

## Atelier national «Territoires économiques»



Droits réservés / Logorama // Studio H5 (François Alaux, Hervé de Crécy et Ludovic Houplain) - 2009

## Séminaire de conclusion

« Les territoires économiques à la croisée des chemins »



22 Octobre 2012 – Cité universitaire internationale de Paris

# « Les territoires économiques à la croisée des chemins »

Séminaire de conclusion de l'Atelier national



22 octobre 2012  
Cité Universitaire  
Internationale de Paris

## Ouverture

**Etienne Crépon**, directeur de l'Habitat, de l'Urbanisme et des Paysages  
(Ministère de l'Égalité des territoires et du Logement)

**Luc Rousseau**, directeur général de la compétitivité, de l'industrie et  
des services (Ministère de l'artisanat, du commerce et du tourisme)

**Laurent Michel**, directeur général de la prévention des risques  
(Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie)

# Les territoires économiques à la croisée des chemins

## **Dix idées reçues sur l'urbanisme commercial**

par David Mangin, architecte-urbaniste, Grand prix de l'urbanisme 2008, mandataire des 6 sites en région

## **Le commerce aujourd'hui : constats et perspectives**

par Pascal Madry, directeur de l'institut pour la Ville et le Commerce, directeur de PROCOS

## **Le défi de l'e-commerce et plus largement du e-urbanisme**

par Nicolas Douce (Convergences-CVL) et Sophie Simonet (Sophie Simonet Consultante)

## **Et demain, l'intégration du commerce dans les projets urbains**

par François Leclercq, architecte-urbaniste, mandataire des 2 sites d'Ile-de-France

# Les territoires économiques à la croisée des chemins

## Dix idées reçues sur l'urbanisme commercial

par David Mangin, architecte-urbaniste, Grand prix de l'urbanisme 2008, mandataire des 6 sites en région

## Le commerce aujourd'hui : constats et perspectives

par Pascal Madry, directeur de l'institut pour la Ville et le Commerce, directeur de PROCOS

## Le défi de l'e-commerce et plus largement du e-urbanisme

par Nicolas Douce (Convergences-CVL) et Sophie Simonet (Sophie Simonet Consultante)

## Et demain, l'intégration du commerce dans les projets urbains

par François Leclercq, architecte

*« 10 idées reçues concernant  
l'urbanisme commercial, et quelques  
pistes pour en sortir... »*

*David Mangin*

atelier national « territoires économiques »  
22 octobre 2012

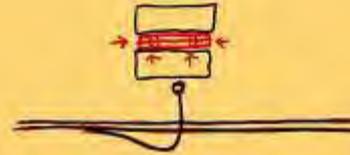
- 1 . *« la question du commerce se réduirait aux zones commerciales d'entrée de ville »*
- 2 . *« améliorer les environnements commerciaux serait affaire d'esthétique (la publicité, les boîtes, les parkings...) »*
- 3 . *« la rentabilité des zones commerciales serait principalement liée aux échanges commerciaux »*
- 4 . *« les zones commerciales seraient des friches facilement mutables »*
- 5 . *« la croissance serait sans bornes »*
- 6 . *« l'emploi justifierait tout »*
- 7 . *« la logistique serait la source majeure des déplacements »*
- 8 . *« le transport en commun ne serait pas adapté au caddie »*
- 9 . *« les aires commerciales seraient les places publiques d'aujourd'hui »*
10. *« il y aurait une fatalité certaine à la pérennité du modèle »*

1. *« la question du commerce se réduirait aux zones commerciales d'entrée de ville »*

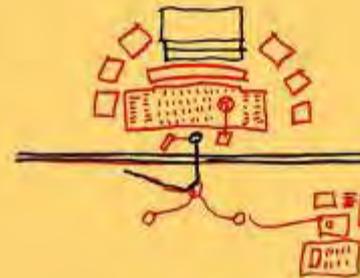
1960 : hypermarché



1970 : galerie commerciale



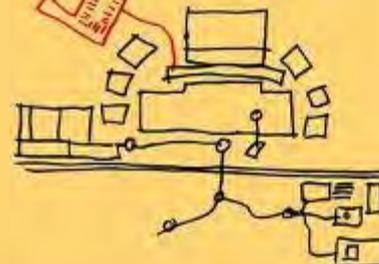
1980 : "MSS", discounts



1990 : hôtellerie, restauration



multiplexes, loisirs

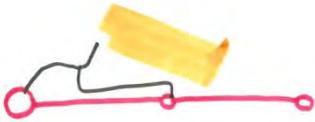


cdm  
2013

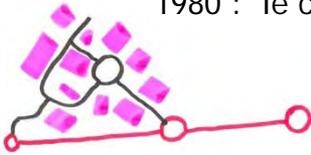
la formation des centres commerciaux régionaux

# différentes générations de formes et de « produits » cohabitent

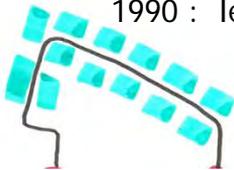
1970 : l'hyper



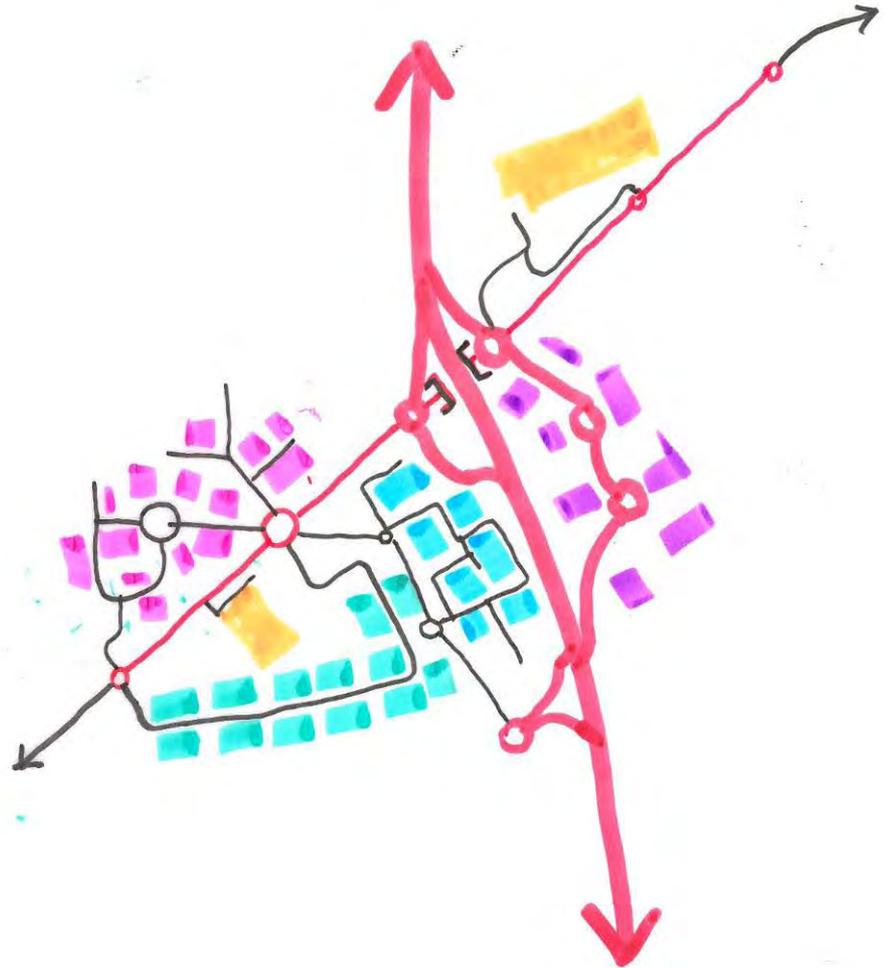
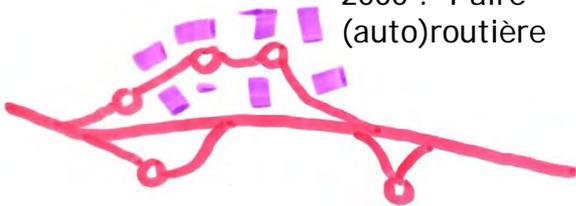
1980 : le cluster

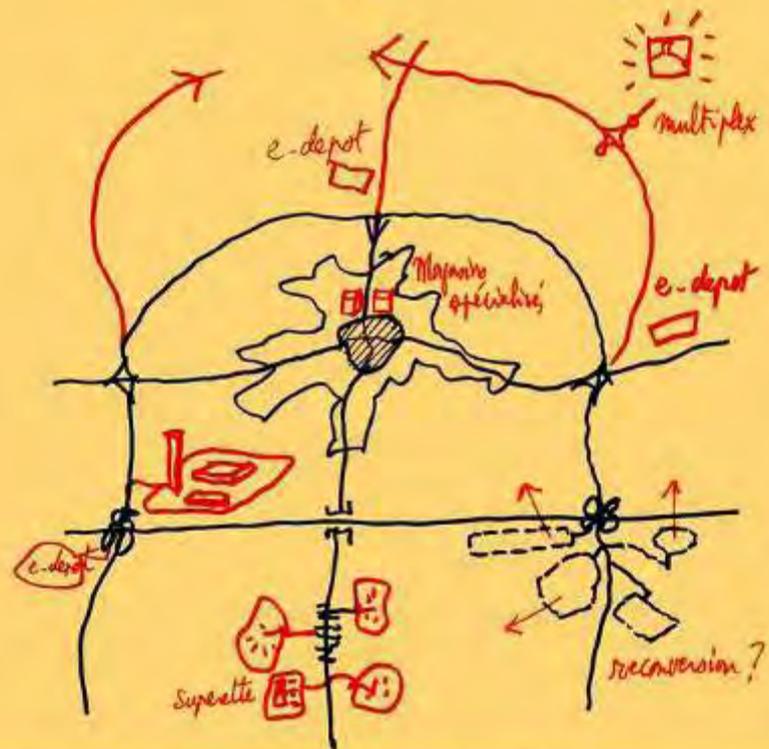
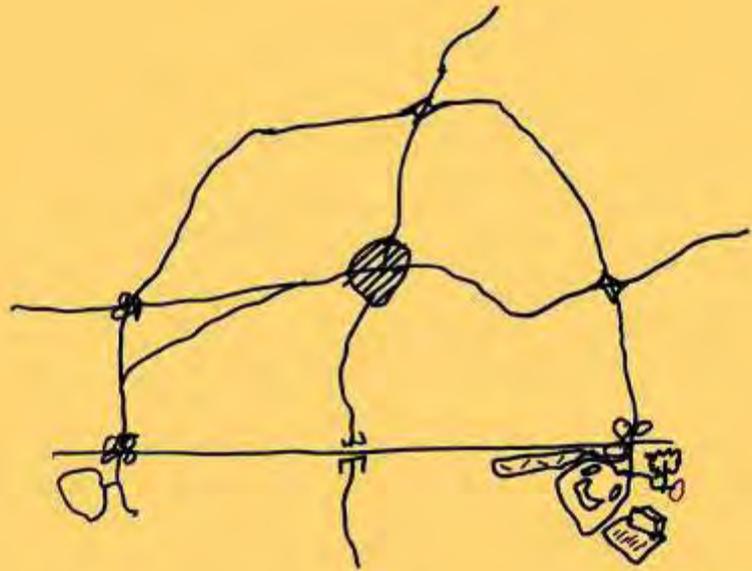


1990 : le « cours »

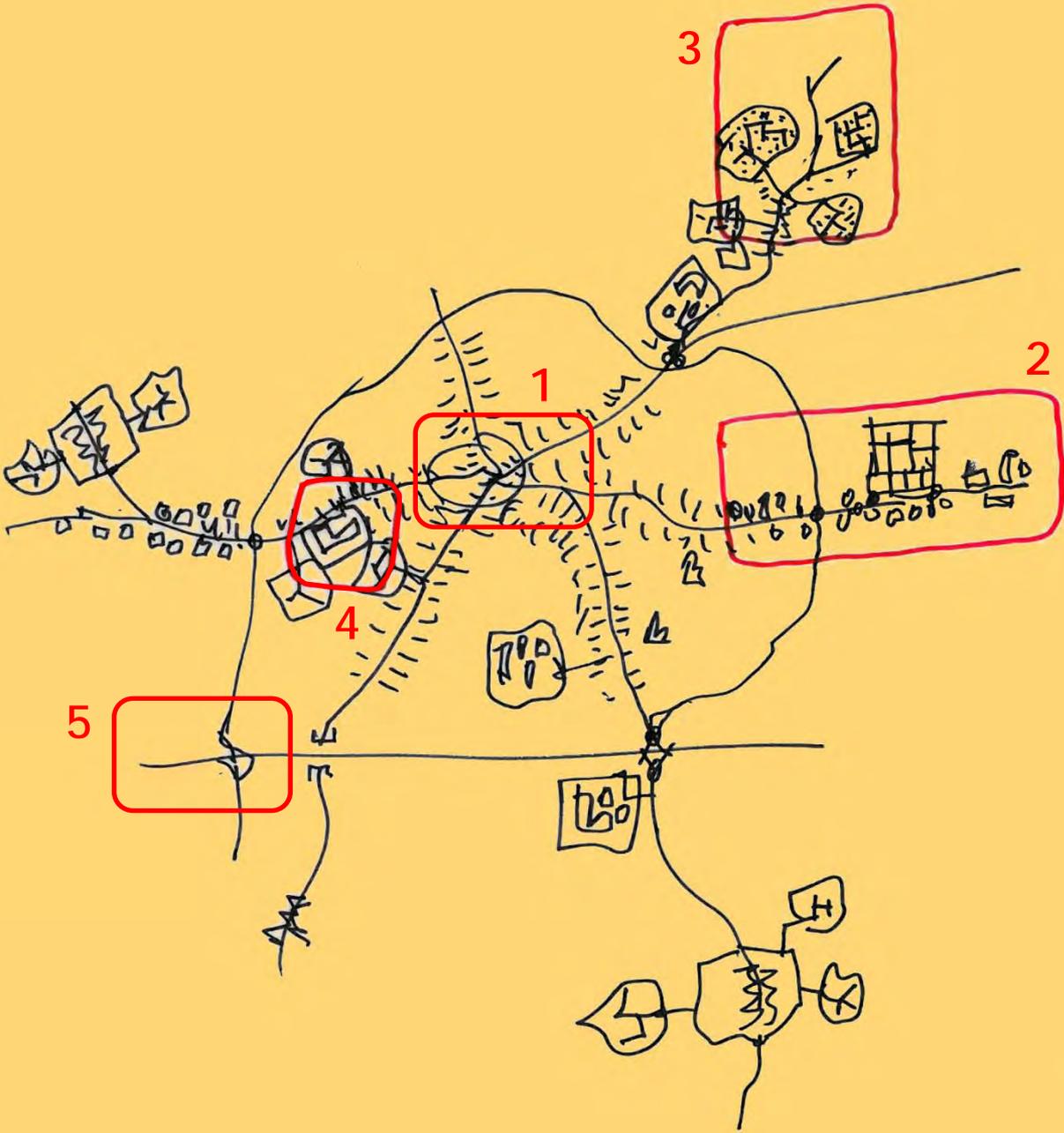


2000 : l'aire  
(auto)routière





scénarios de redéploiement de la grande distribution



1. les centres-villes et les faubourgs, les commerces de rues

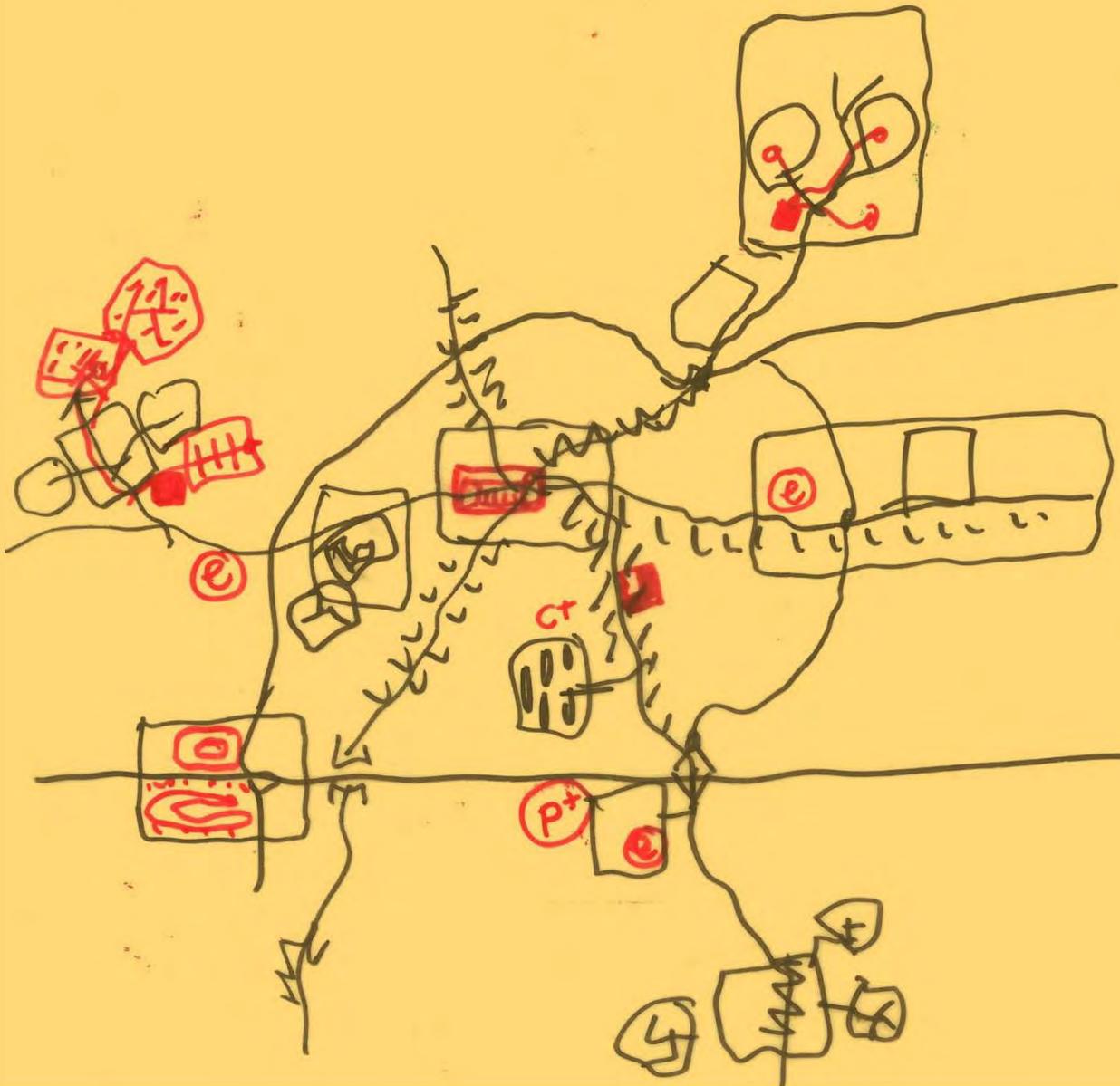
2. les « centres routes commerciaux » (nationales, les entrées de villes)

3. gagnés par les nappes de lotissements

4. les « hypers » toujours plus loin, toujours plus grands

5. les « nouveaux » pôles commerciaux...

6. différentes formes de drive-in e-drive, e-dépôt...



## un nouveau cycle

- réchauffement planétaire
- essence à 2 €
- crises financières
- internet, smartphones

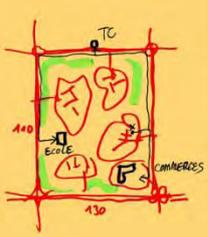
## de nouveaux paradigmes

- circuits courts
- préservation des terres agricoles
- retour à la proximité
- économies d'énergies
- gestion du temps libre

	rues franchisées de centre-ville
	e-commerces
	superettes de proximité
	enseignes XXL, retails parks
	parking sur dalle
	zone d'activités > zones commerciales

## 2. « améliorer les environnements commerciaux serait affaire d'esthétique »

1. la publicité, un problème dépassé ?
2. les boîtes, un problème de situations
3. les parkings, un problème de mutualisation et d'investissement...



la publicité a principalement un rôle de signalétique et de campagne de lancement de produits  
 elle est déviée par les NTC (le consommateur prescripteur, le GPS et les applications)



*Les entrées de ville sont un symptôme, parmi d'autres, de la fin des villes et des campagnes au sens traditionnel, c'est-à-dire dans un contraste qui pendant des millénaires a donné sens au monde. Aujourd'hui, ces deux termes tendent à se confondre dans ce qu'on appelle l'urbain diffus, où une population fonctionnellement urbaine tend à habiter l'ensemble des territoires. Elle recherche un habitat de type rural, comme résidence secondaire ou même principale, pour vivre au plus près de «la Nature». Or, ce mode de vie entraîne une surmotorisation et un gaspillage, voire un ravage des ressources naturelles : espace, énergie, cisaillement des écosystèmes par les voies à grande circulation, etc.*

*En somme, la recherche de «la Nature» en termes de paysage aboutit à une destruction de la Nature en termes d'écosystèmes, et à une empreinte écologique insoutenable [...]. Voilà ce qui se cache derrière nos entrées de ville. Au-delà même de l'esthétique, elles sont vraiment laides...*

**Augustin Berque (EHSS)**

*« Insoutenable paysage »*

*Libération - vendredi 12 octobre 2012*

« Ce qui fait vivre le capitalisme, ce n'est pas l'Internet ni les franchises de fast-food. C'est le capital. »

H. De Soto

### *3. « la rentabilité des zones commerciales serait principalement liée aux échanges commerciaux »*

1. disparité des rentabilités en fonction des activités, des lieux
2. des valeurs immobilières complexes  
(propriété foncière, murs, baux, fonds de commerces...)
3. la structure et la financiarisation des grands groupes  
(immobilier, développement, sites)

4. *« les zones commerciales  
seraient des friches facilement  
mutables »  
ou... la grande illusion*

- analyse des capacités de transfert

Source CVL

6 critères pour mesurer  
les marges de  
négociation avec les  
enseignes  
(hors critères financiers)

Nature du commerce

+

Sous-dimensionnement des enseignes  
nationales

+

Mauvais aspect général du bâtiment

+

Faible qualité de l'accessibilité routière

+

Dans ou hors des secteurs thématiques

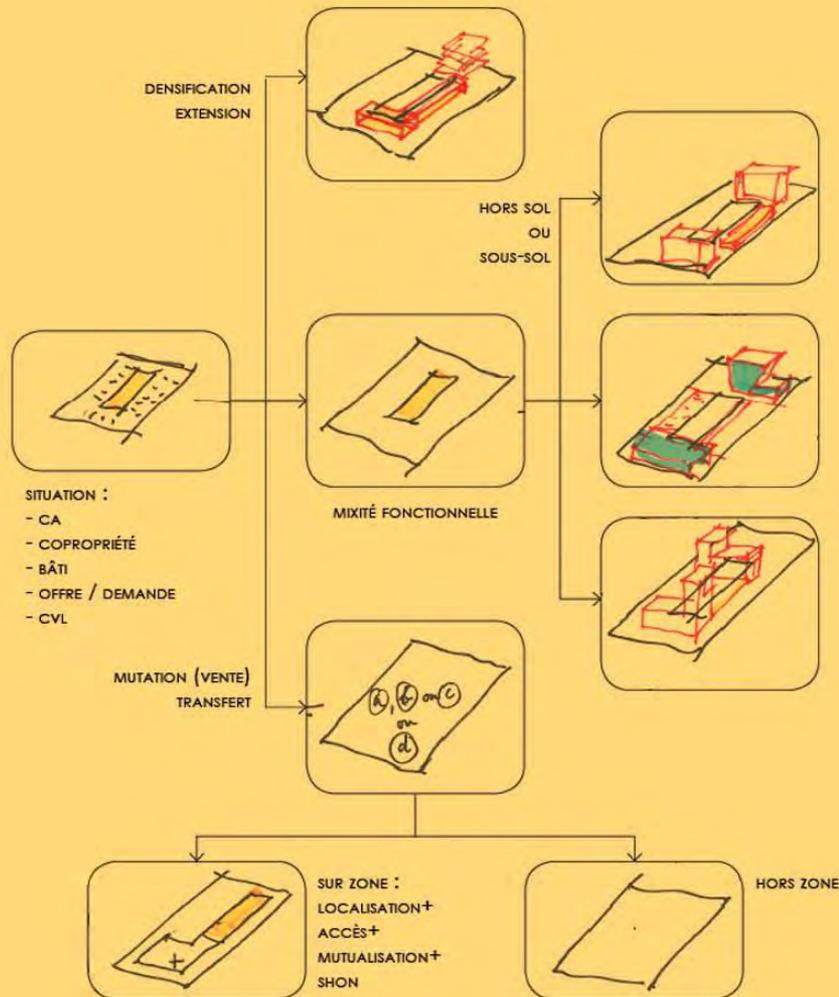
+

Propriétaires et exploitants distincts

La réunion d'au moins 4 critères facilite la négociation

# différents scénarios de créations de valeur selon les modes de mutation envisagés et l'évolution des documents d'urbanisme

(densification, mixité fonctionnelle, substitution par du logement ou du bureau...)



