

Mandataire de l'étude



## Commune d'Arradon Révision du PLU



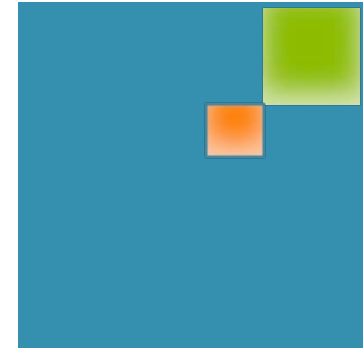
Volet diagnostic et prospectif portant sur le commerce, l'artisanat et les services grand public et sur le développement économique général

Restitution du diagnostic – 28 juin 2010



# SOMMAIRE

- ① L'ENVIRONNEMENT SOCIO-DEMOGRAPHIQUE
- ② L'OFFRE COMMERCIALE D'ARRADON
- ③ LES ETUDES DE MARCHE PROSPECTIVES
- ④ LES ENJEUX



Mandataire de l'étude



## 1- L'environnement socio-démographique

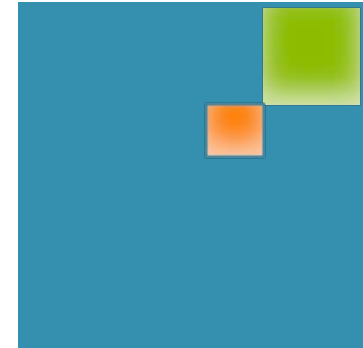


Volet diagnostic et prospectif portant sur le commerce, l'artisanat et les services grand public et sur le développement économique général

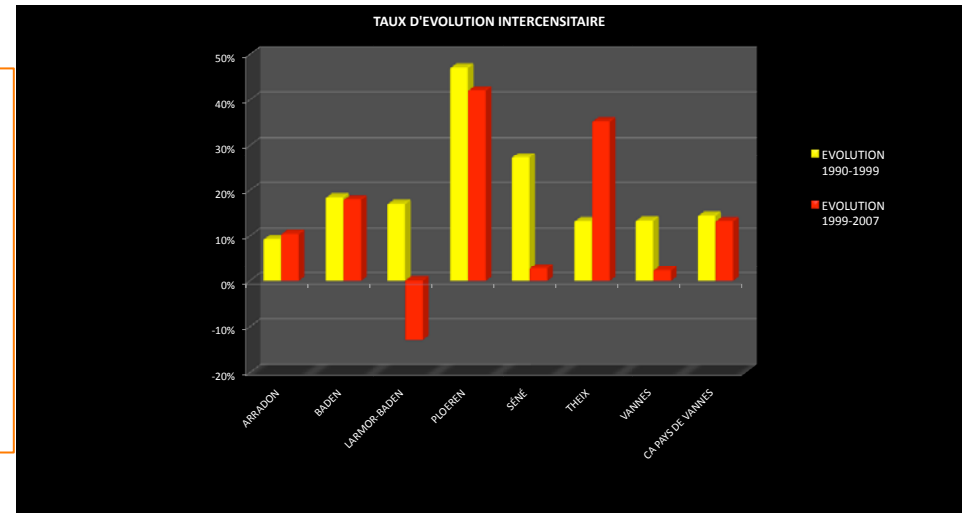
Restitution du diagnostic – 28 juin 2010



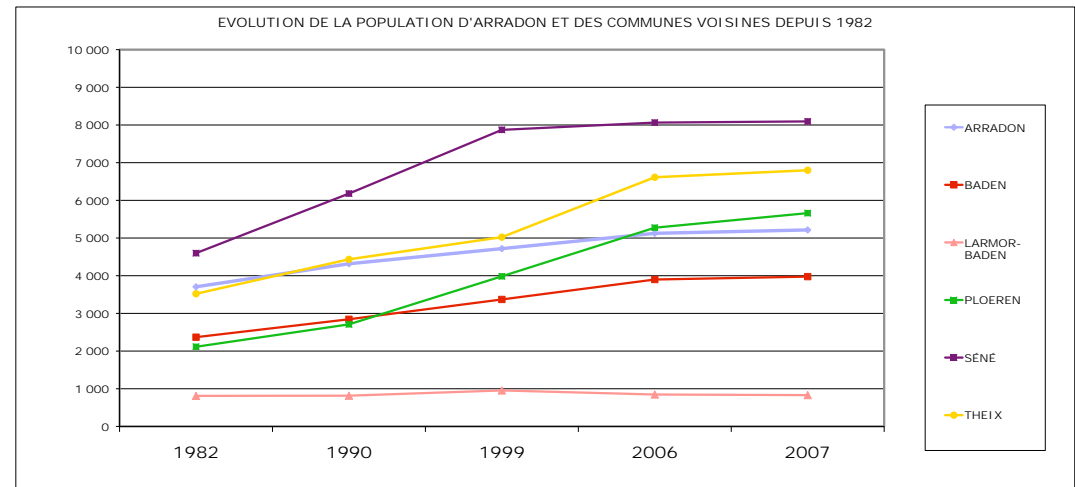
# 1.1- Une évolution continue de la population



