



Département de la Vendée (85)

*Communauté de Communes du Pays de
St Gilles Croix de Vie*

SCHEMA DE COHERENCE TERRITORIALE

Document d'Aménagement Commercial

Version pour approbation / Février 2017

Sommaire

1.	Une démarche inscrite dans le cadre du Schéma de Cohérence Territoriale.....	4
2.	Préconisations et prescriptions générales d'aménagement commercial.....	5
2.1.	La spatialisation du développement commercial.....	5
2.2.	Les orientations pour l'aménagement des espaces d'implantation du commerce	6
3.	Les pôles commerciaux	7
3.1.	Les pôles identifiés	7
3.2.	Identification des enjeux d'aménagement.....	10

1. Une démarche inscrite dans le cadre du Schéma de Cohérence Territoriale

La CDC de Saint-Gilles-Croix-de-Vie connaît une croissance démographique soutenue qui donne un élan économique certain au territoire. Cette dynamique a de nombreuses conséquences en termes de dimensionnement global de l'offre commerciale, de déplacement, de consommation foncière, de paysage urbain et de qualité architecturale.

L'analyse, réalisée par Cibles & Stratégies en complément du diagnostic du SCoT, met en évidence les enjeux suivants :

- Maîtriser la tendance à la déconnexion entre constructions de surfaces commerciales et évolution de la population pour retrouver un rythme d'artificialisation des surfaces conforme avec les objectifs fixés pour l'habitat
- Organiser les implantations des surfaces commerciales de petite taille pour éviter le phénomène de périphérisation des activités de proximité qui éloignent les commerces de la population résidant en cœur de ville et qui affaiblit l'animation des centralités urbaines
- Adapter un modèle de structuration des espaces commerciaux qui favorise la densification des espaces existants tout en améliorant l'ambiance d'achat, le confort du consommateur et la qualité des entrées de ville, en lien avec l'identité touristique du territoire
- Adapter la spatialisation du commerce à la nouvelle spatialisation de la population à l'échelle intercommunale et réduire les difficultés d'accès aux pôles d'agglomération en densifiant l'offre des pôles rétro-littoraux en centralité
- Structurer les centralités par une intervention sur les facteurs qui influent sur l'activité commerciale (services publics, habitat,

services médicaux) et en évitant leur périphérisation afin de conserver des centralités multifonctionnelles.

Le volet économique du SCoT repose sur l'objectif général de « *Promouvoir une offre commerciale équilibrée et de proximité* ». Le parti pris concernant le renforcement du positionnement commercial du territoire face aux grands pôles commerciaux voisins se décline en deux grands principes :

- Maintenir, voire développer l'offre commerciale et de services de proximité afin de permettre le maintien d'une armature commerciale dans l'ensemble des communes et des quartiers ;
- Confirmer la vocation commerciale des principaux pôles commerciaux de l'agglomération en développant notamment l'offre non alimentaire afin d'éviter l'évasion commerciale vers les territoires voisins.

Le Document d'Aménagement Commercial s'inscrit dans une logique de déclinaison des orientations d'aménagement fixées par le SCoT.

Le DAC concerne les activités économiques destinées à recevoir une majorité de clients particuliers pour bénéficier d'un service, pour acquérir ou retirer un produit que la transaction monétaire soit réalisée sur site ou par voie dématérialisée. Compte tenu de leur caractère spécifique et des périodes de flux générées par l'activité, les restaurants ne sont pas concernés par le champ d'application du DAC. Compte tenu des surfaces nécessaires, les commerces de véhicules légers et de loisirs ne sont pas concernés par le DAC.

2. Préconisations et prescriptions générales d'aménagement commercial

2.1. La spatialisation du développement commercial

Centralités : Elles se caractérisent par une mixité des fonctions habitat, commerces, services non marchands et espaces de convivialité. Elles constituent l'espace prioritaire d'implantation des commerces pour proposer à la population une mixité des fonctions et des lieux d'animation attractifs. Elles sont destinées à recueillir toute forme de commerce. Les centralités désignent des espaces de centre-bourg, de centre-ville et de pôles de quartier. **Tout commerce de surface inférieure à 300 m² (surface de plancher) ne pourra s'implanter hors des centralités (se référer à la liste figurant dans le présent document).**

ZACOM : Elles se structurent autour des équipements commerciaux majeurs du territoire avec un rayonnement intercommunal élargi aux franges territoriales voisines. Elles ont vocation à accueillir des équipements commerciaux de plus de 300 m². Le territoire comporte une ZACOM dont les perspectives d'urbanisation s'entendent au sein de l'enveloppe urbaine existante. **Toute extension de la ZACOM ne pourra être autorisée qu'après épuisement des ressources foncières et bâties existantes (friches).**

Zones artisanales : Pour toutes les zones d'activités situées au sein de l'unité urbaine centrale définie dans le SCoT, et pour toutes les zones d'activités qui ne sont pas considérées par le SCoT comme de rayonnement intercommunal, la fonction commerciale est interdite. Pour les autres zones d'activités (de rayonnement intercommunal et situées en dehors de l'unité urbaine centrale), la fonction commerciale restera exceptionnelle. Elles ont pour vocation prioritaire l'implantation d'entreprises artisanales et industrielles. Deux exceptions sont acceptées à cette règle :

- La création de showrooms, quelle que soit la surface à condition que ce showroom soit accolé à une activité de transformation dont la surface doit être supérieure à celle du showroom (cette exception est possible dans toutes les zones d'activités de la communauté de communes, y compris celles de rayonnement local et celles situées au sein de l'unité urbaine centrale)
- L'implantation de surfaces commerciales de plus de 300 m² et à condition que les surfaces foncières consacrées à l'urbanisation commerciale ne représentent pas plus de 15% de la surface totale de la zone d'activités. Les collectivités qui souhaitent bénéficier de cette exception devront la traduire dans leur PLU en identifiant des espaces spécifiques, au sein desquelles les implantations d'activités commerciales seront autorisées.