## 5. « *la croissance serait sans bornes* »

1. gestion de la décroissance du commerce physique
2. traitement des friches commerciales
3. accompagnement des porteurs de projets

## 6. « *l'emploi justifierait tout* »

1. nécessité d'une appréciation globale : les créations d'emploi de l'un sont souvent les pertes d'emploi de l'autre, les emplois créés à l'ouverture ne sont pas à l'abri des ajustements à terme
2. nature des emplois créés / flexibilité
3. vers une évolution des types d'emplois

# 7. « *la logistique serait la source majeure des déplacements* »

1. les déplacements des consommateurs sont très largement supérieurs
2. développement des circuits courts : à définir, à mesurer
3. redéploiement par l'e-commerce
4. marchés, AMAP, boutiques éphémères

## 8. « *le transport en commun ne serait pas adapté au caddie* »

1. vers une modification des capacités de mobilités  
(moins longtemps, plus souvent)
2. des expériences contraires, à Bordeaux, Montpellier, en région parisienne
3. des modifications des offres commerciales (horaires, livraisons, emballages...) et adaptation des espaces de parkings et de magasins
4. un bon levier de mixité fonctionnelle

# 9. « *les aires commerciales seraient les places publiques d'aujourd'hui* »

avant tout des parkings privés, de + en + enclavés

les « *retails parcs* », soit la moitié de la solution

des parkings en infra ou en silos différents de dalles superposées dissimulant les façades.

créer ou transformer par :

1. des mails et des contre allées pour les surfaces petites et moyennes
2. des aires plantées et mutualisées pour les surfaces moyennes (notamment voisinages thématiques)

# 10. « *il y aurait une fatalité certaine à la pérennité du modèle* »

en résumé,

l'urbanisme commercial vu par les opérateurs est le plus souvent :

- générique (système auto, infra, étalement urbain, grande distribution),
- grégaire (vraies-fausse innovations)
- opportuniste (guerrillas de positions)

de lourds facteurs financiers d'immobilité pèsent :

- la sauvegarde des marges de promotion et du taux de capitalisation réduisent les prises de risques et les investissements ;
- les propriétaires non institutionnels gèrent leurs actifs comme complément de retraites et constitution de patrimoine

# mais...

1. les évolutions urbaines permettent la rentabilité de surfaces de proximité
2. l'épuisement des ressources énergétiques ( vers 2 euros/litre) entraînent de nouveaux modes d'achat et d'approvisionnement
3. les évolutions démographiques (monoparentalité, personnes isolées, sans voitures, jeunes ou vieux...)
4. le développement du commerce numérique
  - drive (moins de temps, moins d'essence)
  - paiement mobile (moins de caissières)
  - mur digital (moins de pub papier)
  - borne tactile (moins d'espace)

# si existent ...

- des projets urbains et territoriaux : une visibilité pour les acteurs
- un rôle du politique efficace à l'échelle de l'agglomération
- des modifications du contexte juridique et financier

# ... quelques leviers de transformation :

- des aires de chalandise plus denses pour créer des commerces de proximité
- l'arrivée de TC justifie l'utilité publique pour agir sur l'espace public et la mixité fonctionnelle
- des gouvernances d'agglomérations permettant d'avoir une stratégie commune sur le commerce et une cohérence dans le projet urbain
- réformer la question de la valorisation des fonds de commerces
- installer des fiscalités incitatives à des (dé)localisations préférentielles

# Les territoires économiques à la croisée des chemins

## Dix idées reçues sur l'urbanisme commercial

par David Mangin, architecte-urbaniste, Grand prix de l'urbanisme 2008, mandataire des 6 sites en région

## Le commerce aujourd'hui : constats et perspectives

par Pascal Madry, directeur de l'institut pour la Ville et le Commerce, directeur de PROCOS

## Le défi de l'e-commerce et plus largement du e-urbanisme

par Nicolas Douce (Convergences-CVL) et Sophie Simonet (Sophie Simonet Consultante)

## Et demain, l'intégration du commerce dans les projets urbains

par François Leclercq, architecte



## DGALN - Atelier national territoires économiques

Le commerce aujourd'hui - Constats et perspectives

Pascal MADRY - Directeur de l'Institut pour la Ville et le Commerce

# 1950 – 2000 : l'âge d'or du discount

## ▣ Concentration de l'outil de production

### Le poids des moyennes surfaces

	% du parc	% de chiffre d'affaires
Boutiques	91 %	39 %
Moyennes surfaces	9 %	61 %

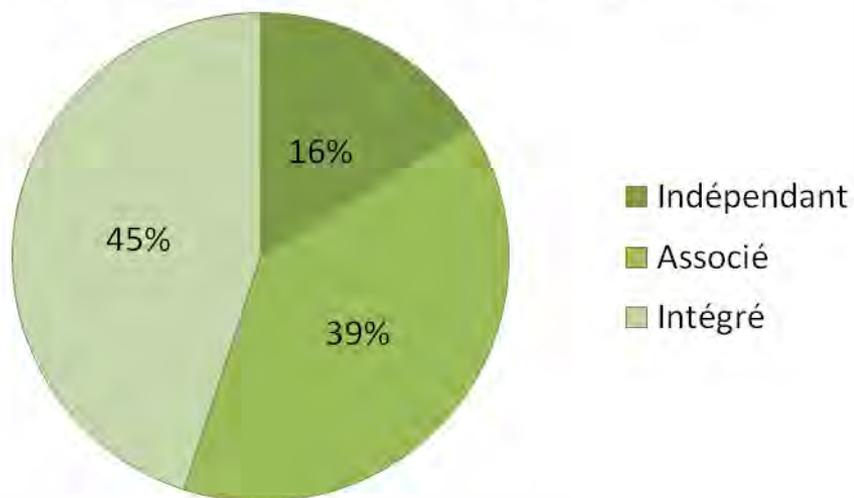
Sources : Insee - enquête points de vente 2004



# 1950 – 2000 : l'âge d'or du discount

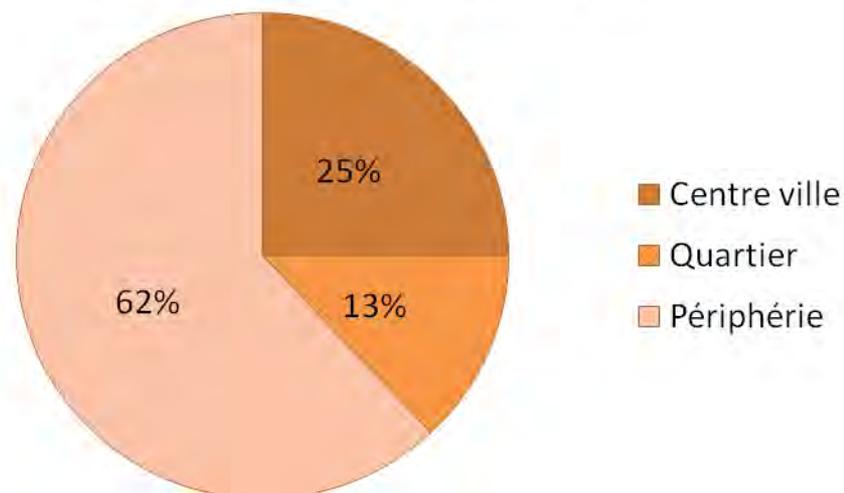
## ☐ Concentration capitaliste et spatiale

Parts de marché par formes juridiques de commerce en France



Sources : Insee – FCA - FFF

Parts de marché par lieux de vente en France



Sources : estimations Procos



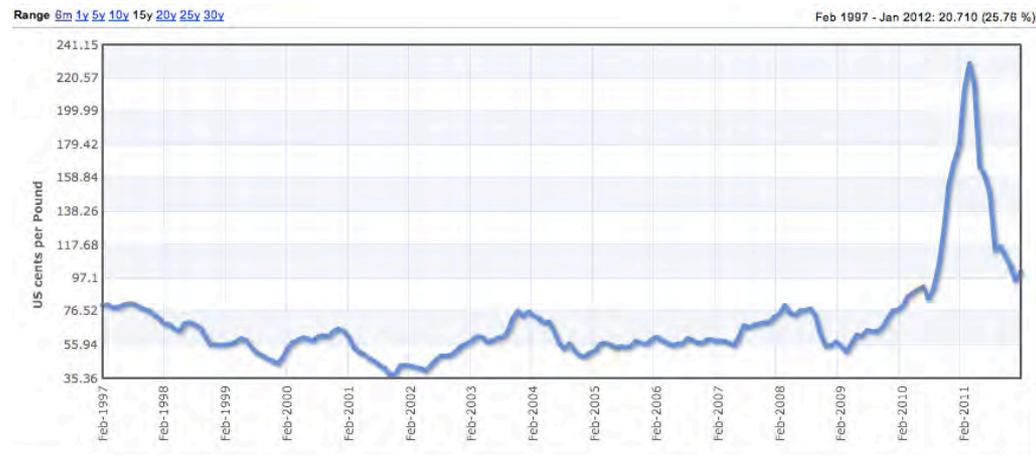
# 2000 : crise du régime d'accumulation

## ▣ Le renchérissement du coût des matières premières

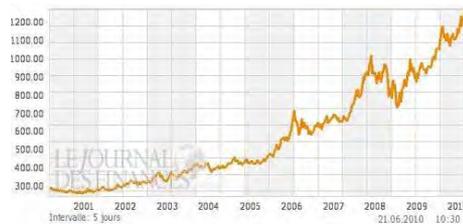
### Cacao



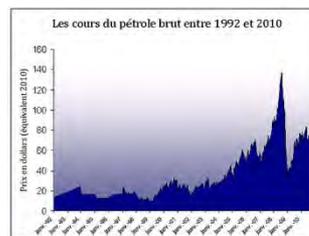
### Coton



### Or



### Pétrole



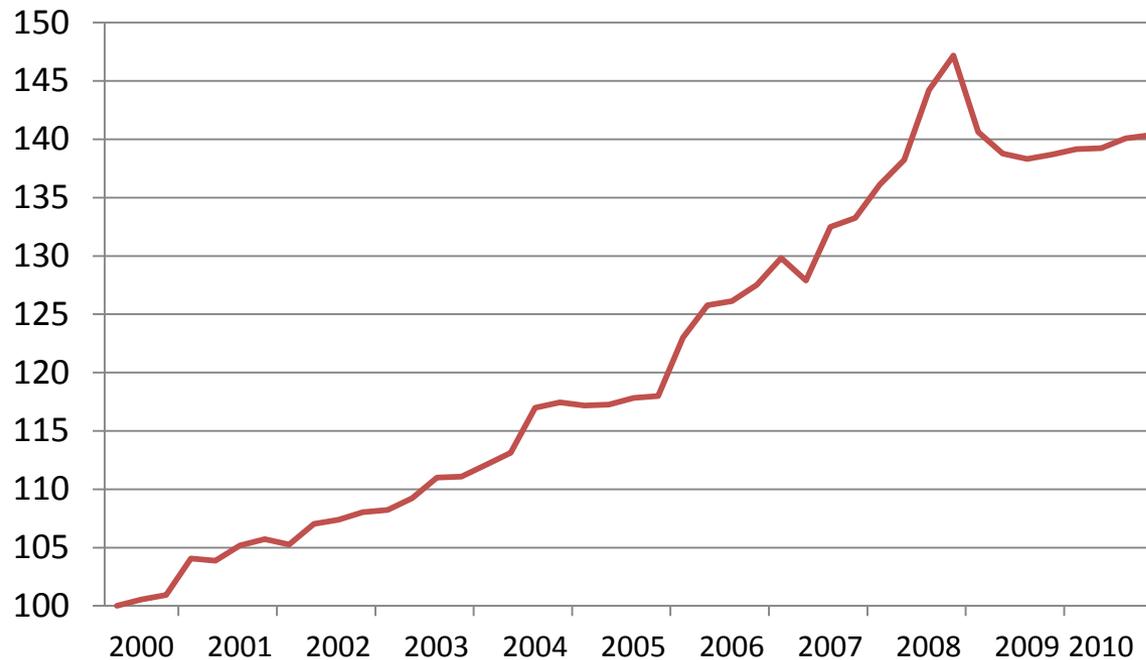
### Blé



# 2000 : crise du régime d'accumulation

## ▣ Le renchérissement des coûts d'exploitation

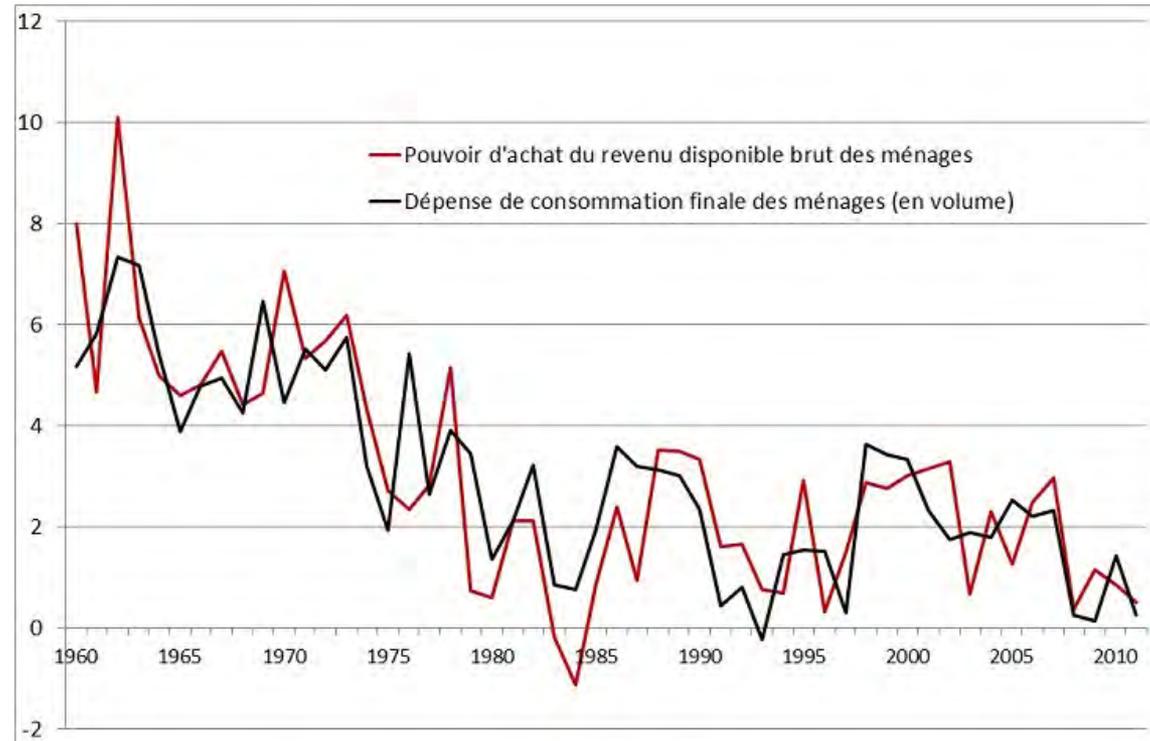
Evolution de l'indice du coût de la construction  
(base 100 en 2000)



# 2000 : crise du régime d'accumulation

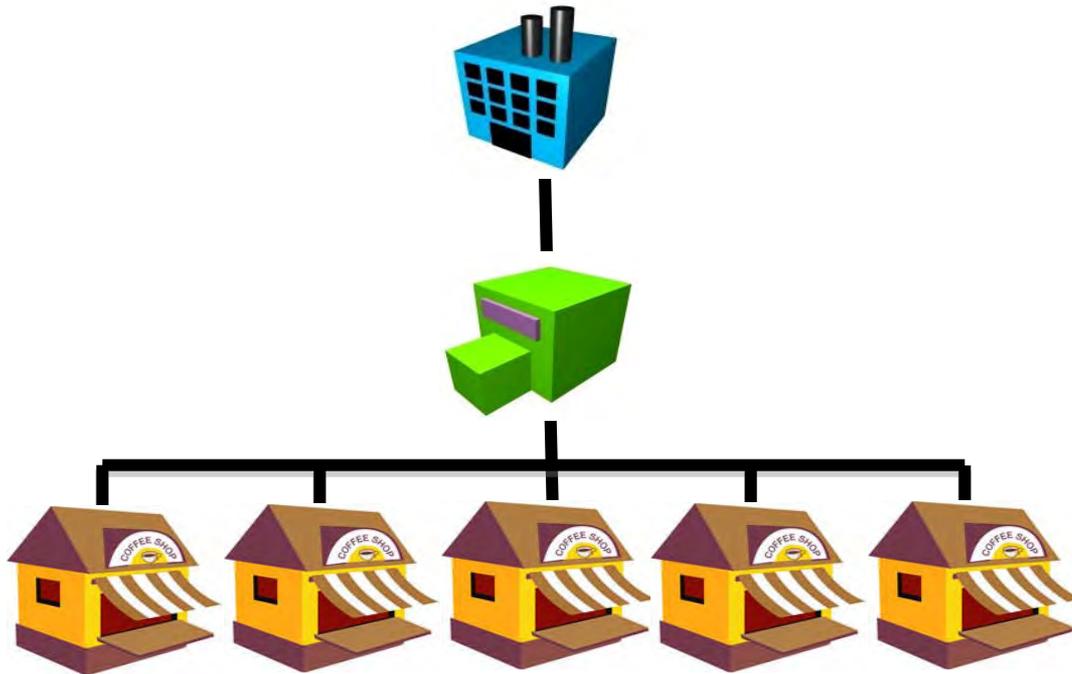
## ▣ Le ralentissement de la consommation

Evolution du pouvoir d'achat  
et de la dépense de consommation finale des ménages



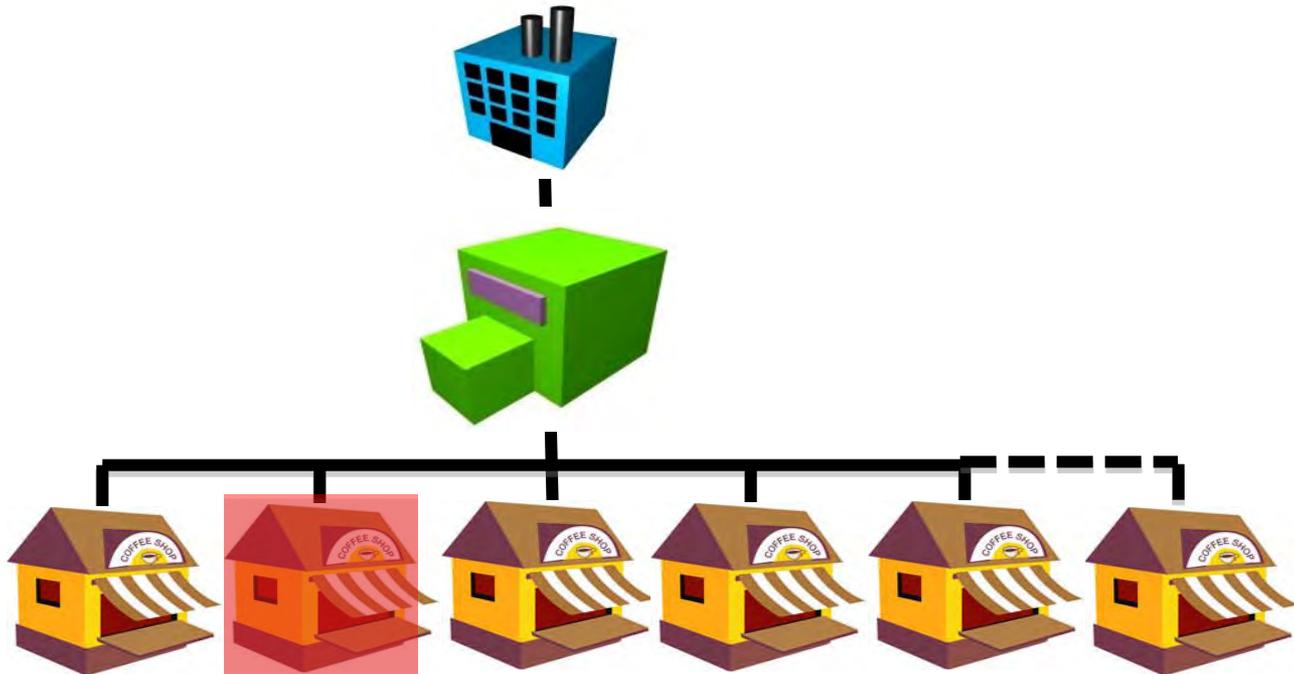
# Crise du régime d'accumulation

## ▣ Régulations



# Crise du régime d'accumulation

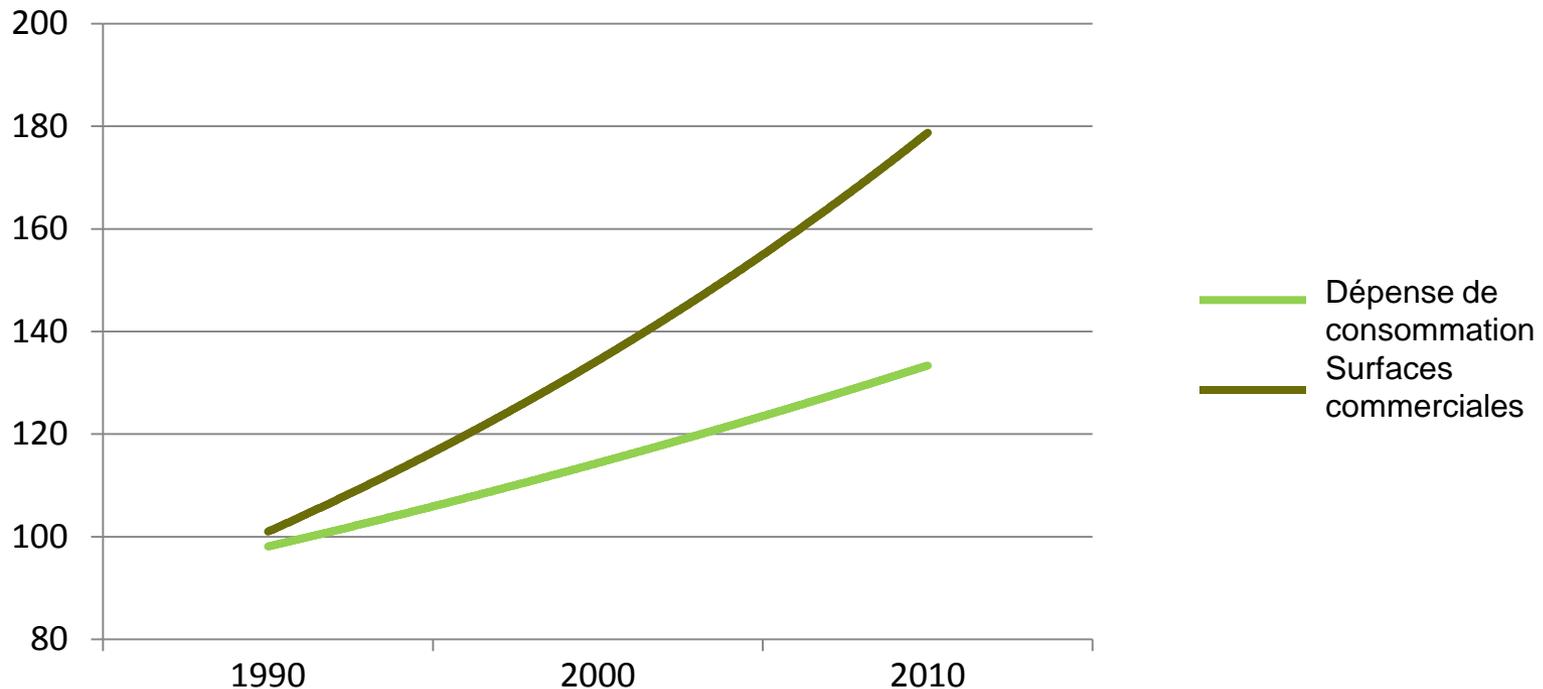
## ▣ Régulations



# Crise du régime d'accumulation

## ▣ Le discount sauvé par la bulle de l'immobilier commercial

Evolution de la dépense de consommation finale des ménages  
et du parc de surfaces commerciales en France (Base 100 en 1990)



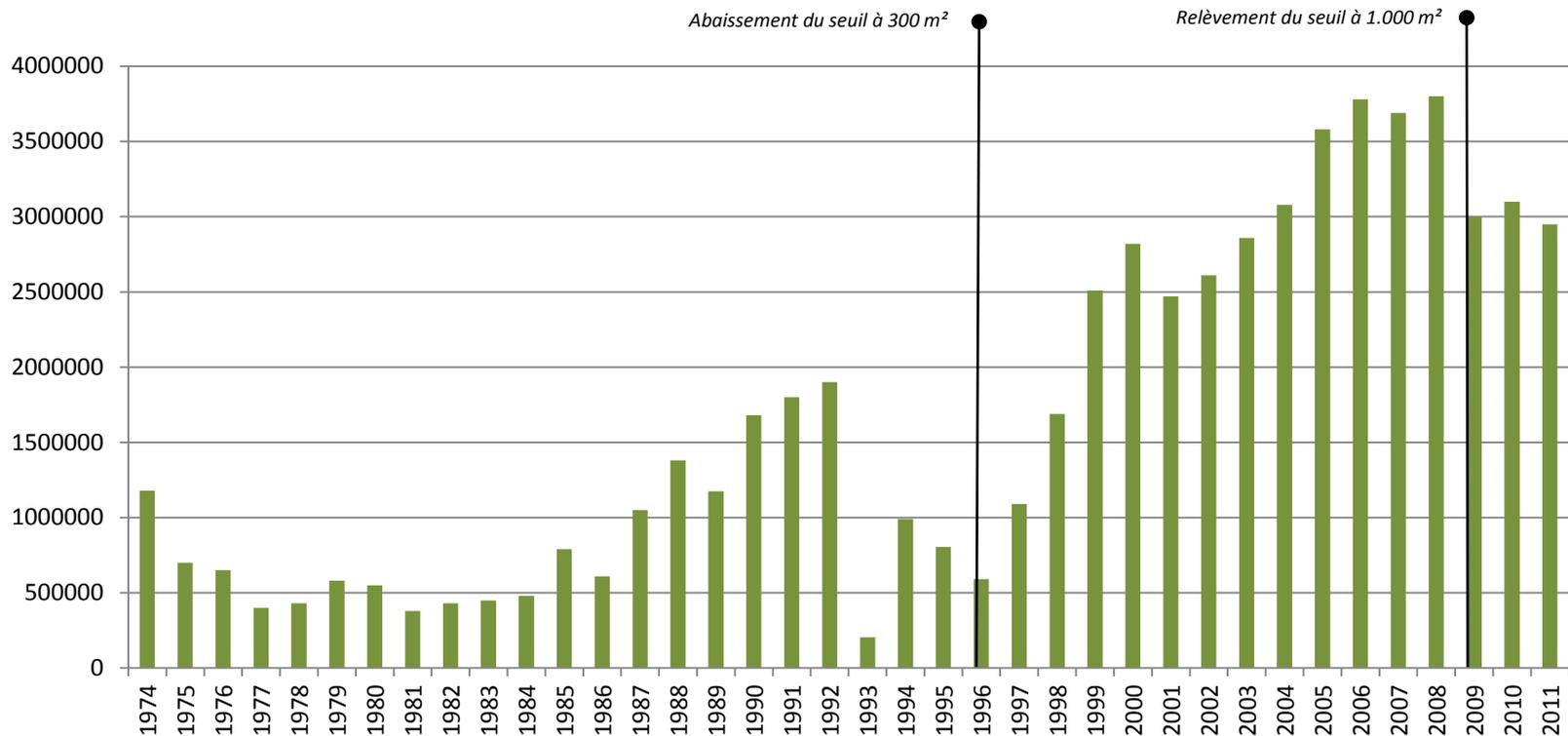
Sources : Insee – EAE et Comptes de la Nation



# Crise du régime d'accumulation

## ▣ Le discount sauvé par la bulle de l'immobilier commercial

Evolution des autorisations de surfaces commerciales depuis 1974



Sources : René-Paul Desse, DGCIS, Kyris



# Crise du régime d'accumulation

▣ Le discount emporté par la bulle de l'immobilier commercial ?