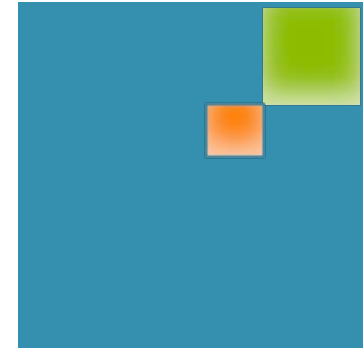
1982 : 3.706 habitants	}	+76 habitants/an
1990 : 4.317 habitants		+45 habitants/an
1999 : 4.719 habitants		+58 habitants/an
2006 : 5.125 habitants		+90 habitants/an
2007 : 5.215 habitants		



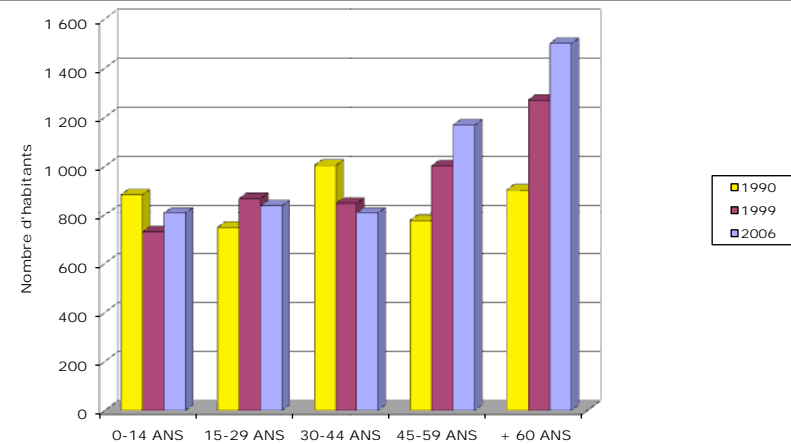
+ 1.509 habitants en 25 ans (+41% identique à la croissance globale de Vannes Agglomération).



## 1.2- La structure par classes d'âges

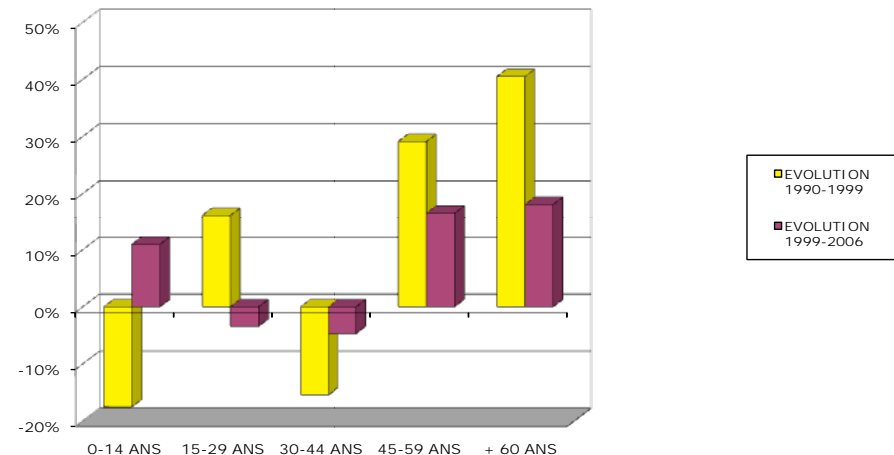


En comparaison avec les communes voisines, Arradon apparaît en 2006 plus âgée (en dehors de la commune de Larmor-Baden) (29% de la population a plus de 60 ans).



La population a vieilli entre 1990 et 2006  
Age moyen en 1990 : 38,3 ans  
Age moyen en 2006 : 43,2 ans

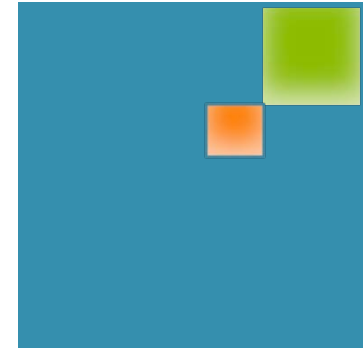
Indice de jeunesse 1999 : 1,74  
Indice de jeunesse 2006 : 1,85



