondre à la question des perspectives en matière commerciale, il est nécessaire d'élargir la réflexion en analysant plus finement le fonctionnement commercial et urbain de la commune et plus globalement celui de la centralité.

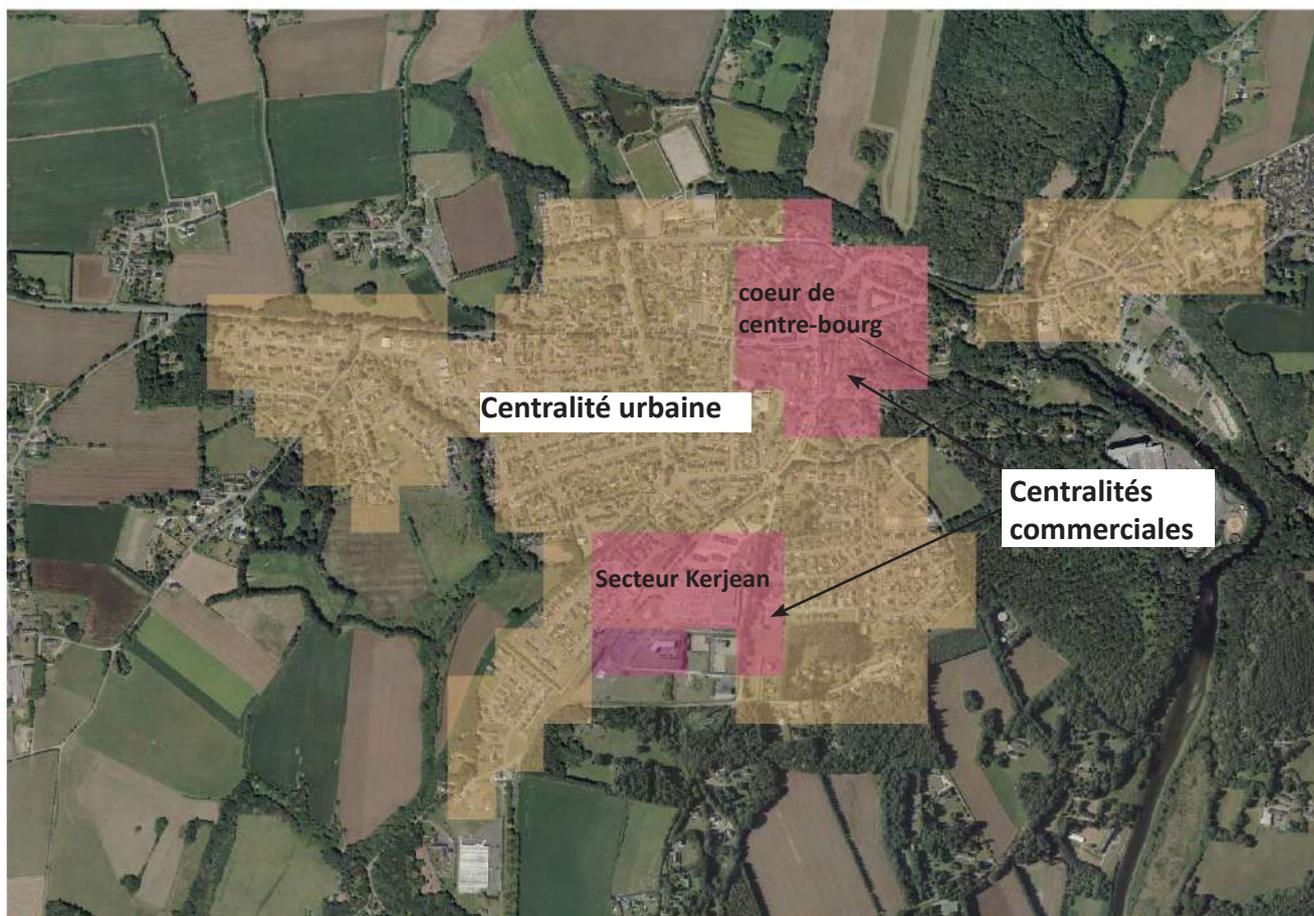
## L'enquête auprès des commerçants



Afin de mieux connaître la situation des commerces, une enquête a été réalisée par AudéLor auprès de 26 commerçants de la commune (soit 72% des commerces de la commune) en octobre et novembre 2017.

3 commerces situés au Bas Pont-Scorff (commune de Cléguer) ont également été enquêtés.

## Centralité urbaine, centralités commerciales et dispositions du DAAC

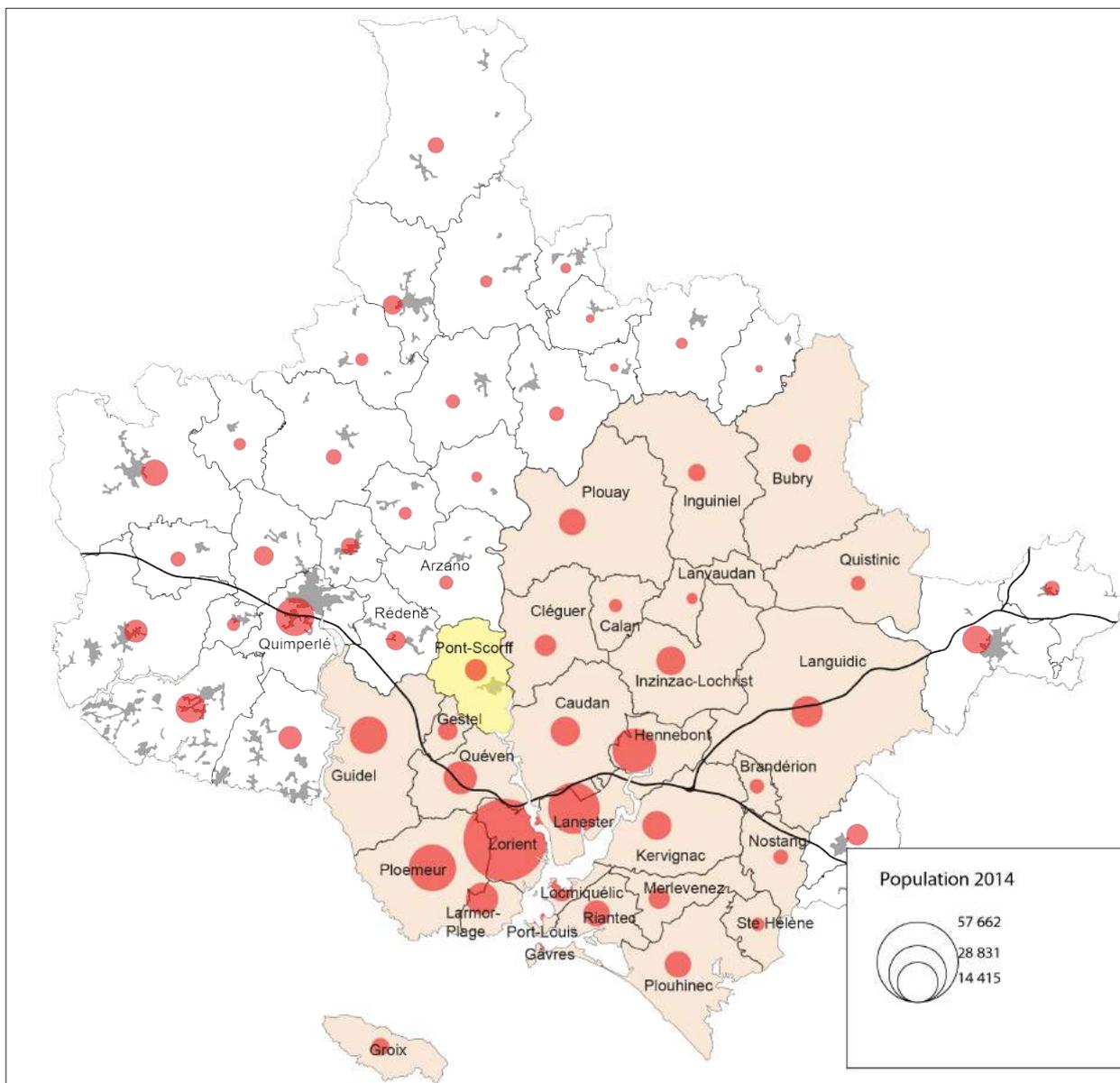


Source : Orthophoto 2016, Mégalis Bretagne et collectivités territoriales bretonnes - 2015, Réalisation AudéLor

### Ce que dit le SCoT :

La centralité commerciale de Pont-Scorff est composée du cœur de centre-bourg et de la zone de Kerjean. Il s'agit d'une centralité de type 3 qui autorise les surfaces de ventes jusqu'à 2000 m<sup>2</sup>. Cette centralité commerciale s'insère dans l'ensemble plus large de la centralité urbaine.

