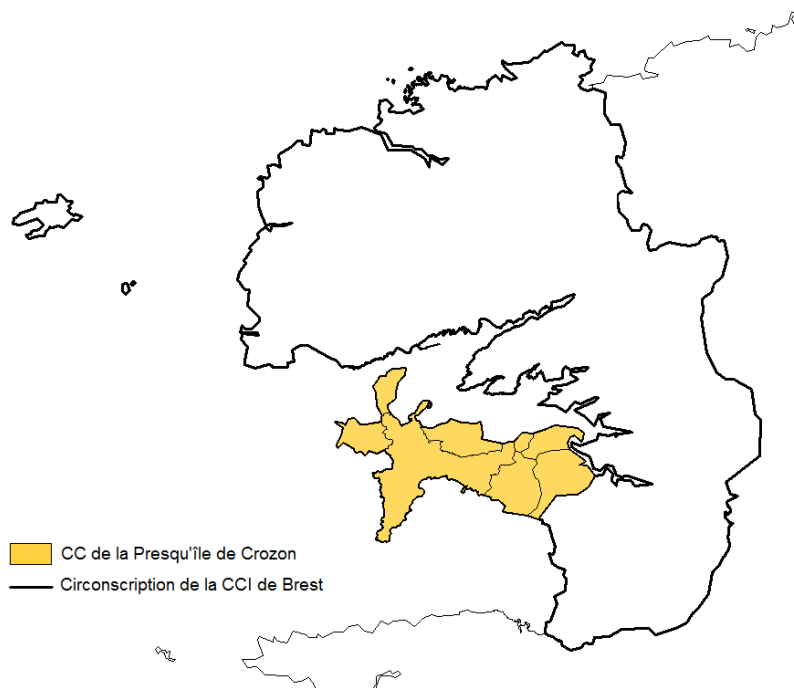


# Etude-action pour le développement économique de la Presqu'île de Crozon



*Réunion publique  
à l'occasion des 20 ans  
de la Communauté de Communes  
de la Presqu'île de Crozon  
le 30 septembre 2014*

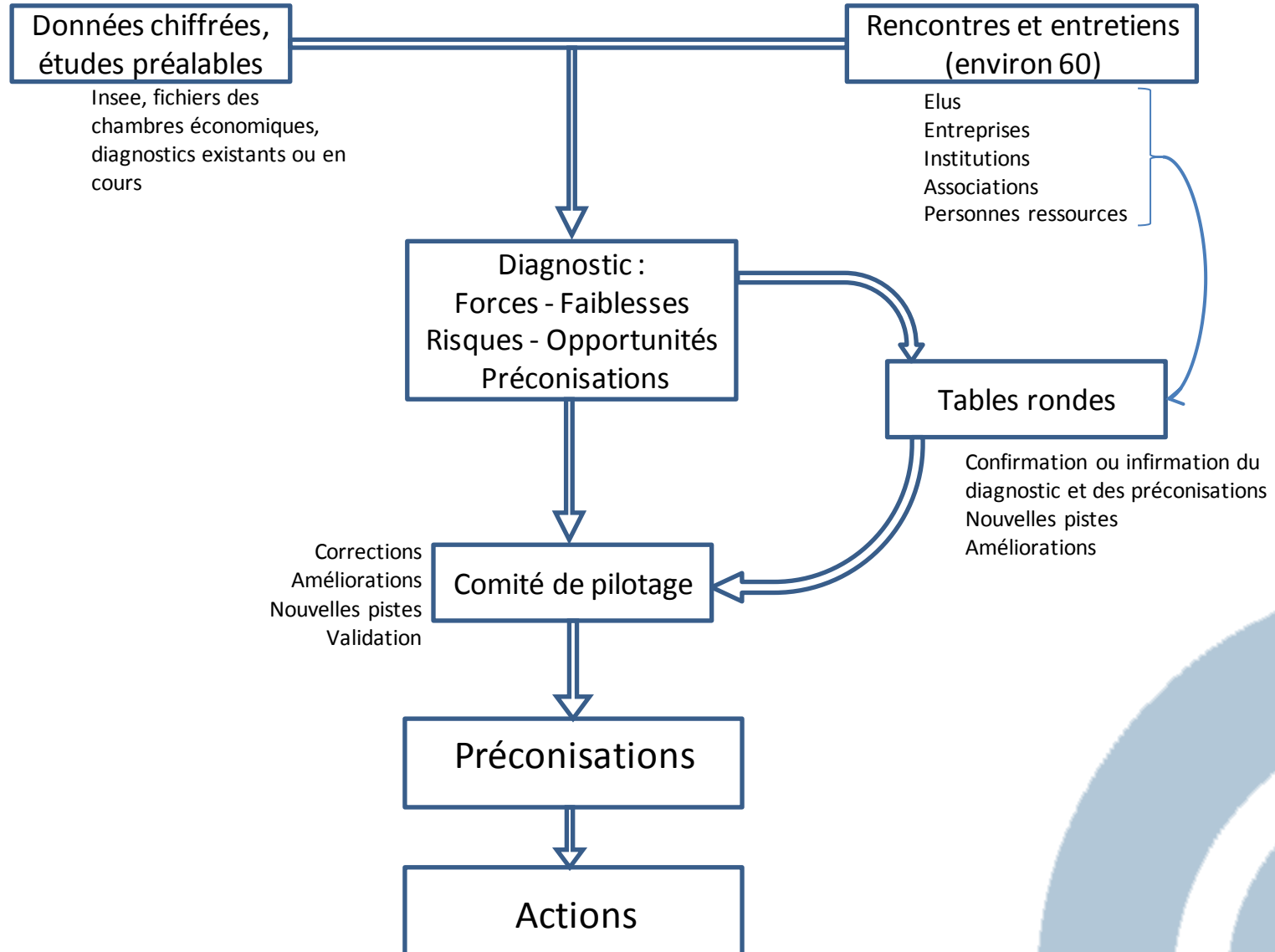
## Contexte :