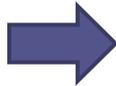


# Les nouveaux défis du commerce moderne

## ▣ La révolution informationnelle



Flux d'information



Flux monétaire



Flux de marchandises



# Les nouveaux défis du commerce moderne

## ▣ La révolution informationnelle

Flux d'information



Flux monétaire



Flux de marchandises

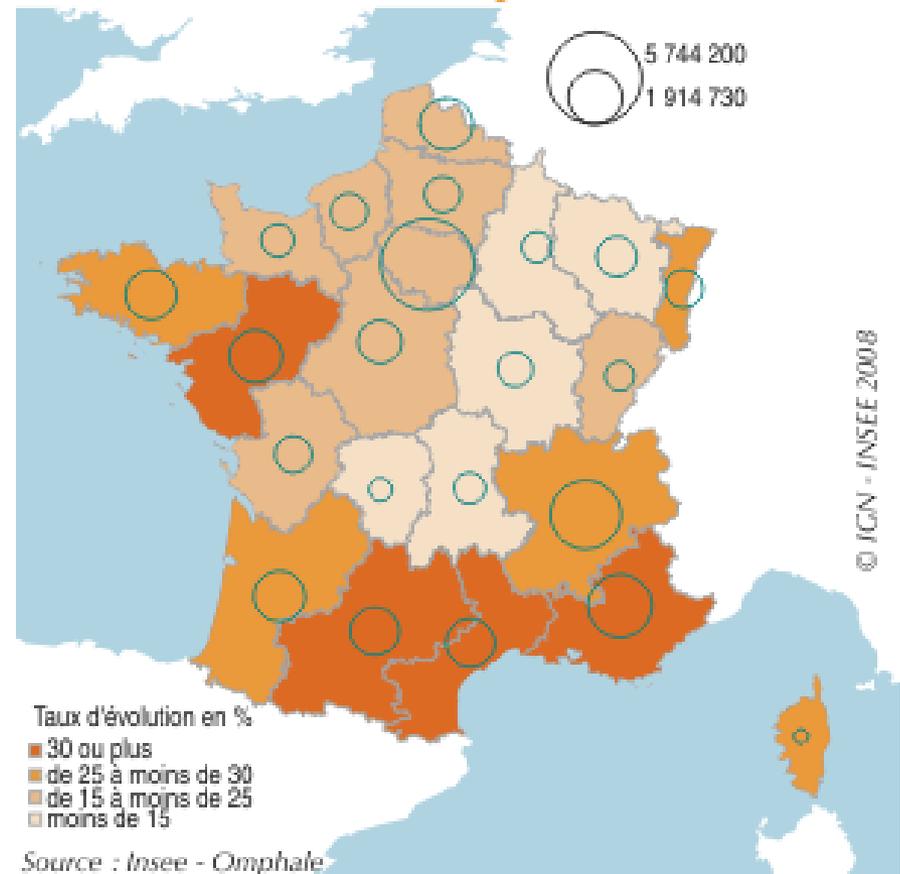


# Les nouveaux défis du commerce moderne

## ▣ L'accès à l'offre

- L'étalement urbain

Évolution du nombre de ménages entre 2005 et 2030



# Les nouveaux défis du commerce moderne

## ▣ L'accès à l'offre

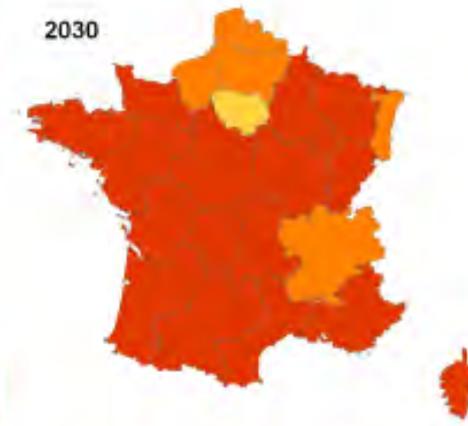
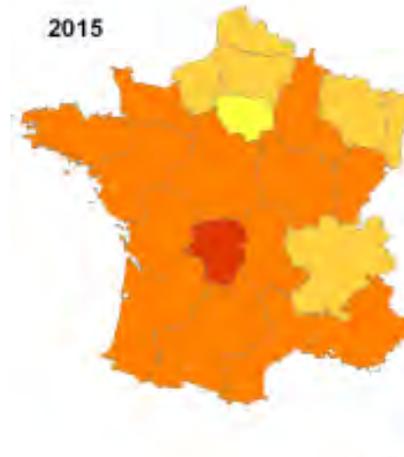
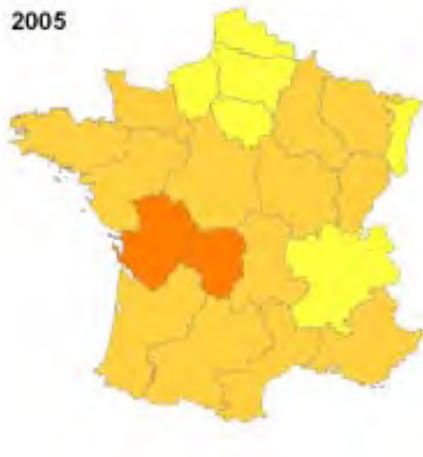
### - Le vieillissement de la population

Projections de population horizon 2030,  
INSEE Omphale, scénario central

Fécondité : maintien.

Mortalité : quotients calculés sur la zone puis évolution parallèle à la tendance ; hypothèse centrale France métropolitaine des QD.

Migrations 90-05 : calage sur la projection France métropolitaine centrale.



Fonds IGN GeoFla - source INSEE - copyleft : Sylvie Douézy - septembre 2007



# Les territoires économiques à la croisée des chemins

## Dix idées reçues sur l'urbanisme commercial

par David Mangin, architecte-urbaniste, Grand prix de l'urbanisme 2008, mandataire des 6 sites en région

## Le commerce aujourd'hui : constats et perspectives

par Pascal Madry, directeur de l'institut pour la Ville et le Commerce, directeur de PROCOS

## Le défi de l'e-commerce et plus largement du e-urbanisme

par Nicolas Douce (Convergences-CVL) et Sophie Simonet (Sophie Simonet Consultante)

## Et demain, l'intégration du commerce dans les projets urbains

par François Leclercq, architecte

## Le défi de l'e-commerce et plus largement du e-urbanisme



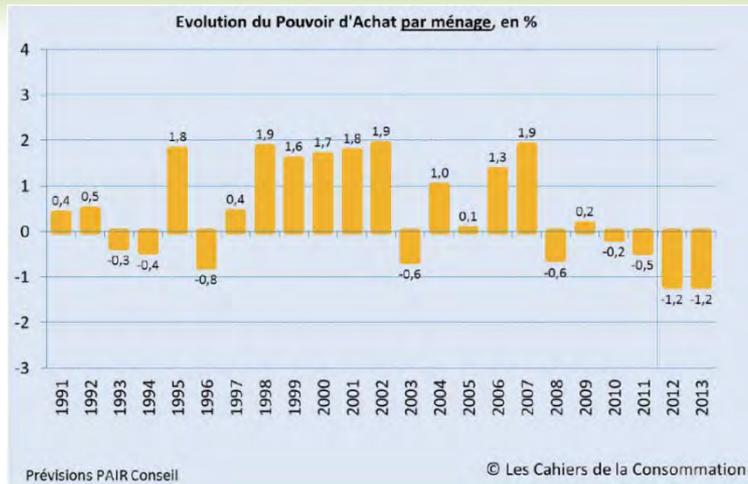
## Nécessité d'inventer de nouveaux outils

Séminaire de conclusion de l'Atelier national  
« Territoires économiques »  
22 octobre 2012

# Les défis du e-urbanisme

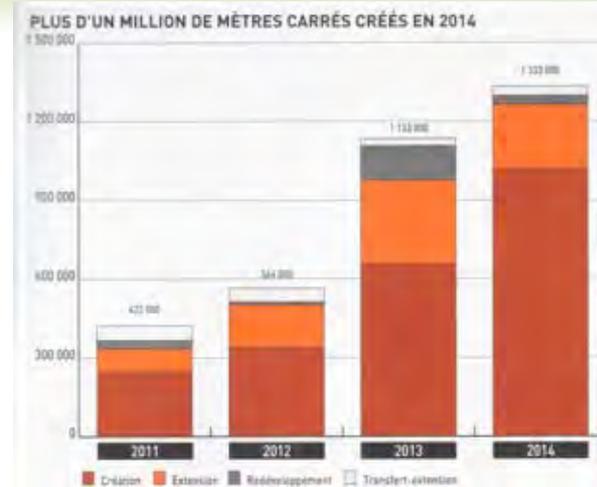
- Le marché
- Les tendances
- Le e-urbanisme

# LE MARCHE



## Un marché qui se contracte :

- La consommation des ménages en volume se réduit sur la période 2011-2014 (Crédoc)
- La fréquentation des centres commerciaux a baissé de 10% depuis 2007,
- Un chiffre d'affaires du commerce de détail est en diminution : -5,7% depuis 2007 (Banque de France)



## Une offre commerciale qui ne cesse d'augmenter :

Qu'elle soit réglementée...

La France est en tête des ouvertures de centres commerciaux en Europe de l'Ouest avec plus d'un million de m<sup>2</sup> en projet en 2014 alors que 2011 a compté 400 000 m<sup>2</sup> d'ouverture.

... ou non

- 150 Drives, prévision de 4 millions de m<sup>2</sup> d'ici 2 ans
- multiplication des projets de moins de 1 000 m<sup>2</sup> depuis la LME
- Internet : 20 000 sites créés chaque année

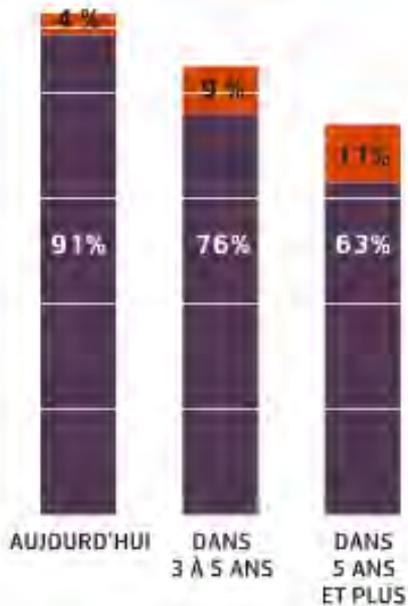
Une quantité de projets commerciaux disproportionnée au regard d'un marché qui se contracte

# LE MARCHE

## LA PART DU E-COMMERCE

CANAUX DE DISTRIBUTION,  
EN % DU TOTAL DES VENTES

■ E-COMMERCE  
■ COMMERCE TRADITIONNEL



TOTAL INFÉRIEUR À 100 : LES AUTRES  
TYPE DE CIRCUITS (MOBILES, VENTE PAR  
CORRESPONDANCE...) NE SONT PAS  
REPRÉSENTÉS

LES ÉCHOS // SOURCE : DELOITTE

- ◆ 31 millions de cyberacheteurs en France au 2ème trimestre 2012 en progression de 22% au dernier trimestre
- ◆ 77% des français achètent à distance et l'achat sur Internet touche désormais toutes les couches de la population.
- ◆ Un nouveau site marchand se crée toutes les 30 minutes, soit environ 110 000 sites aujourd'hui
- ◆ 12,6 millions de visiteurs uniques fréquentent Amazon chaque mois, là où un centre commercial comme les Halles accueille chaque année 40 millions de visiteurs
- ◆ Le « m-commerce » décolle ! Son chiffre d'affaire a été multiplié par 4
- ◆ Décollement du commerce « Omnicanal » (en ligne, sur mobile, en magasin)

➔ Un commerce non réglementé en pleine explosion qui impacte « le commerce en dur »

# Les défis du e-urbanisme

-  Le marché
-  Les tendances
-  Le e-urbanisme

# LES TENDANCES

## Les critères de développement du commerce hier:

- ◆ Le choix : « tout sous le même toit »
- ◆ Le prix : grâce à la grande distribution.
- ◆ L'accessibilité : Moins de 20 mn.

## Les critères de développement du commerce aujourd'hui

- ✓ Le choix : AQUIS : « tout sous les yeux »
- ✓ Le prix : AQUIS grâce aux comparateurs de prix.
- ◆ L'accessibilité : Encore plus prêt LA PROXIMITE
- ◆ La praticité : Plus de SERVICE, des horaires d'ouverture ELARGIS...
- ◆ La mutabilité : s'adapter et suivre le consommateur VOLATILE
- ◆ La relation client : conseiller plus que vendre, FACILITER



Des modèles de développement du commerce en rupture avec le modèle historique

# LES TENDANCES

	Internet	Drive	Commerce de proximité	Commerce de gare	Centre commercial classique	Zone commerciale périphérique
PROXIMITE	+++	+++	+++	+++	++	+
PRATICITE	+++	+++	+++	+++	+	+
MUTABILITE	+++	+++	++	++	+	+
RELATION CLIENT	+++	++	+++	+++	++	+
Total	12	11	11	11	6	4



Quatre formats qui ont déjà pris en compte ces nouvelles attentes

# LES TENDANCES

	AMAZON	PICARD	LE BON COIN	APPLE STORE	LA HALLE
Classement 2012 des enseignes en France <i>Source : OC&amp;C</i>	1er	2e	3 <sup>e</sup> ex aequo avec L'Occitane et Yves Rocher	6 <sup>e</sup> ex aequo avec Ikéa, Sephora, la Fnac, Venteprivée.com, Natures & Découverte	68e
PROXIMITE	+++	+++	+++	+++	++
PRATICITE	+++	++	+++	++	+
MUTABILITE	+++	++	+++	++	+
RELATION CLIENT	+++	++	+++	+++	++

Etude OC&C menée sur 8 pays, 11 secteurs, 580 enseignes dont 84 Françaises, 25 000 personnes dont 5 000 en France



Des enseignes plus armées pour intégrer ces nouvelles attentes

# Les défis du e-urbanisme

- Le marché
- Les tendances
- Le e-urbanisme

## Le drive : La praticité



- ✓ Non réglementé : pas de CDAC, classement entrepôt au PLU\*
- ✓ Intégration urbaine : pas de prescription
- ✓ Stationnement : de très courte durée
- ✓ Transport en commun : sans objet
- ✓ Enseignes concernées : en croissance (Hyper, Ikéa, Jouet Club...)

*L'article 3 de la loi n° 72-657 du 13 juillet 1972 – définition du mot commerce : prendre en compte la notion d'espace "virtuel" affecté à la clientèle*

➔ Soumettre les drives et commerce de 300 et 1000 m<sup>2</sup> à la réglementation commerciale lorsqu'ils sont en dehors des zones urbaines denses ?

## Le Commerce en gare: La proximité

LE GRAND  
PARIS



- ✓ Des fréquentation inégalées : 460 000 visiteurs/jour pour Saint Lazare quand les centres commerciaux flirtent avec 100 000 visiteurs/jour
- ✓ Des chiffres d'affaires : trois à quatre fois supérieur à la rue
- ✓ Intégration urbaine : parfaite
- ✓ Stationnement : sans objet
- ✓ Transport en commun : de faite
- ✓ Enseignes concernées : en croissance (Monoprix Hachette,...)

Programmer du commerce dans les gares et les zones d'échanges présentant des flux significatifs ?

# Le Commerce Ephémère: La mutabilité



- ✓ Boxpark à Londres : 60 baux de de courte durée avec des enseignes majeurs Superdry, Diesel, ...
- ✓ Enseignes : toutes gammes confondues Guerlain, Nike et mortar venu du click : Microsoft (30 pour la fin de l'année), adopteumec.com...
- ✓ Matériaux : le plus souvent conteneurs maritimes recyclés
- ✓ Localisation : boutiques vides (ex : Guerlain) ou place urbaine

Faciliter leur développement en dérèglementant en milieu urbain pour créer un événement et préfigurer un projet urbain ?

# Les kiosques

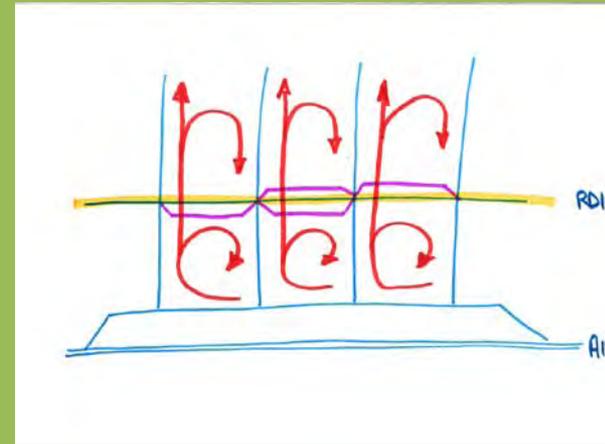
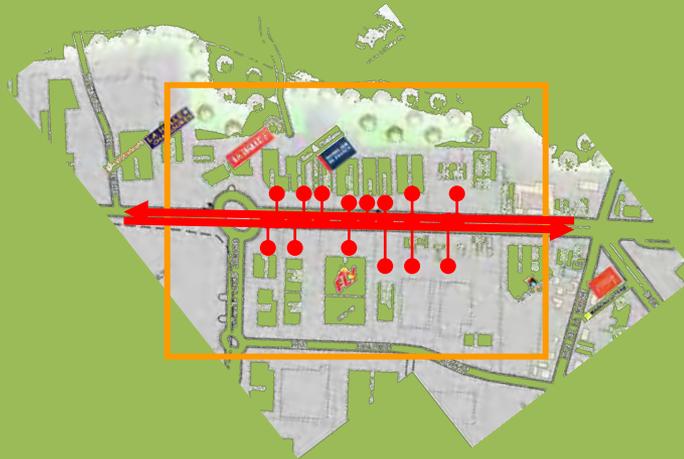
Mutabilité



- ✓ Localisation : Dans les gares, sur les places publiques
- ✓ Atout : vecteur d'animation
- ✓ Matériaux : occasion de créer des objets artistiques
- ✓ Enseignes : toutes les enseignes nationales ont maintenant développé un concept de kiosque

Faciliter leur développement ?

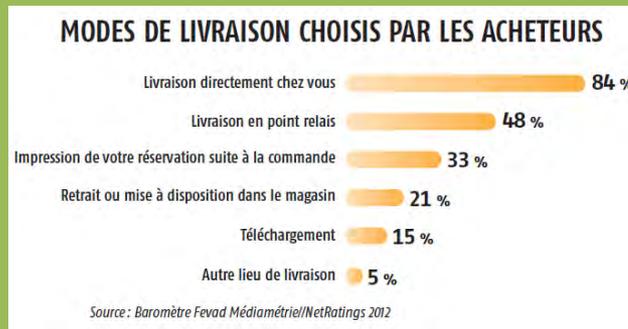
## Les parkings: La praticité



- ✓ Mutualiser les places : pour un meilleur rendement
- ✓ Circulation : créer des circulations intérieures entre les poches pour limiter les gênes du trafic
- ✓ Nombre de places nécessaires : à réduire quand les TC sont ajoutés
- ✓ Aménagement urbain : redonner une vraie place aux piétons

➔ Préempter les parkings pour les foisonner, les aménager et les remettre en location aux enseignes concernées ?

## Les livraisons: La praticité



- ✓ Livraison aux particuliers : en augmentation du fait d'internet
- ✓ Livraison des magasins : 20% de la circulation urbaine, en augmentation avec le phénomène des drive
- ✓ Initiatives pour réduire les quantités : plateforme de stockage intermédiaire
- ✓ Initiatives pour réduire le bruit et la pollution : Camion roulant au GNV, transfert des marchandise du camion au magasin sans rupture de charge

➔ Favoriser la création de points relais permettant le regroupement des livraisons et le stationnement courte durée ?

## Le défi de l'e-commerce et plus largement du e-urbanisme



### Nécessité d'inventer de nouveaux outils

Séminaire de conclusion de l'Atelier national  
« Territoires économiques »  
22 octobre 2012

# Les territoires économiques à la croisée des chemins

## Dix idées reçues sur l'urbanisme commercial

par David Mangin, architecte-urbaniste, Grand prix de l'urbanisme 2008, mandataire des 6 sites en région

## Le commerce aujourd'hui : constats et perspectives

par Pascal Madry, directeur de l'institut pour la Ville et le Commerce, directeur de PROCOS

## Le défi de l'e-commerce et plus largement du e-urbanisme

par Nicolas Douce (Convergences-CVL) et Sophie Simonet (Sophie Simonet Consultante)

## Et demain, l'intégration du commerce dans les projets urbains

par François Leclercq, architecte-urbaniste, mandataire des 2 sites d'Ile-de-France

Et demain l'intégration du commerce dans  
les projets urbains

# Le spectre des DEAD MALLS

*vestiges de modes de consommation révolu*



Dead malls à Kansas City, Laredo (Texas) et Dallas

# Euromed II



# Conforter les puces

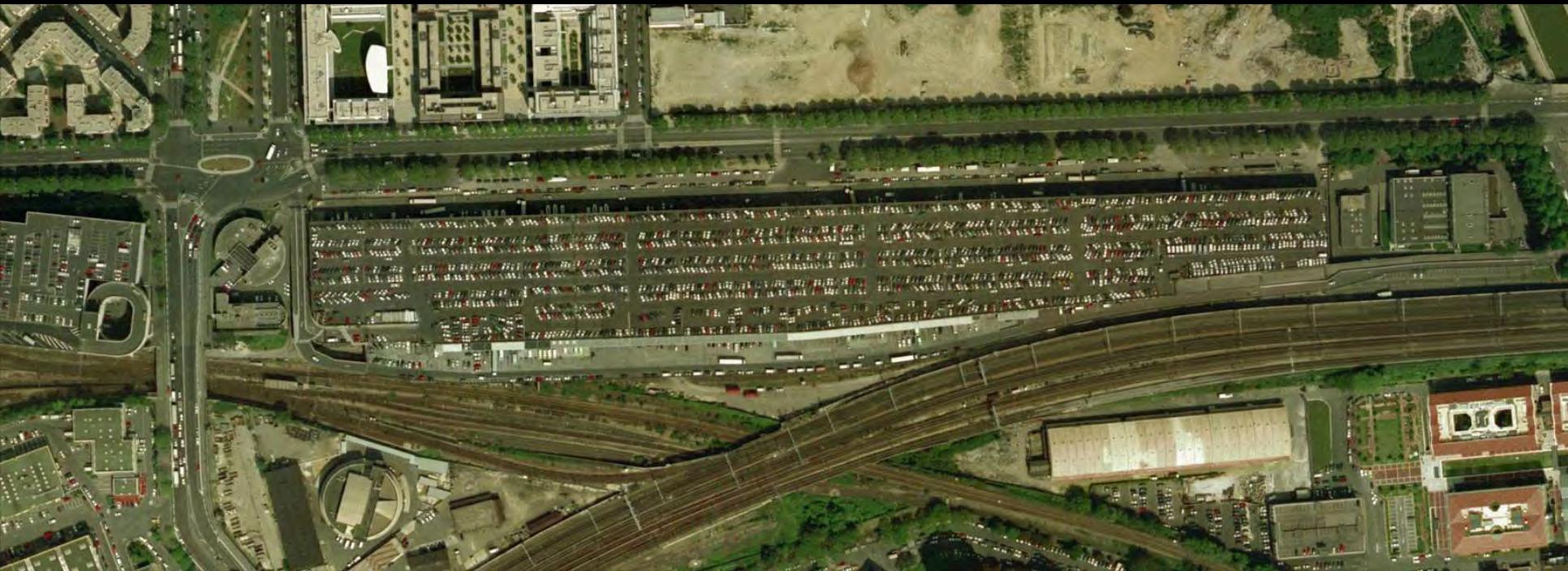




# Paris Nord-Est



# De l'entrepôt Calberson au « Big Mac »



# Activer les rez-de-chaussée



# Les stratégies de territoire : *les élus locaux au cœur du dispositif*

**Synthèse transversale des stratégies et des actions engagées** sur les huit sites en région et d'Île-de-France par les mandataires des 2 équipes-projet.