# Répartition de la population à l'échelle de la zone d'emploi de Lorient



Source : INSEE 2014, Réalisation : AudéLor 2017

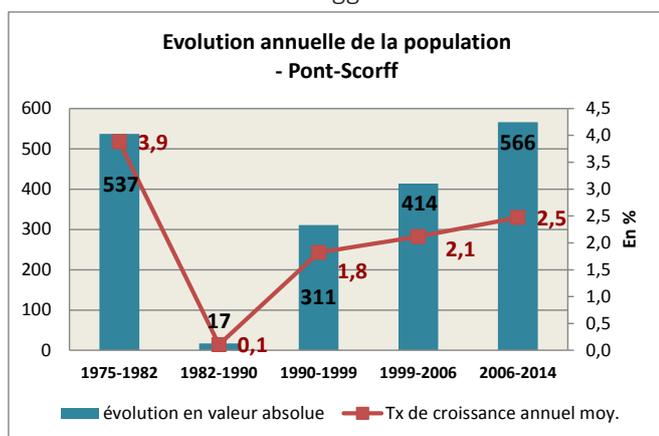
# I. Le bassin de consommation : qui sont les consommateurs ?

## 1. Une commune dynamique du point de vue démographique

La commune de Pont-Scorff compte 3603 habitants en 2014. Elle a connu une forte croissance démographique entre 1975 et 1982, puis une stabilisation. Depuis 1990 le rythme de croissance est à nouveau positif et va même en s'accroissant (taux de croissance de +2,5%/an entre 2006 et 2014).

La population est plutôt jeune : l'indice de jeunesse est de 1,68 contre 0,82 à l'échelle de l'agglomération et la part des plus de 60 ans est de 21,4% contre 28,8% à l'échelle de l'agglomération.

De même, la commune compte davantage de familles avec enfants : 64% de familles avec enfants en 2014 contre 53% à l'échelle de l'agglomération.



Source : INSEE 2014

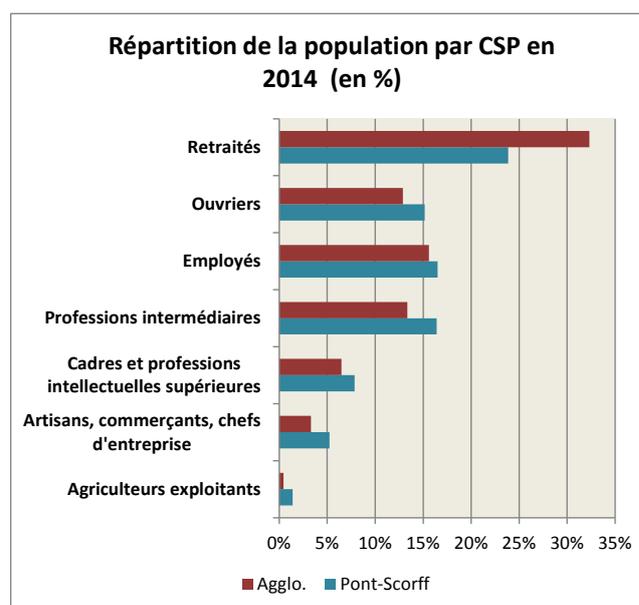
## 2. Des catégories socio-professionnelles diversifiées et une part de cadres en augmentation

Les catégories socio-professionnelles les plus représentées à l'échelle de la commune sont les employés (16,5%) et les professions intermédiaires (16,4%).

La part des retraités est beaucoup moins importante qu'à l'échelle de l'agglomération : 24% contre 32%. Enfin, la part des cadres (7,8%) est supérieure à la moyenne de l'agglomération (6%) et elle est en augmentation par rapport à 2007 : **+2,2 points**.

De même, la part des professions intermédiaires est passée de **14,1% à 16,4% (2,3 pts)**, alors que les employés qui représentent la catégorie la plus représentée voient leur poids diminuer par rapport à 2007 (il passe de 20,7% à 16,5%).

Les conséquences de ces évolutions de profils doivent être prises en compte car elles impactent directement la consommation. En effet, au niveau national, en moyenne, les dépenses de consommation sont plus importantes lorsque le chef de famille est cadre : il y a 60% d'écart de dépenses entre un cadre et un ouvrier ou employé (source INSEE).



Source : INSEE 2014

## 3. Un revenu médian au-dessus de la moyenne du pays de Lorient

Avec un revenu médian par unité de consommation de **20 696 euros en 2013**, la commune de Pont-Scorff affiche un revenu supérieur de 3,5% à celui du pays de Lorient. Cela va dans le sens de l'évolution socio-professionnelle constatée au niveau communal.

#### 4. Une localisation des habitants toujours plus loin du cœur de centre-bourg

La croissance démographique s'est traduite par une croissance de l'urbanisation en majorité sous forme d'extensions urbaines (lotissements). Entre 1999 et 2015 : 57% de l'urbanisation s'est faite en extension, 21% en densification ou en renouvellement (le reste étant du diffus).

Aujourd'hui, 56% de la population de la commune, soit 1900 habitants, résident à 10 minutes à pied du centre historique.

Mais cette part passe à seulement 9% dans le périmètre de 3 minutes à pied autour du centre historique (soit 320 habitants).

Une part importante de la population est nouvelle : 28% des habitants ne vivaient pas sur la commune il y a 5 ans. La clientèle potentielle pour le centre-bourg se renouvelle donc fortement.

En termes de perspectives, plusieurs futures zones d'habitat sont inscrites au PLU totalisant une capacité totale d'environ **460 logements** dont la majeure partie se situe à l'Est (Ty Néhué : 210 logements) et au sud (Mondésir : 125 logements)-source PLU.

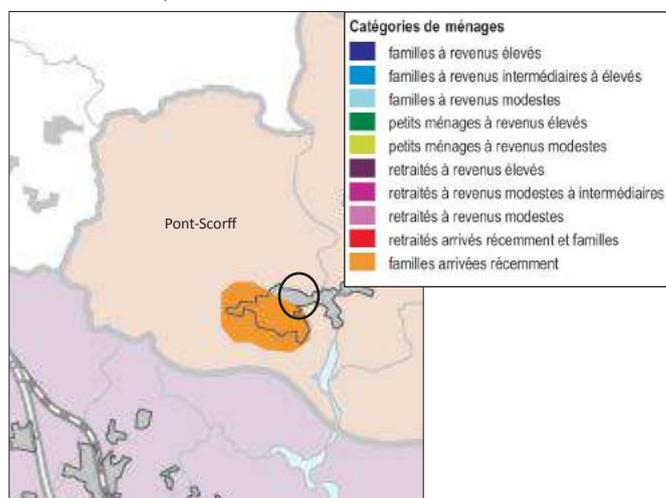
#### 5. Un taux de vacance peu inquiétant mais une répartition des ménages très contrastée

Le taux de vacance des logements (source INSEE) était de 3,7% en 1999 et de 4,3% en 2014. Il reste donc inférieur au taux de vacance des logements du pays de Lorient (6%). A l'échelle du cœur de bourg, les fichiers cadastraux de 2016 mettent en évidence un taux de vacance de 4,5%, soit un taux un peu plus élevé que sur le reste du territoire communal (3,9%). La question de la vacance n'est donc a priori pas préoccupante aujourd'hui.

Cependant, la répartition des ménages selon leur taille et catégories de revenus apporte un éclairage intéressant. En effet, une étude de l'INSEE met clairement en évidence une surreprésentation des ménages d'une personne à revenus modestes dans le cœur de bourg, sans doute aussi une population plus âgée (c.f cartes ci-contre). L'attractivité résidentielle étant une composante essentielle de l'attractivité d'un cœur de bourg, la réflexion autour de la valorisation et du renforcement de cette fonction constitue un enjeu important pour la commune.