- Une économie très dépendante du secteur touristique
- La présence de la Défense : un potentiel pour de nouvelles activités ?
- Des niches économiques à identifier et à développer

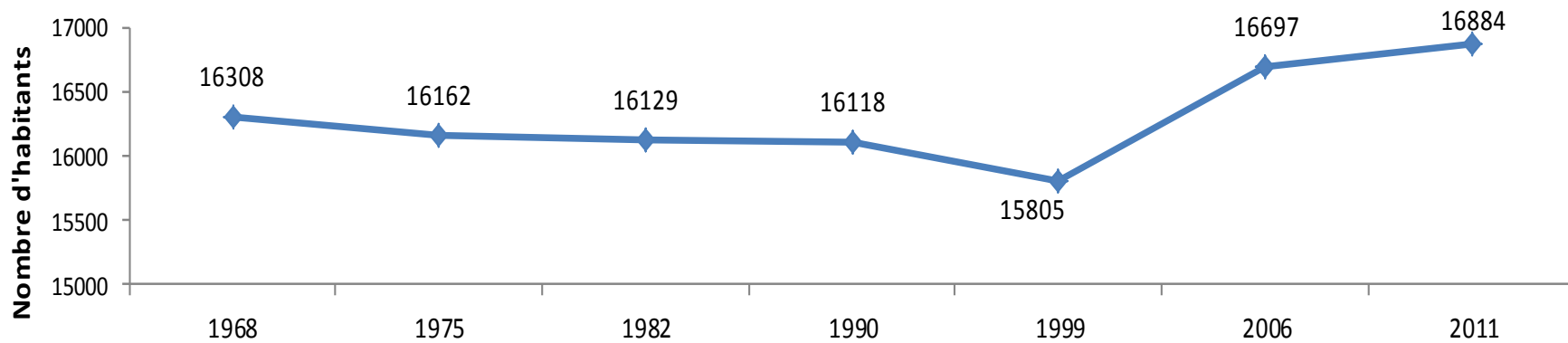
## Objectifs :

- Mieux connaître les différents paramètres du développement de la presqu'île
- Enclencher et ancrer un processus de développement économique durable

⇒ ***Quelles pistes de développement pour la presqu'île de Crozon ?***



- Une population en hausse depuis 1999



Source : INSEE

- Développement du parc de logements



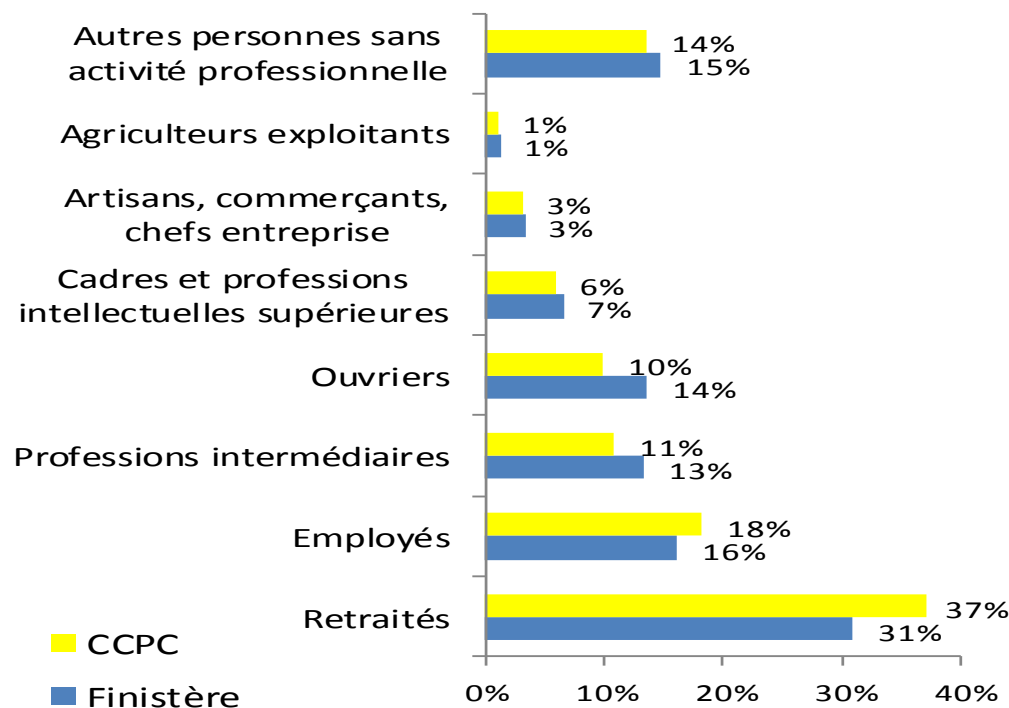
Source : INSEE

- Une population plus âgée qu'en Finistère
- Plus de retraités qu'en Finistère, mais moins d'ouvriers,
- Progression des catégories "professions intermédiaires"