Espaces de flux : L'urbanisation commerciale des espaces interstitiels de flux constitue à la fois un risque majeur de déstructuration de centralité, et une réponse adaptée pour gérer les flux ne pouvant être absorbés en période estivale par les infrastructures des centralités. A ce titre, leur urbanisation commerciale doit rester exceptionnelle et orientée vers des espaces spécifiques. Le DAC retient un espace de flux pour les implantations commerciales : l'entrée Est de Saint-Gilles Croix de Vie le long de la RD38B. Les implantations commerciales devront y excéder 300 m² de surfaces et compte tenu des besoins spécifiques en accès ne pas dépasser 1000 m². De nouveaux espaces de flux pourront être envisagés. Une ouverture à l'urbanisation ne pourra être autorisée qu'après densification de la zone de flux actuelle et amélioration de la cohérence architecturale et urbaine de l'ensemble existant.

2.2. Les orientations pour l'aménagement des espaces d'implantation du commerce

Centralités :

- Favoriser le développement d'opérations mixtes qui favorisent la densification conjointe habitat/commerces/services
- Maintenir les locomotives commerciales actuelles de plus de 300 m² en permettant leur extension sur site par une gestion programmée du foncier.
- Structurer une offre nouvelle par renouvellement urbain et/ou en continuité d'urbanisation sur les centralités rétro-littorales

ZACOM :

- Maîtriser leur extension pour favoriser un modèle de densification et de renouvellement urbain
- Instaurer une conditionnalité de réaménagement des espaces extérieurs en préalable à tout projet d'implantation ou d'extension en recherchant la mutualisation des espaces extérieurs et des liaisons douces avec les équipements voisins
- Mettre en place une charte architecturale et paysagère pour contribuer à améliorer les entrées de ville

Espaces de flux :

- Instaurer une conditionnalité de réaménagement des espaces extérieurs à tout projet d'implantation ou d'extension en recherchant la mutualisation des espaces extérieurs et des liaisons douces avec les équipements voisins
- Mettre en place une charte architecturale et paysagère pour contribuer à améliorer les entrées de ville
- Une bonification de 10% des surfaces maximum pourra être octroyée à tout projet satisfaisant aux conditions précédentes.

Zones artisanales :

- Orienter les projets d'implantation commerciale sur des parcelles dont l'aménagement actuel nécessite une opération de renouvellement urbain
- Autoriser les projets permettant de proposer une vision globale des surfaces foncières dédiées au commerce.