**Retour des élus des 8 sites, des acteurs économiques impliqués et des équipes-projet.**

CAHORS



CHALONS-EN-CHAMPAGNE



LONS-LE-SAUNIER



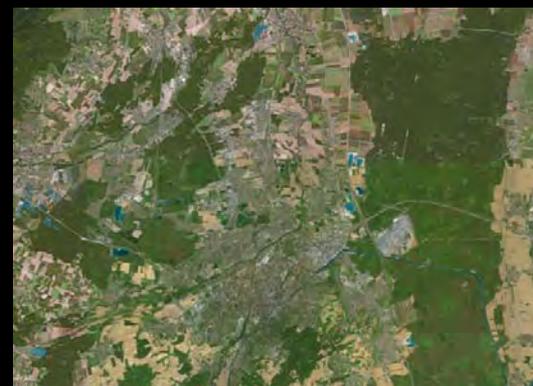
LORIENT



METZ



MULHOUSE



atelier national « territoires économiques »

6 sites en région

**SEURA ( F.Bougnoux, JM.Fritz, D.Mangin) - architectes**

David Mangin - grand prix de l'urbanisme 2008

Philippe Renoir – chef de projets

**Alphaville**

François Monjal - directeur

Bruno Reboul - chargée d'études

**Convergences CVL – urbanisme commercial**

Jérôme Legrelle- président

Nicolas Douces – directeur des études

Maxime Iragnes – directeur des études urbaines et AMO

**ETC déplacements**

Philippe Massé

**gestion des risques et environnement**

Bruno Barroca, architecte – géographe

Damien Serre, géographe

**Châlon-en-Champagne – ZAC de Fagnières**

**Metz - Actisud**

**Lorient - pôle commercial nord**

**Lons-le-Saunier – bassin lédonien**

**Cahors –entrée sud**

**Agglomération Mulhousienne – route de Soultz**

**Seura architectes**

D.Mangin + Ph. Renoir

N. Marquaille et T. Hervé

**Agence Territoires paysagistes**

Etienne Voiriot + Pascal Convercey

**Eva Samuel et associés**

E.Samuel + Sophie Pesquet + Pierric Amela

**Claire Alliod paysagiste**

C.Alliod + Adrien Biewers

**Anyoji Beltrando architectes**

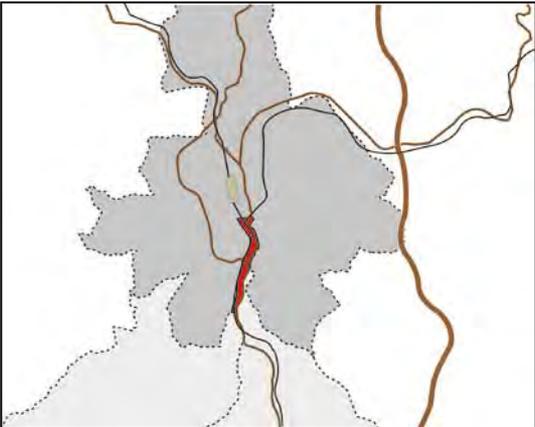
Yannick Beltrando + Arié Natan

**TN plus**

Bruno Tanant

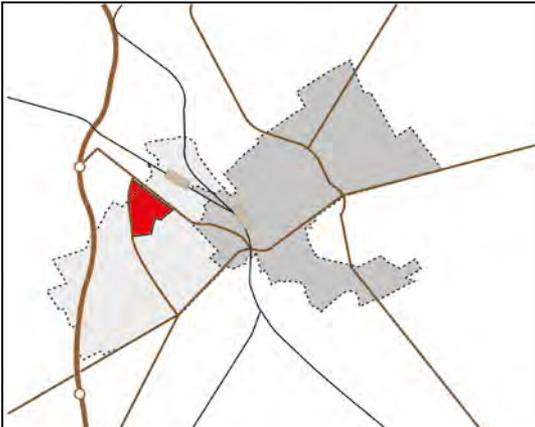
# gouvernance

CAHORS



2 communes

CHALONS-EN-CHAMPAGNE



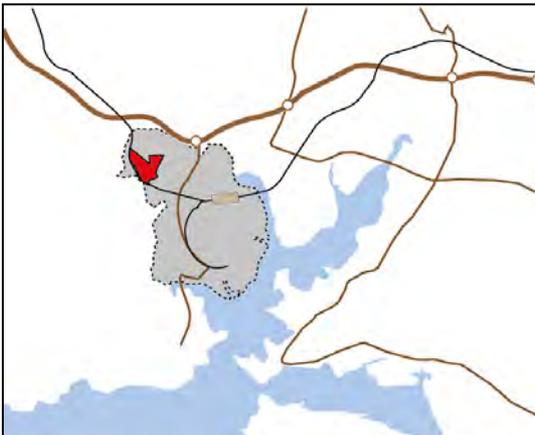
1 commune

LONS-LE-SAUNIER



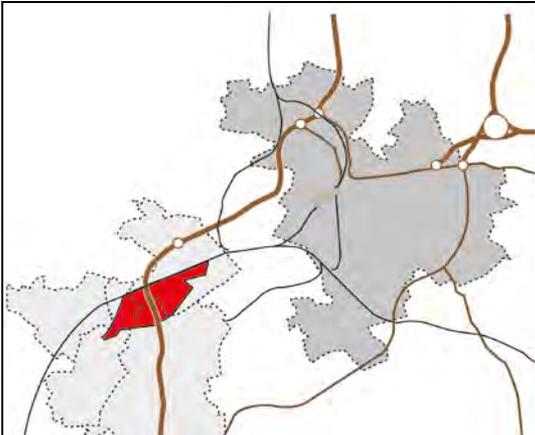
6 communes

LORIENT



1 commune

METZ



3 communes / 2 EPCI

MULHOUSE



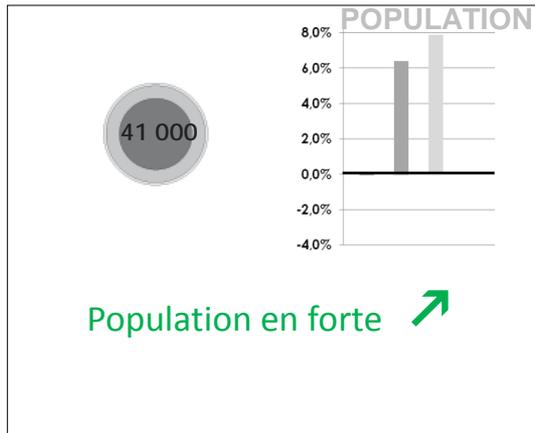
2 communes

 Commune Ville-Centre     Commune du site     Site d'étude

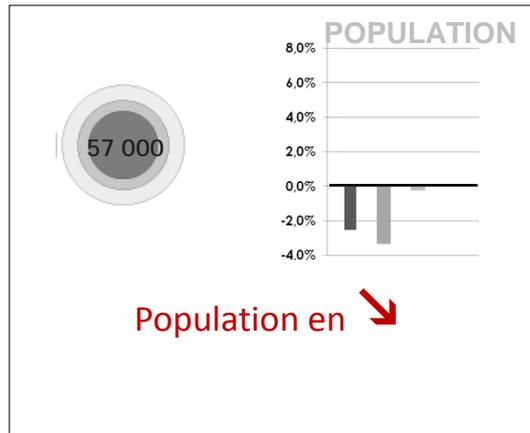
# situations démographiques et économiques

(croissance / décroissance entre 1999 et 2008, INSEE)

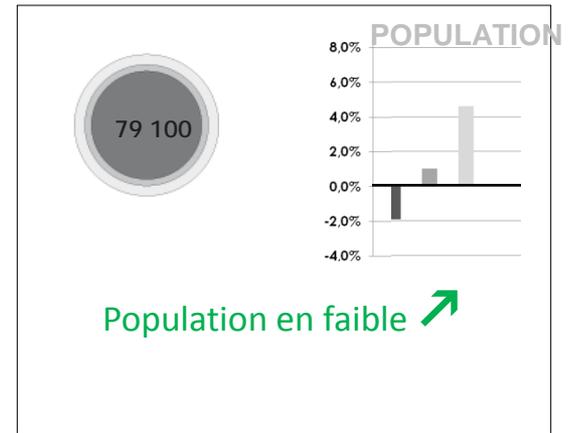
## CAHORS



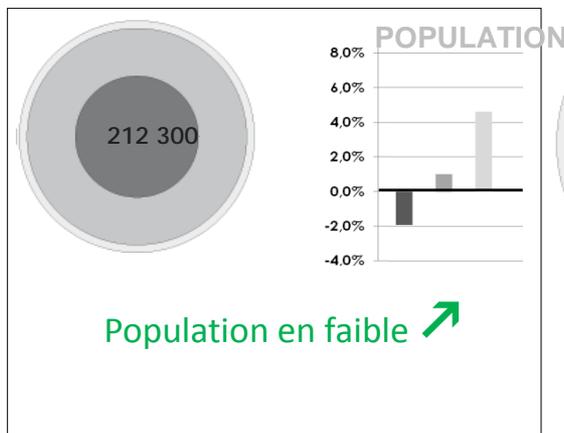
## CHALONS-EN-CHAMPAGNE



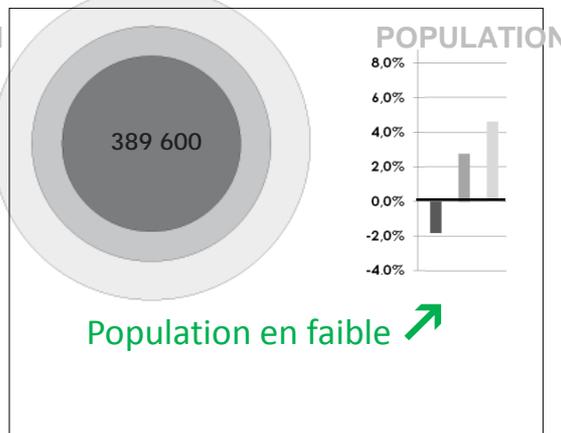
## LONS-LE-SAUNIER



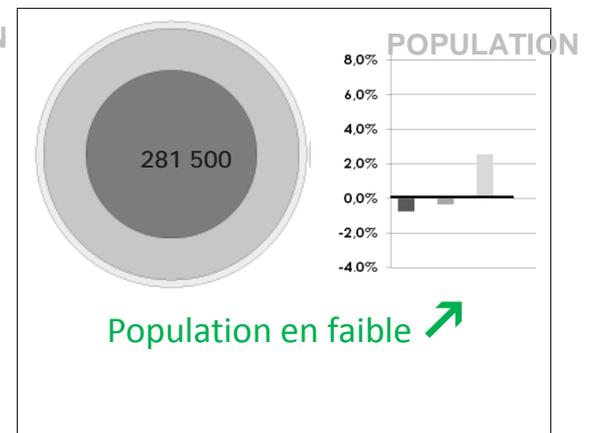
## LORIENT



## METZ



## MULHOUSE

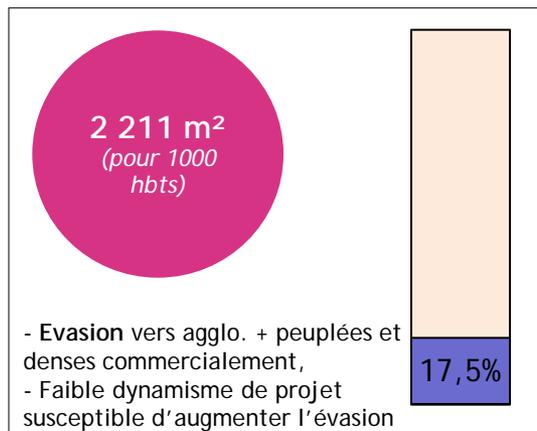


■ Commune Ville-Centre   ■ Agglomération   ■ Aire urbaine

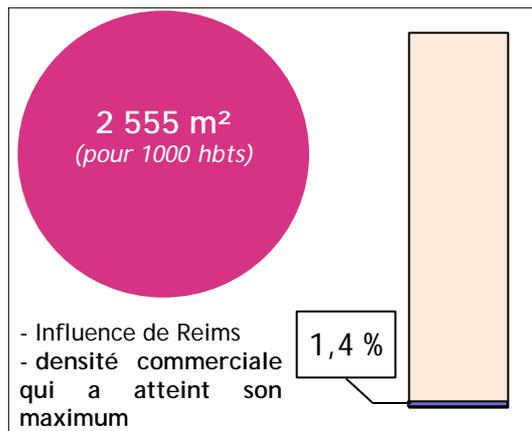
# densités commerciales et renouvellement

(autorisations 2008-2011 sur surface de vente à terme)

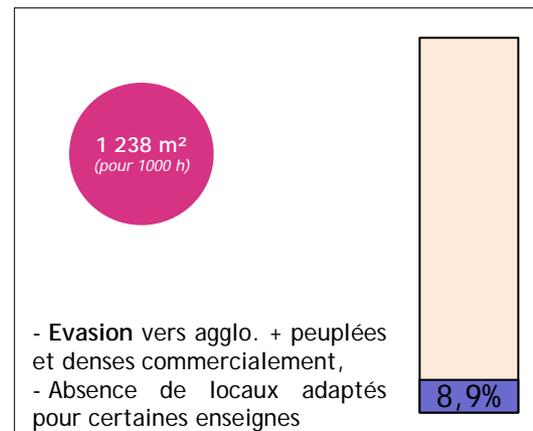
## CAHORS



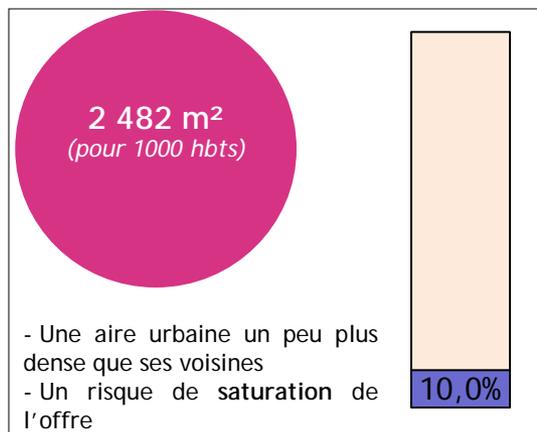
## CHALONS-EN-CHAMPAGNE



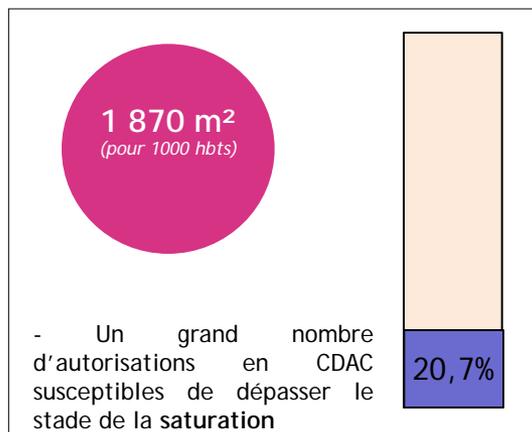
## LONS-LE-SAUNIER



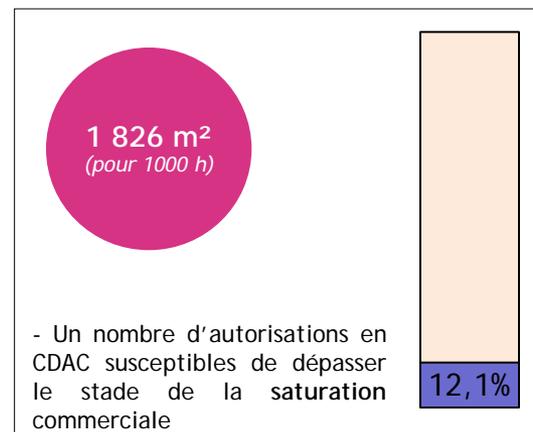
## LORIENT



## METZ



## MULHOUSE



# urbanisme de produits

produits [auto]routiers  
franchisés

versus

# urbanisme de projets

géographie,  
mise en situation  
urbaine des produits,  
mutualisation,  
optimisation...

## urbanisme de produits

urbanisme commercial  
CDAC

no parking no business (visible)

tout automobile

entrées de villes

zones

monofonctionnelle

publicité "signalétique"

air conditionné

micelllement, imperméabilisation

logistique ...

## urbanisme de projets

projet urbain  
PC

parking invisible

+ de TC

entrées de la ville

quartiers

mixité fonctionnelle

géographie, architecture qui oriente

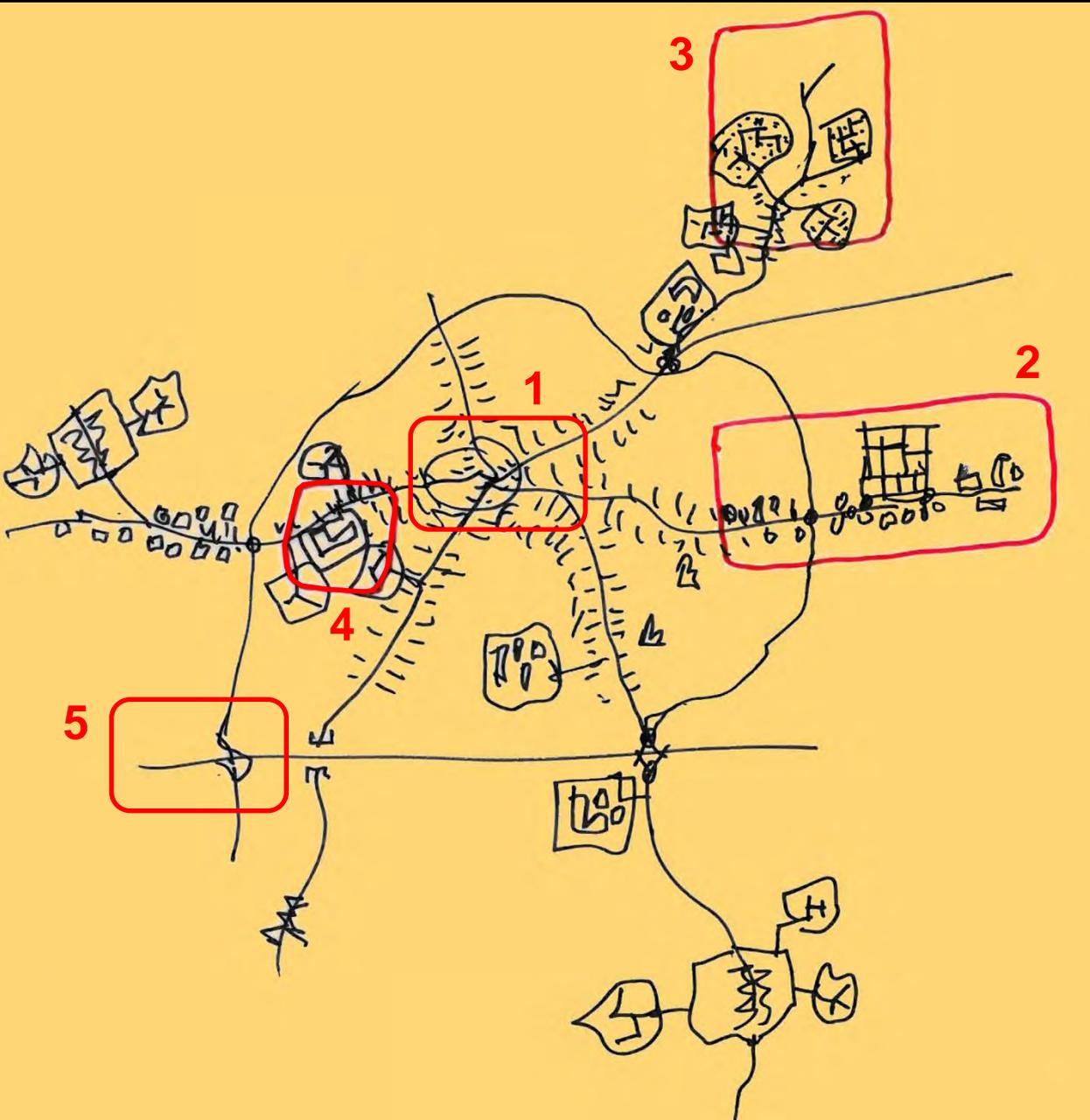
lumière naturelle

usage de la géographie

mutualisation ...

dm  
2011

# l'urbanisme commercial des concurrences et des complémentarités à l'échelle d'agglomération



1. les centres-villes et les faubourgs, les commerces de rues
2. les « centres routes commerciaux » (nationales, les entrées de villes)
  - Cahors
  - Kingsheim / Wittenheim
  - Metz
3. ... avec ou sans zone d'activités
4. les « hypers » gagnés par l'urbanisation
  - Châlons-en-Champagne
  - Lorient
  - Lons-le-Saunier
5. les « nouveaux » pôles commerciaux...

# 1 site *face au risque naturel*

## CAHORS



*Comment faire évoluer une zone commerciale bloquée par un PPRI avant que le développement de la zone concurrente ne la vide et ne crée des friches ?*

## CHALONS-EN-CHAMPAGNE



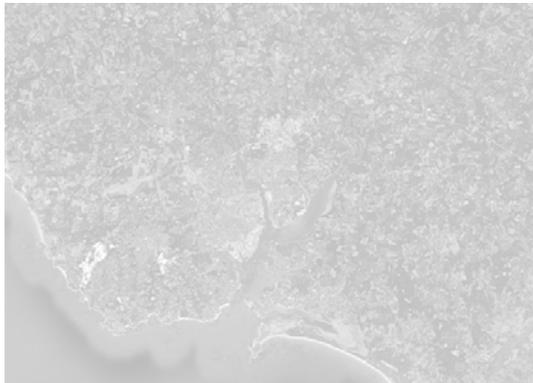
*Comment accentuer un positionnement de grande proximité et préparer l'intégration d'une zone commerciale dans le développement urbain ?*

## LONS-LE-SAUNIER



*Comment optimiser les liens entre le centre-ville et les commerces périurbains ?*

## LORIENT



*Comment utiliser une amélioration de l'accessibilité voiture et TC pour impulser une mutation et une restructuration du commerce ?*

## METZ



*Comment utiliser le dynamisme d'une zone et les projets existants pour impulser la mutation et la modernisation des commerces ?*

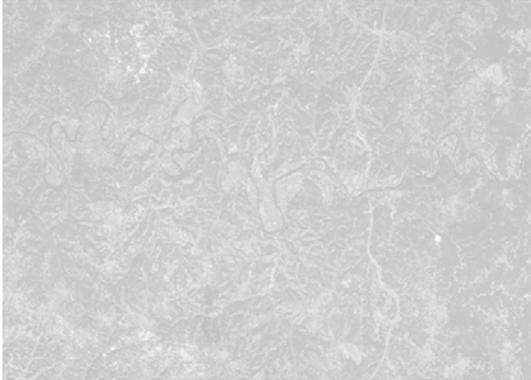
## WITTENHEIM / KINGERSHEIM



*Comment utiliser les projets commerciaux ou non pour accentuer la vacance et reconquérir les friches ?*

# 3 sites de proximité

## CAHORS



*Comment faire évoluer une zone commerciale bloquée par un PPRI avant que le développement de la zone concurrente ne la vide et ne crée des friches ?*

## CHALONS-EN-CHAMPAGNE



*Comment accentuer un positionnement de grande proximité et préparer l'intégration d'une zone commerciale dans le développement urbain ?*

## LONS-LE-SAUNIER



*Comment optimiser les liens entre le centre-ville et les commerces périurbains ?*

## LORIENT



*Comment utiliser une amélioration de l'accessibilité voiture et TC pour impulser une mutation et une restructuration du commerce ?*

## METZ



*Comment utiliser le dynamisme d'une zone et les projets existants pour impulser la mutation et la modernisation des commerces ?*

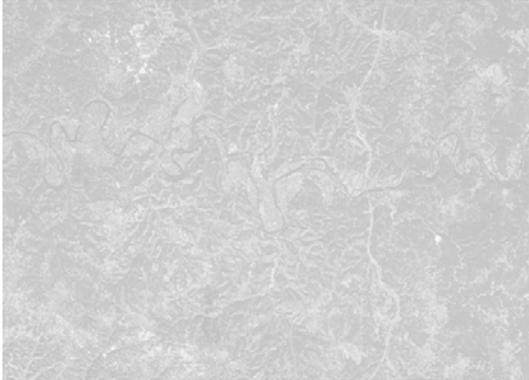
## WITTENHEIM / KINGERSHEIM



*Comment utiliser les projets commerciaux ou non pour accentuer la vacance et reconquérir les friches ?*

## 2 sites de très grande taille

### CAHORS



*Comment faire évoluer une zone commerciale bloquée par un PPRI avant que le développement de la zone concurrente ne la vide et ne crée des friches ?*

### CHALONS-EN-CHAMPAGNE



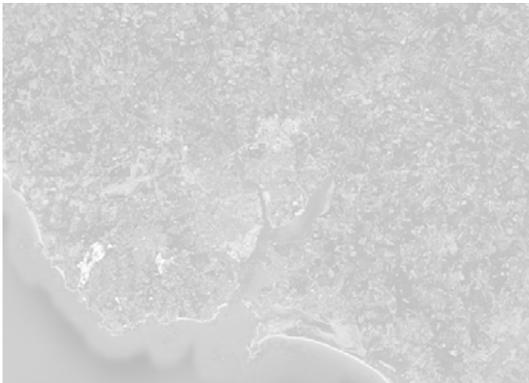
*Comment accentuer un positionnement de grande proximité et préparer l'intégration d'une zone commerciale dans le développement urbain ?*

### LONS-LE-SAUNIER



*Comment optimiser les liens entre le centre-ville et les commerces périurbains ?*

### LORIENT



*Comment utiliser une amélioration de l'accessibilité voiture et TC pour impulser une mutation et une restructuration du commerce ?*

### METZ

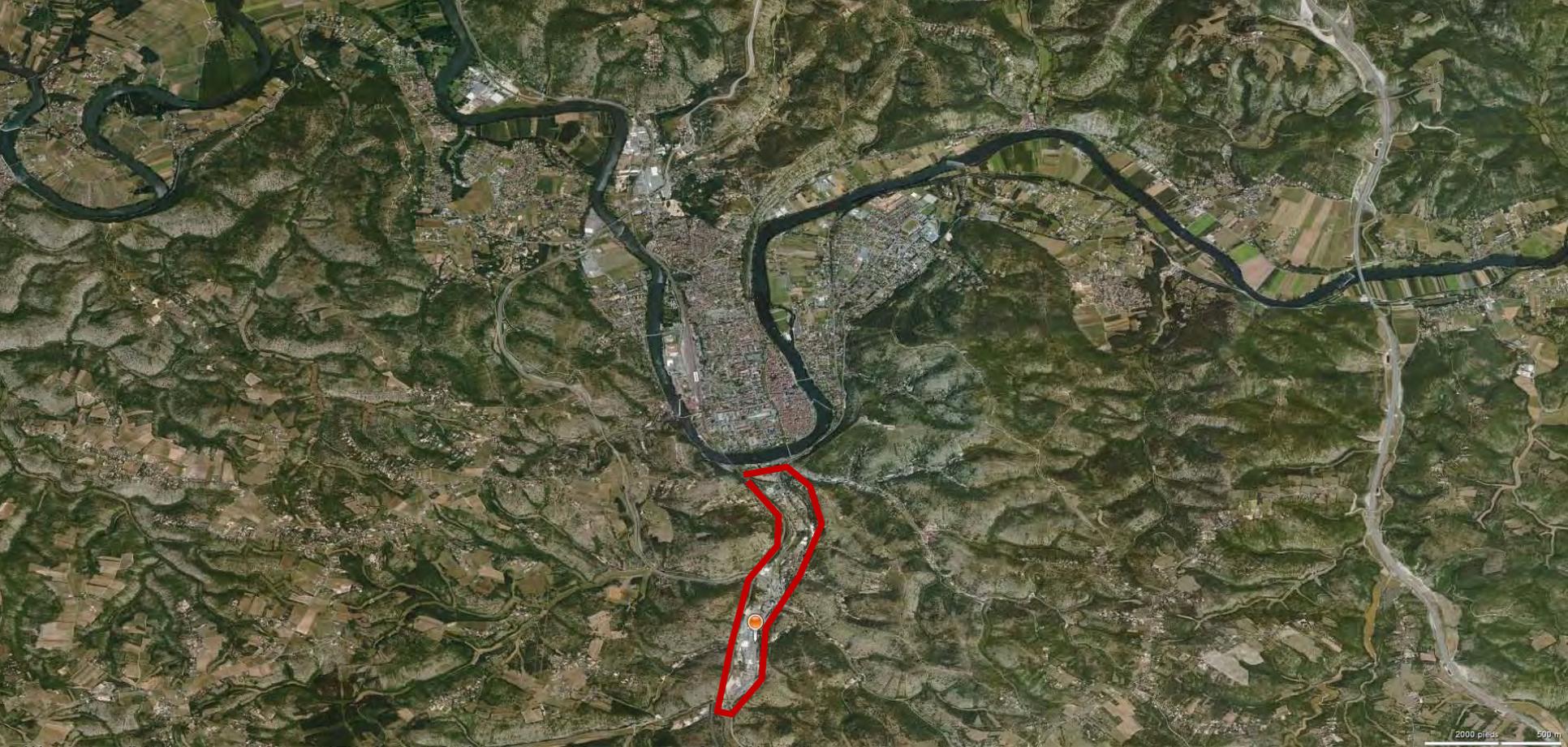


*Comment utiliser le dynamisme d'une zone et les projets existants pour impulser la mutation et la modernisation des commerces ?*

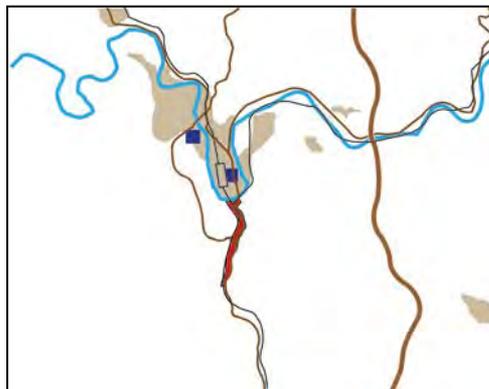
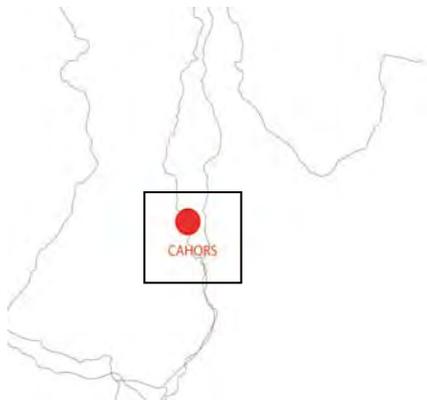
### WITTENHEIM / KINGERSHEIM



*Comment utiliser les projets commerciaux ou non pour accentuer la vacance et reconquérir les friches ?*



Référent : **Anyoji Beltrando architectes / TN plus / ETC déplacements / Convergences CVL / Alphaville**  
**Seura architectes urbanistes mandataires / DGALN / Ministère de l'égalité des territoires et du logement / Ministère de l'artisanat, du commerce et du tourisme**

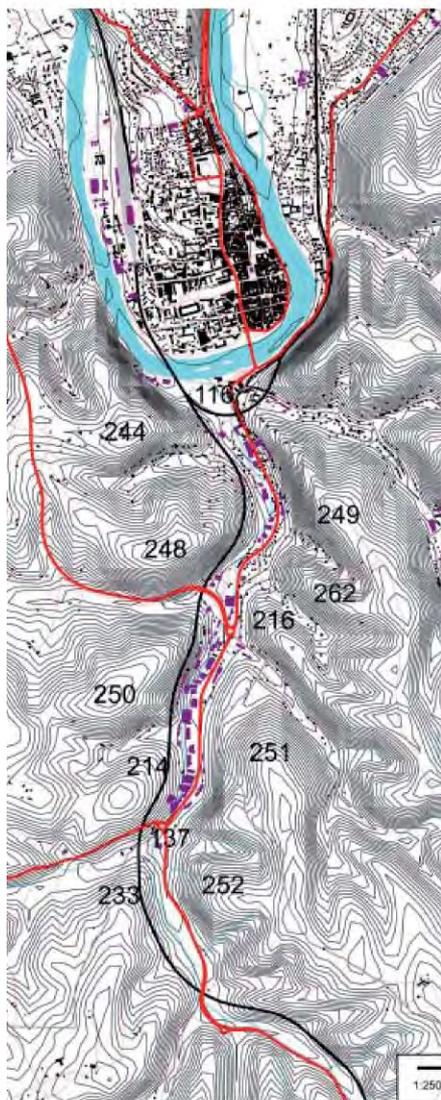


## CAHORS

### Route de Toulouse

une zone commerciale,  
une nationale,  
une gorge inondable...