Répartition de la population par âge en 2011		
Tranches d'âge	CCPC	Finistère
0 à 14 ans	15,7 %	17,6 %
15 à 29 ans	13,6 %	16,5 %
30 à 44 ans	16,8 %	18,9 %
45 à 59 ans	20,1 %	20,7 %
60 à 74 ans	20,4 %	15,8 %
75 ans et plus	13,4 %	10,6 %

Source : INSEE

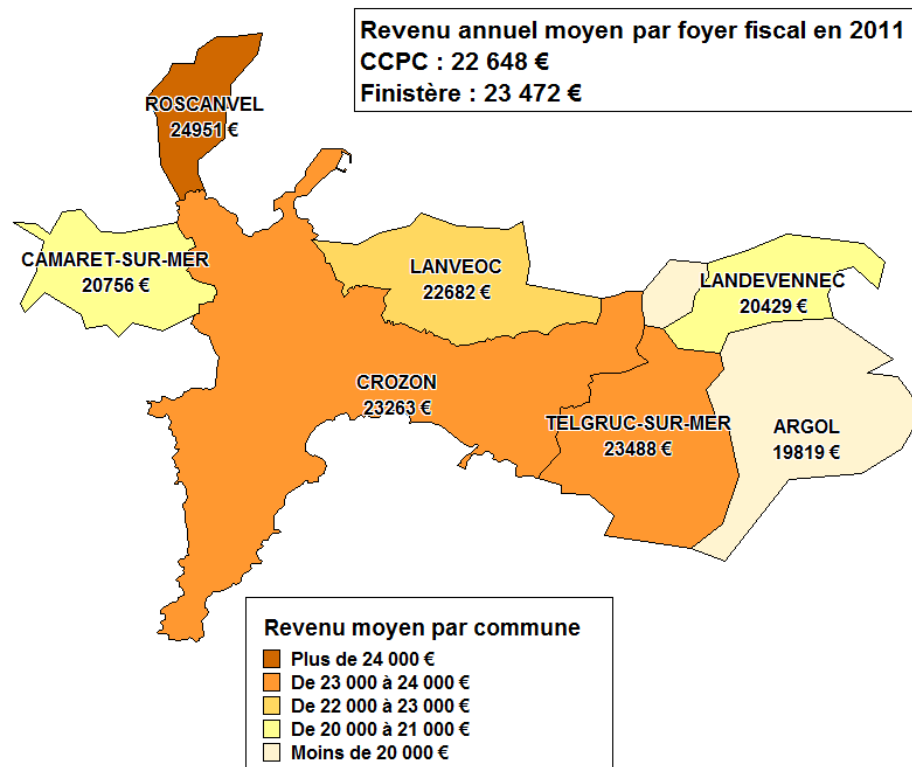
## Répartition de la population (de 15 ans ou plus) par tranche d'âge en 2011



- Progression moins forte (que la moyenne départementale) du nombre de demandeurs d'emplois sur la CCPC

	Jun 2012	Jun 2014	Var. 2012/2014
CCPC	558	623	+ 11,6 %
Finistère	32 606	37 810	+ 16,0 %

Source : Darès - Pôle emploi 2012.



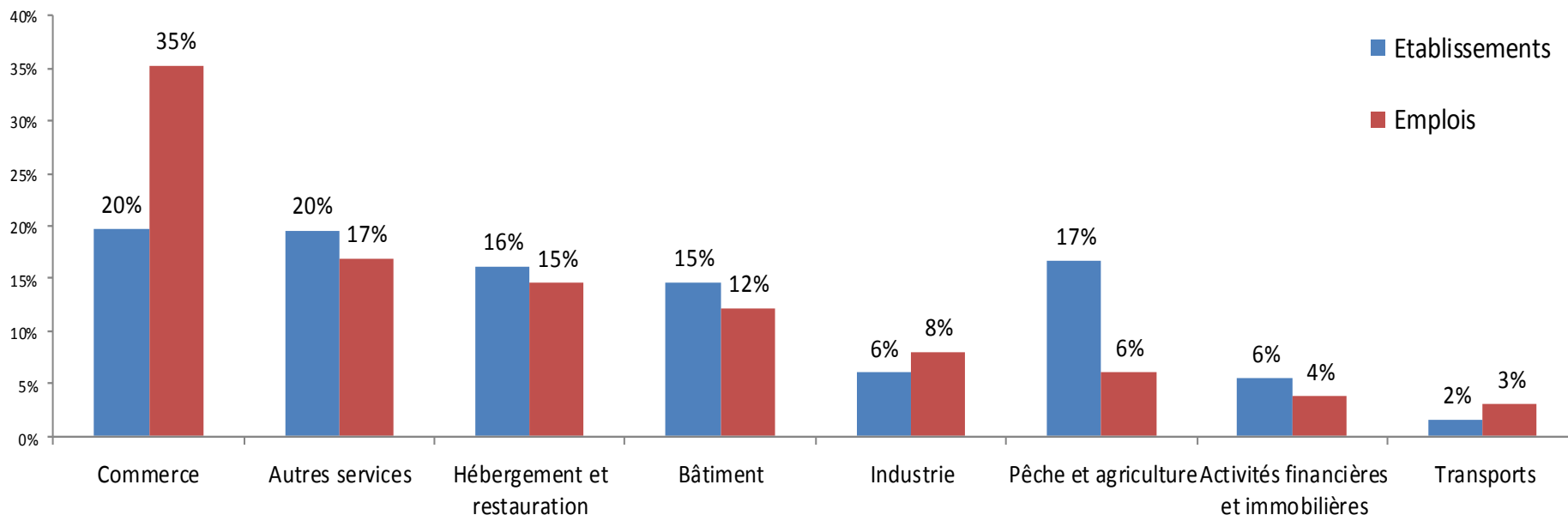
- Un niveau de revenu moyen par foyer fiscal inférieur à celui du Finistère
- Revenu en hausse de 16 % entre 2006 et 2011 (+ 14 % en Finistère)