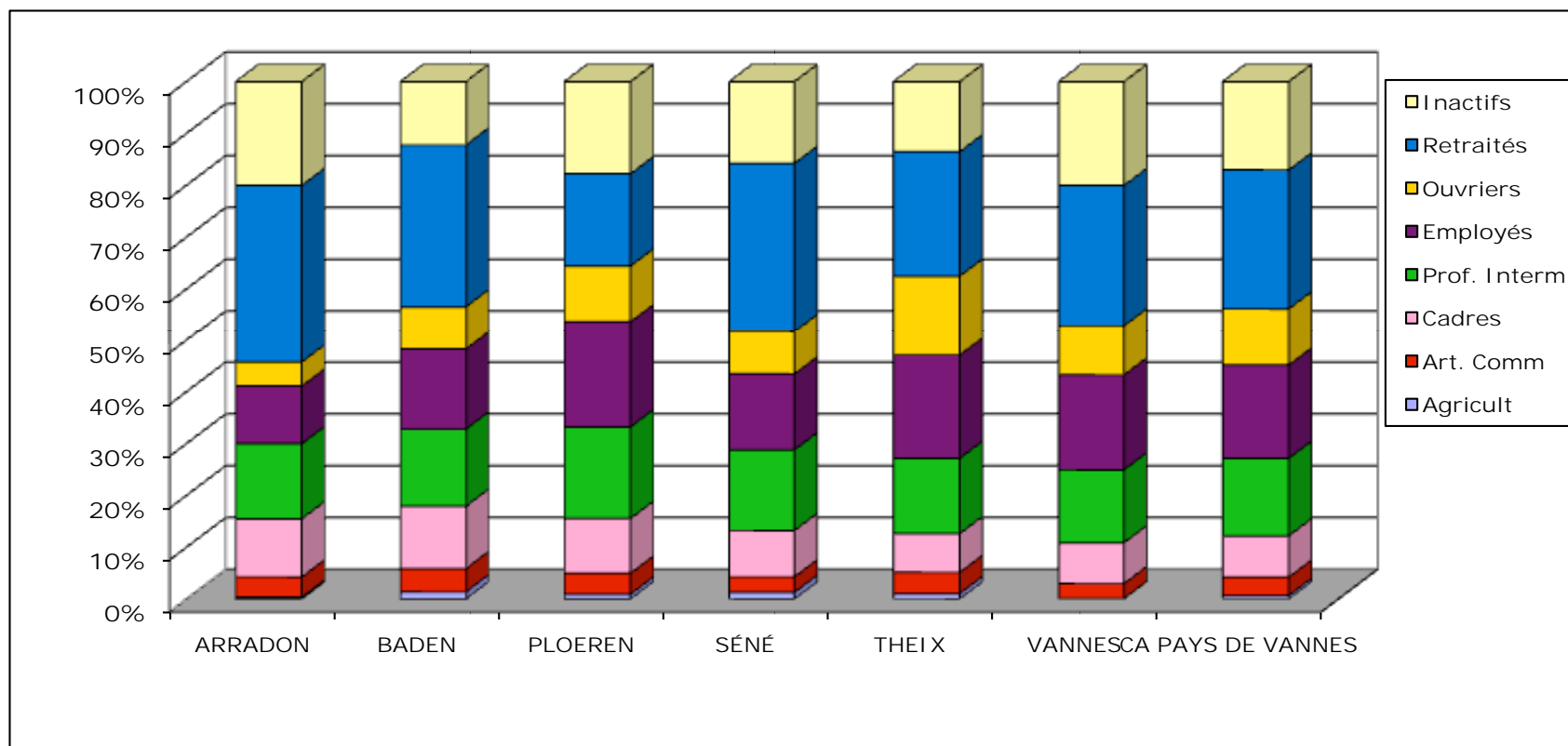
## 1.3- La structure par catégorie socio-professionnelle (1/2)

Une population qui se distingue de l'agglomération vannetaise et des communes voisines en 2006 par :

- Une plus forte représentativité des retraités : 34,2% (contre 26,8% sur l'agglomération).
  - Une faible proportion d'agriculteurs : 0,4%.
  - Une part plus importante de cadres et professions intellectuelles supérieures : 11,2% (à l'identique de la commune de Baden).
  - Une faible part d'employés et surtout d'ouvriers : respectivement 11,1% et 4,7% contre 18% et 11% sur l'ensemble de l'agglomération.
  - Des niveaux de revenus plus élevés.
- Une population spécifique sur le plan de catégorie socio-professionnelle et une population vieillissante qui génère des besoins de proximité.