# un développement contraint par la topographie et soumis au risque d'inondation



route de Toulouse / vallée du Bartassec :  
un faubourg commercial linéaire sur 3km  
un village automobile

2 crues majeures en 1996 et 2010

la route de Toulouse figée par le PPRI en 2004



# marier prévention des risques, développement urbain et respect du grand paysage



existant



à niveau - 65 m d'épaisseur - parking silo



à niveau - 82 m d'épaisseur - porte-à-faux sur le Bartassec



à niveau - 82 m d'épaisseur - parking silo - Bartassec déplacé



existant



scénario 2



scénario 1



scénario 3

## ***mise en œuvre / feuille de route***

*Une modélisation hydraulique réalisée pendant l'été 2012 :*

- *test de toutes les variantes,*
- *rendu d'une première évaluation du coût des aménagements hydrauliques,*
- *évaluation de l'efficacité des différents aménagements.*

*Un scénario d'aménagement hydraulique arrêté en Atelier le 14 septembre 2012 par les élus et les services de l'Etat.*

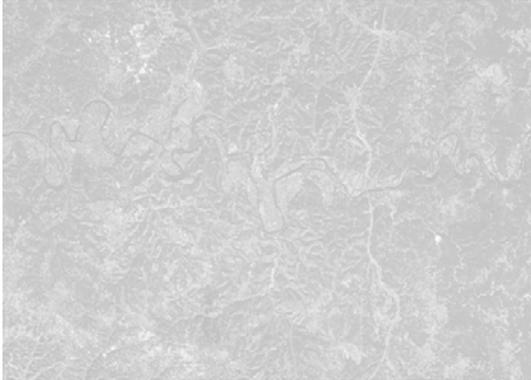
*Engagement : des travaux d'aménagement à mettre en œuvre, l'Etat s'engage à réviser le PPRI.*

*Pour 2012-2013 : poursuite de la démarche Atelier  
expérimenter un projet concerté pour caler les travaux d'aménagement et la  
restructuration commerciale.*



# 3 sites de proximité

## CAHORS



La route de Toulouse, zone historique rattrapée par la zone concurrente et en passe d'être dépassée faute de projet.

## CHALONS-EN-CHAMPAGNE



Grand Ouest, zone bis, de grande proximité, qui n'est pas celle recherchée par les enseignes.

## LONS-LE-SAUNIER



Pôle Géant Casino, une zone commerciale quasi en ville, mixte et recherchée par les enseignes.

## LORIENT



Keryado, seconde zone de l'agglomération, rattrapée par l'urbanisation, vieillissante et peu lisible.

## METZ



Actisud, principale zone périphérique de l'agglomération, dynamique en termes de projets.

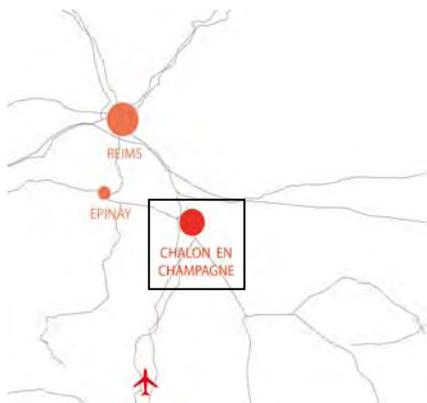
## WITTENHEIM / KINGERSHEIM



La route de Sultz, zone historique marquée par les ruptures, la vacance, et les nouveaux projets qui concourent à l'enrichissement.



Référent : **Seura architectes** mandataire / **Agence Territoires paysagistes**/ ETC déplacements / Convergences CVL / Alphaville  
DGALN / Ministère de l'égalité des territoires et du logement/Ministère de l'artisanat, du commerce et du tourisme

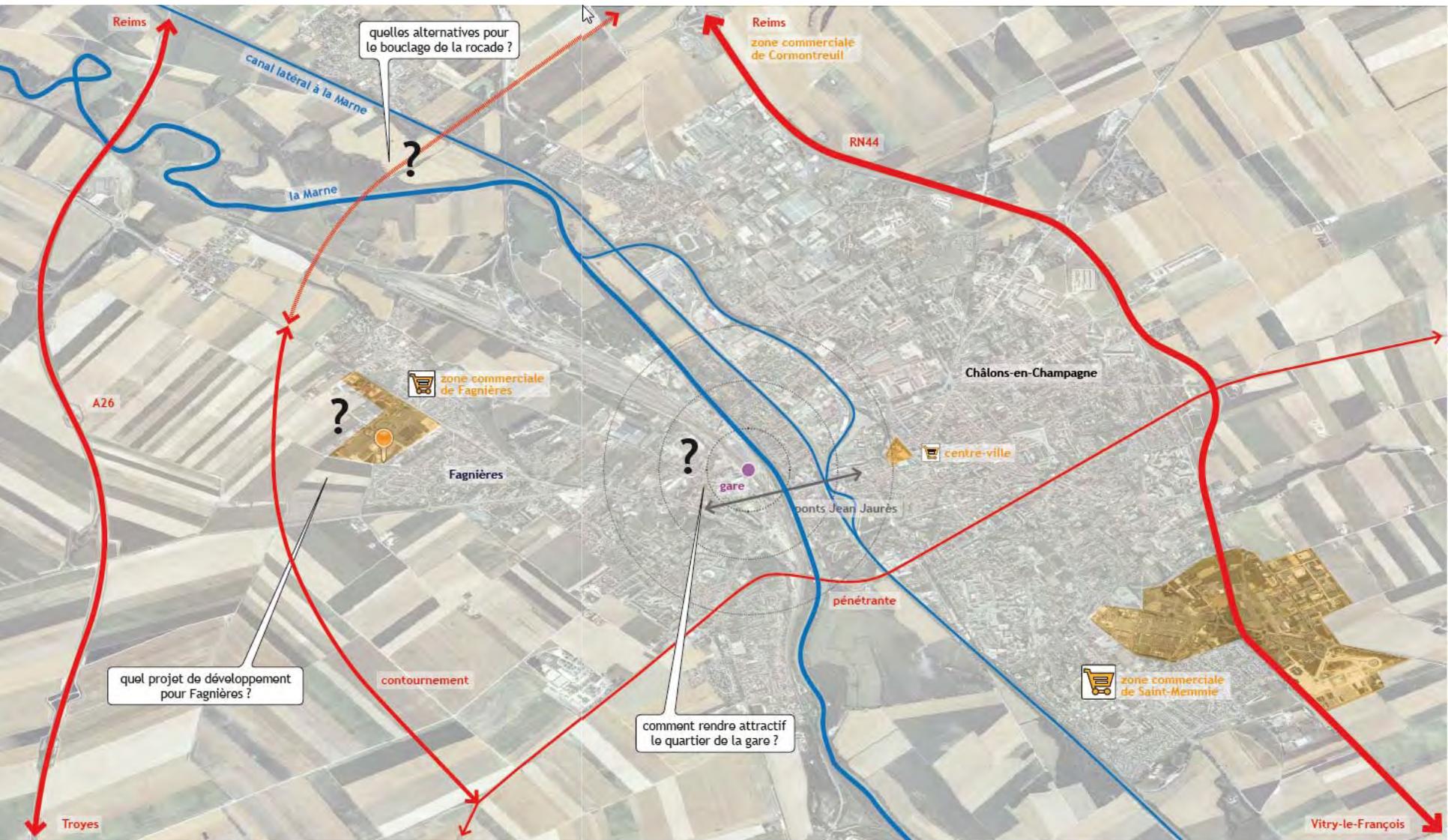


# CHÂLONS-EN-CHAMPAGNE FAGNIERES

Centre-Ouest

une zone commerciale,  
un secteur résidentiel,  
une zone agricole...

# la rive gauche, faubourg en quête d'identité



# faire d'une frange commerciale de périphérie, un pôle urbain de proximité attractif

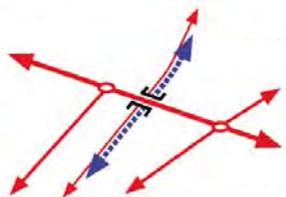


# multiplier les accès, recomposer les relations de proximité

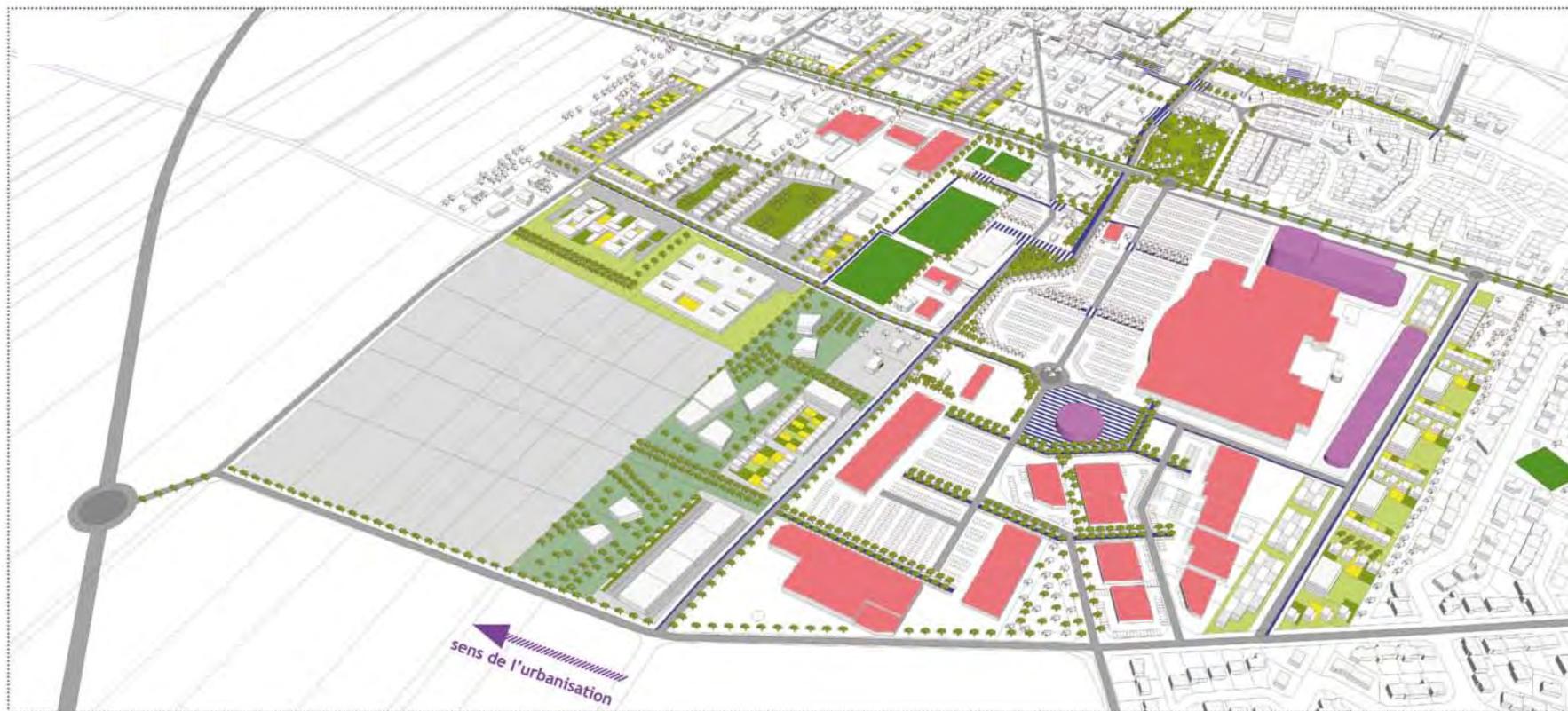
d'un diffuseur routier...



... à des échanges apaisés



# étendre le centre bourg par l'espace public et de nouveaux programmes, pour changer de paysage, du routier à l'urbain



## ***mise en œuvre / feuille de route***

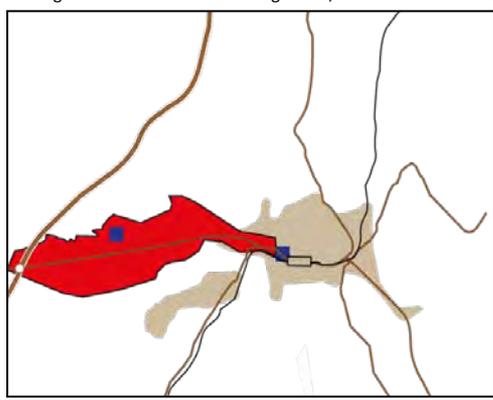
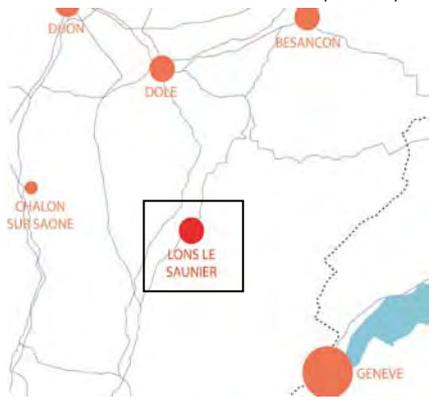
*Adhésion au projet et PC déposé pour une rénovation plus ambitieuse de l'hypermarché Leclerc (retournement sur la RD, déplacement du drive)*

*Vers une action concertée « Requalification de la zone Grand Ouest » via l'AFU Grand Ouest ?*

*Engagement politique ?*



Référent : Eva Samuel et associés / Claire Alliod paysagiste / ETC déplacements / Convergences CVL / Alphaville  
Seura architectes urbanistes mandataires / DGALN / Ministère de l'égalité des territoires et du logement/Ministère de l'artisanat, du commerce et du tourisme

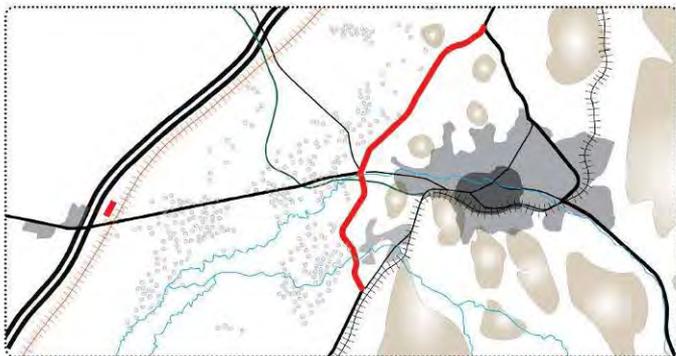


# LONS-LE-SAUNIER

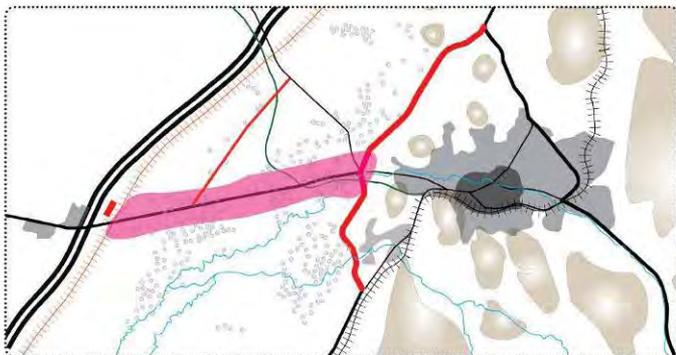
## Bassin lédonien

une nationale,  
une base militaire,  
des zones d'activités...

## 3 scénarios pour le SCOT

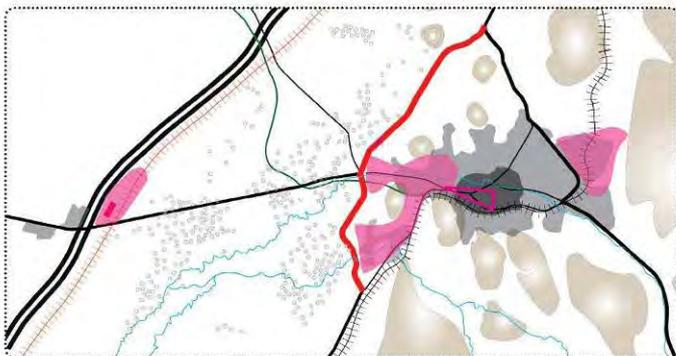


Situation actuelle



Scénario SCOT 2005

développement extensif  
vers l'ouest



Scénario SCOT 2012

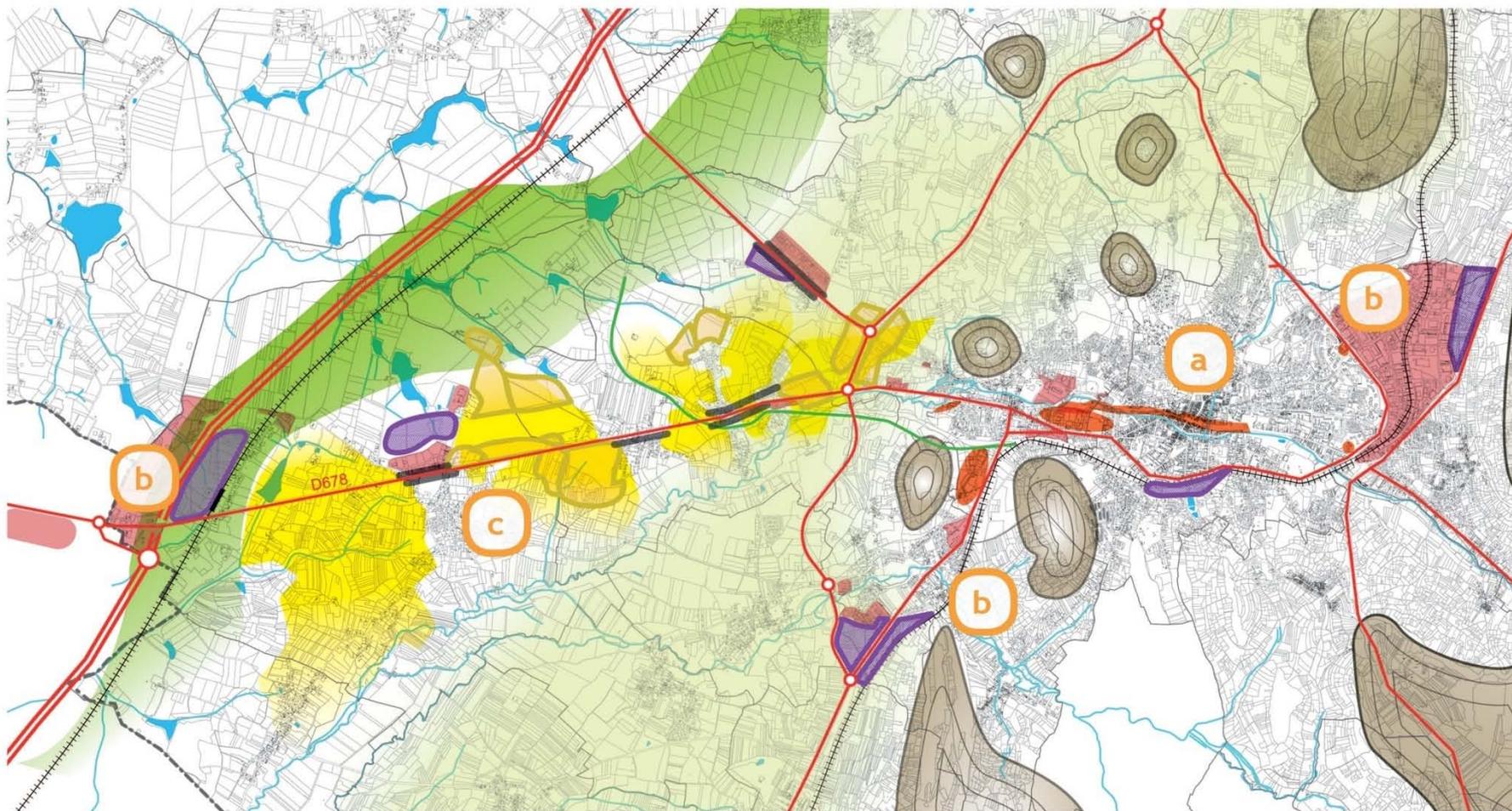
*optimiser les infrastructures,  
le foncier et les ressources ?*

# le recentrement des activités préserve l'identité du territoire

**a** optimiser le centre-ville  
élargir la ville « à pied »

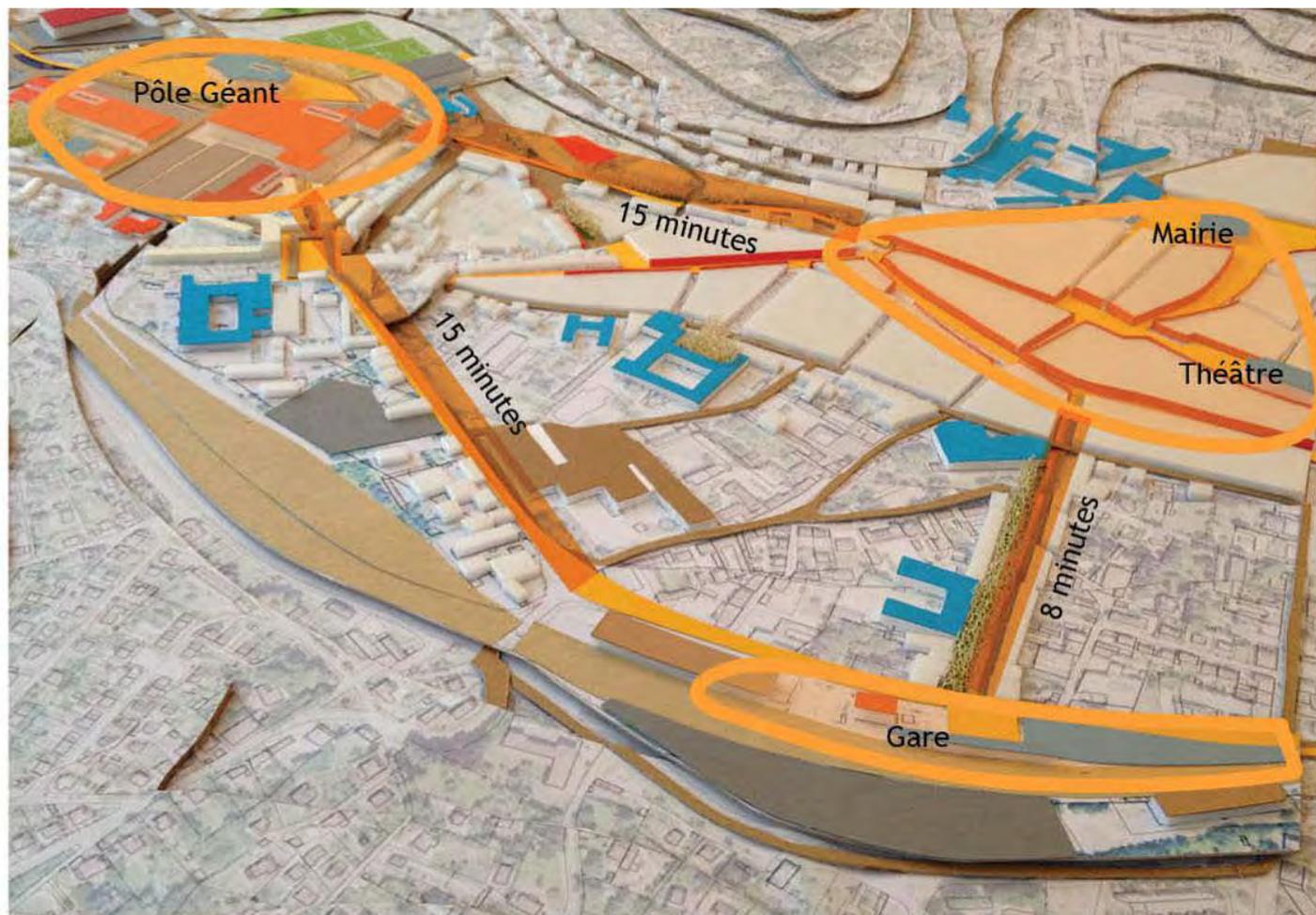
**b** optimiser les infrastructures  
et les déplacements