Réalisation : Dptt « Etudes/information économique » de la CCI Brest

Source : Ministère du budget, des comptes publics et de la réforme de l'Etat.

## Répartition de l'emploi et des entreprises de la CCPC par secteur d'activités

800 établissements et 2 200 emplois



Sources : Fichiers de la CCI Brest, de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat du Finistère (2014), de la MSA (2012).

Données hors secteur public, hors professions libérales et hors auto-entrepreneurs.

- 97 % des établissements d'entreprises ont moins de 10 salariés
- 1er employeur privé : le secteur commercial

## Zones d'activités

(Source : Adeupa, Observatoire de l'immobilier d'entreprises et du foncier économique – 2014)

- 1 zone communautaire (12 ha)
- 5 zones communales (17 ha)

## 1 emploi sur 2 lié à la Défense

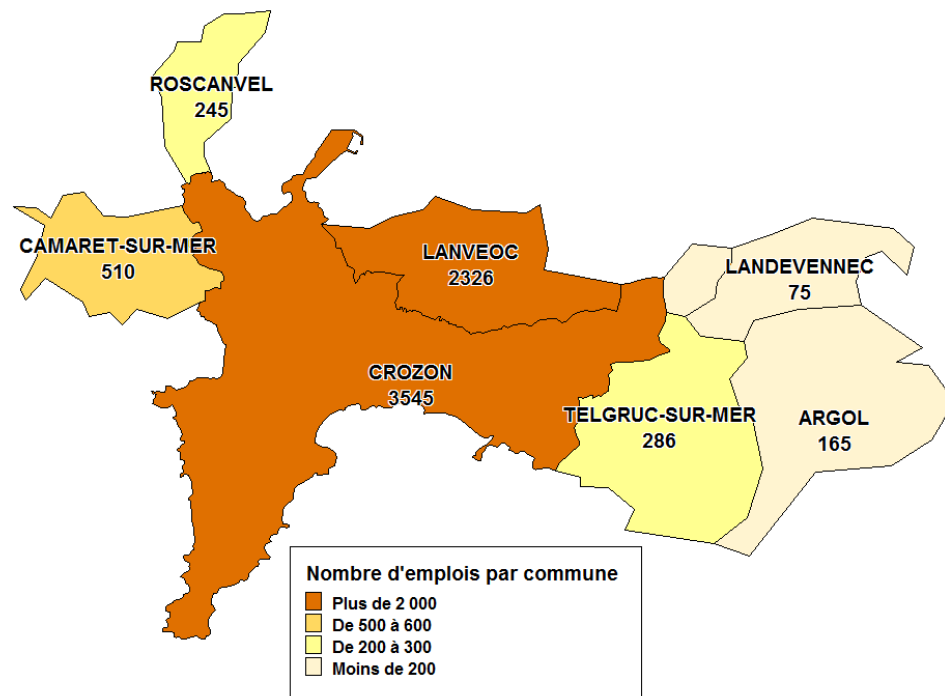
## Les principaux employeurs privés

(Source : Fichier de la CCI de Brest – 2014)

- Leclerc (Crozon) : 214 salariés
- Etablissements Bopp Treuils (Lanvéoc) : 63
- Super U (Camaret-sur-mer) : 38
- Fabien et Fils (Crozon) : 36
- Boulangerie-Pâtisserie Yhuel (Crozon) : 25
- Ambulances Champal (Crozon) : 24
- ...