# 1.3- La structure par catégorie socio-professionnelle (2/2)



Mandataire de l'étude



## 2- L'offre commerciale d'Arradon



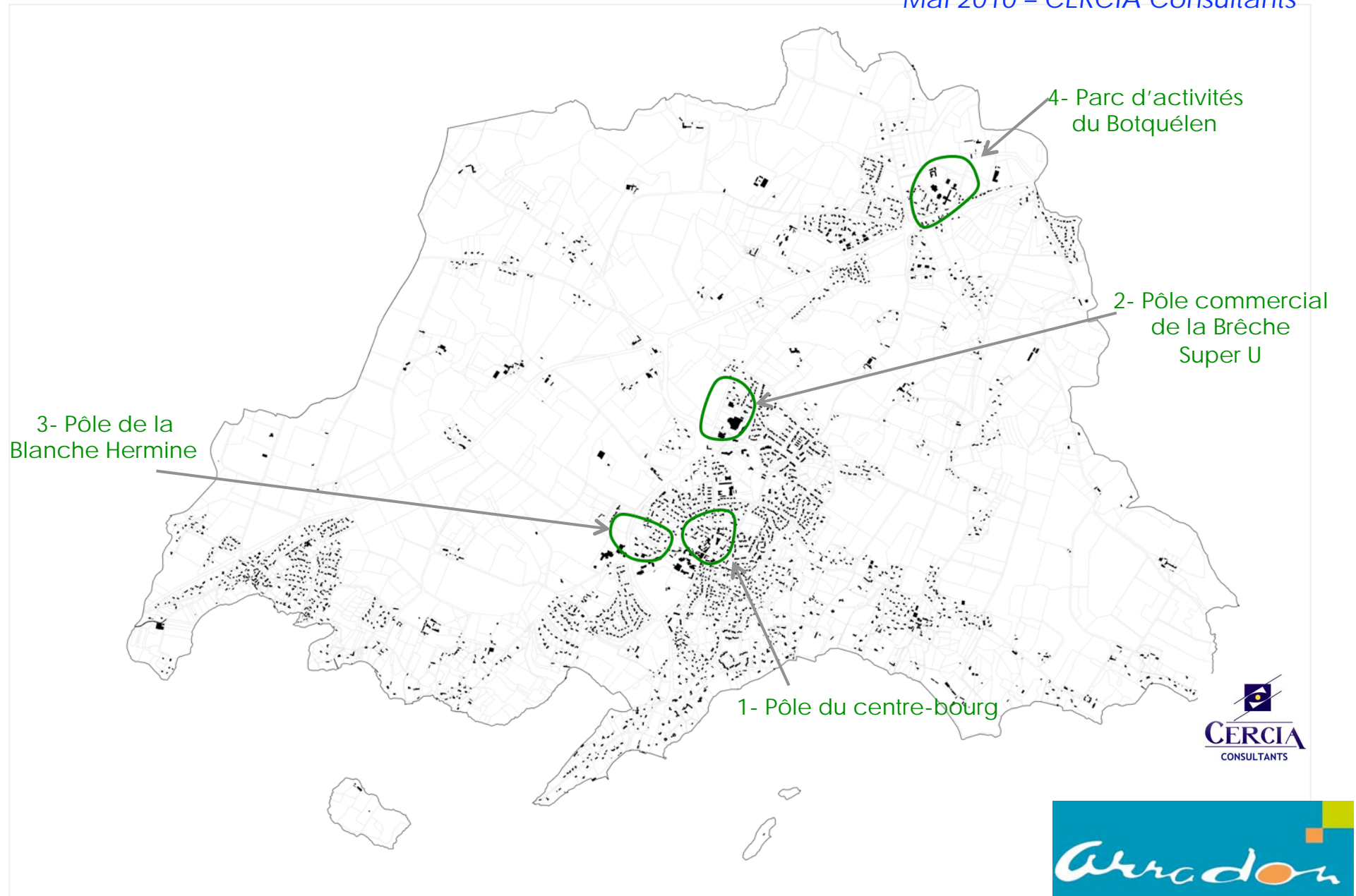
Volet diagnostic et prospectif portant sur le commerce, l'artisanat et les services grand public et sur le développement économique général

Restitution du diagnostic – 28 juin 2010



# Commune d'Arradon Les principales polarités commerciales

Mai 2010 – CERCIA Consultants



## 2.1- Le pôle du centre-bourg (1/4)

### Contenu

- 2 boulangeries-pâtisseries
- 1 boucherie-charcuterie-traiteur
- 1 pharmacie
- 2 salons de coiffure (dont 1 salon excentré)
- 1 institut de beauté
- 1 librairie-tabac-presse
- 1 bar-brasserie
- 2 restaurants
- 1 pizzeria
- 1 crêperie
- 1 fleuriste
- 1 agence immobilière
- 2 agences bancaires
- 1 unité de cadeaux – produits du terroir

