

ÉTUDE SUR LE DYNAMISME DU CENTRE-VILLE DE PLABENNEC

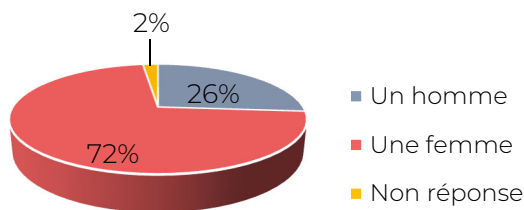
Dans le cadre d'un stage de six semaines à la mairie, Amandine Deniel, étudiante en Master à l'UBO à Brest a réalisé une étude générale sur le dynamisme du centre-ville à la demande de la commune. A ce titre, une enquête auprès des consommateurs et une autre auprès des commerçants ont été réalisées.

LA PAROLE AUX CONSOMMATEURS

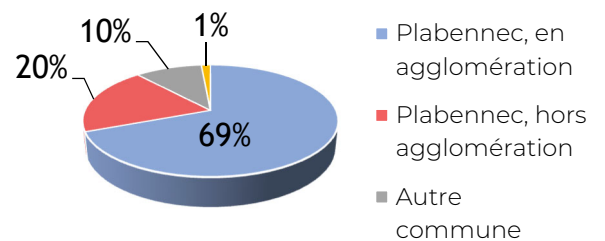
487 enquêtés se sont exprimés sur la base d'un questionnaire. Il a été diffusé sur le site internet et le réseau social de la commune. Il a également été transmis par le biais du bulletin municipal.

LE PROFIL DES ENQUETES :

La participation selon le sexe



Lieu d'habitation des enquêtés

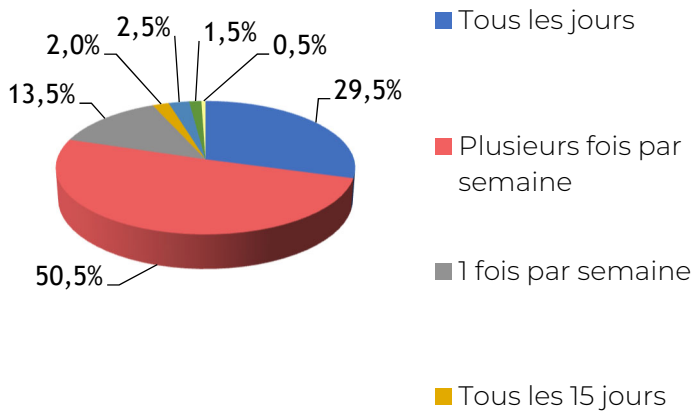


- **72%** des femmes ont pris part au questionnaire
- **69 %** des sondés habitent en agglomération et **20%** en hors agglomération à Plabennec.
- A **35% et 34%**, les retraités et les employés ont été les plus nombreux à répondre au questionnaire.

LA FREQUENTATION ACTUELLE DU CENTRE-VILLE ET LES HABITUDES D'ACHAT

Les sondés fréquentent principalement le centre-ville pour **des achats alimentaires** (80%) et pour **des rendez-vous personnels de type médical** notamment (70%). Ces résultats montrent que l'offre commerciale alimentaire de Plabennec doit être maintenue et même se renforcer. Les services qualitatifs proposés semblent satisfaire les enquêtés.

Fréquence de venue au centre-ville

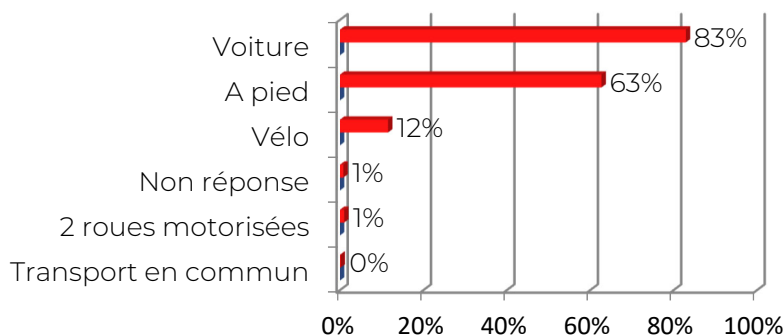


Près de 51 % des sondés fréquentent **plusieurs fois par semaine** le centre-ville. Et 30% des sondés déclarent fréquenter **tous les jours** le centre-ville. Parmi eux, cette fréquence peut se justifier par leur résidence située en ce lieu.