## Hausse de 4 % du nombre d'emplois (public, privé) entre 2006 et 2011

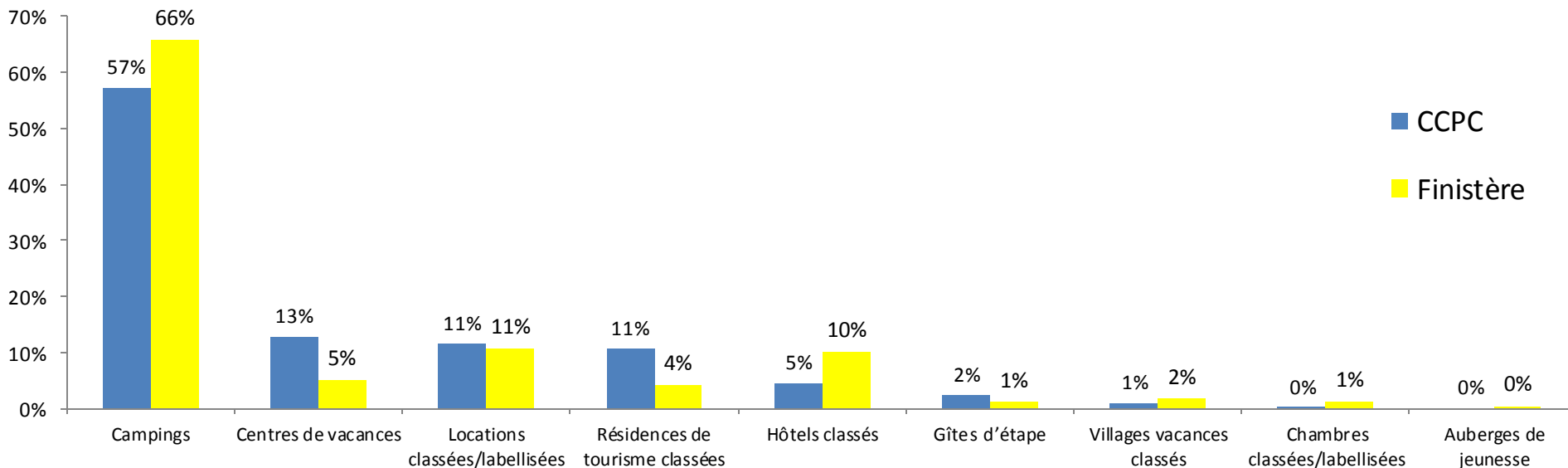
Nombre d'emplois (public, privé) au lieu de travail en 2011 par commune



Réalisation : Département « Etudes/Information économique » de la CCI Brest - 09/2014  
Source : INSEE, RP 2011.



## Répartition des lits touristiques par type d'hébergement marchand



Source : Finistère Tourisme – 2012. Réalisation : Département « Etudes/Information économique » de la CCI Brest.

- Plus de 300 hébergements marchands pour 10 350 lits touristiques
- La moitié des lits touristiques présents sur Crozon
- Baisse de l'offre (- 3 % de lits marchands depuis 2008)

## Forces

- Un patrimoine naturel et environnemental exceptionnel et préservé
- Une richesse culturelle et événementielle en saison, qui se renforce le reste de l'année
- Une relative diversité de l'offre des hébergements : hôtels, gîtes, chambres d'hôtes, campings, villages de vacances,...
- Image forte du tourisme/loisirs-nature (randonnée, sports nautiques,...)

## Faiblesses

- Un territoire excentré et enclavé, avec une offre de transport (interne/externe) insuffisamment développée
- Promotion et communication à développer
- Des relations de coopération entre les acteurs du tourisme à amplifier et à pérenniser
- Une offre insuffisante, notamment en dehors de la haute saison
- Difficultés à pourvoir les emplois saisonniers

Préconisations	Objectifs	Actions
<p><b>Renforcer l'offre d'animations, d'hébergements et de restauration</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offrir de nouvelles activités aux visiteurs, cohérentes avec l'image de la presqu'île</li> <li>• Améliorer l'offre en période de hors-saison</li> <li>• Envisager une offre de tourisme d'affaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etudier l'opportunité et la possibilité d'une montée en gamme</li> <li>• Poursuivre le développement des animations en lien avec le patrimoine militaire et naturel</li> <li>• Travailler la continuité des sentiers de randonnée</li> <li>• Sensibiliser, mobiliser les professionnels (hébergements, restauration) pour un renforcement de l'activité en hors-saison</li> <li>• Projet de salle de spectacles</li> </ul>
<p><b>Faciliter l'accessibilité à l'offre touristique</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poursuivre l'amélioration de la signalétique</li> <li>• Améliorer la lisibilité des activités et services proposés</li> <li>• Renforcer l'accessibilité « physique » à l'offre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimiser la signalétique d'interprétation du patrimoine naturel et touristique, dans la limite des règles en vigueur (PNRA, Natura 2000,...)</li> <li>• Développer les « points info » (par flashcodes, par exemple)</li> <li>• Harmoniser les guides de promotion touristique (ex : guide hébergements 2015)</li> <li>• Améliorer l'offre de transport</li> <li>• Diagnostic déplacements doux</li> <li>• Poursuivre les excursions sur la CCPC des passagers paquebots en escale à Brest</li> </ul>