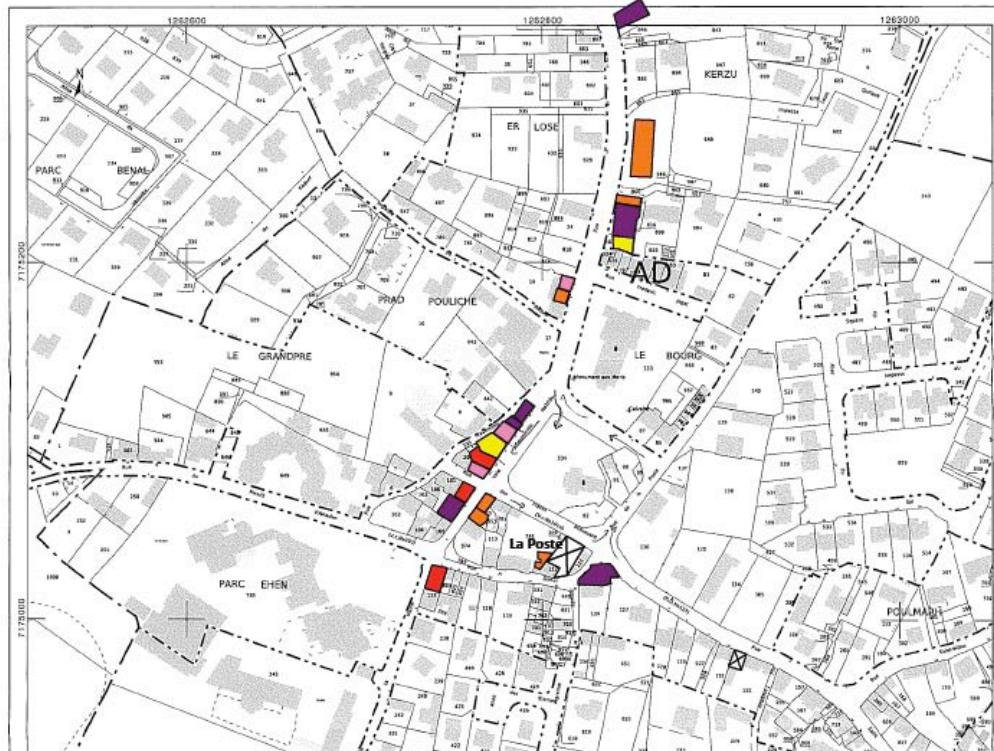
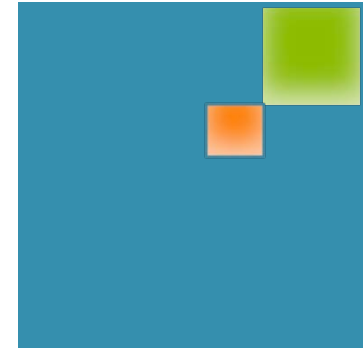
18 activités + 2 locaux vacants

Présence de La Poste, de l'Hôtel de ville, des écoles

Tendance à une linéarité Nord/Sud de l'offre commerciale suite à la fermeture du Crédit Mutuel et de la boucherie.



## 2.1- Le pôle du centre-bourg (2/4)

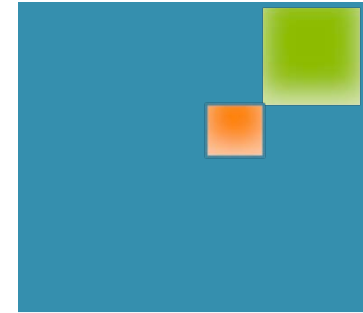


### Légende

- Alimentation et banal
- Hygiène-santé-beauté
- Equipement de la personne
- Equipement de la maison
- Culture-loisirs
- Bar-hôtel-restaurant
- Services
- X Local vacant



## 2.1- Le pôle du centre-bourg (3/4)



### Atouts

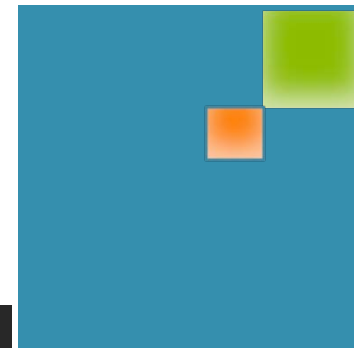
- Offre commerciale concentrée autour de la place de l'église.
- Niveau qualitatif de l'offre en place.
- Façades commerciales qualitatives.
- Diversité commerciale.
- Pôle de stationnement place de l'église.
- Marchés de plein air actifs.
- Proximité écoles, foyer logement, office du tourisme, Poste, Hôtel de Ville.

### Faiblesses

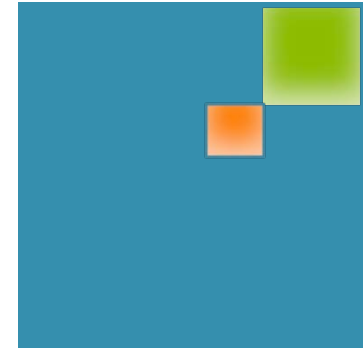
- Isolement par rapport aux flux d'échanges intercommunaux.
- Faible signalisation du centre-bourg à partir :
  - de la D101
  - du rond-point de la Brèche
  - du rond-point de Kerzu
  - de la rue Plessis d'Arradon
- Stationnement très occupé (absence de zone bleue).
- Contraintes de mutabilité urbaine.



## 2.1- Le pôle du centre-bourg (4/4)



## 2.2- Le pôle du centre commercial de la Brèche (Super U) (1/2)



### Contenu

- Supermarché Super U agrandi : passage de 1.785 m<sup>2</sup> de surface de vente à 2.800 m<sup>2</sup>, soit un petit hypermarché (> 2.500 m<sup>2</sup>).