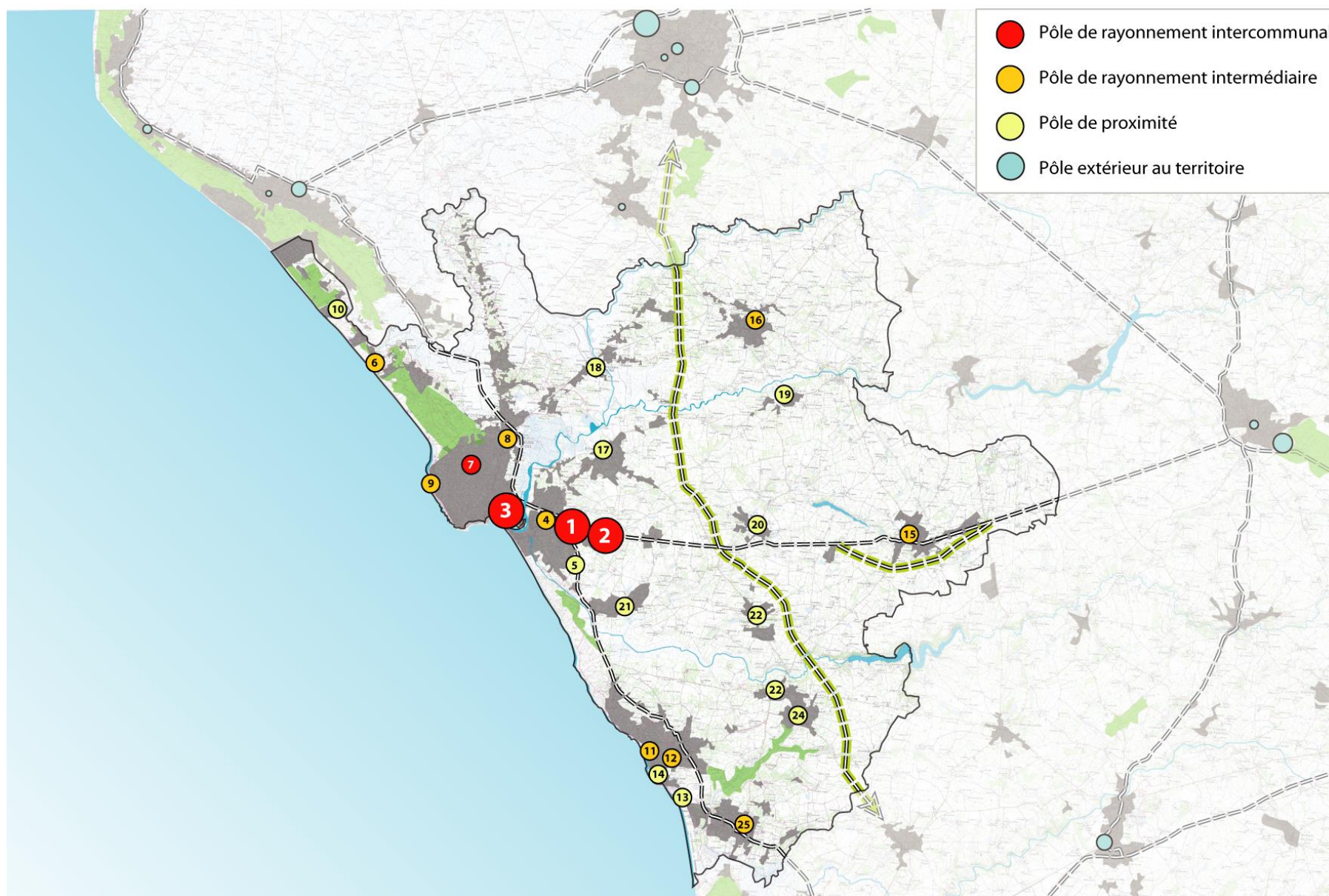
3. Les pôles commerciaux

3.1. Les pôles identifiés

Numéro du pôle commercial	Commune	Nom	Niveau de fonction commerciale	Typologie du pôle
1	St Gilles Croix de Vie	Les Vallées	Intercommunal	ZACOM
2	St Gilles Croix de Vie	Entrée de ville Est	Intercommunal	Espace de flux
3	St Gilles Croix de Vie	Centre-Ville	Intercommunal	Centralité
4	St Gilles Croix de Vie	Cour Rouge	Intermédiaire	Centralité
5	St Gilles Croix de Vie	Beilvert-Aldi	Proximité	Centralité
6	St Hilaire de Riez	Les Mouettes	Intermédiaire	Centralité balnéaire
7	St Hilaire de Riez	Le Terre-Fort	Intercommunal	Centralité
8	St Hilaire de Riez	Centre / Gâtineau	Intermédiaire	Centralité
9	St Hilaire de Riez	Sion	Intermédiaire	Centralité
10	St Hilaire de Riez	Les Becs	Proximité	Centralité balnéaire
11	Brétignolles sur Mer	La Parée	Intermédiaire	Centralité
12	Brétignolles sur Mer	Centre	Intermédiaire	Centralité
13	Brétignolles sur Mer	Les Dunes	Proximité	Centralité balnéaire

14	Brétignolles sur Mer	Marais Girard	Proximité	Centralité balnéaire
15	Coëx	Centre	Intermédiaire	Centralité
16	Commequiers	Centre	Intermédiaire	Centralité
17	Le Fenouiller	Centre	Proximité	Centralité
18	Notre Dame de Riez	Centre	Proximité	Centralité
19	St Maixent sur Vie	Centre	Proximité	Centralité
20	St Révérend	Centre	Proximité	Centralité
21	Givrand	Centre	Proximité	Centralité
22	L'Aiguillon sur Vie	Centre	Proximité	Centralité
23	La Chaize Giraud	Centre	Proximité	Centralité
24	Landevieille	Centre	Proximité	Centralité
25	Brem sur Mer	Centre	Intermédiaire	Centralité

Les localisations des pôles commerciaux figurant sur les pages suivantes sont données à titre indicatif. Le SCOT les localise, il revient aux PLU de les délimiter de manière précise. Par ailleurs, la liste ci-dessus n'est pas figée, et des projets urbains peuvent aboutir à la création de nouvelles centralités. En tout état de cause, l'existence manifeste d'une centralité sera un préalable nécessaire à tout projet de nouvelle implantation commerciale.



3.2. Identification des enjeux d'aménagement

3.2.1. Pôles de rayonnement intercommunal

- **ZACOM : Les Vallées (Saint Gilles Croix de Vie)**



— ZACOM — Espace de flux
● Projet de développement urbain

Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Une grande zone spécialisée pour les commerces nécessitant des surfaces importantes. Un pôle

essentiellement composé de grandes surfaces structuré autour d'un centre commercial.

- **Desserte**

- Des bonnes infrastructures de desserte routière (RD38B) avec un trafic élevé (notamment de poids lourds) ;
- Peu d'itinéraires piétons, des trottoirs peu larges et non sécurisés. Une indifférenciation entre les voies de dessertes et les axes de transit ;
- Une absence de desserte par les transports en commun.

- **Qualité de l'espace urbain**

- Un paysage peu structuré : absence de séquençage (malgré quelques cônes de vue vers des paysages ouverts) et de repère visuel ;
- Des constructions peu qualitatives architecturalement (la plupart bâties sous la forme de « boîte métallique ») et énergétiquement.

Enjeux :

- Inciter à l'amélioration du paysage urbain (bâti, usage de la végétation, transition avec les parcelles à vocation d'habitat, réduction nuisances sonores, etc.) et à la densification de la zone ;
- Organiser harmonieusement les transitions entre espaces publics et espaces d'activités commerciales (par exemple par la mise en place d'écrans végétaux, de réduction et d'harmonisation des enseignes publicitaires, etc.), sans nuire à la mixité fonctionnelle du lieu ;
- Limiter l'imperméabilisation du sol.

- **Espace de flux : Entrée de ville Est (Saint Gilles Croix de Vie)**

Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Une grande zone linéaire structurée autour de la route D6 et d'activités portées sur les achats occasionnels lourds et exceptionnels (concessions automobiles, mobilier, etc.)

- **Desserte**

- Des bonnes infrastructures de desserte routière (RD 6 et RD38B) avec un trafic élevé (notamment de poids lourds) ;
- Peu d'itinéraires piétons, des trottoirs peu larges et non sécurisés. Une indifférenciation entre les voies de dessertes et les axes de transit ;
- Une absence de desserte par les transports en commun.