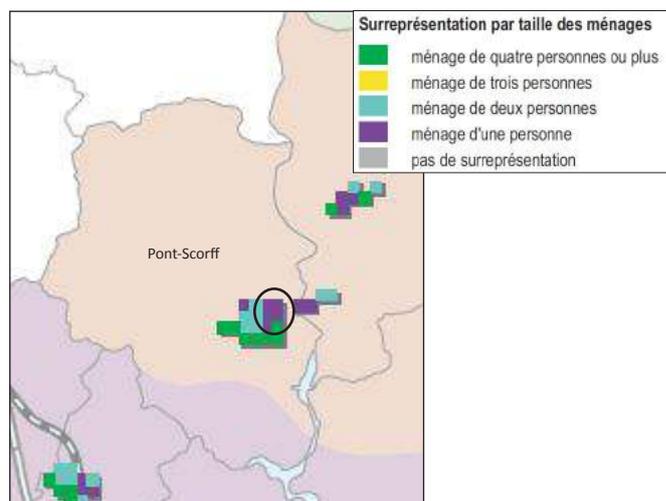
#### Étude synthèse urbaine, extrait Pont-Scorff : zones de surreprésentation de certaines catégories de ménages.

Source : DGFIP, INSEE 2008



#### Étude synthèse urbaine, extrait Pont-Scorff : zones de surreprésentation des ménages suivant leur taille.

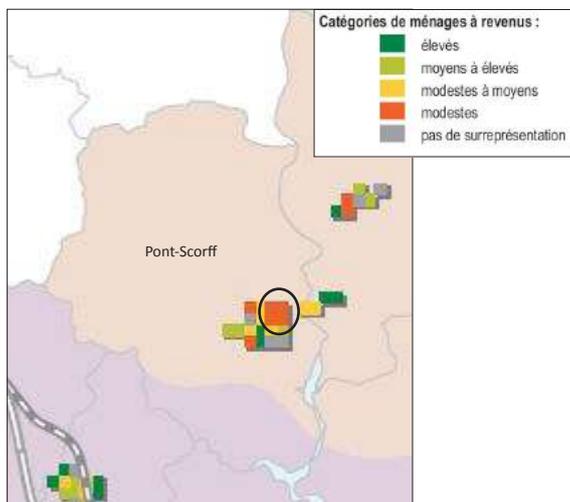
Source : DGFIP, INSEE 2008



○ Cœur de bourg

## Étude synthèse urbaine, extrait Pont-Scorff : zones de surreprésentation des ménages suivant leur revenus.

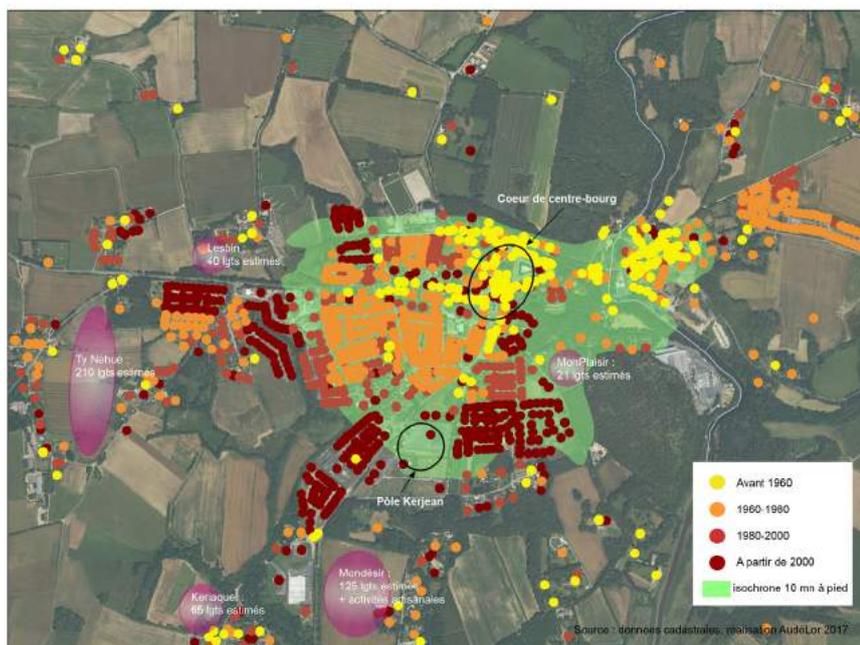
Source : DGFIP, INSEE 2008



## 6. Les consommateurs extérieurs à la commune : une zone de chalandise assez restreinte

Les communes environnantes de Cléguer (2732 habitants) et Gestel (3338 habitants en 2014) constituent, selon les données de la CCIM, la zone de chalandise de Pont-Scorff. Cette dernière est l'espace à l'intérieur duquel une population est susceptible de faire des achats dans les commerces de la commune. On peut également associer à cette zone de chalandise les communes d'Arzano (1385 habitants) et de Rédéné (2896 habitants), communes limitrophes, situées dans le Finistère. Ces 4 communes représentent 10 351 habitants. La dynamique démographique de ces communes reste moyenne : de 0,24%/an pour Arzano et Rédéné à 0,6%/an pour Cléguer et Gestel. En outre, les habitants restent soumis à un environnement concurrentiel assez élevé avec des pôles commerciaux d'envergure en toute proximité (c.f carte page 13.)

## Evolution de l'urbanisation et espace de proximité (10 mn à pied)



Réalisation AudéLor 2017

# Bilan partie 1

	ATOUTS	FAIBLESSES	OPPORTUNITES	MENACES
<b>LES CONSOMMATEURS</b>	Croissance démographique dynamique (+2,4%) et part de famille supérieure à la moyenne de l'agglomération	Une croissance urbaine qui s'est réalisée en majeure partie en extension : le cœur de bourg n'est plus au centre	Potentiel de consommateurs (habitants) en hausse	Des futures zones d'urbanisation toujours plus loin du cœur de bourg
	Population plus jeune que la moyenne			
	Part des cadres supérieure à la moyenne de l'agglomération et en progression	Une évacion des actifs importante : 77% travaillent en dehors de la commune	Un profil de consommateur qui permet des dépenses de consommations plus élevées (60% d'écarts de dépenses entre cadres, ouvriers et employés - source INSEE).	
	Un revenu médian par unité de consommation plus élevé que la moyenne (+3,5%)			Ville -dortoir ?
		Forte évacion commerciale : 72%; Mais aussi sur le banal : 56% (contre 21% sur Guidel, 33% sur Ploemeur, et		
	Un taux de renouvellement significatif : 28% de la population ne vivait pas sur la commune il y a moins de 5 ans		Un potentiel de nouveaux consommateurs	Une adaptation de l'offre pas suffisante ?
		Une zone de chalandise restreinte (autour de 9000 hab.)		

## II. Quels sont les autres moteurs de flux en centre-bourg ?

### 1. Des services non marchands présents, mais pas polarisés

La commune bénéficie en cœur de centre-bourg de la présence de la poste, d'un point d'information tourisme, ainsi que des services de la mairie. Un peu plus éloignés se trouvent les écoles (3), la médiathèque, le théâtre. Au nord du cœur de bourg se situe le parc des sport Henri de Polignac (terrains de tennis, de foot, salle omnisport, terrain de bicross) ainsi qu'un parc autour de l'étang de la Métairie (c.f carte p.15).

La gendarmerie, l'étude notariale, la pharmacie et la future crèche se situent quant à eux autour du pôle de Kerjean. Les équipements sont donc nombreux sur la commune mais sont assez dispersés.

### 2. Une présence des services médicaux renforcée en cœur de centre-bourg

L'ouverture en 2017 de la maison médicale vient polariser l'offre médicale sur la Place du Tréano où sont déjà présents un cabinet d'orthophoniste et d'ostéopathe ainsi qu'un cabinet infirmier. Se retrouvent dans cette maison médicale : deux médecins généralistes, un pédicure podologue, une psychothérapeute ainsi que les services de l'ADMR qui s'y sont déplacés. Une Maison d'Assistante Maternelle (MAM) y sera également créée. L'ouverture de cette maison médicale constitue donc une opportunité susceptible de générer des flux pouvant être captés par les activités environnantes.