La galerie commerciale regroupe :

- 1 bar-brasserie
- 1 magasin de vêtement
- 1 cordonnerie – services minutes
- 1 salon de coiffure
- 1 pharmacie
- 1 pressing – services retouches
- 2 locaux vacants (presse et optique)

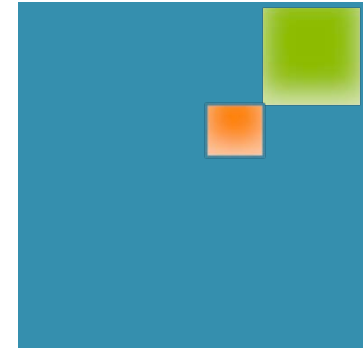
Le centre commercial est ouvert tous les dimanches matins depuis de nombreuses années.

Sur la partie Nord-Est du parking, on trouve un ensemble immobilier regroupant :

- 1 garage Renault
- 1 boulangerie-pâtisserie
- 1 auto-école
- 2 locaux vacants (fleuriste et restaurant)



## 2.2- Le pôle du centre commercial de la Brèche (Super U) (2/2)



### Atouts

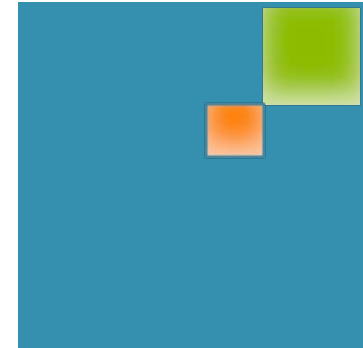
- Localisation et visibilité (sur les deux axes majeurs).
- Enseigne de supermarché dynamique.
- Galerie de proximité.
- Centre commercial en cours de rénovation et extension.
- Pôle de stationnement important.

### Faiblesses

- Locaux vacants sur la partie Nord-Est du parking.
- Incertitude sur les commerces qui viennent de fermer dans la galerie marchande.



## 2.3- Le pôle de la Blanche Hermine (1/2)



### Contenu

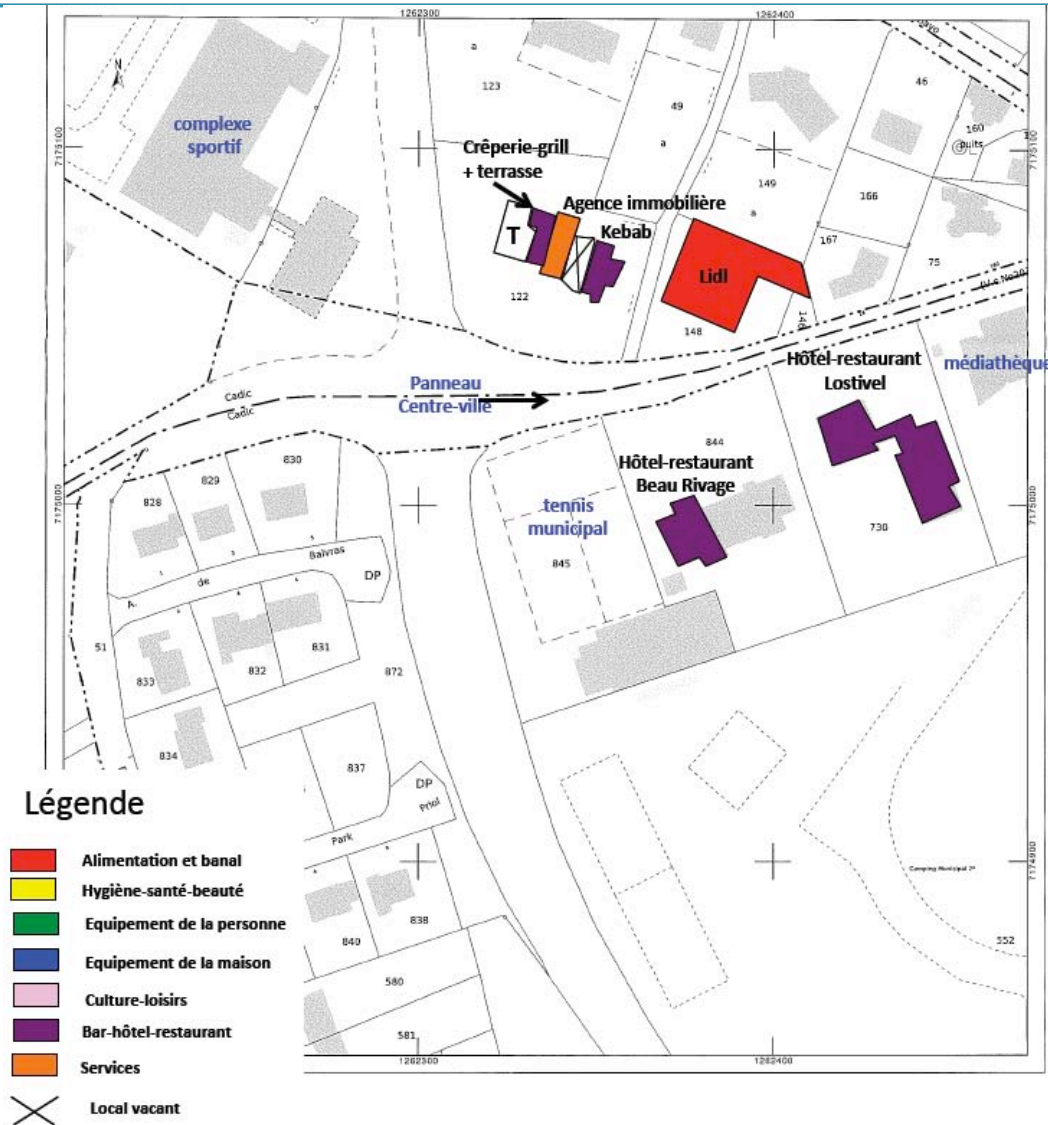
- Supermarché Lidl
- 1 restaurant-crêperie
- 1 restaurant Afghan
- 1 local vacant
- 2 hôtels-restaurants
- 1 agence immobilière