**c** conforter l'identité  
des bourgs

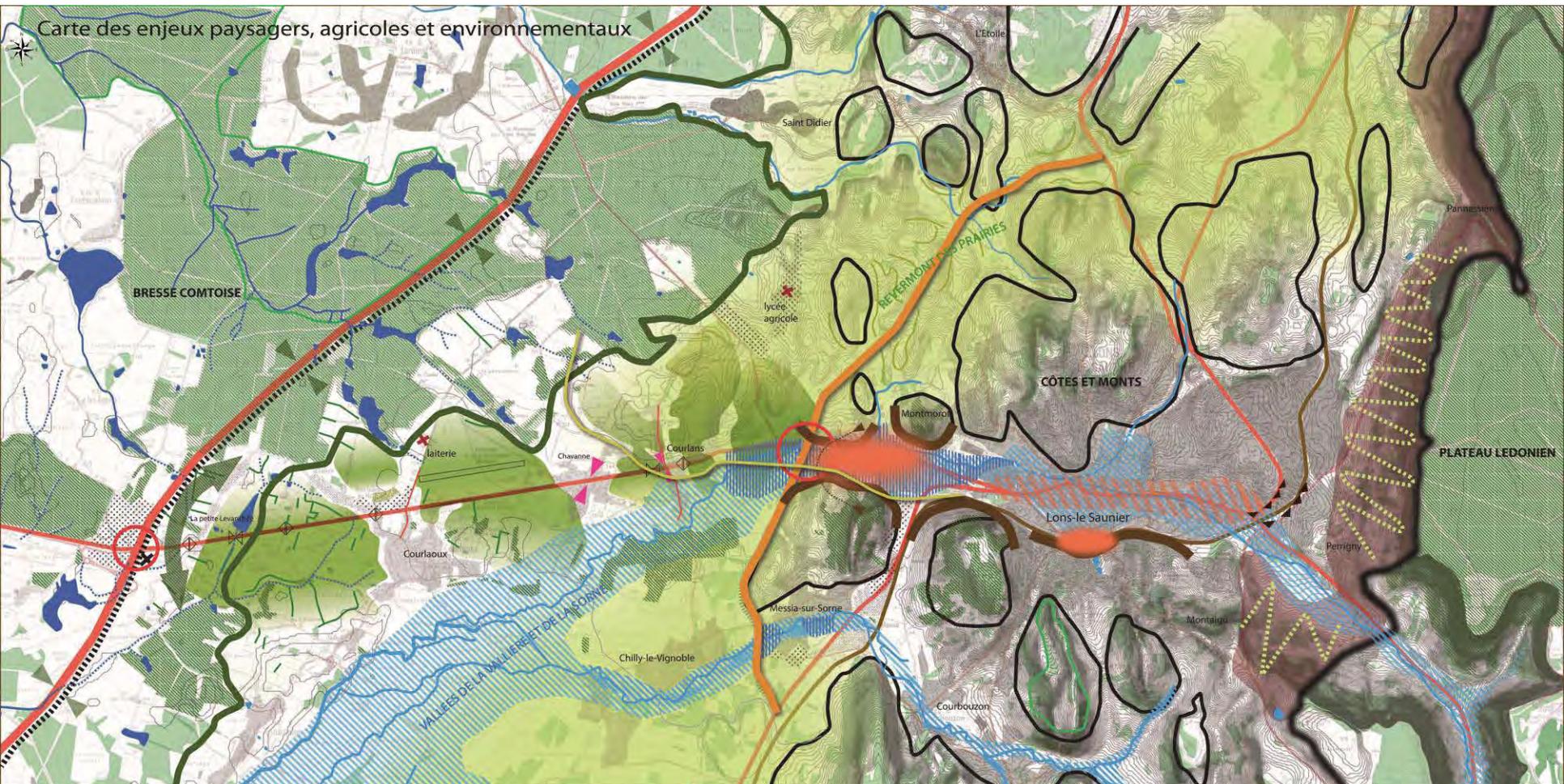


# le triptyque Juraparc / gare / théâtre

- élargir la ville à pieds depuis les parkings et les TC
- intensifier centre-ville et quartier gare
- restructurer la zone commerciale existante



# un territoire productif, un environnement préservé



## ***mise en œuvre / feuille de route***

*Sur la grande échelle :*

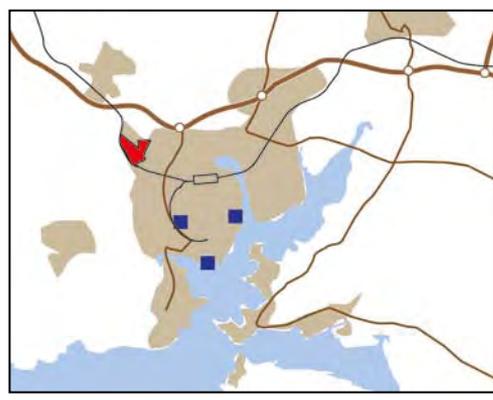
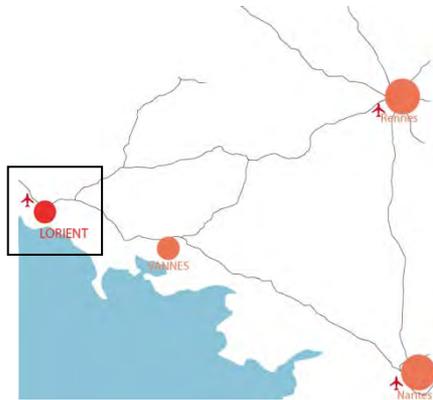
*un consensus sur la stratégie qui reste à conforter / pas de déroulement de la feuille de route pour le moment*

*Sur le secteur géant casino :*

*un accord des 2 maires concernés et un travail avec géant casino qui a débuté*



Référent : Eva Samuel et associés / Claire Alliod paysagiste / ETC déplacements / Convergences CVL / Alphaville  
Seura architectes urbanistes mandataires / DGALN / Ministère de l'égalité des territoires et du logement/Ministère de l'artisanat, du commerce et du tourisme



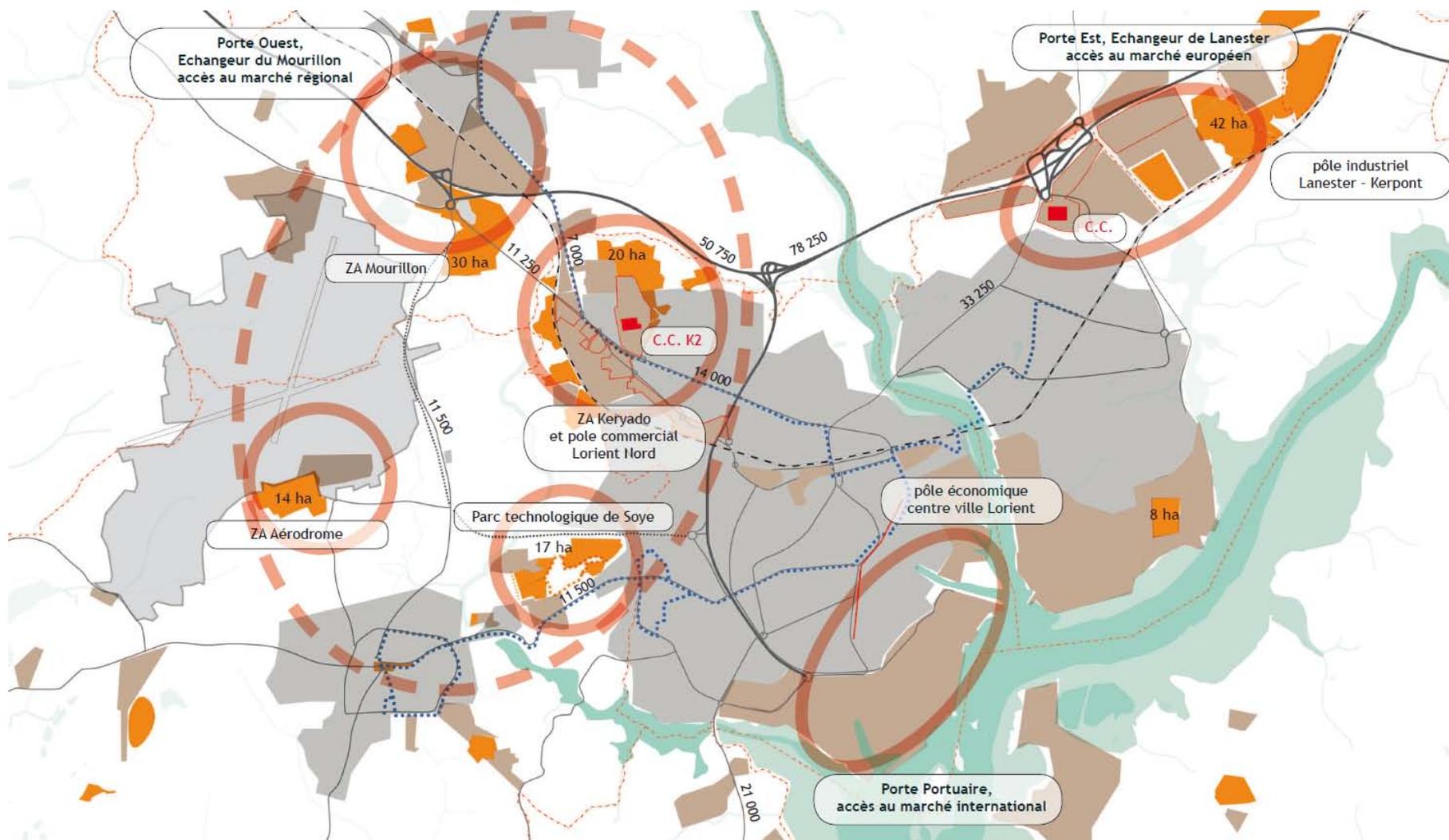
# LORIENT

## Keryado

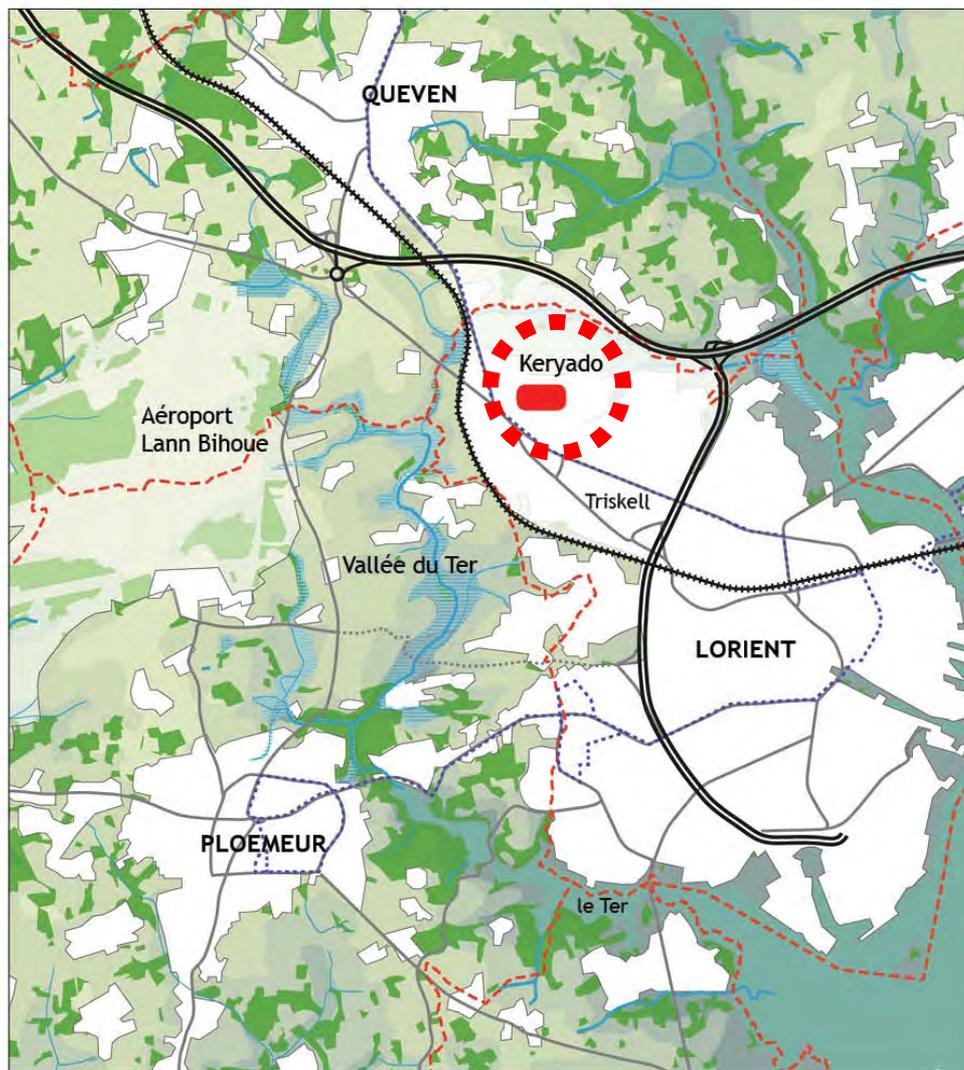
un projet de TCSP  
une zone d'activités mixte  
un lotissement...

# extensions et infrastructures : Keryado dans le contexte intercommunal

interprétation du schéma directeur (AUDELOR) et des PLU



# la vallée du Ter, interface entre les communes : un potentiel paysager et patrimonial sous-exploité

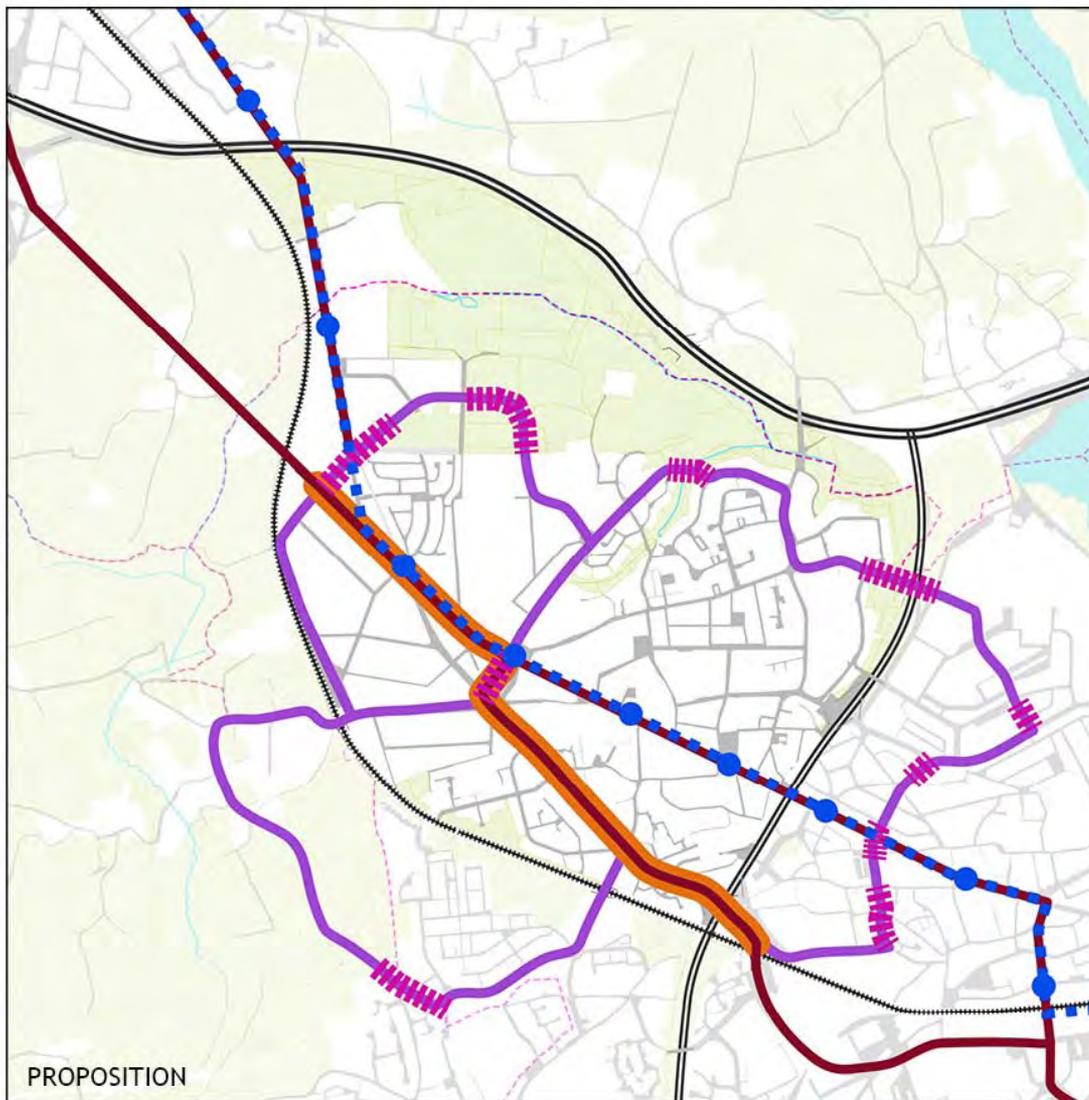


des leviers complémentaires pour accompagner le développement économique :

- conforter la vallée du Ter
- élaborer un projet intercommunal agricole, paysager et environnemental
- mettre en scène les entrées de ville



# prolonger et hiérarchiser le maillage



clarifier l'axe d'entrée de la ville  
accueillir le Triskell (TCSP)



rendre lisibles et accessibles  
les franges de la ville

# Le TCSP comme levier de transformation



aujourd'hui  
fragmentation



**proposition**

Construire la centralité, un espace public majeur à l'articulation des flux pour accueillir le Triskell et formaliser le centre du quartier

# une locomotive à l'arrêt, comment la relancer ? polariser l'attractivité au niveau du centre commercial



aujourd'hui



court terme

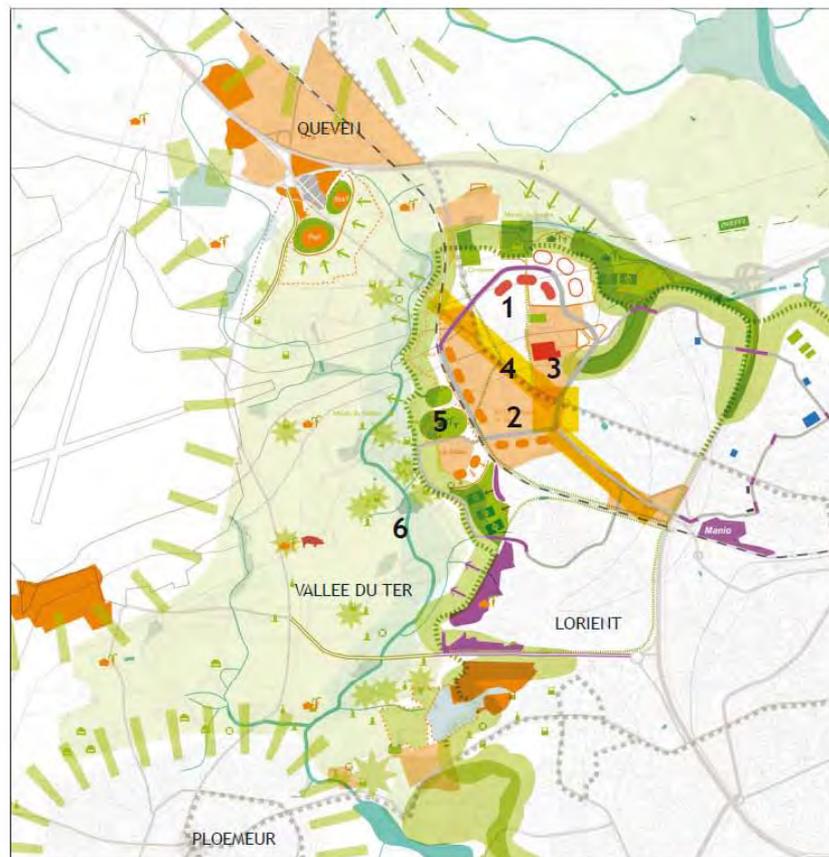


long terme

- 1 / Brico Dépot se déplace au profit d'un retail park de qualité
- 2 / la station service est requalifiée ou se déplace, en lien avec l'espace public majeur aménagé et la nouvelle programmation de la centralité
- 3 / la façade de Carrefour s'ouvre par la création d'un linéaire commercial

# synthèse des actions pour Keryado : concilier le développement urbain et les atouts du paysage

- 1 prolonger et hiérarchiser le maillage
- 2 renouveler le parc économique sur lui même
- 3 contenir et organiser les implantations commerciales
- 4 construire une polarité
- 5 construire les limites urbaines pour renforcer l'identité de chaque ville
- 6 conforter la vallée du Ter en construisant un projet spécifique : patrimoine, agriculture, loisir

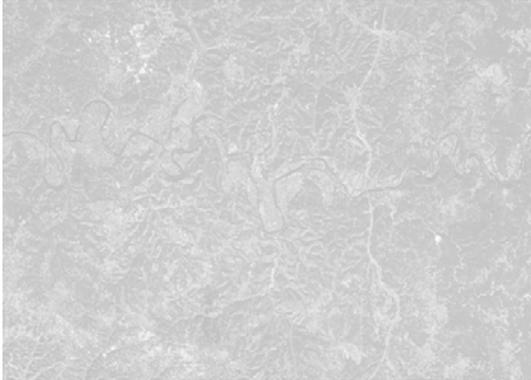


## ***mise en œuvre / feuille de route***

*Transcription de certains éléments de la feuille de route dans le PLU en cours de rédaction : dans le cadre d'OAP précises, limitation de la tertiarisation du Keryado, vallée du Ter ...*

## 2 sites de très grande taille

### CAHORS



La route de Toulouse, zone historique rattrapée par la zone concurrente et en passe d'être dépassée faute de projet.

### CHALONS-EN-CHAMPAGNE



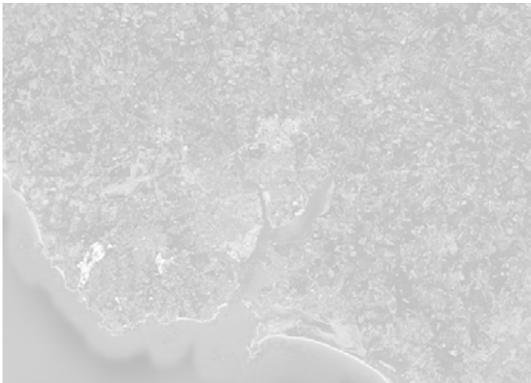
Grand Ouest, zone bis, de grande proximité, qui n'est pas celle recherchée par les enseignes.

### LONS-LE-SAUNIER



Pôle Géant Casino, une zone commerciale quasi en ville, mixte et recherchée par les enseignes.

### LORIENT



Keryado, seconde zone de l'agglomération, rattrapée par l'urbanisation, vieillissante et peu lisible.

### METZ



Actisud, principale zone périphérique de l'agglomération, dynamique en termes de projets.

### WITTENHEIM / KINGERSHEIM

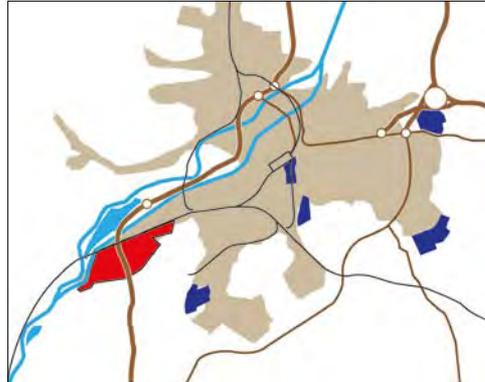
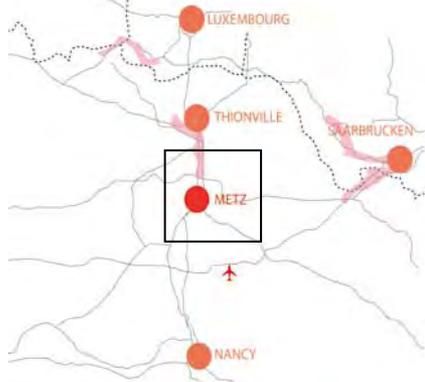


La route de Soultz, zone historique marquée par les ruptures, la vacance, et les nouveaux projets qui concourent à l'enrichissement.



© 2011 Microsoft Corporation © 2010 Blom © 2010 IGN  
© GeoContent (s) Intergraph © 2010 GeoEye

Référent : **Seura architectes** mandataire / **Agence Territoires paysagistes**/ ETC déplacements / Convergences CVL / Alphaville  
DGALN / Ministère de l'égalité des territoires et du logement/Ministère de l'artisanat, du commerce et du tourisme

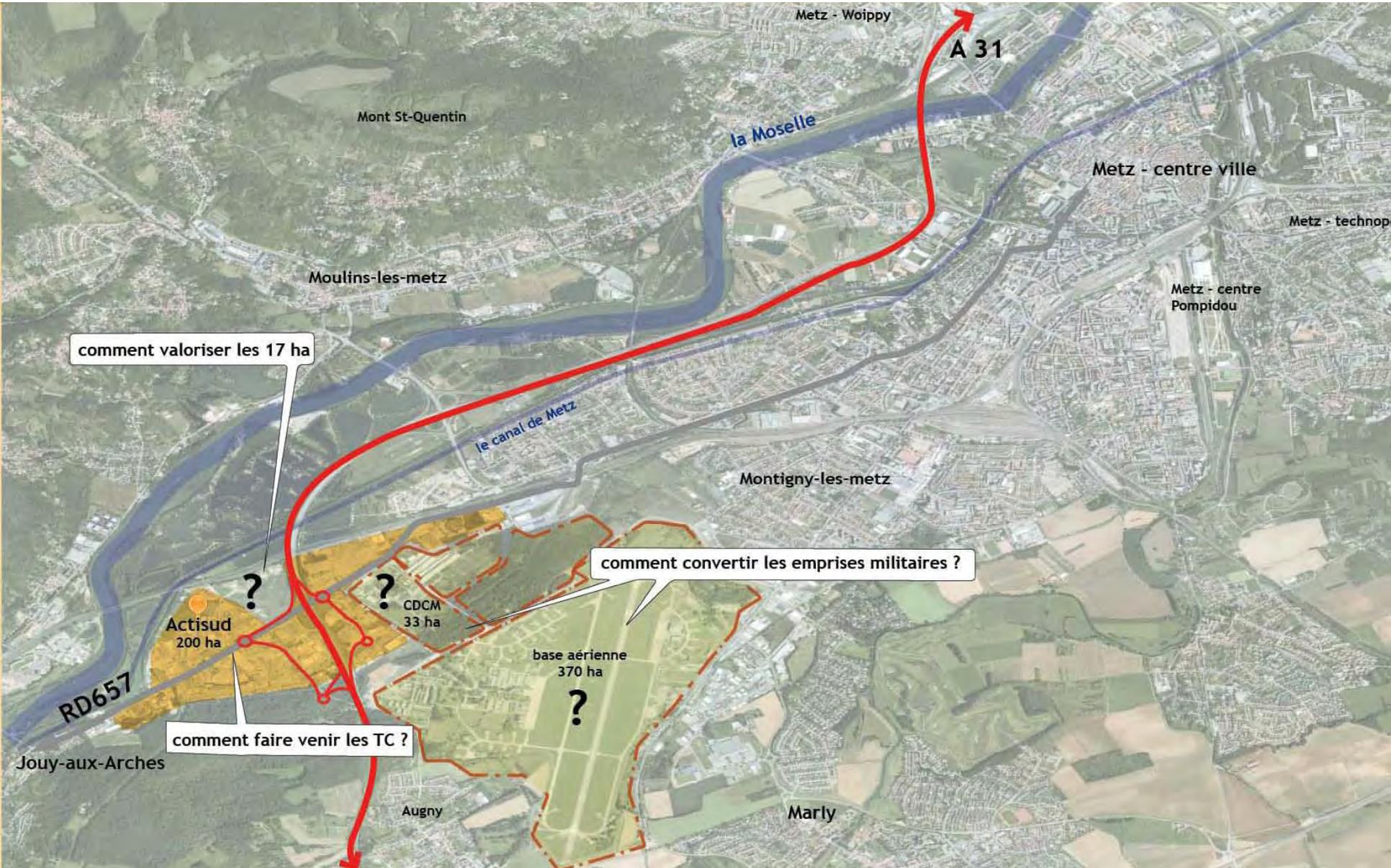


# METZ

## Actisud

une zone commerciale,  
une base militaire,  
une autoroute...