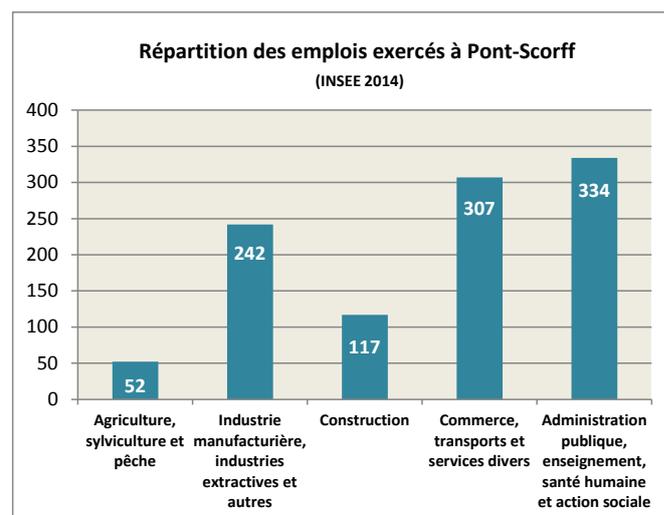
### 3. Des spécificités liées à l'art et à la culture ainsi qu'aux équipements touristiques

La commune bénéficie d'une attractivité certaine avec la qualité de son architecture, la présence du Scorff avec l'Odysseum et plus au sud la présence du Zoo (premier site de visite du pays de Lorient avec près de 210 000 entrées en 2017).

Depuis plusieurs années, en lien avec la volonté de la municipalité, s'est développée une politique culturelle très dense : l'Atelier d'Estienne (centre d'Art contemporain), la Cour des Métiers d'Art (boutique-galerie de 70 créateurs sur 300 m<sup>2</sup>), l'Espace Pierre de Grauw, l'ensemble étant valorisé par le label de Cité des Métiers d'Art.

### 4. Les emplois sur place : des générateurs de flux pour le commerce

En 2014, la commune comptait 1028 emplois soit 183 emplois de plus qu'en 2009. Les grands employeurs de la commune sont l'établissement Lorco (100 salariés), l'EHPAD «*Les couleurs du temps*» (60 salariés), l'entreprise Turini (54 salariés) et le Super U (40 salariés). La répartition des emplois est assez équilibrée : 23% dans l'industrie, 29% dans les transports, commerce et services et 32% dans le secteur administration publique et enseignement. L'indicateur de concentration d'emploi est de 66 pour 100 actifs dans la zone. La commune se caractérise donc plutôt comme une commune résidentielle.



# Bilan partie 2

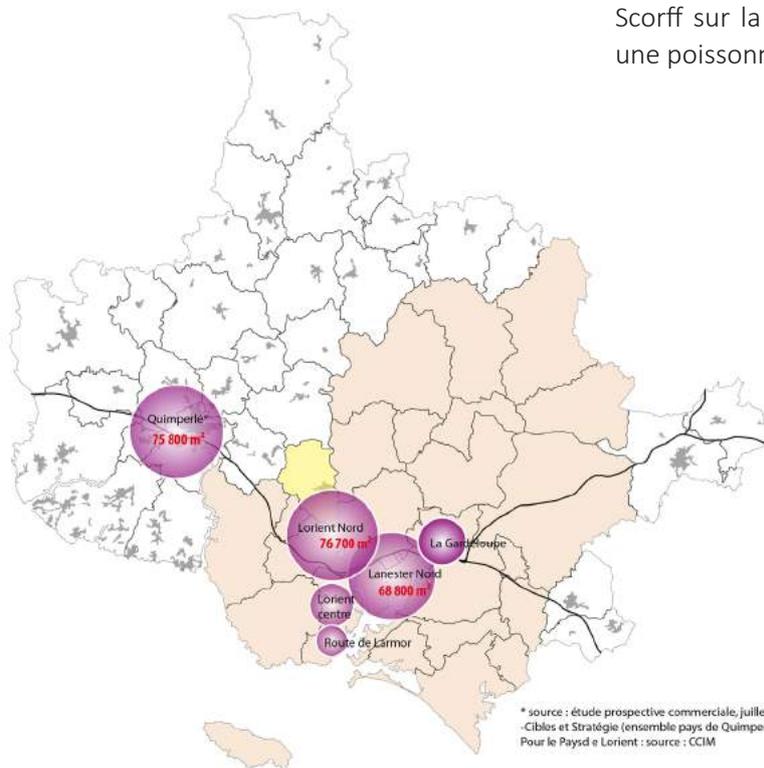
	ATOUTS	FAIBLESSES	OPPORTUNITES	MENACES
<b>LES MOTEURS DE FLUX</b>	Une majorité des services non marchands présents en cœur de centre-bourg (poste, OT, écoles, médiathèque, maison médicale...)	Mais, notaires, future micro-crèche, pharmacie à proximité de Kerjean	L'arrivée de la maison médicale (+ADMR, +MAM) en centre-bourg va permettre l'arrivée de nouveaux flux	Poursuite de l'émiettement des activités (micro-crèche...) et «Tropisme» des activités économiques vers le Sud (futur parc artisanal de Mondésir)
	Une spécificité liée à l'artisanat d'Art et à la culture (art contemporain) très marquée (Cité des Métiers d'Art) qui apporte une plus-value. = <b>14 artisans d'art</b>	Une offre touristique fragile qui manque de visibilité	Un contrat d'attractivité touristique en cours	
	Des animations génératrices de flux ponctuellement (Nuits de Lucie, marché de Noël, Us Cars and Bikes...)		Faire participer davantage ces événements à la mise en valeur du cœur de bourg (marché de Noël par ex)	
	Des circuits de randonnées attractifs qui traversent le bourg		Mieux capter les flux de touristes en centre-bourg (parcours existants, visites de sites...)	

### III. Quelle est la dynamique économique et commerciale de la commune ?

De par son positionnement géographique, la commune de Pont-Scorff se situe à égal temps d'accès des 3 grands pôles commerciaux : Quimperlé (17 minutes), Lorient Nord (17 minutes) et Lanester Nord (15 minutes). Cet environnement concurrentiel très proche est un facteur contraignant pour le développement de l'offre commerciale de la commune.

L'offre commerciale du bourg se répartit sur 2 pôles : **le cœur de centre-bourg** (10% des surfaces de vente commerciale) et **le parc commercial de Kerjean** développé au sud du bourg à partir de 1999 avec le transfert du Marché U devenu Super U.

#### Les pôles commerciaux de plus de 10 000 m<sup>2</sup> de surfaces de vente



\* source : étude prospective commerciale, juillet 2010  
-Cibles et Stratégie (ensemble pays de Quimperlé)  
Pour le Pays de Lorient : source : CCIM

#### 1. Le cœur de centre-bourg : un pôle commercial très axé sur la restauration et les cafés

Sur le cœur de centre-bourg, on peut distinguer 3 micro-polarités commerciales :

- La place de la Maison des Princes et la rue du Prince de Polignac
- La rue du général de Langle de Carry
- La Place du Tréano qui a fait l'objet d'un réaménagement avec la construction d'un îlot avec rez-de chaussée commerciaux et logements à l'étage en 2009.

L'offre du cœur de centre-bourg est composée de **21 commerces et services** dont plus de la moitié est constituée de bars et de restaurants (**12 bars et restaurants** pour 21 cellules au total). L'offre en commerces courants (alimentaire de proximité) est assez restreinte : une boulangerie (+ une située au Bas Pont-Scorff sur la commune de Cléguer), une charcuterie et une poissonnerie ainsi qu'un bar-tabac presse.

## 2. Le cœur de centre-bourg : un pôle historique dans lequel le commerce s'est affaibli

Avec l'ouverture de la zone de Kerjean, certaines activités ont migré : banque et distributeur automatique de billets, boulangerie. Des activités ont fermé récemment : Casino Shop en 2015 (dans l'ancienne poste), le fleuriste sur la place de Tréano en 2017. Aujourd'hui, le cœur de centre-bourg compte 28 locaux commerciaux ou de services dont **7 locaux commerciaux vacants ou vides** (neufs). 6 (sur les 7 vacants) se situent sur la place du Tréano.

Le cœur de centre-bourg ne dispose pas de locomotive commerciale et le marché hebdomadaire qui se tient sur la Place de la Maison des Princes est restreint (3 commerces ambulants l'hiver). Enfin, l'enquête menée auprès des commerçants a mis en évidence d'autres signaux alarmants : deux commerces ont en projet de vendre leur fonds et de réinvestir ailleurs. Un autre projette de transférer son activité ailleurs.