- **Qualité de l'espace urbain**

- Des voies traitées de manière trop routière ne répondant pas à l'enjeu d'entrée de ville ;
- Des constructions peu qualitatives architecturalement (la plupart bâties sous la forme de « boîte métallique ») et énergétiquement.
- Transition franche avec l'espace agricole et le grand paysage.

Enjeux :

- Dans cette espace d'entrée de ville, l'accessibilité de la zone et la lutte contre la détérioration du paysage sont des enjeux forts.
- Renforcer le rôle de vitrine d'entrée de ville commerciale et préserver la pluralité de l'offre existante ;
- Réhabiliter la RD 6 et la RD38B: traitement des franges et des bordures, sécurisation des déplacements piétons et cyclistes, création de liens avec les projets de développement urbain, etc.

- **Centralité : Centre-ville de Saint Gilles Croix de Vie**



Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Une offre commerciale forte et diversifiée : alimentaire, hôtel/café/restaurant, services commerciaux (coiffeur, presse, opticien, etc.) et non commerciaux (banque, agence immobilière, etc.).

- **Desserte**

- Une bonne desserte automobile accompagnée d'une offre en stationnement réglementé (parkings payants, parkings à durée limitée) ;
- Des déplacements piétons et cyclistes aisés et sécurisés.

- **Qualité de l'espace urbain**

- Une bonne complémentarité entre habitat et commerces ;
- Un mobilier urbain accompagnant les espaces de déambulation et sécurisant les déplacements. Mais une surabondance et un manque d'homogénéité qui nuisent à la qualité d'ensemble ;
- Un traitement de l'espace public différenciant les usages ;
- Une architecture inégale et des façades commerçantes globalement peu soignées et nécessitant un rafraîchissement.

Enjeux :

- Préserver la concentration commerciale (notamment par la mise en valeur des linéaires commerciaux) et la mixité fonctionnelle à l'échelle de l'îlot ;
- Limiter les nuisances liées à l'automobile (réduction des vitesses, améliorer l'intégration des parkings, etc.) ;
- Inciter à l'amélioration des espaces publics (homogénéisation et simplification du mobilier urbain et de la signalétique) et du paysage bâti (notamment des façades commerciales).

- **Centralité : Pôle du Terre-Fort (Saint Hilaire de Riez)**



Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Un dynamisme essentiellement marqué par un hypermarché (hyper U) et un magasin de bricolage/jardinage (Weldom). Présence de quelques commerces de proximité et de services commerciaux.

- **Desserte**

- Une accessibilité routière aisée et facilitée par une offre en stationnement importante ;
- Des cheminements piétons et cyclistes sécurisés existant entre les zones commerciales et les zones d'habitat, mais peu développés au sein des espaces commerciaux.

- **Qualité de l'espace urbain**

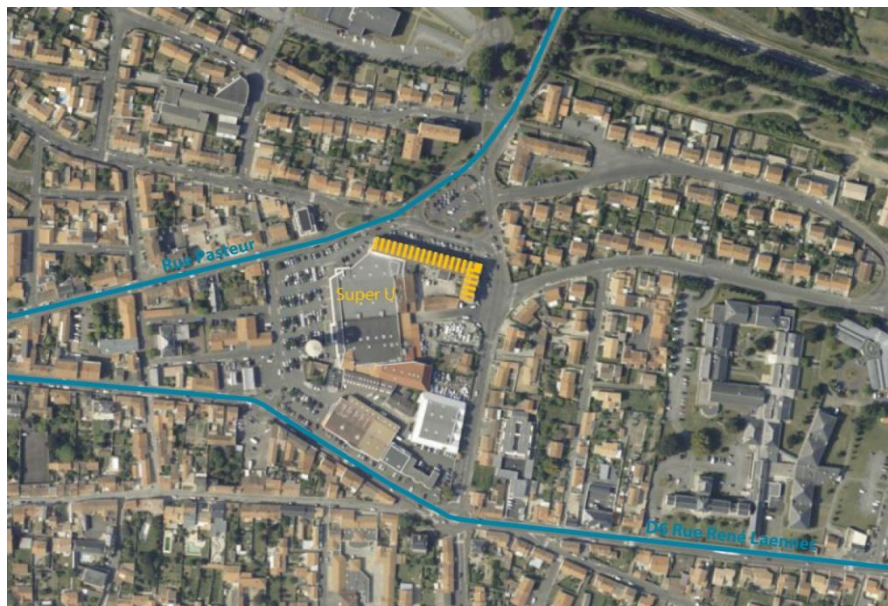
- La présence de nombreux parkings le long de l'avenue de l'Isle de Riez mal intégrés à l'espace public ;
- Une végétation présente sur l'emprise publique et peu développée au sein des espaces à vocation commerciale ;
- Une valeur bâtie non propice au développement d'un paysage urbain de qualité (aspect « boîte métallique »).

Enjeux :

- Maintien de la vitalité économique, diversification et densification commerciale ;
- Renouveler une part du bâti en intégrant le commerce à un projet d'ensemble pour offrir au secteur une identité et une réelle mixité fonctionnelle ;
- Organiser harmonieusement les transitions entre espaces publics et espaces d'activités commerciales (par exemple par la mise en place d'écrans végétaux, de réduction et d'harmonisation des enseignes publicitaires, etc.), sans nuire à la mixité fonctionnelle ;
- Réhabiliter l'avenue de l'Isle de Riez afin de réduire la vitesse automobile aux abords de la zone commerciale.