Préconisations	Objectifs	Actions
<b>Améliorer la gouvernance du tourisme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendre plus lisible la gouvernance pour les professionnels</li> <li>• Resserrer les liens entre les acteurs, professionnels et élus, faciliter les échanges d'information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapprocher les compétences "accueil" et "promotion touristique" à l'échelle communautaire</li> <li>• Mettre en place des rencontres entre professionnels et institutionnels</li> <li>• Créer un forum de l'emploi saisonnier</li> <li>• Faciliter l'accès aux formations pour les professionnels du tourisme, développer des actions de sensibilisation</li> </ul>
<b>Renforcer la promotion touristique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conquérir de nouveaux marchés touristiques</li> <li>• Fidéliser les clients actuels</li> <li>• Développer l'activité en dehors de la haute-saison</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participer à la mise en place de la stratégie marketing touristique du Pays de Brest et aux actions associées</li> <li>• Renforcer les partenariats avec les différents acteurs (Pays de Brest, PNRA, Parc Marin, CRT, ADT,...)</li> <li>• Créer une newsletter (démarche en cours par la CCPC),</li> <li>• Une communication ciblée auprès de la clientèle de proximité</li> </ul>
<b>Lier agriculture, pêche et tourisme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promouvoir et soutenir les secteurs de la pêche et de l'agriculture</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soutenir les activités agrotouristiques : vente et accueil à la ferme, fermes pédagogiques, randonnées « agro-touristiques » ,...</li> </ul>

## La Défense

### Forces

- Son poids socio-économique
- Son apport dans l'économie résidentielle
- Préservation du patrimoine naturel de la presqu'île
- Points d'ancrage pour les actifs de la Défense pour habiter sur la presqu'île : la proximité du lieu de travail et la qualité de vie

### Faiblesses

- Un centre de décision éloigné des préoccupations locales
- Des retombées par appel d'offre très limitées en presqu'île
- Pas de retombées industrielles civiles sur la presqu'île
- Une demande des actifs résidents insuffisamment satisfaite

### Opportunités

- Une évolution vers plus d'ouverture, une volonté d'ancrage territorial
- Cession d'un patrimoine exceptionnel à valoriser
- Présence de compétences de pointe

### Menaces

- Livre Blanc de la Défense

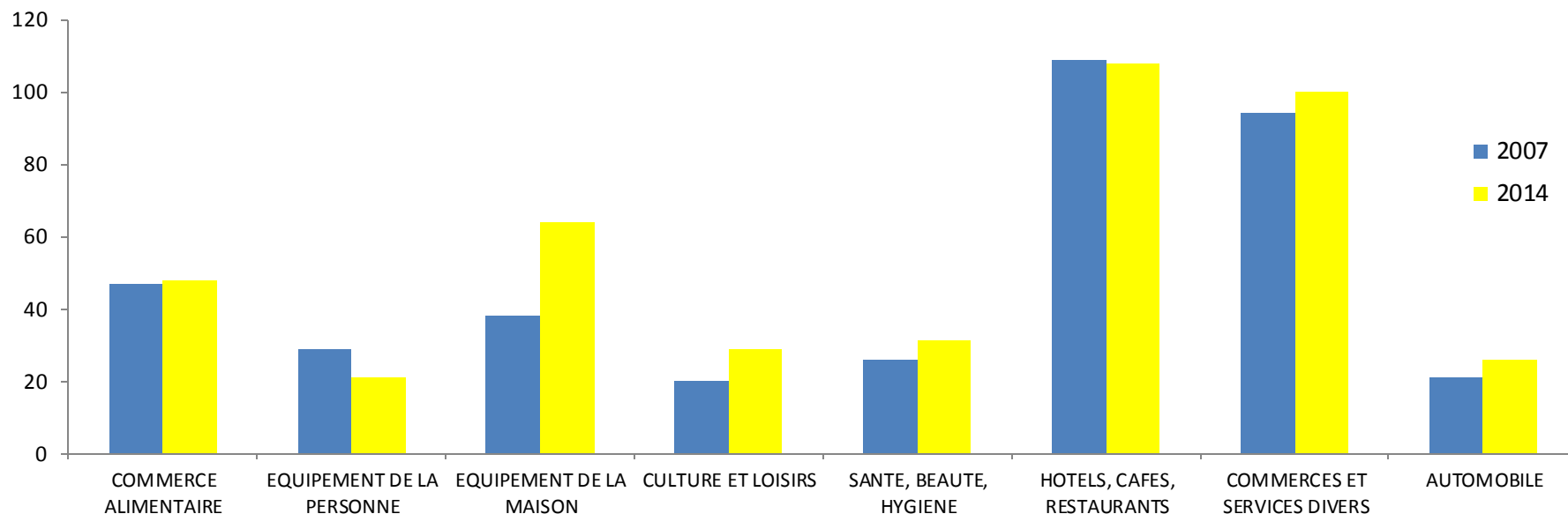
Préconisations	Objectifs	Actions
<p><b>Améliorer l'offre résidentielle</b></p> <p><b>Développer les échanges avec les collectivités sur les actions d'intérêt commun dans les domaines touristique, économique et résidentiels</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Améliorer l'information et la collaboration avec les autorités militaires</li><li>• Associer les militaires au développement local</li><li>• Valoriser touristiquement et économiquement la présence militaire</li><li>• Encourager la sous-traitance en presqu'île</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Favoriser les échanges entre institutionnels et professionnels de la Défense pour favoriser le développement de nouvelles activités économiques</li><li>• Développer les visites de sites militaires</li><li>• Mettre en place des expositions temporaires ou permanentes, encourager les animations (reconstitutions historiques),...</li><li>• Développer la muséographie (dissuasion nucléaire, architecture militaire,...)</li></ul>