Les interrogés préfèrent de loin fréquenter le centre-ville **en semaine** (85%). Le week-end, surtout le dimanche est marqué par un faible flux d'usagers (23%). En ce qui concerne la journée, le centre-ville connaît des pics de fréquentation le matin et l'après-midi. En revanche, le midi, le centre-ville est marqué par un faible taux de fréquentation.

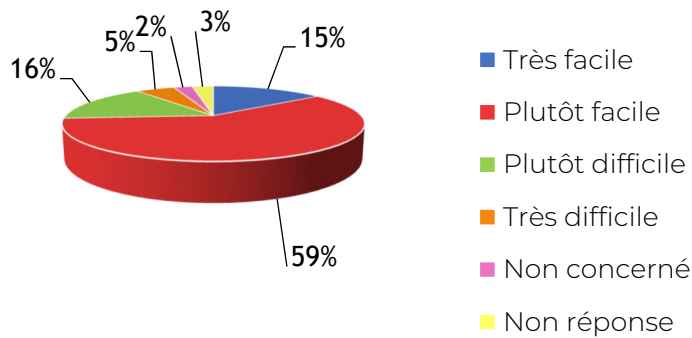
Globalement, les enquêtés **consomment régulièrement au centre-ville**. 48% d'entre eux y effectuent des achats plusieurs fois par semaine. Une faible proportion d'enquêtés effectue des achats une fois par mois (4%). Ils le justifient principalement par la fréquentation d'autres villes dont les plus citées sont : Brest, Lesneven et Landerneau.

Moyens de transports utilisés



Les usagers privilégient **la voiture et la marche à pied** pour circuler au centre-ville. Ce dernier situé au croisement des axes routiers Brest et Lesneven profite à une circulation dense des voitures. Quant aux piétons, ils peuvent accéder facilement et rapidement aux différents commerces sans effectuer une longue distance. En revanche, une faible proportion d'enquêtés utilise le vélo pour circuler au centre-ville (12%).

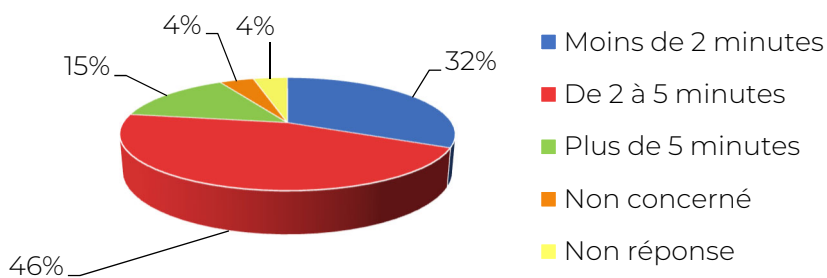
Stationnement au centre-ville



Non concerné : Les personnes qui n'utilisent pas la voiture au centre-ville.

Majoritairement, les usagers du centre-ville jugent **plutôt facile le stationnement au centre-ville (59%)**. Il est crucial d'assurer une desserte facilitée des automobilistes,

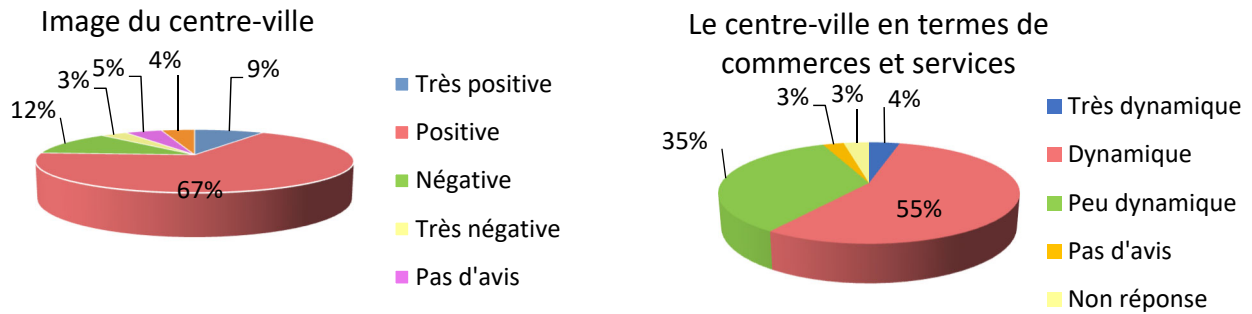
Temps de parcours entre le lieu de stationnement et les commerces du centre-ville