3.2.2. Pôles de rayonnement intermédiaire

- **Centralité : Pôle de La Cour Rouge (Saint Gilles Croix de Vie)**



Principal linéaire commercial (en RDC)

Etat des lieux :

- **Activité commerciale**
 - Un ensemble de commerces de proximité (presse, fleuriste, coiffure, boulangerie, etc.) structuré autour d'une locomotive alimentaire (Super U) et d'un magasin spécialisé maison – électroménager (Expert).

- **Desserte**

- Une accessibilité routière aisée et facilitée par une offre en stationnement importante et non réglementée ;
- Des trottoirs peu larges et non sécurisés. Une indifférenciation entre voies de desserte et axes de transit.

- **Qualité de l'espace urbain**

- Un manque global de traitement qualitatif de l'espace public, essentiellement destiné au stationnement automobile. Une mauvaise intégration du parking du Super U dans le tissu urbain,
- Une absence d'espaces de convivialité ;
- Une végétation peu mise en valeur sur l'emprise publique.

Enjeux :

- Pérenniser la concentration et la pluralité des activités commerciales ;
- Maintenir la mixité fonctionnelle à l'échelle de l'îlot ;
- Améliorer les dessertes modes doux internes à l'îlot et les connecter aux quartiers d'habitat limitrophes : créer des espaces mixtes donnant la priorité aux piétons avec réduction en amont de la vitesse automobile ;
- Requalifier les espaces publics en intégrant une végétation plus développée (ombrage des parkings, écrans végétaux, accompagnement des parcours modes doux, etc.) et en réduisant la part de l'espace réservée à l'automobile (voies et stationnement).

- Centralité : Centre bourg de Saint Hilaire de Riez / Gâtineau



Principaux linéaires commerciaux (en RDC)



Principaux linéaires commerciaux (en RDC)

Etat des lieux :

- **Activité commerciale**
 - Une offre commerciale essentiellement alimentaire et de restauration, accompagnée de quelques services (agence

immobilière, couture, banque, poste, etc.) dans le centre-bourg.

- Offre destinée aux achats occasionnels sur le secteur du Gâtineau.

- **Desserte**

- Dans le centre-bourg, une accessibilité routière aisée et facilitée par une offre en stationnement importante (en partie réglementée) ; des cheminements doux (piétons et cyclistes) facilement identifiables et sécurisés.
- Bonne accessibilité routière du secteur du Gâtineau (vitrine commerciale le long de la D38b).

- **Qualité de l'espace urbain**

- Dans le centre-bourg, des espaces publics soignés et identifiables selon leurs usages (zone 30, zone piétonne) ; une place centrale exclusivement destinée à l'automobile ; des commerces bien intégrés au tissu urbain ; des façades commerciales globalement soignées, mais un manque d'homogénéité ;
- Dans le secteur du Gâtineau, espace urbain moins structuré et plus lâche que dans le centre-bourg lié à la conception urbaine et architecturale du lieu (« boîtes » commerciales) ; des espaces publics inexistantes ; une forte présence de l'automobile.

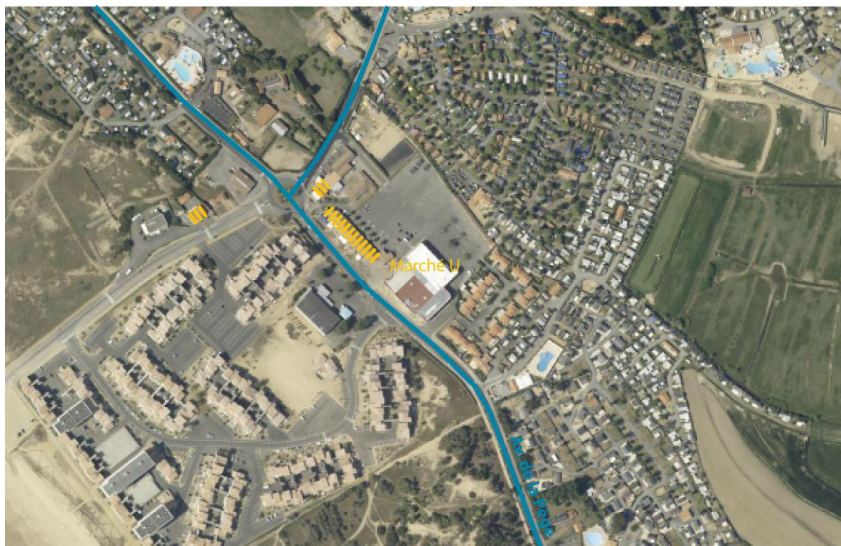
Enjeux :

- Dans le centre-bourg : Pérenniser la concentration des activités commerciales et diversifier l'offre ; Réduire la part de l'espace réservée à l'automobile et mener une réflexion concernant l'offre en stationnement avec pour objectifs le maintien de l'offre

indispensable au bon fonctionnement des commerces et la réduction des nuisances liées à l'automobile.

- Dans le secteur du Gâtineau : qualité urbaine et architecturale du secteur (intégration paysagère, conception..) ; réduction de la part de l'espace réservée à l'automobile au profit des autres modes de déplacement.
- Complémentarités et liaisons entre le centre-bourg et le secteur du Gâtineau.

- **Centralité balnéaire : Pôle Les Mouettes (Saint Hilaire de Riez)**



Principaux linéaires commerciaux (en RDC)

Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Des commerces essentiellement à vocation de restauration et quelques commerces accompagnés d'une locomotive alimentaire (Marché U).

- **Desserte**

- Accessibilité aisée en automobile ;
- Des cheminements piétons sécurisés mais peu mis en valeur, et un manque de passages sécurisés d'une rive à l'autre de la voie. Un marquage au sol existant pour les

déplacements cyclistes mais non sécurisé et trop peu large.