Transport et accessibilité	
Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"><li>• Liaisons en bus vers Brest et Quimper</li><li>• Développement des voies vertes sur la CCPC</li><li>• Existence d'un service de transport à la demande</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Territoire naturellement enclavé</li><li>• Peu d'alternative à la voiture</li><li>• Intermodalité des transports difficile</li><li>• Transports collectifs et pistes cyclables jugés insuffisants</li></ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"><li>• Projet de liaison maritime entre Brest et Crozon</li><li>• Désenclavement numérique avec le très haut débit</li><li>• Projet d'installation de bornes de chargement de batteries électriques sur la CCPC</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hausse durable du prix du carburant</li></ul>

Préconisations	Objectifs	Actions
Améliorer les liaisons avec le "continent"	<ul style="list-style-type: none"><li>Désenclaver géographiquement et numériquement la presqu'île</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Connecter la CCPC au très haut-débit (en cours)</li><li>Renforcer les liaisons de bus et réfléchir à une meilleure connexion avec les autres moyens de transport (ferroviaire, aérien, maritime)</li><li>Développer l'information sur les possibilités de transport existant</li></ul>
Améliorer la circulation dans la presqu'île	<ul style="list-style-type: none"><li>Permettre à toutes les populations de se déplacer facilement en presqu'île</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Continuer l'effort sur les pistes cyclables et les voies vertes (diagnostic déplacements doux en cours)</li><li>Développer le transport collectif intra-presqu'île</li><li>Réfléchir au développement d'un service de véhicules légers électriques (vélos, voiturettes)</li></ul>



### L'offre commerciale sur la CCPC



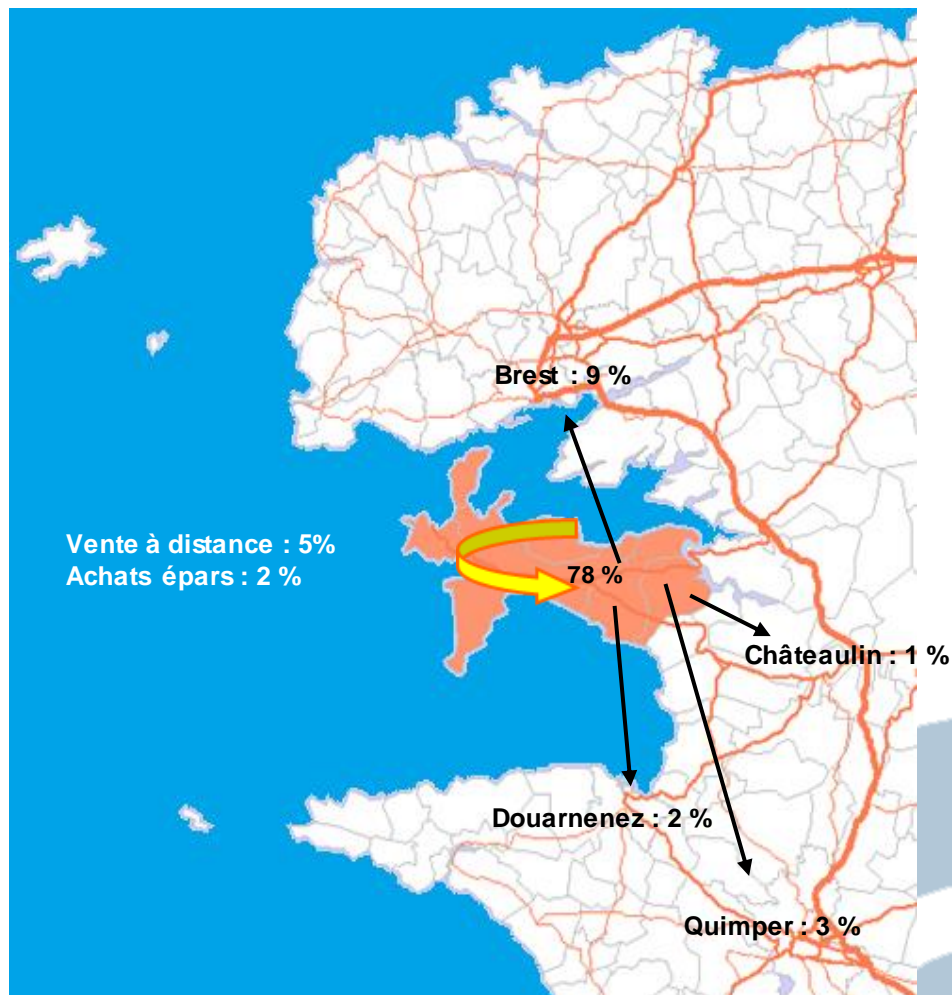
Source : CCI Brest.