Dominante hôtellerie-restauration.

Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Localisation et perception visuelle.</li><li>▪ Stationnement.</li><li>▪ Présence du Lidl.</li><li>▪ Offre hôtelière.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aspect extérieur des façades.</li><li>▪ Espaces de stationnement peu qualitatifs.</li><li>▪ Présence d'un local vacant.</li></ul>



## 2.3- Le pôle de la Blanche Hermine (2/2)



## 2.4- Le pôle du Botquélen

### Contenu

- 1 alimentation bio
  - 1 caviste
  - 1 local vacant (coiffeur)
  - 1 fleuriste
  - 1 agence immobilière
  - 1 maître d'œuvre
  - 1 centre de soins esthétiques + salle de gym
  - 1 activité de vente de parquets
  - 1 restaurant
- + parc d'activités côté Nord de la façade commerciale.

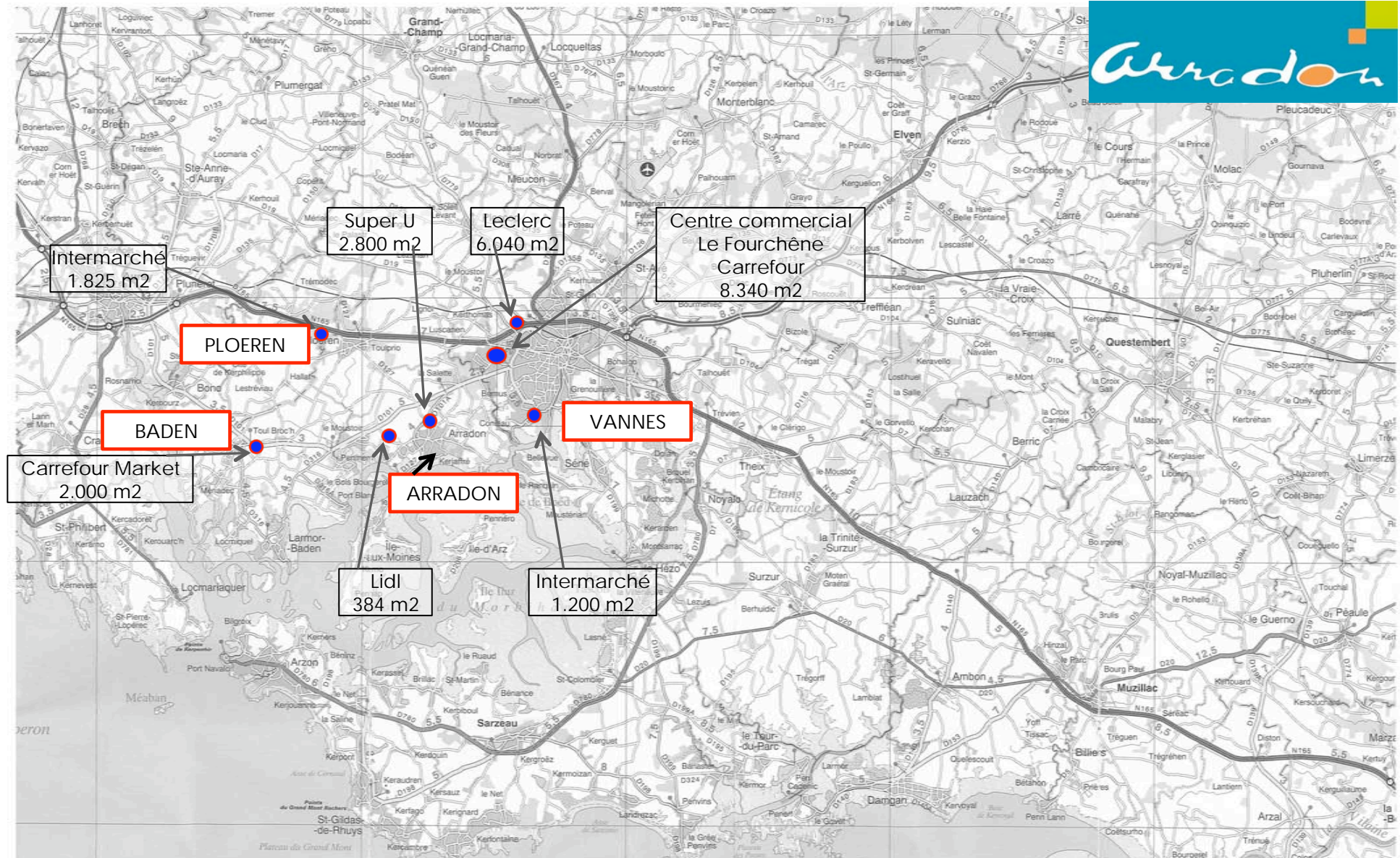
### Atouts

- Visibilité maximale.
- Accessibilité aisée.
- Stationnement aisé.
- Polarité commerciale homogène et attractive.
- Positionnement sur les flux entrant sur la commune.