- **Qualité de l'espace urbain**

- Une absence de cohérence d'ensemble : manque de lisibilité et de liens entre les différents lieux de commerce ;
- Une pénurie dans le traitement de l'espace public : absence de transition entre les différents espaces, voie de type routière (rond-point non franchissable, lampadaire de type « grand mât », largeur de voie continue, etc.) ;
- Une valeur bâtie non propice au développement d'un paysage urbain de qualité. Des façades commerciales peu soignées et à rafraîchir.

Enjeux :

- L'extension des superficies commerciales devra se faire de façon « limitée » et en continuité des bâtiments existants ;
- Organiser harmonieusement les transitions entre espaces à vocation d'habitat et espaces d'activités commerciales (par exemple par la mise en place d'écrans végétaux, de réduction et d'harmonisation des enseignes publicitaires, etc.), sans nuire à la mixité fonctionnelle du lieu ;
- Inciter à l'amélioration des façades commerciales. Renouveler le bâti en intégrant le commerce à un projet d'ensemble, par exemple : en rez-de-chaussée de petit collectif, sur plusieurs étages, etc. ;
- Réhabiliter l'avenue de la Pège pour lui donner une dimension de rue.

- **Centralité : Pôle de Sion (Saint Hilaire de Riez)**



Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Une offre commerciale forte et diversifiée : alimentaire, hôtel/café/restaurant, services commerciaux (coiffeur, presse, etc.) et non commerciaux (banque, agence immobilière, etc.).

- **Desserte**

- Une accessibilité aisée en automobile. Une offre en stationnement maîtrisée et bien intégrée ;
- Des cheminements doux facilement identifiables et sécurisés.

- **Qualité de l'espace urbain**

- Des espaces publics soignés et identifiables selon leurs usages (zone 30, zone piétonne) ;
- Une mise en valeur de la végétation dans le paysage urbain ;
- Des façades commerciales inégales et globalement peu propices au développement d'un paysage urbain de qualité.

Enjeux :

- L'extension des superficies commerciales devra se faire de façon « limitée » et en continuité des bâtiments existants ;
- Préserver la concentration des activités commerciales ;
- Inciter à l'amélioration des façades commerciales.

- **Centralité : Centre de Brétignolles sur Mer**



Principaux linéaires commerciaux (en RDC)

Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Une locomotive alimentaire (Super U) accompagnée d'une offre commerciale diversifiée (alimentaire, restauration, vestimentaire, services commerciaux, etc.), notamment le long de la rue de l'Eglise et autour de la place de l'Eglise (Les halles).

- **Desserte**

- Une accessibilité aisée en automobile. Une offre en stationnement maîtrisée et bien intégrée ;
- Des cheminements doux facilement identifiables et sécurisés.

- **Qualité de l'espace urbain**

- Des espaces publics soignés et identifiables selon leurs usages. Des espaces de convivialité de bonne qualité ;
- Une mise en valeur de la végétation dans le paysage urbain ;
- Une bonne intégration du commerce dans le tissu urbain (hormis au niveau du Super U).

Enjeux :

- Préserver la complémentarité entre le centre-ville commerçant et la locomotive alimentaire ;
- Proposer un aménagement permettant de réduire les nuisances (visuelles, sonores, etc.) liées au Super U et offrant une meilleure intégration au tissu limitrophe (création de liaisons douces sécurisées, d'écrans végétaux, etc.).

- **Centralité : Pôle La Parée (Brétignolles sur Mer)**



Principaux linéaires commerciaux (en RDC)

Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Une offre commerciale forte et diversifiée : alimentaire, hôtel/café/restaurant, services commerciaux (coiffeur, presse, etc.) et non commerciaux (banque, agence immobilière, etc.).

- **Desserte**

- Une accessibilité aisée en automobile et accompagnée d'une offre en stationnement limitée et réglementée ;
- Des cheminements doux (piétons et cyclistes) facilement identifiables et sécurisés.

- **Qualité de l'espace urbain**

- Des espaces publics soignés et identifiables selon leurs usages (zone 30, zone piétonne) ;
- Une végétation peu mise en valeur ;
- Des façades commerciales inégales et globalement peu propices au développement d'un paysage urbain de qualité.

Enjeux :

- L'extension des superficies commerciales devra se faire de façon « limitée » et en continuité des bâtiments existants ;
- Préserver la concentration des activités commerciales ;
- Inciter à l'amélioration des façades commerciales.

- **Centralité : Centre bourg de Coëx**



Principaux linéaires commerciaux (en RDC)

Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Une offre commerciale diversifiée (poissonnerie, boucherie-charcuterie, tabac-presse, cafés), portée par une locomotive alimentaire (Marché U) et accompagnée de quelques services (agence immobilière, banque, etc.).

- **Desserte**

- Une accessibilité routière aisée et facilitée par une offre en stationnement élevée et non réglementée ;

- Des déplacements piétons identifiables et sécurisés ;

- **Qualité de l'espace urbain**

- Une bonne lisibilité du pôle avec des commerces organisés autour d'une place centrale ; une articulation intéressante entre le Marché U et les commerces du centre ;
- Une place centrale exclusivement destinée à l'automobile ;
- Des façades commerciales globalement soignées, mais un manque d'homogénéité ;
- Une végétation et un mobilier urbain peu mis en valeur.

Enjeux :

- Pérenniser la complémentarité entre le centre-bourg commercial et le Marché U ;
- Pérenniser la concentration des activités commerciales et diversifier l'offre ;
- Requalifier les espaces publics en intégrant une végétation plus développée (ombrage des parkings, écrans végétaux, accompagnement des parcours modes doux, etc.) et en réduisant la part de l'espace réservée au stationnement automobile (mener une réflexion concernant l'offre en stationnement avec pour objectifs de maintenir l'offre indispensable au bon fonctionnement des commerces et de limiter les nuisances liées à l'automobile) ;
- Inciter à l'amélioration des façades commerciales.