## 3. Des facteurs de commercialité peu présents en centre-bourg

L'espace marchand du cœur de centre-bourg se caractérise par une forte discontinuité : les cellules commerciales ne constituant pas de pôle commercial fort. De plus, les cellules implantées place du Tréano manquent de visibilité (vitrines étroites, enseignes limitées). De ce fait, elles ont du mal à capter le flux de la route départementale qui passe en toute proximité.

## 4. La dynamique commerciale : un espace commercial qui s'est renforcé sur le parc de Kerjean

L'offre sur le parc de Kerjean est composée de 10 commerces et services dont un Super U de 2570 m<sup>2</sup> de surface de vente. Après l'implantation du Super U au début des années 2000, deux ensembles commerciaux ont vu le jour entre 2008 et 2010. Un des ensembles commerciaux compte un local vacant. L'offre commerciale du parc de Kerjean est composée d'une offre très similaire à celle du cœur de centre-bourg.

### Résultats de l'enquête

Le Super U : locomotive commerciale de la commune (19 citations sur 39).



L'arrière de la Place du Tréano - Crédits : AudéLor 2017

## 5. Le Super U : une locomotive commerciale pour la commune

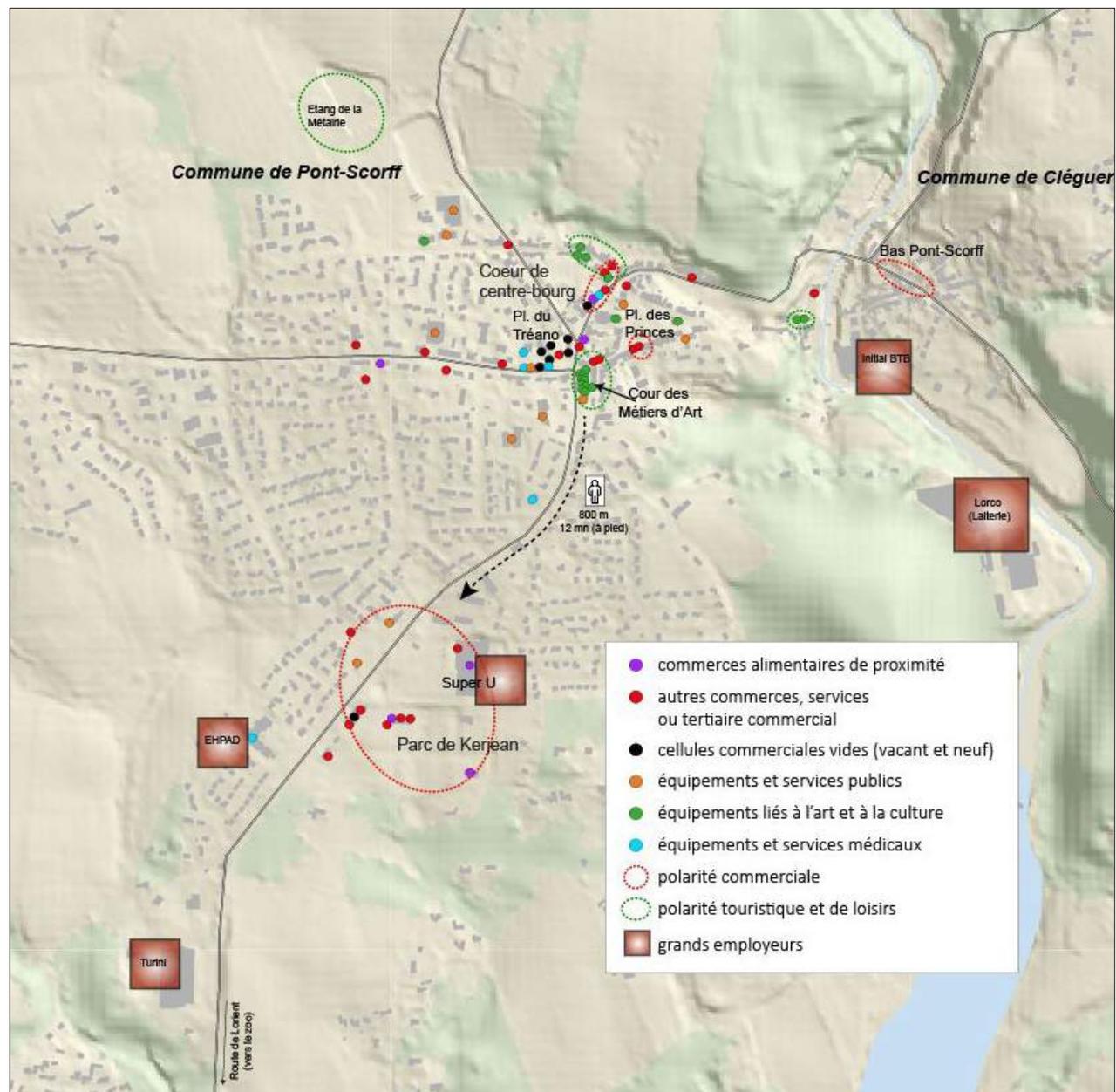
À la question : «*quelle(s) sont selon vous les activité(s) commerciale(s) locomotive(s) dans la commune ?*», 47% des réponses (19 citations sur 39) désignent le Super U situé à Kerjean.

Loin derrière en seconde position arrive le zoo puis les restaurants et les artisans d'art (3 citations). D'autres locomotives sont citées (1 ou 2 fois) : la boulangerie, la poste, la boucherie, la poissonnerie...



Source : Enquête AudéLor 2017

## Répartition des commerces, services et grands employeurs



Réalisation AudéLor 2017

## 6. Un territoire marqué par une forte évasion commerciale

En 2012, l'évasion commerciale du pôle de Pont-Sorff-Gestel\* était de **72%**. C'est à dire que 72% des achats des ménages résidants dans les communes de Pont-Sorff et de Gestel se faisaient à l'extérieur.

Pour les produits anomaux (meubles, vêtements...), l'évasion est de **94%**, les habitants consommant principalement sur le pôle de Lorient Nord (38% des achats des ménages). Pour les produits banals, l'évasion est de 56%.

*\* Par exemple, les achats des ménages de Gestel réalisés sur la commune de Pont-Sorff ne sont pas considérés comme de l'évasion commerciale.*

Cette évasion commerciale s'explique en grande partie par l'importance des migrations domicile-travail : **77% des actifs résidants à Pont-Sorff travaillent à l'extérieur** de la commune. La répartition de ces flux se fait vers Lorient (26%), vers le pôle Lanester-Caudan (14%), vers des communes du Finistère (14%) et enfin, vers Quéven (8%). L'autre facteur qui explique cette évasion est à relier à l'évolution des surfaces de ventes dans les communes proches. En effet, sur les dix dernières années, pour les communes de Quéven, Plœmeur, Cléguer et Guidel, les surfaces en grande distribution ont augmenté de 13 800 m<sup>2</sup> dont 1/3 pour de l'alimentaire.

### Résultats de l'enquête

Une évasion commerciale jugée élevée par les 2/3 des commerçants.

### Résultats de l'enquête

Sur le cœur de centre-bourg, les commerçants sont en place depuis 11 ans en moyenne contre 7 ans à Kerjean.

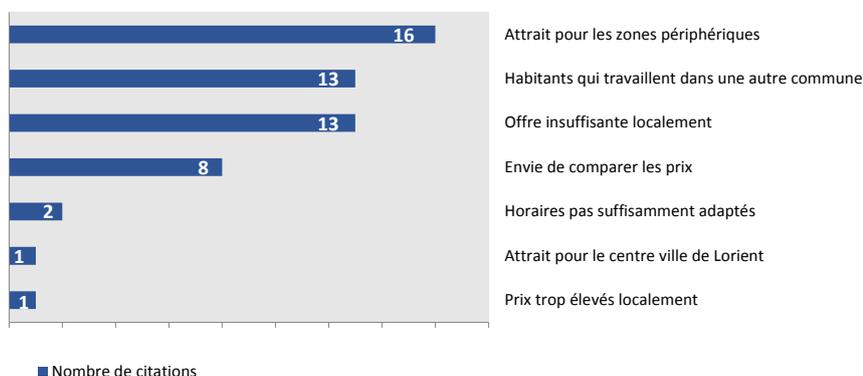
**67%** de commerçants indépendants sur la commune : pas de différence entre le cœur de bourg et Kerjean.