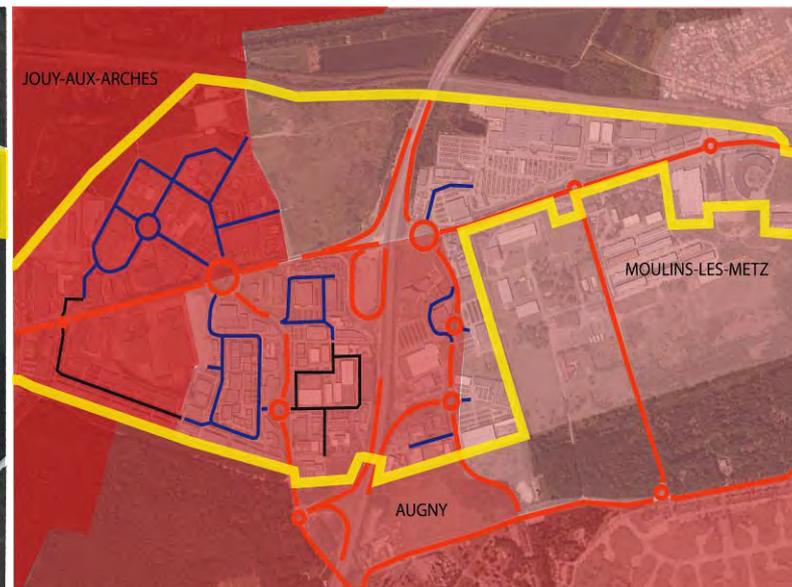
# Actisud, préparer la transition, à 1 an, à 5 ans, 10 ans, 20 ans...



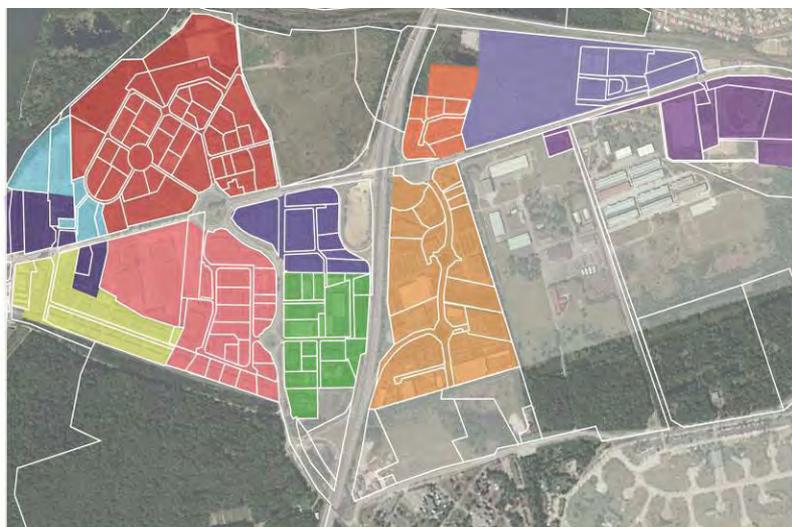
# ...sans outils de gouvernance commune



une desserte (auto)routière puissante



...relayée par une voirie de desserte peu maillée

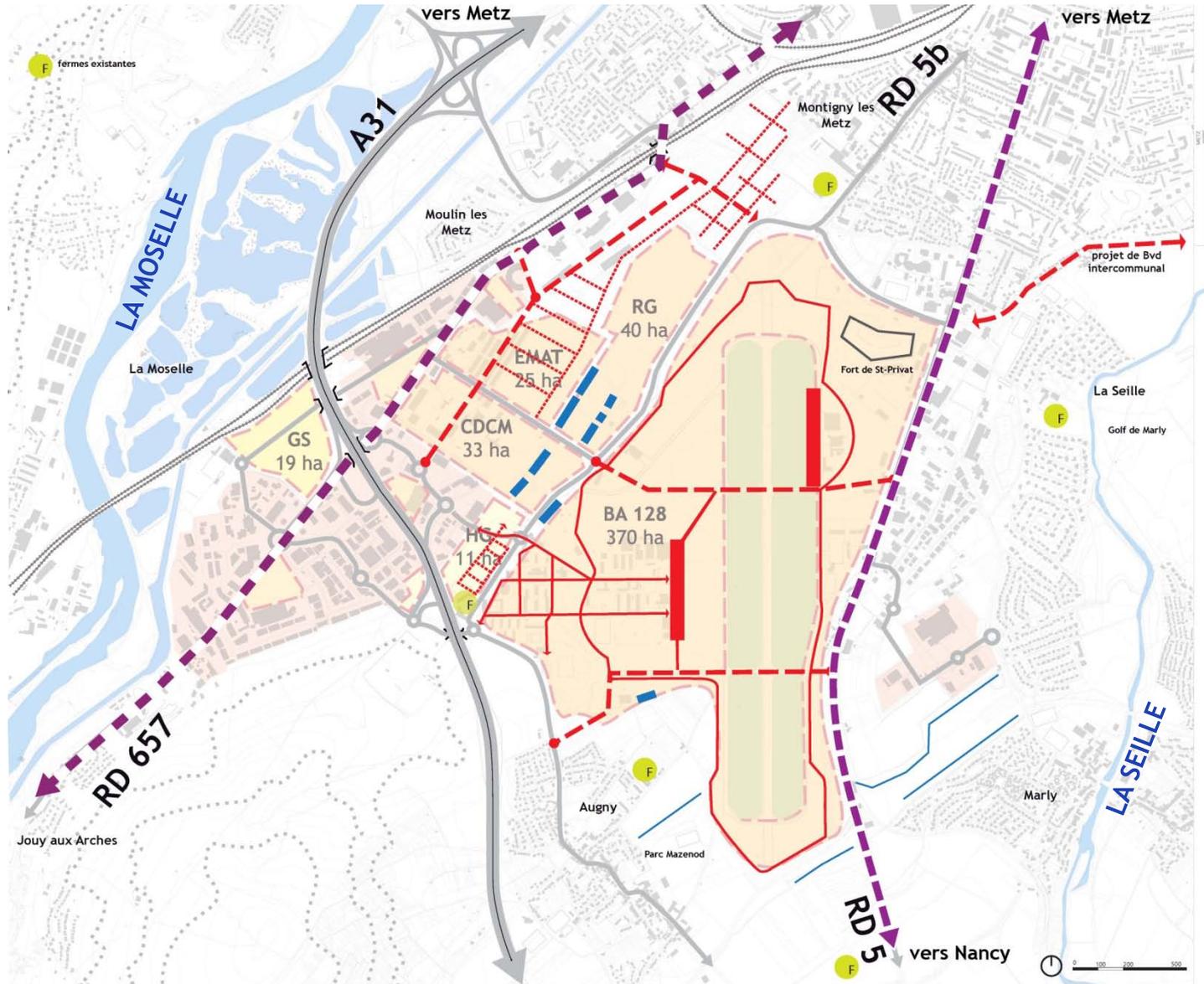


onze parcs...

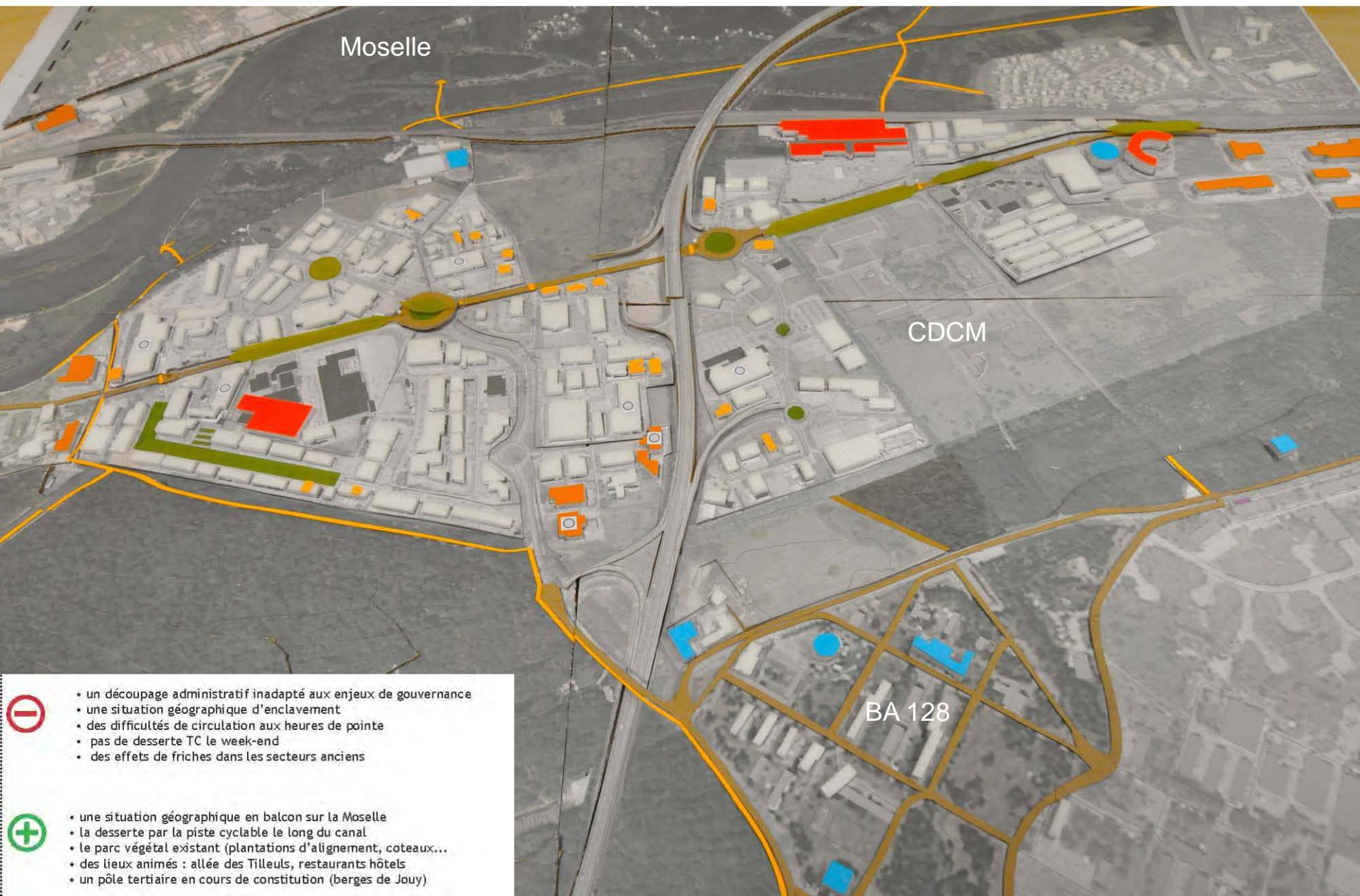


230 propriétaires, 180 locataires

# de la Seille à la Moselle, préparer le maillage



# 200 ha, 5000 emplois, entre Moselle et terrains militaires



Moselle

CDCM

BA 128



- un découpage administratif inadapté aux enjeux de gouvernance
- une situation géographique d'enclavement
- des difficultés de circulation aux heures de pointe
- pas de desserte TC le week-end
- des effets de friches dans les secteurs anciens

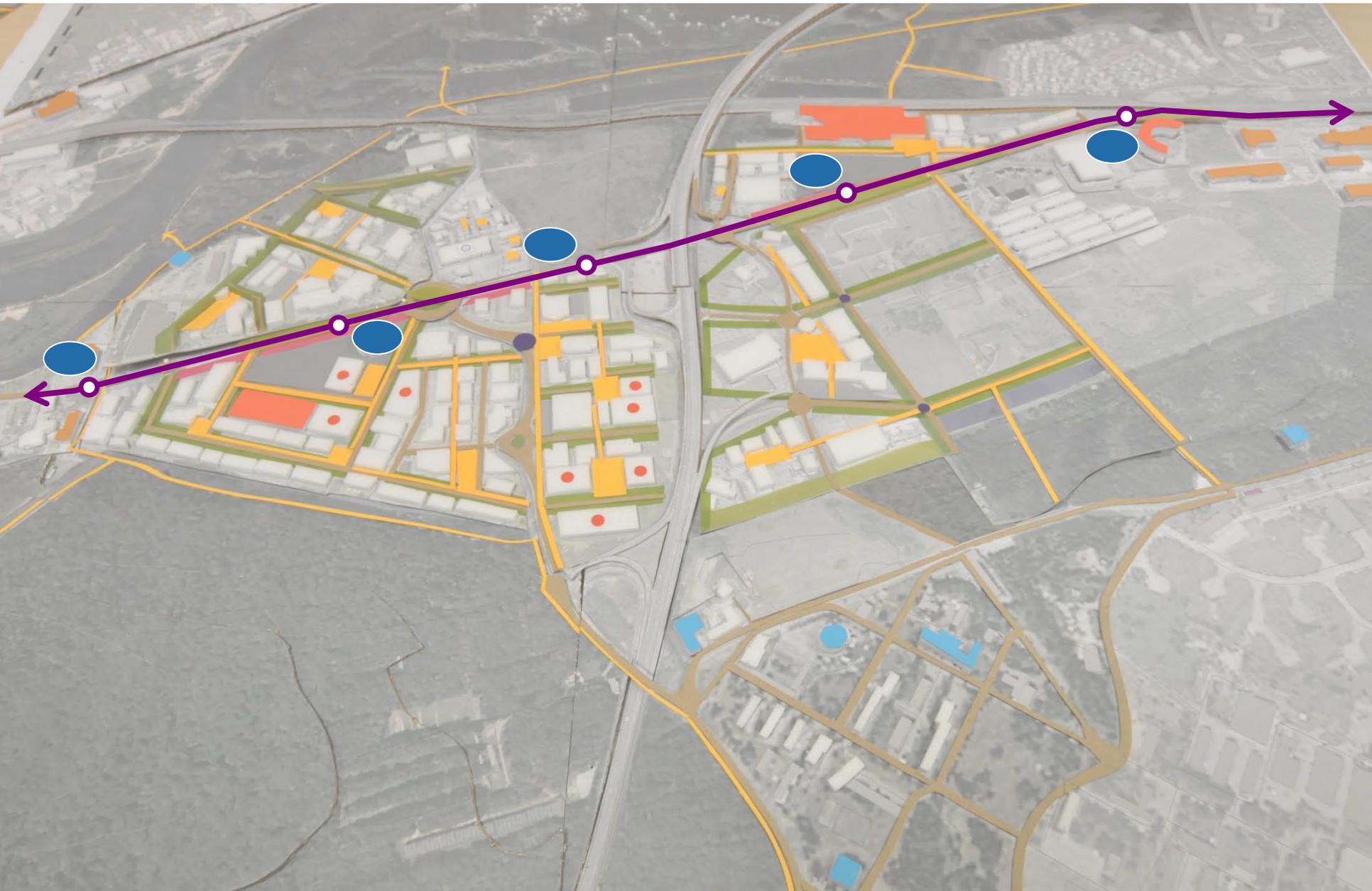


- une situation géographique en balcon sur la Moselle
- la desserte par la piste cyclable le long du canal
- le parc végétal existant (plantations d'alignement, coteaux...)
- des lieux animés : allée des Tilleuls, restaurants hôtels
- un pôle tertiaire en cours de constitution (berges de Jouy)

# desservir par les transports en commun

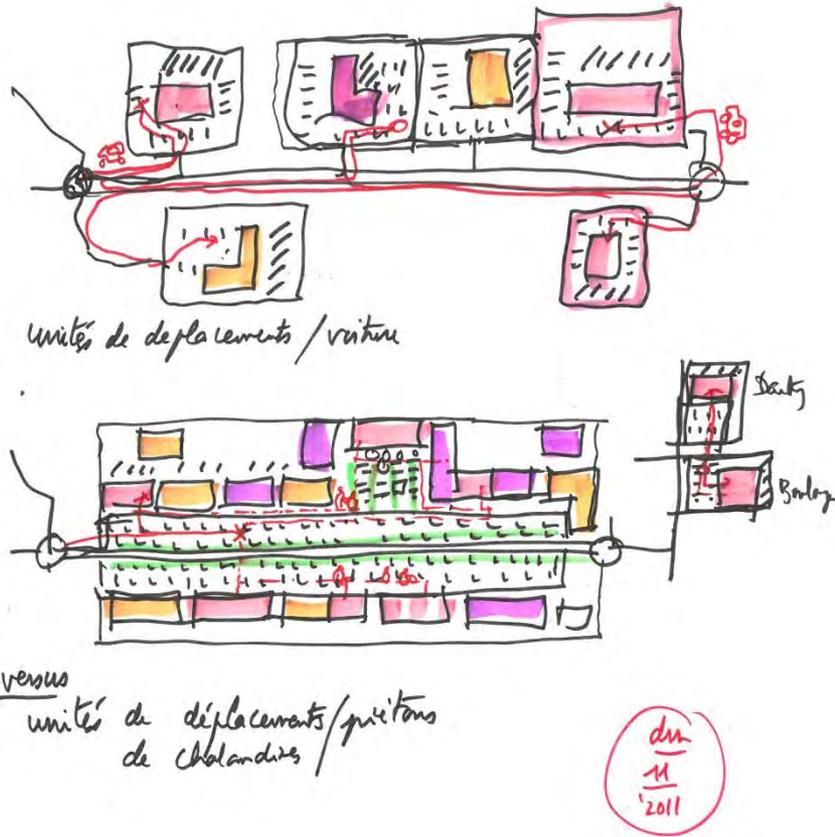


# introduire une offre de services



# (re)composer les relations de proximité

## créer de la valeur



# préparer la densification des faubourgs



# 2015 : deux projets d'extension majeurs...

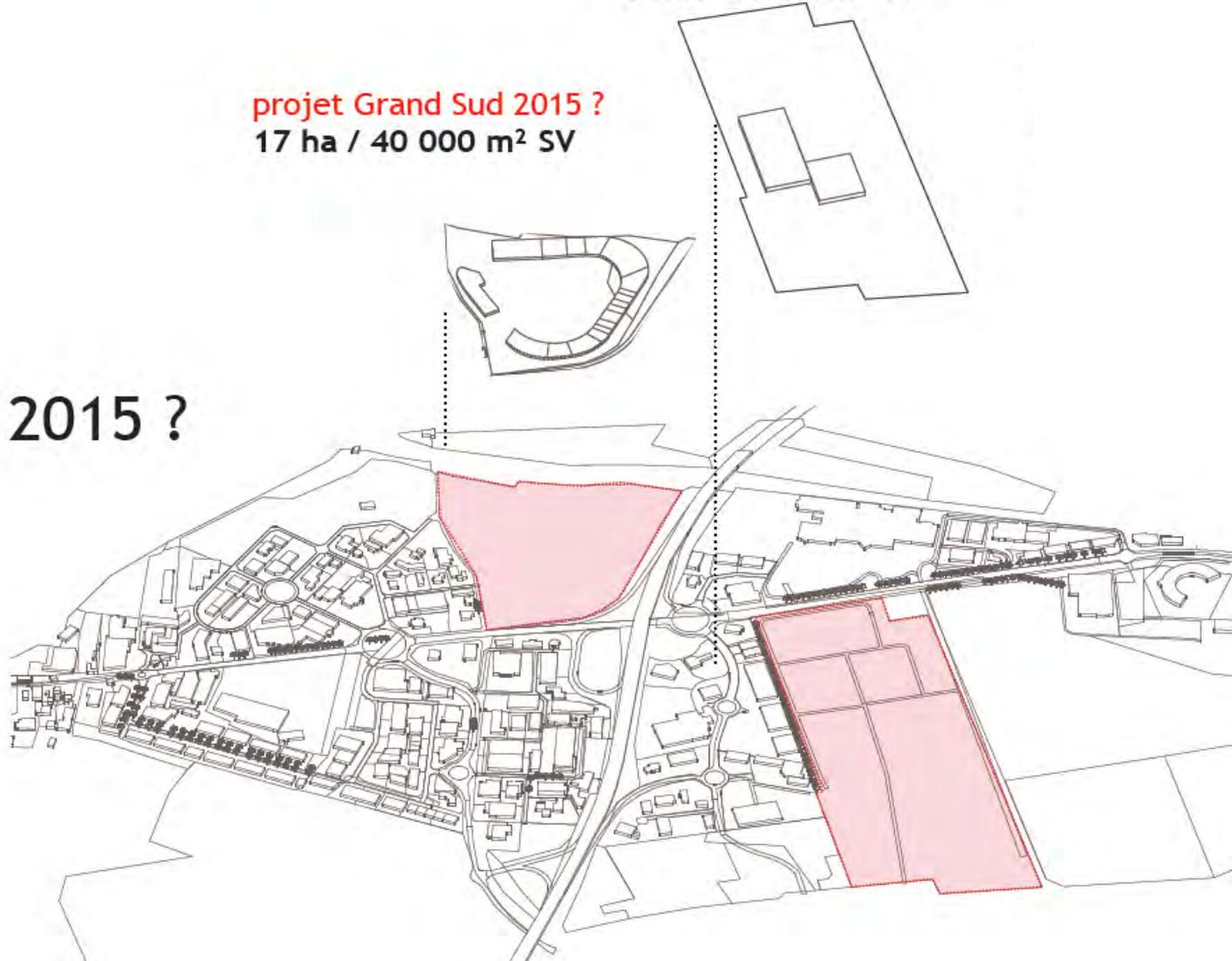
projet village Oxylane 2015 ?

33 ha / 24 000m<sup>2</sup> SV

projet Grand Sud 2015 ?

17 ha / 40 000 m<sup>2</sup> SV

2015 ?





***mise en œuvre / feuille de route***

*Reconnaissance du caractère d'intérêt communautaire de la zone ?*

*Accord entre collectivités (communes + EPCI), associations des commerçants et association des propriétaires sur la feuille de route*

*Demande d'approfondissement des études*

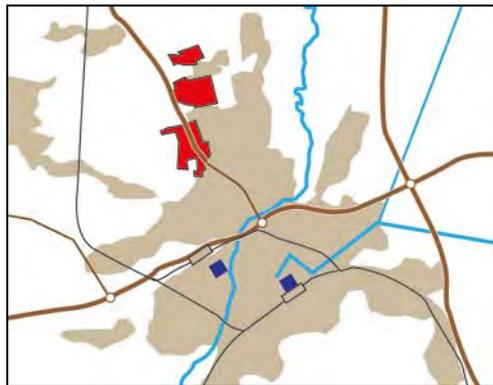
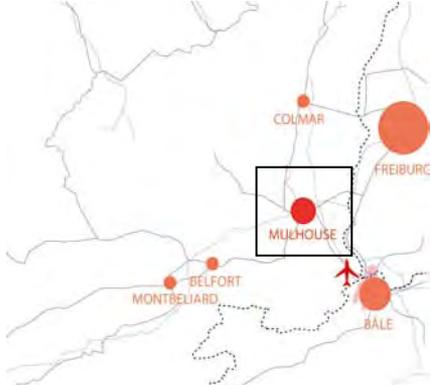
*Accord pour financer le redimensionnement du giratoire Est (sous maîtrise d'ouvrage publique)*

*Accord de Cora pour installer une contre-allée bus le long de la RN*

*Étude de circulation à grande échelle programmée (Actisud, Grand Sud, Oxylane)*



Référent : Anyoji Beltrando architectes / TN plus / ETC déplacements / Convergences CVL / Alphaville  
Seura architectes urbanistes mandataires / DGALN / Ministère de l'égalité des territoires et du logement / Ministère de l'artisanat, du commerce et du tourisme

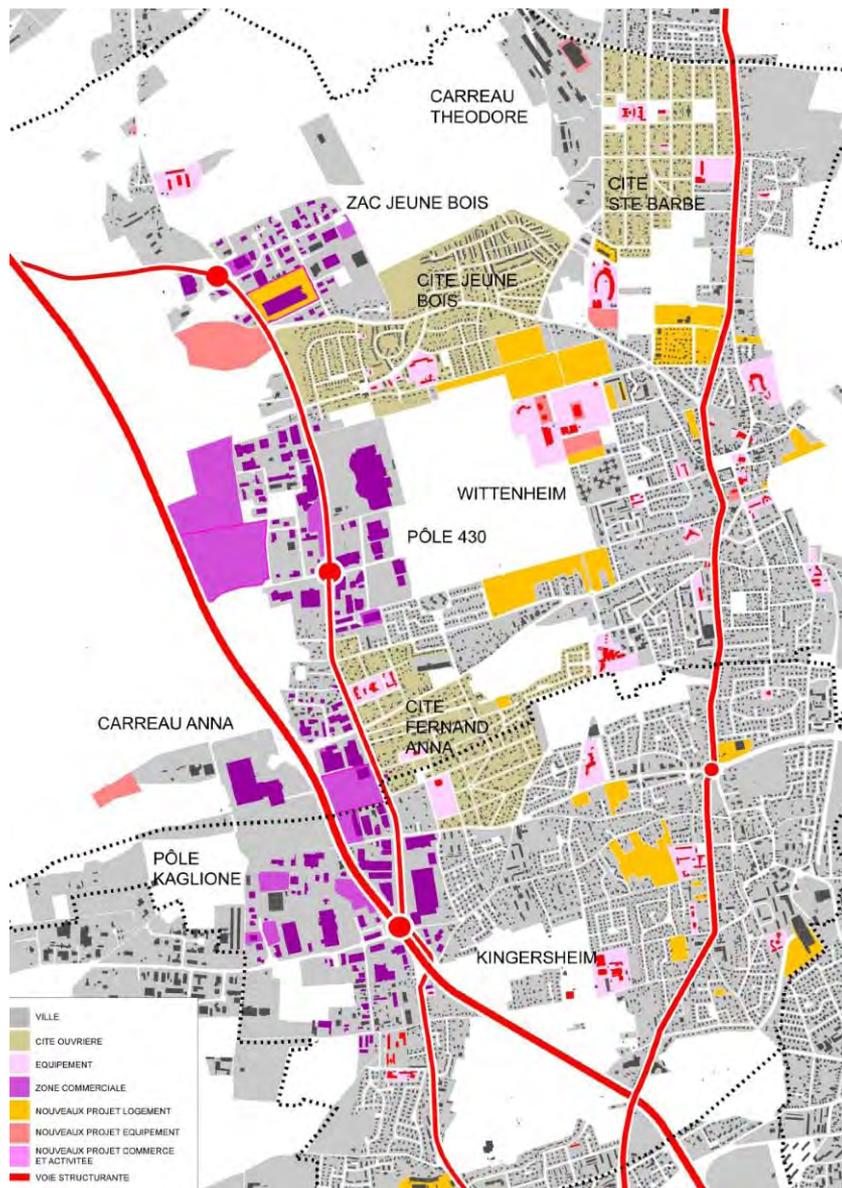


# WITTENHEIM KINGERSHEIM

## Route de Soultz

une nationale,  
une plaine agricole,  
des corridors écologiques...