- 43 établissements supplémentaires entre 2007 et 2014
- Développement des catégories « Equipement de la maison » et « Culture/loisirs »
- Recul du secteur « Equipement de la personne »
- 68 % de l'offre présente à Crozon et 23 % à Camaret-sur-Mer

# Commerce et services aux particuliers

## Etat des lieux

- 78 % des achats des ménages du pôle commercial de Crozon réalisés dans des commerces situés dans cette zone
- 92 % des achats de produits alimentaires et d'entretien des ménages résidant dans la CCPC réalisés sur ce territoire
- Emprise commerciale en hausse entre 2009 et 2013, notamment dans les secteurs « Equipement de la maison » et « Culture/loisirs »



Source : OECC - CCI 29 - 2014

Commerces et services aux personnes	
Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"><li>• Renforcement de la consommation de proximité</li><li>• Développement de l'offre commerciale</li><li>• Un territoire démographiquement attractif</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Saisonnalité de l'activité importante</li><li>• Zone de chalandise limitée</li><li>• Activité des unions commerciales à renforcer</li><li>• Les insuffisances de certains services à la population : culture, loisirs, santé</li></ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"><li>• Croissance démographique liée au rapprochement « physique » de Brest (liaison maritime)</li><li>• Possibilités accrues de travailler à distance avec le développement du très haut-débit</li><li>• Développement du centre hospitalier (Crozon)</li><li>• Projet de salle de spectacles</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Une population vieillissante, plus âgée que la moyenne départementale</li></ul>

# Commerce et services aux particuliers

## Préconisations

Préconisations	Objectifs	Actions
Développer, maintenir un bassin de services de qualité, améliorer l'accueil des nouveaux arrivants	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attirer de nouveaux actifs et de nouvelles activités (actifs brestois, indépendants, télétravailleurs,...)</li> <li>Maintenir les actifs résidents</li> <li>Améliorer la qualité de vie des seniors à domicile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enrichir et encourager l'offre culturelle et de loisirs à l'année</li> <li>Poursuivre le développement de l'offre de services et d'animations par l'action du service « Enfance/Jeunesse » de la CCPC</li> <li><u>Renforcer l'offre de soins, notamment pour les personnes âgées (faciliter leur maintien à domicile)</u></li> <li>Développer le programme d'accueil des nouveaux habitants</li> </ul>
Renforcer le soutien aux unions commerciales au sein de la CCPC	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rassembler les commerçants pour faciliter la réalisation d'opérations communes (animations, promotion,...)</li> <li>Animer les lieux de vie autour des commerces</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organiser des animations en dehors de la haute-saison (ex : marchés à thème), en partenariat avec des institutionnels (communauté de communes, communes, CCI,...)</li> <li>Réaliser des opérations communes pour promouvoir l'offre commerciale (ex : chèques cadeaux)</li> </ul>
Exploiter l'observatoire de la consommation des ménages (CCI29)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Favoriser le développement de l'urbanisme commercial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réaliser des réunions d'information, des groupes de travail en s'appuyant sur l'expertise de la CCI et les données de l'observatoire de la consommation des ménages</li> </ul>

Industrie, bâtiment et services aux entreprises	
Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"><li>• Des secteurs qui résistent à la crise économique</li><li>• Croissance du nombre de logements autorisés</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Un secteur industriel peu présent</li><li>• Pas de grandes entreprises</li></ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"><li>• Développement du très haut-débit</li><li>• Importance du parc de résidences secondaires : activité potentielle pour le secteur du bâtiment</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Activité ralentie par la crise économique</li></ul>

Préconisations	Objectifs	Actions
Améliorer les conditions d'accueil des activités de services aux entreprises	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attirer de nouvelles activités et développer le secteurs des services aux entreprises</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><u>Rendre accessible le très haut-débit aux entreprises utilisatrices</u></li> <li>Aménager un espace, une zone d'activité spécialisée «numérique» ou une « maison des services aux entreprises » connectés au très haut-débit</li> <li>Assurer une promotion de ces équipements en s'appuyant sur les réseaux de professionnels (CCI, Investir en Finistère,...)</li> </ul>
Renforcer les liens entre les entreprises de la CCPC et avec celles de l'extérieur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Favoriser les échanges entre les entreprises (savoir-faire, économiques)</li> <li>Mieux défendre les intérêts et répondre aux problématiques des entreprises</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mener des actions (visites d'entreprises, réunions d'informations sur des problématiques communes) avec le club d'entreprises (CEAP)</li> </ul>
Améliorer l'information sur les appels d'offres des collectivités locales vers les PME de la CCPC	<ul style="list-style-type: none"> <li>Favoriser l'activité des PME locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renforcer l'information sur les marchés publics (site internet, newsletter,...)</li> </ul>

- **L'éloignement** : une difficulté réelle, mais non rédhibitoire
  
- **Des atouts** qui peuvent être mieux valorisés :
  - une image à forte notoriété (loisirs nature, paysages remarquables,...),
  - un socle de compétences et de savoir faire, notamment dans les domaines loisirs-tourisme qui ne demandent qu'à être renforcé et mieux valorisé,
  - la Défense : une population résidente « captive » dont les demandes doivent être mieux satisfaites,
  - une économie résidentielle qui reste à étoffer,...
  
- **Des opportunités** :
  - une demande touristique croissante pour des activités sportives de plein air (randonnée, sports nautiques,...) et de découverte nature,
  - une carte à jouer pour l'accueil d'activités de services à la personnes et aux entreprises intervenant par télétravail,
  - une liaison maritime qui ouvre de nouvelles perspectives pour les brestois et les presqu'îliens,...
  
- **En jouant collectif** (promotion du tourisme à l'échelle de la communauté et du Pays de Brest, unions locales de commerçants, club d'entreprises, partenariat CCPC/CCI,...)