### Résultats de l'enquête

Sur le cœur de centre-bourg, l'âge médian\* des commerçants est de **46 ans** contre **40 ans** pour Kerjean.

*\* C'est à dire que 50% des commerçants ont plus de 46 ans et 50% ont moins (pour le cœur de centre-bourg).*

#### Selon les commerçants : les raisons de l'évasion commerciale



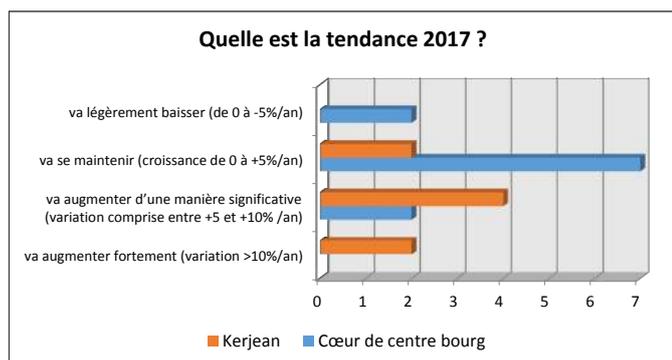
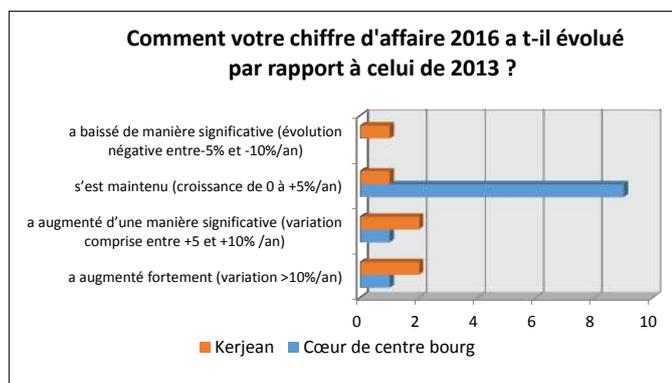
Source : Enquête AudéLor 2017

## 7. Des tendances plus favorables pour les chiffres d'affaires sur Kerjean

Sur les 3 dernières années, la tendance est au maintien des chiffres d'affaires pour une majorité des commerçants qu'ils soient localisés en cœur de bourg ou sur la zone de Kerjean (10 sur 17 qui ont répondu).

Pour les tendances à venir, le constat du maintien du chiffre d'affaire est également vérifié (9 sur 19 qui ont répondu). Cependant, on note cette fois une nette différence entre les commerçants du cœur de bourg et ceux de Kerjean. Ceux-ci sont plus nombreux à prévoir une évolution positive de chiffre d'affaire.

Ce résultat confirme les difficultés rencontrées par les commerces des cœurs de centre-bourg.



Source : Enquête AudéLor 2017

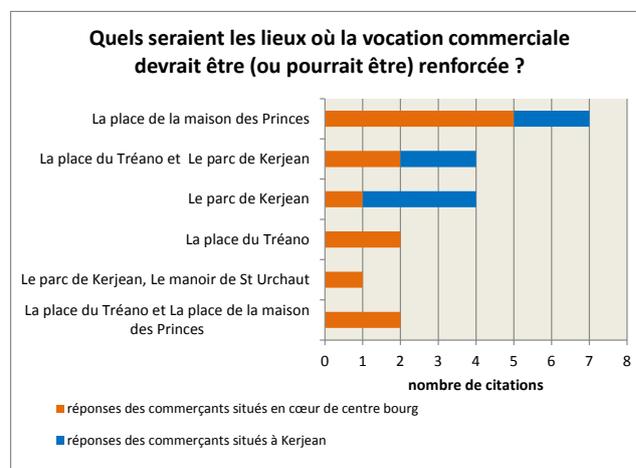
## 8. Un manque d'activités commerciales et de services dans la commune pointé par 80 % des commerçants...

Parmi les activités manquantes pointées par les commerçants, la banque et la banque avec DAB arrivent en tête (9 citations sur 48), suivis de la boulangerie-pâtisserie (5 citations sur 48), le dépôt de pain (1 citation) et du pressing (3 citations). Le maintien de la poste, une crèche, une épicerie fine et une jardinerie obtiennent 2 citations chacun.



## 9. ... Qui s'exprime plutôt en faveur du maintien des activités commerciales en cœur de bourg

À la question : «Y a-t-il selon vous des activités commerciales, artisanales ou de services qui manquent ou qui sont insuffisamment représentées à Pont-Scorff ?», une majorité (11 commerçants/20) se prononce en faveur des pôles de cœur de centre-bourg. 4 commerçants sur 20 privilégient les 2 pôles et 4 sur 20 privilégient seulement le parc de Kerjean.



Source : Enquête AudéLor 2017

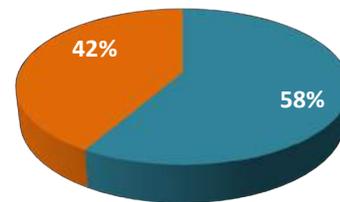
## 10. Le tourisme : un impact sur l'activité des bars et restaurants

55% des commerces et services enquêtés (15/27) considèrent que la présence d'équipements culturels et les visites qu'ils génèrent ont une incidence sur leur activité professionnelle.

Cependant, cet impact du tourisme au sens large sur leur chiffre d'affaire est limité : 76% déclarent un impact de **peu significatif à moyennement significatif** (note 1 ou 2 sur 4).

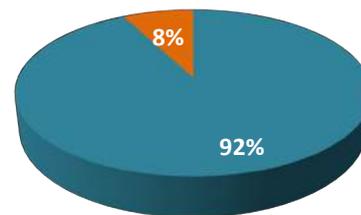
Néanmoins, cet impact est très différent selon la typologie du commerce : il concerne surtout les bars et restaurants. En effet, 58% d'entre-eux (7/12) déclarent un impact significatif à très important contre 8% (1/13) pour les autres types de commerces.

### Impact du tourisme sur le chiffre d'affaire : bars et restaurants



■ Pas significatif à moyennement significatif (note de 1 à 2 sur 4)  
 ■ Significatif à très important (note de 3 à 4 sur 4)

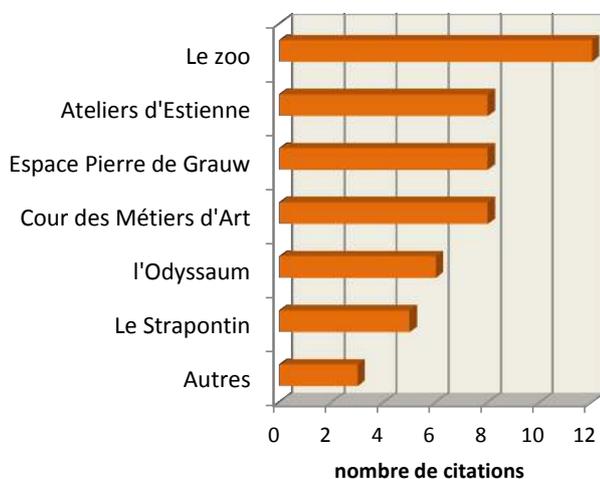
### Impact du tourisme sur le chiffre d'affaire : autres commerces et services



■ Pas significatif à moyennement significatif (note de 1 à 2 sur 4)  
 ■ Significatif à très important (note de 3 à 4 sur 4)

Source : Enquête AudéLor 2017

### Quel(s) équipement(s) ou site(s) en particulier ont une incidence sur votre activité professionnelle ?



Source : Enquête AudéLor 2017

# Bilan partie 3

	ATOUTS	FAIBLESSES	OPPORTUNITES	MENACES
<b>DYNAMIQUE ECO. ET COMMERCIALE</b>	Une progression des emplois (+183 depuis 2009)	Mais un secteur plutôt résidentiel : 66 emploi pour 100 actifs (indicateur de concentration d'emplois)		
	Une évolution positive du nombre de commerces depuis 2011 (+7)	Le pôle de Kerjean est le seul à avoir évolué commercialement		Déséquilibre au sein de la commune
	Selon les commerçants : des tendances plutôt favorables pour les chiffres d'affaires (évolutions passées et perspectives)	Un commerce de centre-bourg peu diversifié et qui s'est affaibli (départ des DAB...)		
	Un pôle de restaurants en lien avec la vocation touristique des lieux	Pas d'association de commerçants		
	Une incidence notable de la présence d'équipements culturels et des visites sur l'activité commerciale (46% des commerces)	Mais un impact sur les chiffres d'affaires limité (enq. commerçants)	S'appuyer sur les équipements pour dynamiser les flux	
		2 polarités commerciales (Kerjean et cœur de centre-bourg) avec une offre qui «double»		
	Un marché hebdomadaire sur la Place des Princes	Nombre de commerçants assez restreint (3)	Une place remarquable avec du stationnement	



# IV. La configuration et le fonctionnement de l'espace urbain sont-ils favorables au commerce ?

## 1. Des espaces publics qui se démarquent qualitativement

Classée en Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager (ZPPAUP) depuis 1997, le cœur de bourg se démarque par une identité forte qui repose sur la présence d'un patrimoine riche (la Maison des Princes classée monument historique), sur la qualité de son architecture et sur la mise en valeur des espaces publics.