- **Centralité : Centre bourg de Commequiers**



Principaux linéaires commerciaux (en RDC)

Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Une locomotive alimentaire (U Express) accompagnée de quelques commerces et services.

- **Desserte**

- Une accessibilité routière aisée et facilitée par une offre en stationnement élevée et non réglementée ;
- Des déplacements piétons peu mis en valeur.

- **Qualité de l'espace urbain**

- Une bonne lisibilité du pôle avec des commerces organisés autour d'une place centrale ; une articulation intéressante entre le Marché U et les commerces du centre ;
- Une place centrale exclusivement destinée à l'automobile ;
- Une végétation et un mobilier urbain peu mis en valeur.

Enjeux :

- Pérenniser la complémentarité entre le centre-bourg commercial et le U Express ;
- Pérenniser la concentration des activités commerciales et diversifier l'offre ;
- Intégrer le commerce à un projet d'ensemble pour offrir au secteur une identité et une réelle mixité fonctionnelle organisée autour d'espaces publics de qualité ;
- Requalifier les espaces publics en intégrant une végétation plus développée (ombrage des parkings, écrans végétaux, accompagnement des parcours modes doux, etc.) et en réduisant la part de l'espace réservée au stationnement automobile (mener une réflexion concernant l'offre en stationnement avec pour objectifs de maintenir l'offre indispensable au bon fonctionnement des commerces et de limiter les nuisances liées à l'automobile).

- **Centralité : Centre de Brem sur Mer**



Principaux linéaires commerciaux (en RDC)

Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Une offre commerciale diversifiée (alimentaire, vestimentaire, services, bars, restaurants, etc.). Présence d'un supermarché Lidl localisé au sud du centre bourg (à environ 350 mètres).

- **Desserte**

- Une accessibilité routière aisée ;

- Des cheminements piétons existants mais peu mis en valeur

- **Qualité de l'espace urbain**

- Une centralité peu lisible avec des commerces disséminés dans le centre-bourg. Un supermarché localisé à l'extérieur du centre sans lien avec le centre bourg commerçant ;
- Une végétation peu mise en valeur ;
- Des espaces publics peu lisibles, des façades commerciales inégales et globalement peu propices au développement d'un paysage urbain de qualité.

Enjeux :

- Favoriser la concentration des activités commerciales au sein du centre bourg ;
- Limiter le développement des commerces de détail à proximité du Lidl ;
- Intégrer les commerces dans une vision d'ensemble de l'espace urbain, notamment en créant des espaces publics de qualité et des liens entre les espace à vocation commerciale et les espace à vocation d'habitat ;
- Développer une accessibilité diversifiée au profit des modes de déplacement doux et limiter les nuisances liées à automobile (création de zones 30, zones piétonnes, etc.).

3.2.3. Pôles de proximité

- **Centralité : Centre du Fenouiller**



||||| Principaux linéaires commerciaux (en RDC)

Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Une offre commerciale réduite et structurée autour de la place de l'église.

- **Desserte**

- Une accessibilité routière aisée ;

- Des cheminements piétons existants mais peu sécurisés : trottoir étroit, proximité avec les voitures, etc.

- **Qualité de l'espace urbain**

- Une centralité peu lisible avec des commerces disséminés (absence de linéaire commerçant) ;
- Une végétation et un mobilier urbain peu mis en valeur ;
- Des espaces publics peu lisibles, des façades commerciales inégales et globalement peu propices au développement d'un paysage urbain de qualité.

Enjeux :

- Préserver le commerce de proximité et favoriser la concentration des activités commerciales au sein du centre bourg ;
- Intégrer les commerces dans une vision d'ensemble de l'espace urbain, notamment en créant des espaces publics de qualité et des liens entre espace à vocation commerciale et espace à vocation d'habitat ;
- Requalifier les espaces publics en intégrant une végétation plus développée (ombrage des parkings, écrans végétaux, accompagnement des parcours modes doux, etc.) et en intégrant une réflexion sur les déplacements doux.

- **Centralité : Centre de Notre Dame de Riez**



Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Une offre commerciale réduite. Présence d'un supermarché (Utile) et d'une boulangerie à l'entrée ouest du centre bourg.

- **Desserte**

- Une accessibilité routière aisée et une offre en stationnement adaptée ;
- Des cheminements piétons existants et sécurisés.

- **Qualité de l'espace urbain**

- Un manque de lien entre les différents commerces ; Une centralité peu lisible avec des commerces disséminés (absence de linéaire commerçant) ;
- des façades commerciales inégales et globalement peu propices au développement d'un paysage urbain de qualité.

Enjeux :

- Préserver le commerce de proximité et favoriser la concentration des activités commerciales au sein du centre bourg ;
- Créer du lien entre le supermarché Utile et le commerce de détail du centre bourg ;
- Inciter à l'amélioration des façades commerciales.

- **Centralité : Centre de Saint Maixent sur Vie**



Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Une offre commerciale réduite (2 commerces) et localisée en centre bourg.

- **Desserte**

- Une accessibilité routière aisée et une offre en stationnement adaptée ; des cheminements piétons existants mais peu mis en valeur.

Enjeux :

- Préserver le commerce de proximité et favoriser la concentration des activités commerciales au sein du centre bourg ;

- **Centralité : Centre de Saint Réverend**



Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Une offre commerciale réduite (2 commerces) en centre bourg. 4 commerces situés en entrée sud-est du bourg.