### Faiblesses

- Polarité opportuniste positionnée sur les flux d'entrée à la commune en bordure du parc d'activités → concurrence avec le centre-bourg (Arradon et Baden).
- Mixité avec la zone d'activités.
- Danger d'extension non maîtrisée.





Carte de localisation des supermarchés de proximité sur la partie Ouest de l'agglomération vannetaise

Mandataire de l'étude



### 3- Les études de marché prospectives



Volet diagnostic et prospectif portant sur le commerce, l'artisanat et les services grand public et sur le développement économique général

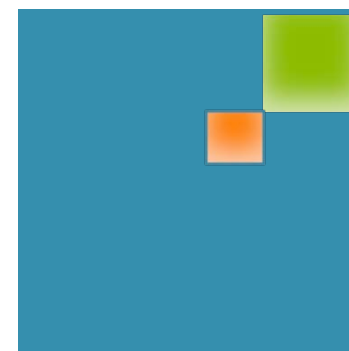
Restitution du diagnostic – 28 juin 2010



## 3.1- La première démarche : les grandes formes de distribution (1/2)

*Démarche par analogie avec les parts de marché nationales*

### La zone de chalandise



	Sans tourisme		Avec impact touristique	
	2010	2015	2010	2015
La commune d'Arradon	5.486	5.900	6.600	7.016
20% de la commune de Baden	841	916	1.087	1.162
TOTAL (en nombre d'habitants)	6.326	6.816	7.687	8.117

Impact global : 20%

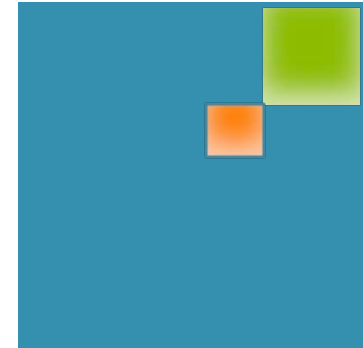
## 3.1- La première démarche : les grandes formes de distribution (2/2)

Marché potentiel hypermarché : 10 millions d'euros  
→ Leclerc et Carrefour Vannes Ouest

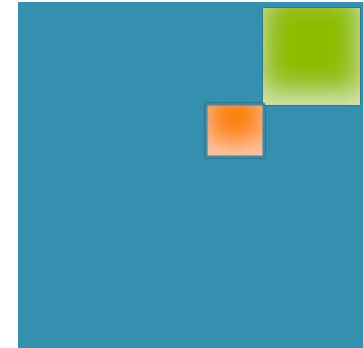
Marché potentiel supermarché : 6 millions d'euros  
→ Sur-équipement en supermarché : + 2.000 m<sup>2</sup>

Forte pression concurrentielle sur la commune (y compris sur la partie ouest de l'agglomération vannetaise). Le Super U joue le rôle de petit hypermarché.

L'ouverture du dimanche permet de compenser une partie de la pression concurrentielle et d'élargir la zone de chalandise.



## 3.2- La deuxième démarche : le commerce de détail traditionnel



### Les situations à l'équilibre

- La boulangerie-pâtisserie
- La boucherie-charcuterie
- La pharmacie
- Les cadeaux
- Les fleurs
- Le pressing

### Les situations de sous-équilibre

- La coiffure
- La presse (fermeture d'une activité dans la galerie du centre commercial de la Brèche – Intégration du rayon au sein du Super U ?)
- L'optique (fermeture de l'activité au sein de la galerie du centre commercial de la Brèche).

Mandataire de l'étude



Aradon



## 4- Les enjeux



Volet diagnostic et prospectif portant sur le commerce, l'artisanat et les services grand public et sur le développement économique général

Restitution du diagnostic – 28 juin 2010



## Les enjeux

- La poursuite de l'accueil de nouveaux habitants (Fondement de l'activité économique et commerciale).
- La nécessité de conforter et développer l'offre du centre-bourg et d'éviter la multipolarité excessive sur le territoire communal.
- La nécessité d'offrir un cadre valorisant en centre-bourg et des conditions de stationnement suffisantes et fonctionnelles.
- La nécessité de capter une demande touristique et de week-end sur le centre-bourg.
- La mise en place d'une veille attentive sur le périmètre central pour permettre des mutations à terme.

# 3<sup>ème</sup> PARTIE

---

## Le diagnostic agricole