## 2. Des axes routiers qui compartimentent les espaces et génèrent un inconfort

La commune est traversée d'Ouest en Est par la D26 qui relie Quimperlé à Hennebont. Cette voie est classée en catégorie 3 «route à grande circulation» (4400 véhicules/jour, +6% entre 2002 et 2008- source PLU). Elle est également traversée par la D6 qui relie Quéven à Arzano (au nord de la commune). La présence d'axes routiers à fort trafic (dont un trafic poids lourd important) a pour conséquence de créer des ambiances urbaines inconfortables pour les piétons et de générer des ruptures entre les différents pôles du centre-bourg (Place du Tréano / Place de la Maison des Princes notamment).

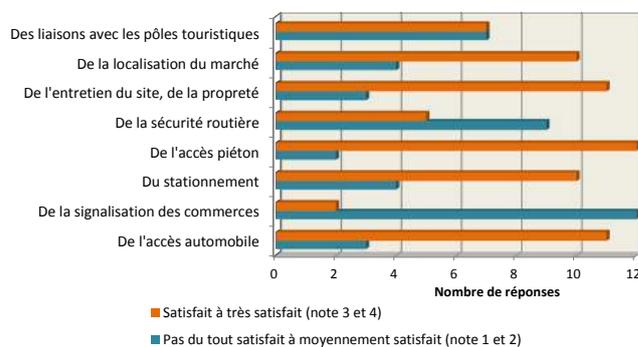
## 3. Un stationnement satisfaisant en volume mais en manque d'organisation

Dans un rayon de 100 m autour de la mairie, le volume de stationnement est estimé à 220 places (source PLU). Cette capacité significative est bien perçue par les commerçants du cœur de centre-bourg. Cependant, le manque de signalisation du stationnement et d'organisation sur certains espaces (Place de la Maison des Princes) se fait au détriment de la qualité urbaine et de la sécurité pour les piétons.

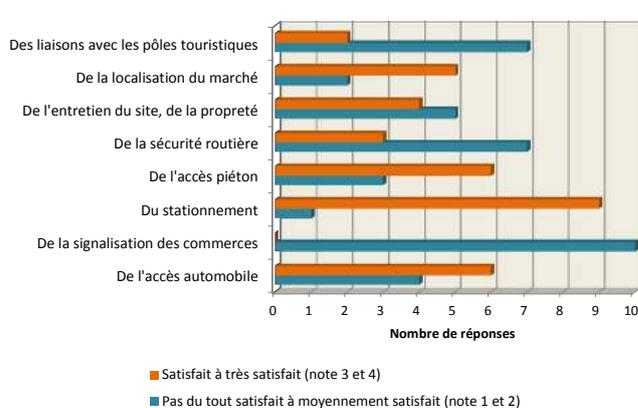
### Résultats de l'enquête

Selon les commerçants, les éléments qui **génèrent le moins de satisfaction : la signalisation des commerces et la sécurité routière.**

Perception de l'environnement des commerces par les commerçants du centre-bourg



Perception de l'environnement des commerces par les commerçants de Kerjean



Source : Enquête AudéLor 2017

# Bilan partie 4

	ATOUS	FAIBLESSES	OPPORTUNITES	MENACES
FONCTIONNEMENT DE L'ESPACE MARCHAND ET ESPACE URBAIN		<p><b>À l'échelle du centre-bourg :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- manque de visibilité de l'activité commerciale (micro-polarités) : émiettement des commerces, pas de pôles, pas de locomotive commerciale, un taux de vacance élevé)</li> <li>- la départementale compartimente les espaces et impacte fortement l'ambiance urbaine du cœur de bourg (circulation intense)</li> </ul>	Des cellules vides en centre-bourg : une opportunité pour recréer une polarité ?	
		<p><b>À l'échelle de chaque micro-polarité :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Place des Princes</b> : «une place imposante sur le plan patrimonial, mais qui manque de vie» (rapport Protourisme)/ n'est pas connectée/ place de la voiture très importante</li> <li>- <b>Place de Tréano</b> : des configurations peu adaptées au commerce : locaux, vitrines étroites, accès piéton et visibilité, une place qui ne joue pas son rôle</li> </ul>		
	Un volume de stationnement <b>satisfaisant</b> (220 places dans un rayon de 100 m autour de la Mairie) et perçu comme très satisfaisant par les commerçants	Un stationnement peu signalé et pas organisé et qui «cannibalise» l'espace au détriment de la qualité urbaine et des cheminements piétons. La <b>sécurité routière</b> souvent pointée.		
	Un patrimoine riche qui donne du «cachet» au centre-bourg avec un mobilier urbain qualitatif		Un site à mettre en valeur en toute proximité du centre (La Montagne) = attirer les familles en centre-bourg	
		Signalétique riche et de qualité mais trop présente qui brouille les messages / Signalétique jugée insuffisante (Kerjean)		

## V. Synthèse et pistes de réflexion

### Bilan et synthèse :

- Un cœur de bourg avec une fonction commerciale qui n'est plus prédominante et qui s'est fragilisée. Des flux de transit qui ne sont plus captés. Au sud du bourg, le pôle de Kerjean s'est affirmé comme le réel pôle commercial de la commune.

→ Nécessité pour le cœur de bourg de trouver son positionnement.

- Une offre en **restauration** de qualité, qui permet au cœur de bourg de se démarquer.

- Une offre en **services médicaux** et paramédicaux bien ancrée notamment sur la Place de Tréano.

- Un cœur de bourg **peu lisible**, pas suffisamment articulé.  
→ Nécessité de définir un périmètre d'intervention «cœur de bourg».

- Une spécificité liée à l'offre touristique et culturelle, mais un manque de visibilité : opportunité du contrat d'attractivité touristique en cours.

→ Capturer les flux (en provenance notamment de Quéven/Lorient)

→ Créer un effet «vitrine» qui donne envie de s'arrêter

- Une dynamique démographique réelle, mais dont le cœur de centre-bourg ne bénéficie pas.

- Une fonction résidentielle à prendre en compte dans le cadre d'un renforcement de l'attractivité du cœur de bourg.

### Les 5 pistes de réflexion :

Affirmer la convivialité et la place de l'enfant comme vocation pour le cœur de centre

Faire de la Place du Tréano un point d'accroche pour le pôle touristique

Privilégier la vocation «métiers de santé» Place du Tréano pour les cellules vacantes

Donner envie de s'arrêter pour faire venir davantage de population en cœur de centre-bourg

Favoriser l'implantation commerciale en lien avec l'alimentaire local : bio, produits régionaux, marché...

# Pont-Scorff- plan de référence\*

## Les 3 fonctions stratégiques du centre-bourg de Pont-Scorff

\* Eléments de synthèse suite à la réunion du 10 janvier 2018 avec David Lestoux-Cabinet Lestoux et Associés.

### 1. La convivialité : un centre-bourg plus « extraverti »

#### 1.1 Faire venir les familles résidant dans la commune

Créer des lieux attractifs permettant de dynamiser l'espace public : cafés avec terrasses, marchés (structure légère ?) accueil d'évènements éphémères : food truck, bars et restaurants éphémères...

En s'appuyant sur les 3 lieux phares existants  ou à créer (la Montagne).