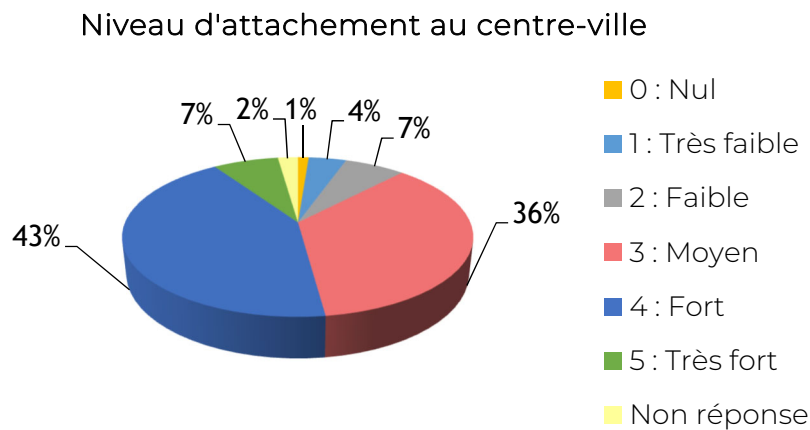
Non concerné : Les personnes qui n'utilisent pas la voiture au centre-ville.

46 % des usagers du centre-ville sont prêts à effectuer un temps de parcours compris entre 2 et 5 minutes pour se rendre de leur lieu de stationnement aux commerces du centre-ville. Tandis qu'une proportion conséquente de citoyens réduit son temps de trajet à moins de 2 minutes (32%). Il apparaît que les usagers du centre-ville recherchent en priorité la proximité des stationnements avec les commerces.

LA PERCEPTION DU CENTRE-VILLE D'AUJOURD'HUI PAR LES CONSOMMATEURS



67% des consommateurs ont une image positive du centre-ville. Ils l'expriment par des termes valorisants : « agréable », « dynamique », « pratique » et « vivant ». Ils semblent apprécier le cadre de vie offert par le centre-ville. En termes de commerces et services, 55% des enquêtés jugent dynamique l'offre proposée au centre-ville.



43% des sondés manifestent un sentiment d'attachement fort envers le centre-ville. Beaucoup d'interrogés restent modérés en témoignant un niveau d'attachement moyen. Mais, la fréquentation du centre-ville parle d'elle-même. Ils s'y rendent quotidiennement.

LA PAROLE AUX COMMERCANTS

Amandine a réalisé **des entretiens** en direct et par téléphone **auprès de 42 commerçants** du centre-ville.

LE CENTRE-VILLE SELON LES COMMERCANTS

Les commerçants partagent **une vision plutôt positive du centre-ville**. Ils le justifient par le rajeunissement de la population et par la variété des commerces de proximité. Ces derniers rendent le centre-ville vivant et familial. Néanmoins, il est relevé un manque de fréquentation le soir en semaine et le week-end, de l'après-midi jusqu'au soir.

LES PRINCIPAUX POINTS FORTS DU CENTRE-VILLE SELON LES COMMERCANTS

La diversité des commerces : Le centre-ville de Plabennec présente peu de locaux commerciaux vacants. Une réalité qui servirait de preuve d'un réel dynamisme commercial.

La place du Champ de Foire : Elle est considérée comme une source d'attractivité par quelques commerçants. Si l'espace du Champ de foire divise les opinions, il représenterait une plus-value pour le centre-ville de Plabennec. La mise à disposition de cet équipement culturel génère des flux et favorise l'attrait du centre-ville.

Les nouvelles illuminations de fin d'année : De nombreux commerçants apparaissent satisfaits du renouvellement des décorations de Noël. Elles rendent le centre-ville plus accueillant.



LES PRINCIPAUX POINTS FAIBLES DU CENTRE-VILLE SELON LES COMMERCANTS

Le manque d'animation : Des commerçants, éloignés de la Place du Champ de Foire déplorent le manque d'animations au centre-ville en dehors de cette zone.

La faiblesse de la signalétique : Les commerçants sont nombreux à mentionner la signalétique insuffisante du centre-ville.

Le manque d'entretien et d'éclairage : Des commerçants relèvent un manque de propreté, de fleurissement et d'éclairage au centre-ville.

L'esthétique architecturale : Quelques commerçants trouvent les façades des architectures ternes, tristes en raison des couleurs sombres, neutres. Les vieilles bâtisses dégraderaient le centre-ville.