- **Desserte**

- Une bonne accessibilité routière. Des cheminements piétons existants mais peu mis en valeur.

- **Qualité de l'espace urbain**

- Des espaces publics peu lisibles.

Enjeux :

Préserver le commerce de proximité, favoriser la concentration des activités commerciales au sein du centre bourg et améliorer la qualité du paysage urbain.

- **Centralité : Centre de Givrand**



||||| Principaux linéaires commerciaux (en RDC)

Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Une offre commerciale réduite.

- **Desserte**

- Une accessibilité routière aisée ; des cheminements piétons existants mais peu qualitatifs.

- **Qualité de l'espace urbain**

- Des espaces publics peu lisibles, des façades commerciales inégales et globalement peu propices au développement d'un paysage urbain de qualité ;
- Une absence d'espace de convivialité ;
- des façades commerciales inégales et globalement peu propices au développement d'un paysage urbain de qualité.

Enjeux :

- Préserver le commerce de proximité et pérenniser la concentration de l'activité à proximité de la place existante ;
- Requalifier les espaces publics en intégrant une végétation plus développée (ombrage des parkings, écrans végétaux, accompagnement des parcours modes doux, etc.) ;
- Différencier les espaces selon leur usage ;
- Inciter à l'amélioration des façades commerciales.

- **Centralité : Centre de l'Aiguillon sur Vie**



Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Une offre commerciale réduite et structurée le long de la rue Georges Clémenceau.

- **Desserte**

- Une accessibilité routière aisée et une offre en stationnement adaptée ; des cheminements piétons existants mais peu sécurisés : trottoir étroit, proximité avec les voitures, etc.

- **Qualité de l'espace urbain**

- Des espaces publics peu lisibles, des façades commerciales inégales et globalement peu propices au développement d'un paysage urbain de qualité ;
- Une absence d'espace de convivialité ;
- Une absence de transition entre le centre bourg commercial et le reste de la commune.

Enjeux :

- Préserver le commerce de proximité et pérenniser la concentration de l'activité (favoriser le développement de séquences commerciales) :
 - Soit par la mise en œuvre d'un projet de renouvellement urbain sur l'îlot de l'actuel Vival.
 - Soit par la création d'un projet sur le site du terrain de football situé à proximité immédiate du centre-bourg et des extensions urbaines actuelles.
- Requalifier les espaces publics en intégrant une végétation plus développée (ombrage des parkings, écrans végétaux, accompagnement des parcours modes doux, etc.) ;
- Requalifier la voie Georges Clemenceau.

- **Centralité : Centre de la Chaize Giraud**



Etat des lieux :

- **Activité commerciale**
 - Une offre commerciale réduite (1 commerce multiservice situé en centre bourg).
- **Desserte**
 - Une accessibilité routière aisée et une offre en stationnement adaptée ; des cheminements piétons existants et sécurisés.

Enjeux :

- Préserver et développer le commerce de proximité en centre bourg.

- **Centralité : Centre de Landevieille**



Etat des lieux :

- **Activité commerciale**
 - Une dispersion du commerce : une offre commerciale réduite en centre bourg et un supermarché (SPAR) situé au nord du centre (à environ 300 mètres).
- **Desserte**
 - Une accessibilité routière aisée et une offre en stationnement adaptée ; des cheminements piétons existants et sécurisés.

Enjeux :

- Eviter le développement du commerce de détail à proximité du supermarché ;
- Préserver et développer le commerce de proximité en centre bourg (favoriser le développement de séquences commerciales).

- **Centralité : Beilvert-Aldi (Saint-Gilles-Croix-de-Vie)**



Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Pôle commerciale de proximité intégrant des commerces et services nécessaire au fonctionnement du quartier.

- **Desserte**

- Desserte de la zone par la RD 38b grâce à l'aménagement d'un giratoire.

- **Qualité de l'espace urbain**

- Secteur en cours d'aménagement proposant une programmation mixte habitat / activités.

Enjeux :

- Intégration du secteur au tissu urbain environnant.
- Faire émerger une centralité commerciale de quartier.

- **Centralité balnéaire : Pôle Les Dunes (Brétignolles sur Mer)**



Etat des lieux :

- **Activité commerciale**
 - Espace commerciale qui s'organise principalement autour du camping des dunes. Les commerces présents répondent aux besoins que suggère période estivale.
- **Desserte**
 - Accès depuis l'avenue des dunes depuis la RD 38. Stationnement facilité par le parking / place de l'avenue des dunes.

Enjeux :

- Pérennité de cet espace commerciale à l'année.

- **Centralité balnéaire : Pôle Le Marais Girard (Brétignolles sur Mer)**



Etat des lieux :

- **Activité commerciale**
 - Espace commerciale qui s'organise principalement autour du complexe résidentiel adjacent. Les commerces présents répondent aux besoins que suggère période estivale.

- **Desserte**

- Structuration linéaire le long de la rue du marais Girard au bout de l'avenue de la Grande Roche. Stationnement facilité par la présence d'un parking.

Enjeux :

- Pérennité de cet espace commerciale à l'année.
- Liens avec le futur projet de port de présence.
- **Centralité balnéaire : Pôle Les Becs (Saint-Hilaire-de-Riez)**



Etat des lieux :

- **Activité commerciale**

- Deux entités composent cette centralité commerciale : un supermarché au sud et une galerie marchande plus au nord.

- **Desserte**

- Espace structuré le long de la D123, permettant une accessibilité facile. Présence de larges trottoirs et de bandes cyclables sur la chaussée.

Enjeux :

- Pérennité de cet espace commerciale à l'année.