• Le réaménagement de la Place des Princes : un rôle clé en matière de convivialité et de place de l'enfant.

• La valorisation du site de « la Montagne » comme lieu récréatif et ludique pour les familles avec jeux pour enfants.

• Le renforcement des liens vers les espaces verts et le Scorff à proximité (lisibilité des cheminements...)

#### 1.2 Donner envie de s'arrêter dans le cœur de bourg (capter les flux)

Marquer les 3 points d'entrée et l'accès vers les lieux « phares » de la commune : accès à la Cour des Métiers d'Art et Place de la Maison des Princes quand on vient de Lorient /Quéven.

Valoriser davantage les cellules commerciales les plus visibles quand on arrive dans le cœur de bourg ainsi que l'espace devant la place du Tréano. Créer ainsi des effets « vitrine » (les 2 cellules de la place Tréano : opticien et ex-fleuriste) et celles de la rue de Langle de Carry (4 commerces).

Créer des « points d'accroche » (sur la Place du Tréano, sur le pignon aveugle de l'ancienne poste ?) pour renvoyer vers les sites « phares » de la commune : Cité des Métiers d'Art, Place de la Maison des Princes.

• Rendre le cœur de bourg plus perméable et plus lisible pour le visiteur : traitement des entrées et des accès, sens de circulation, cheminements piétons sécurisés (place de la voiture).

• Donner davantage la priorité aux piétons sur des espaces où le stationnement est autorisé.

Rendre le parking plus lisible en entrée de bourg (accès Cour des Métiers d'Art et Place de la Maison des Princes).

### 2. Une vocation « métiers de santé » à affirmer pour la Place du Tréano : vers une « cour des métiers de santé »

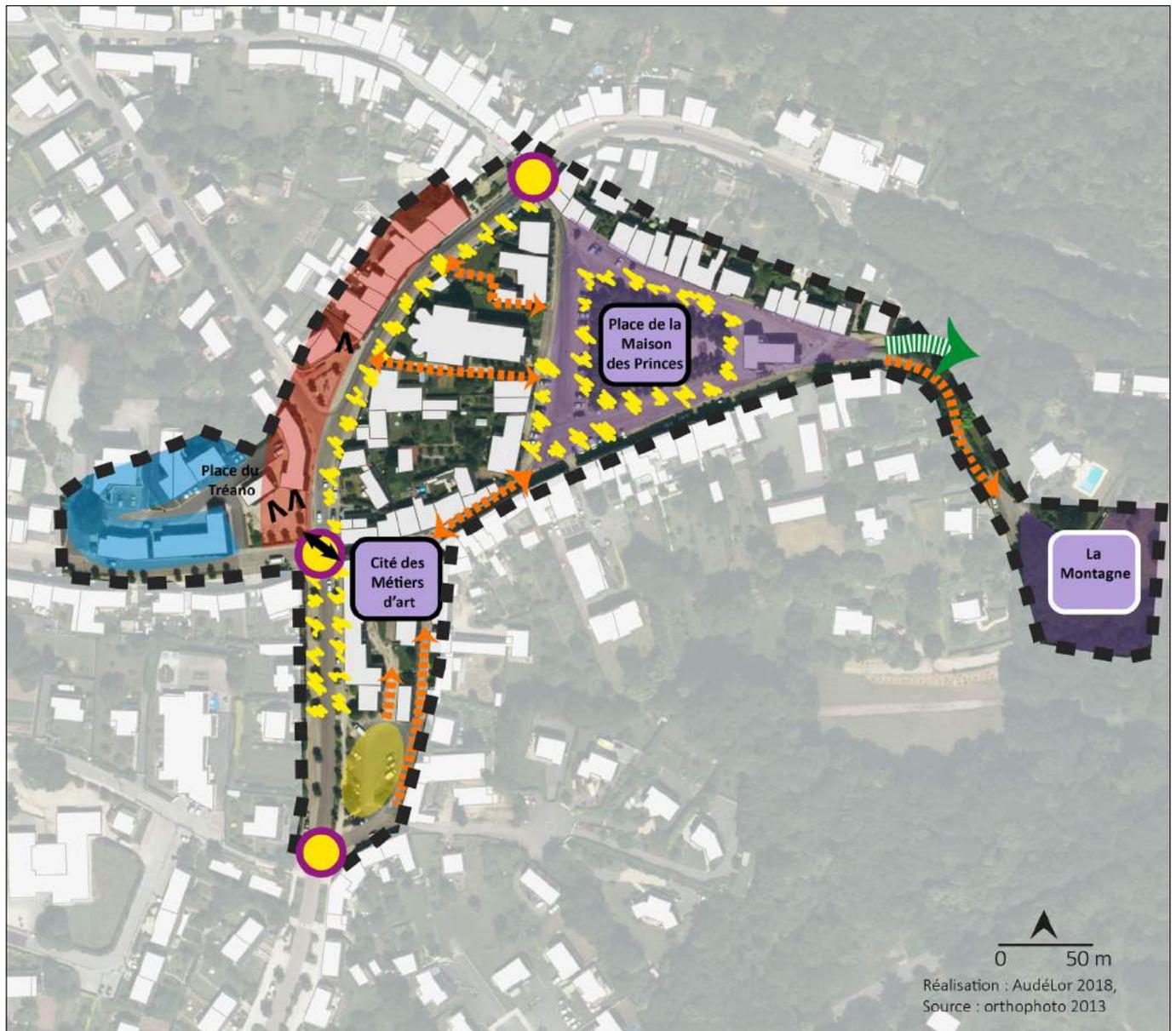
Privilégier la vocation médicale ou paramédicale pour les cellules de la place de Tréano (îlot à l'ouest de la place de Tréano) et faciliter les parcours et la signalétique vers ce pôle de santé.

### 3. La fonction résidentielle à conforter dans le centre

Entamer une réflexion sur la problématique du logement dans le centre afin d'anticiper une éventuelle augmentation de la vacance : étudier les possibilités de renforcement du nombre de logements, s'interroger sur la valorisation d'un patrimoine de logements plus ancien mais qui potentiellement peut correspondre à de nouvelles attentes en matière d'habiter.

Périmètre d'action cœur de bourg proposé.

# Périmètre d'intervention -Projet



# ANNEXE

## L'offre commerciale de Pont-Scorff comparée à l'offre commerciale de communes de taille et de rayonnement similaires.

Le pôle de Pont-Scorff, suivant la classification de l'Observatoire du commerce de la CCIM, est un pôle de proximité. Le tableau suivant permet de comparer l'offre commerciale de la commune à des pôles ayant la même fonction (Plumélia, Sérent) ou bien à des pôles cantonaux de proximité, souvent des chefs-lieux de canton qui peuvent également être comparés au pôle de Pont-Scorff (Mauron, St Jean Brevelay, Allaire, Cléguerec).

Ce tableau met en évidence une offre en alimentaire et en hygiène-santé correctement dimensionnée contrairement au secteur culture-loisirs plutôt restreint sur la commune de Pont-Scorff. Ces pistes de développement doivent cependant être pensées dans une optique de différenciation en proposant une offre que l'on ne retrouve pas ailleurs.

Ces éléments de comparaison sont fournis à titre indicatif, la pérennité d'un commerce étant assurée par un ensemble d'éléments relevant de la visibilité, de l'accessibilité, de l'existence d'un bassin de consommation proche.

### Répartition des commerces

Commune	Population 2015	Hyper-Super	alimentaire	Hygiène et santé	Equipement de la personne	Equipement de la maison	Culture et loisirs	Divers	Total général
ALLAIRE	3793	1	3	5	1		4		14
CLEGUEREC	2930	1	4	3			2		10
MAURON	3105	2	5	7	1	1	5	1	22
PLUMELIAU	3646	2	4	3	1	1	2	1	14
<b>PONT SCORFF</b>	<b>3710</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>7</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>18</b>
SAINT JEAN BREVELAY	2770	1	3	6		2	3	3	18
SERENT	3053	1	2	5		1	3	5	17
<b>Total général</b>		<b>9</b>	<b>27</b>	<b>36</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>20</b>	<b>12</b>	<b>113</b>
<b>Moyenne</b>		<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>16</b>

Source : CCIM 2018

\*Hors bars, restaurants, services tertiaires (banques, assurances...) et garages et contrôles techniques



**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)