# un faubourg où les commerces ont remplacé les mines de potasse



une structuration par les voies

4 séquences commerciales au milieu des cités jardins ouvrières

de nombreuses friches

des boîtes commerciales qui tournent le dos au territoire

de nombreux projets de logements...  
mais de l'étalement urbain

# développer une identité à grande échelle



L'exemple des terrils de la Ruhr

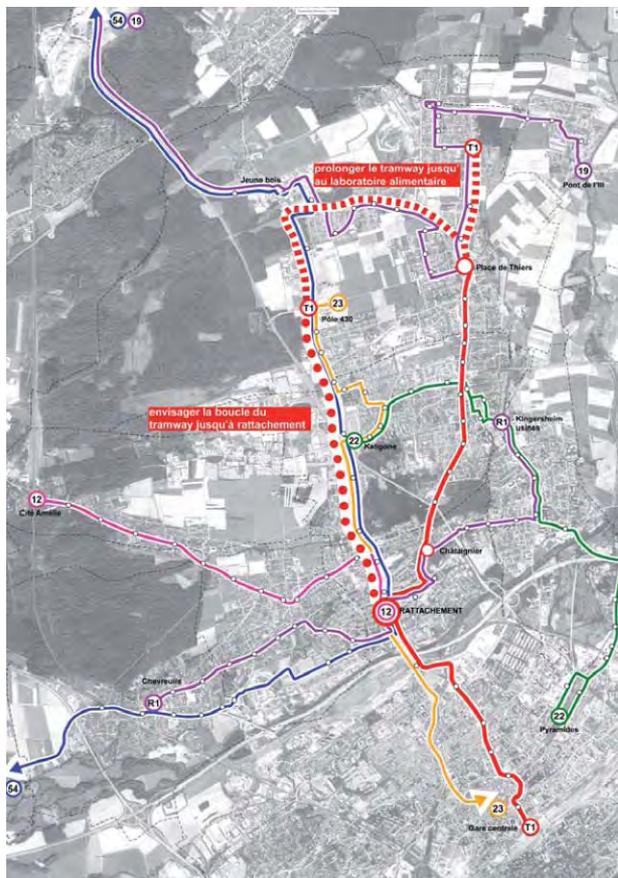


un paysage exceptionnel  
entre les Vosges et la Forêt Noire

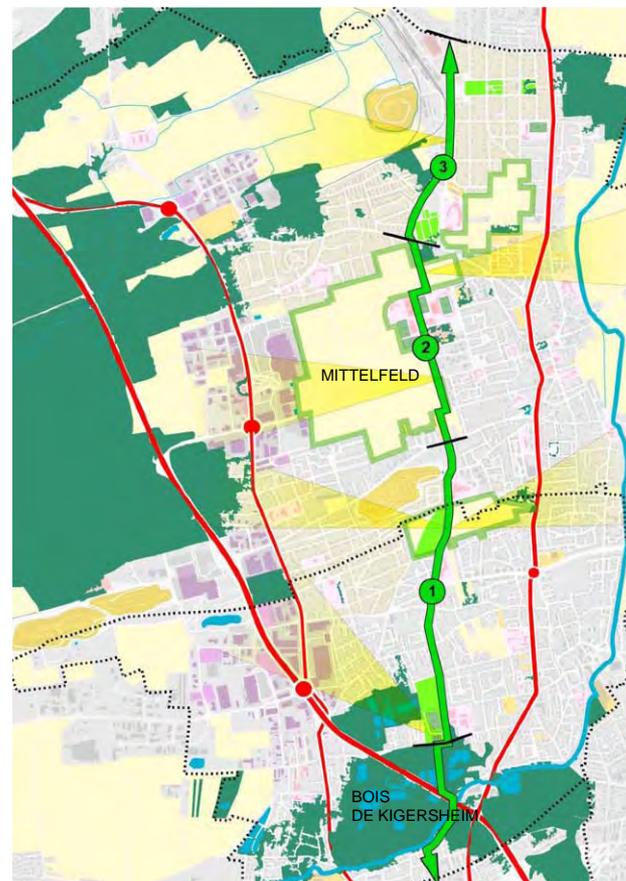
un projet pour les terrils miniers

un équipement original dans le Mittelfield :  
le laboratoire alimentaire,  
la filière gastronomique du producteur au consommateur

# structurer Kingersheim et Wittenheim



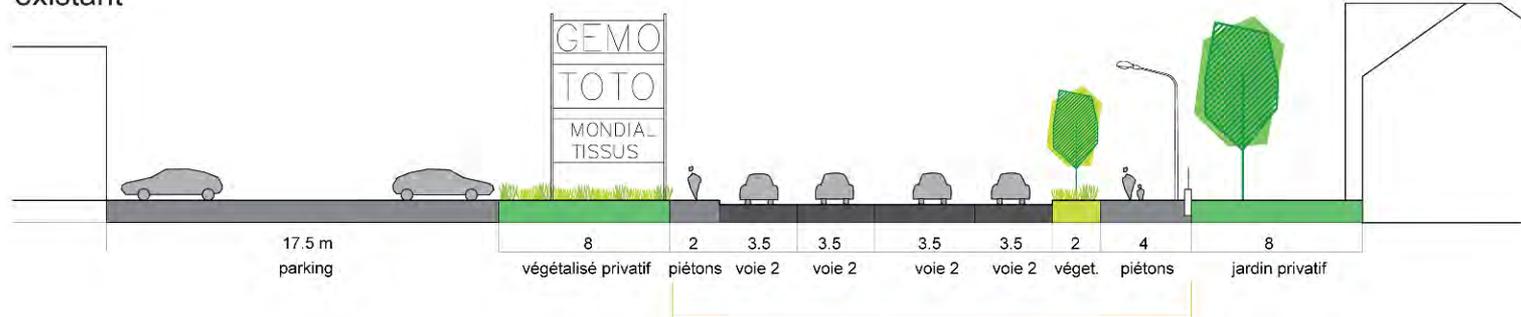
renforcer les transports  
en commun de manière phasée



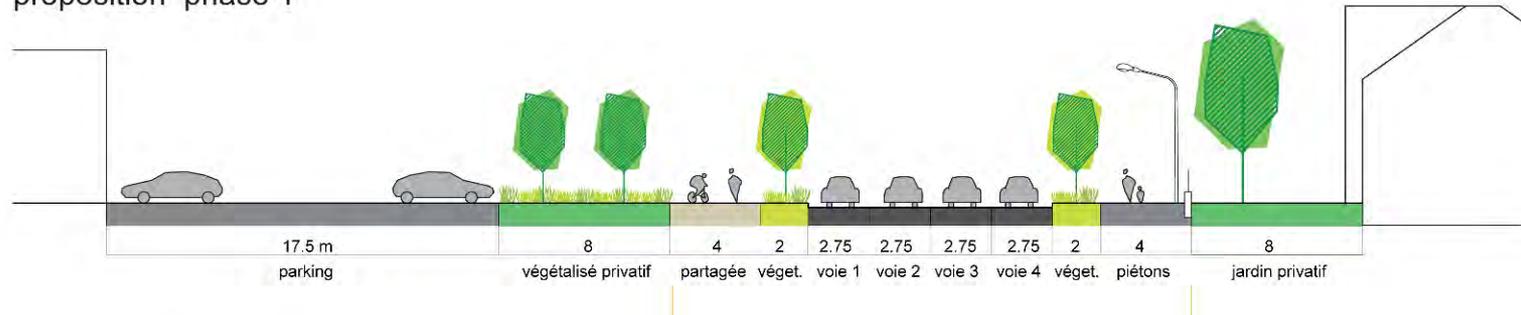
la voie du milieu depuis  
Mulhouse par les grands espaces  
paysagers

# de la route de Soultz à l'avenue de Soultz

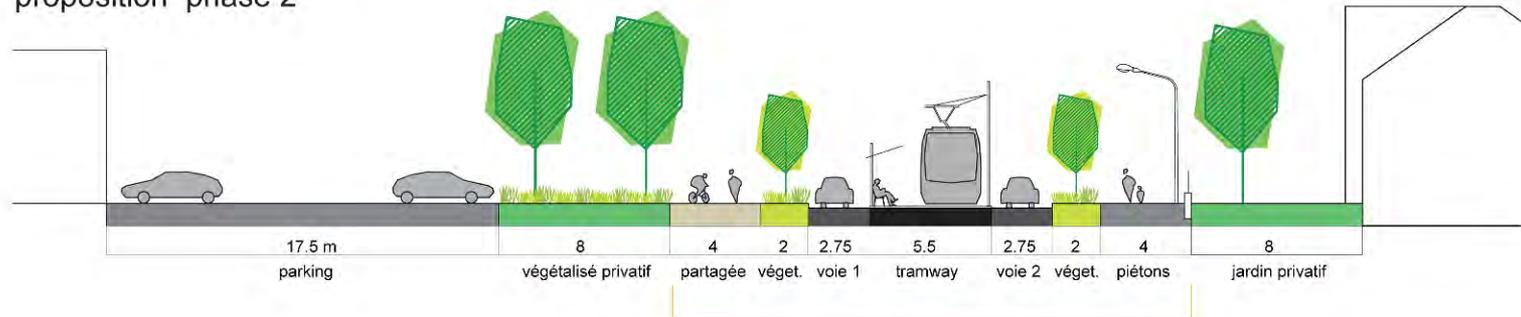
existant



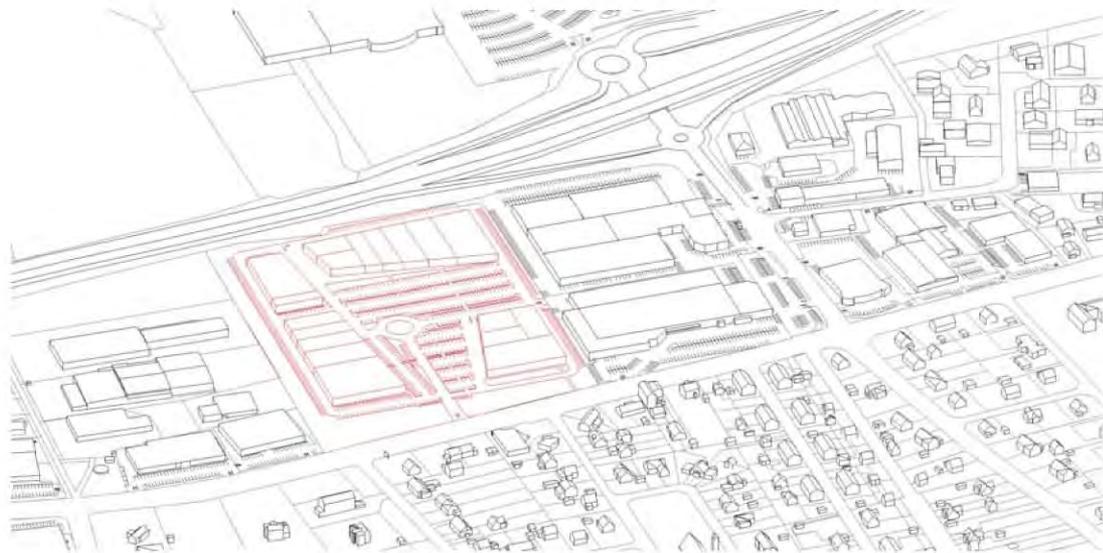
proposition phase 1



proposition phase 2

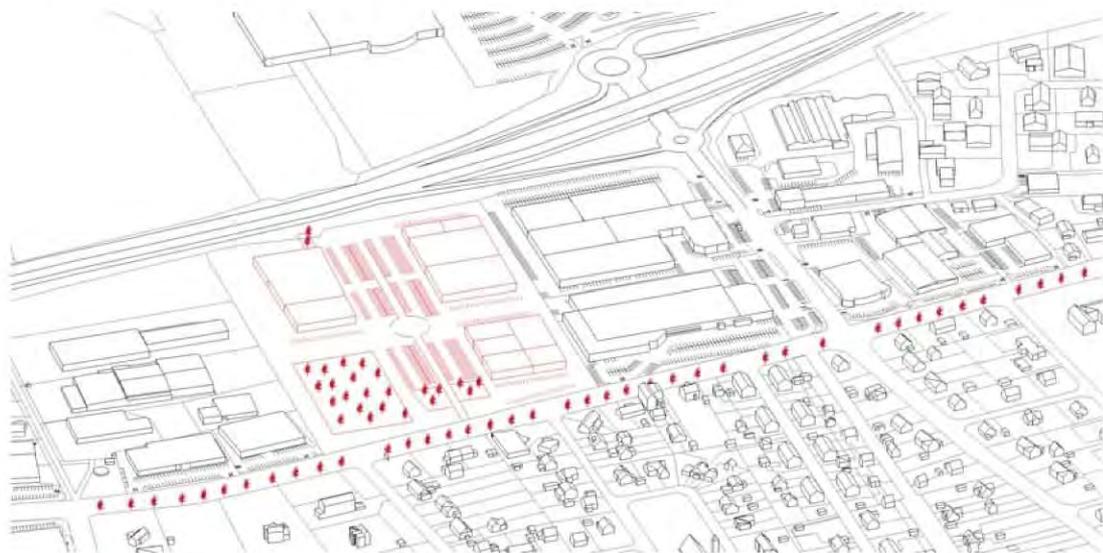


# stratégie commerciale : optimiser le commerce



## projet en cours

- 18 035 m<sup>2</sup> de surface commerciale
- 812 places de stationnement
- introversion
- pas de continuité des liaisons avec les parcelles voisines
- rupture des linéaires commerciaux
- 100 % minéral



## projet proposé

- 11 162 m<sup>2</sup> de surface commerciale
- 450 places de stationnement
- visibilité des commerces
- continuité des liaisons internes
- continuité des linéaires commerciaux
- minéral et végétal

# synthèse

## PROGRAMMATION

### ville rayonnante

 les terrils : sculptures ? biotopes ? jardins ?

 Mittelfeld - agriculture urbaine

 le laboratoire alimentaire (transformation + restauration)

### ville équipée

 piscine communautaire (implantations possibles)

 ressourcerie - unité de transformation

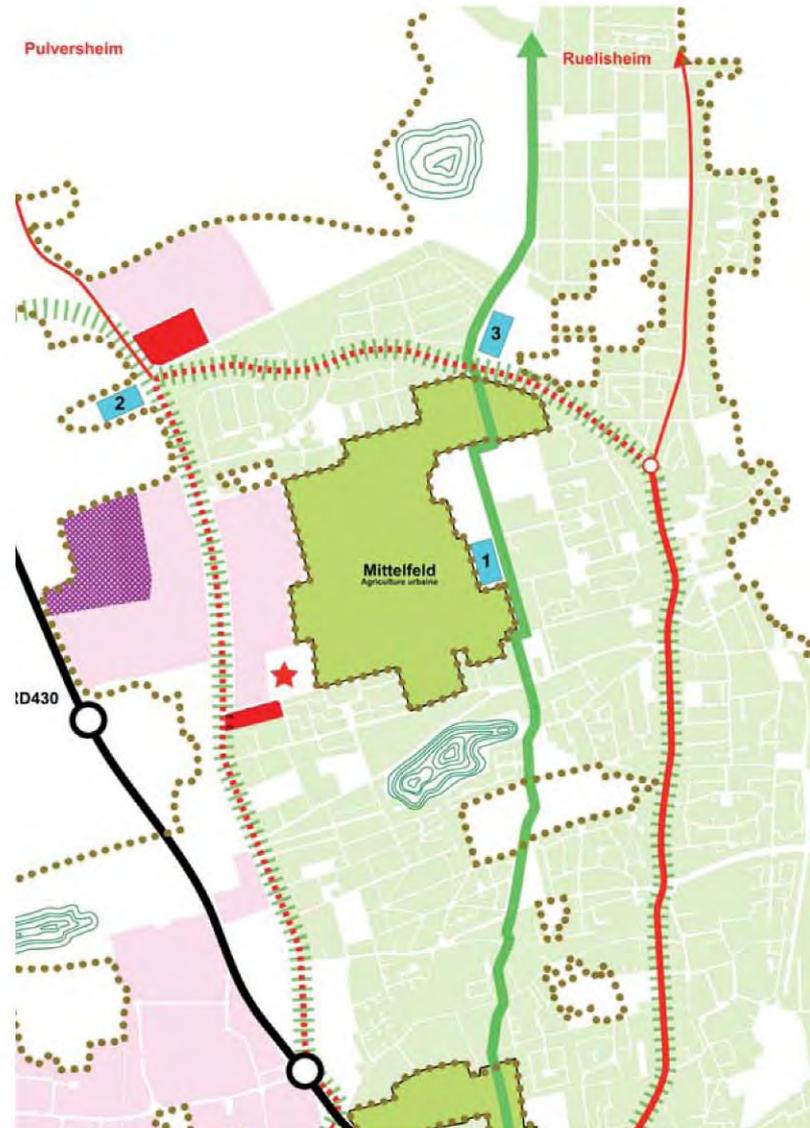
### ville mobile

 RD430 - liaison interurbaine et logistique

 améliorer les bus

 mettre en place progressivement le tramway

 connecter la zone commerciale avec le centre ville du Mulhouse



## STRUCTURE URBAINE

### ville nature

 Mittelfeld + bois de Kingersheim  
Coeur urbain vert

 requalifier les voies urbaines

 créer la dorsale verte

### ville compacte

 ne plus étendre la ville au delà de ses limites intérieures et extérieures

 densifier les zones d'activités commerciales existantes si besoin est

 reconverter certaines zones d'activités vers du logement

 travailler la densification / intensification des secteurs pavillonnaires

## *mise en œuvre / feuille de route*

*Kingersheim, Wittenheim et l'agglomération M2A se sont entendues pour poursuivre la démarche avec 4 actions prioritaires à engager immédiatement.*

*1.Engagement de l'élaboration d'un plan guide sous la maîtrise d'ouvrage des deux villes et de l'agglomération pour acter la stratégie, étudier sa mise en œuvre et réaliser son suivi.*

*2.Elaboration d'un Document d'Aménagement Commerciale pilote et volontariste dans le cadre de la révision du SCOT*

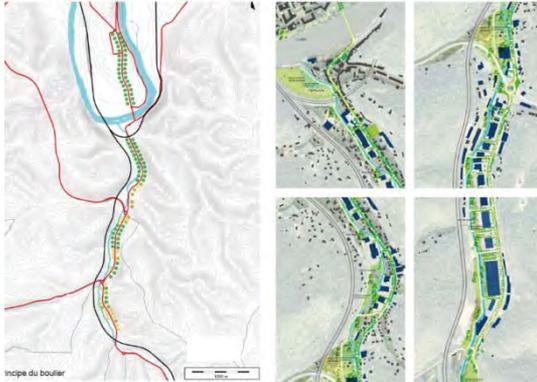
*3.Réalisation de la voie du milieu. Une première étape est l'élaboration d'un guide d'aménagement par l'AURM, l'agence d'urbanisme d'agglomération*

*4.Engager la mutation de l'usage et du paysage de la route de Soultz. Engagement d'études : comptages puis étude globale de faisabilité par une mise en œuvre phasée.*

*L'appui de l'équipe projet pour mener ces 4 actions est souhaité par les collectivités.*

# 6 sites en régions / 6 projets

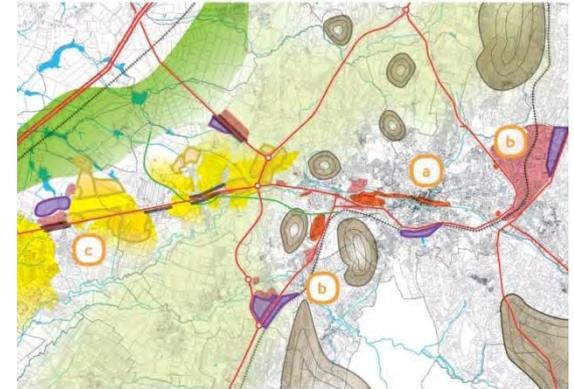
CAHORS



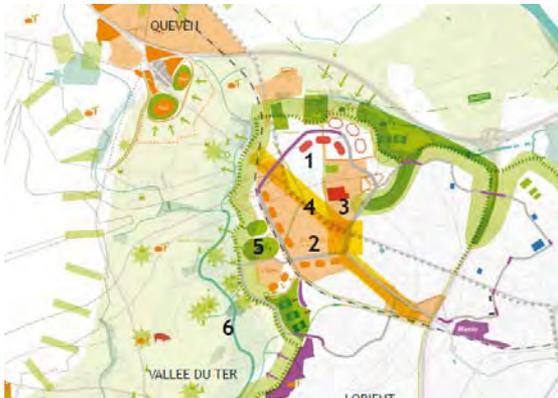
CHALONS-EN-CHAMPAGNE



LONS-LE-SAUNIER



LORIENT



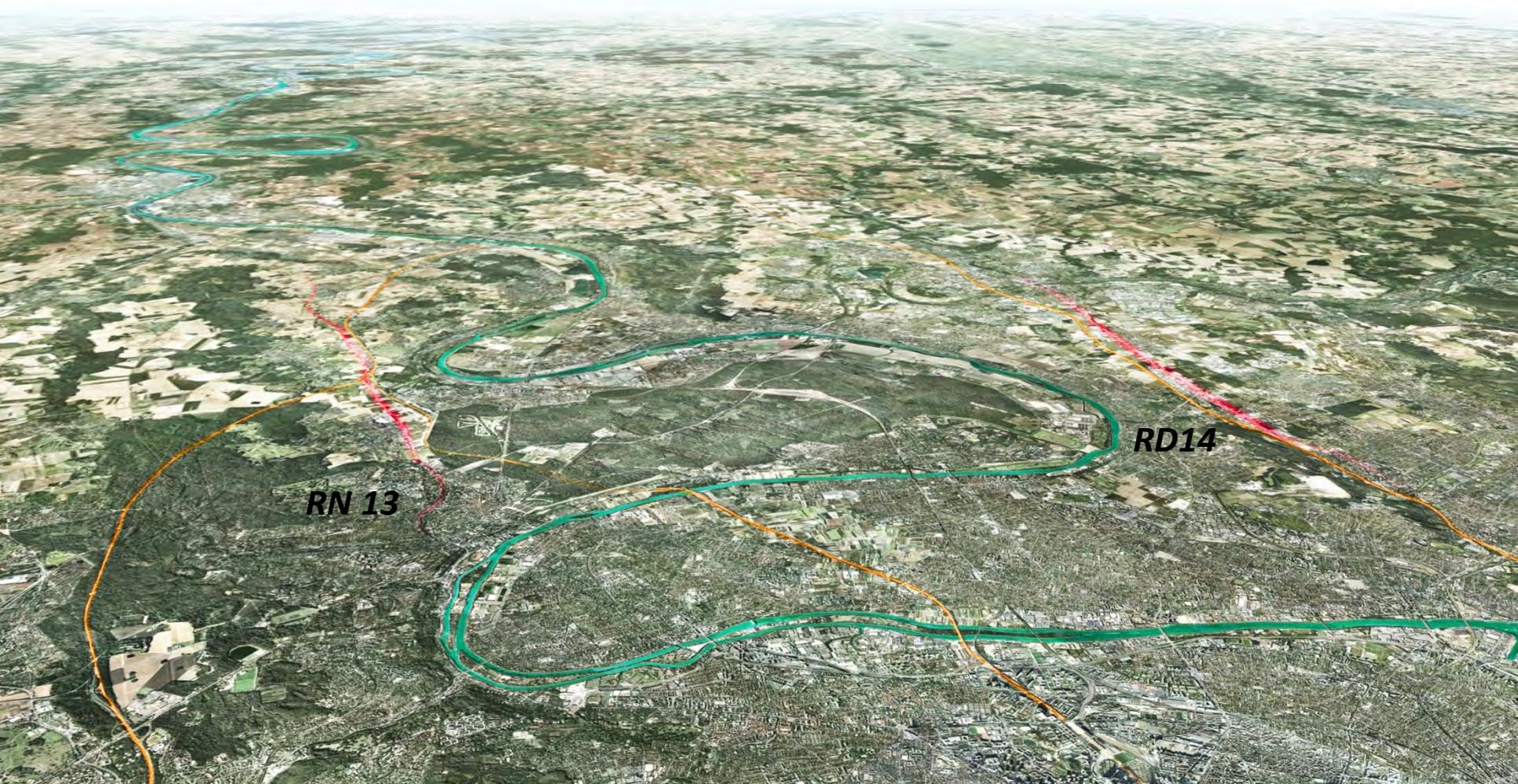
METZ



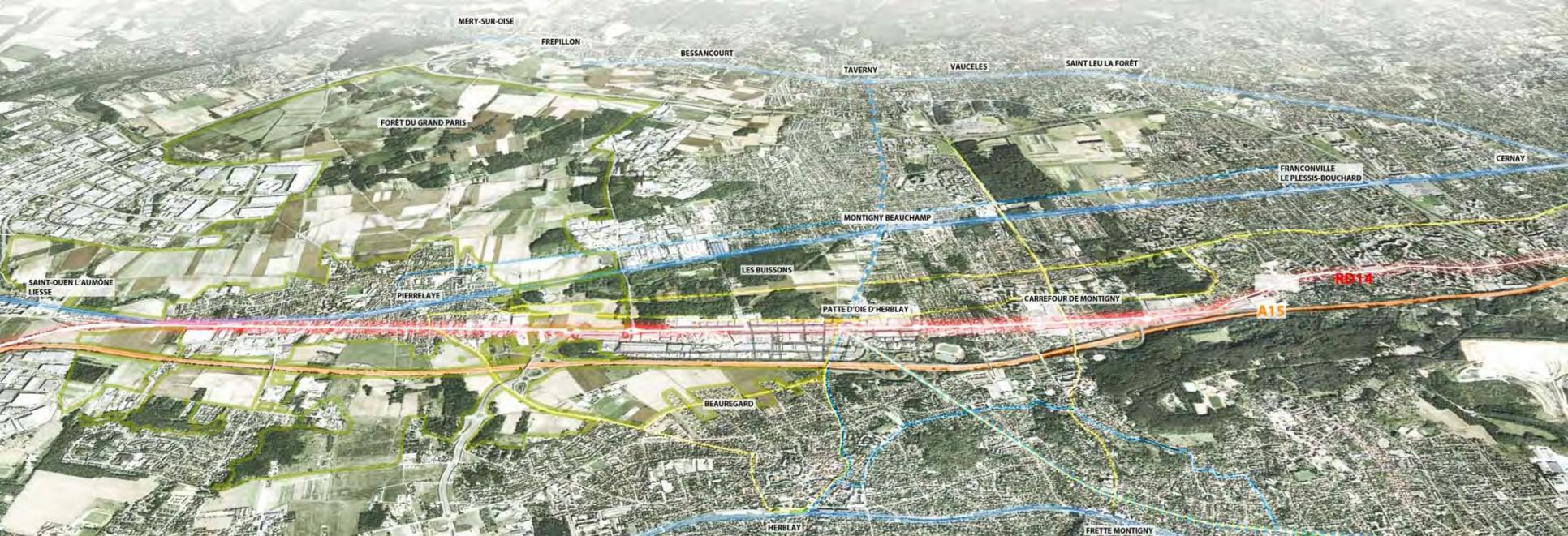
WITTENHEIM / KINGERSHEIM



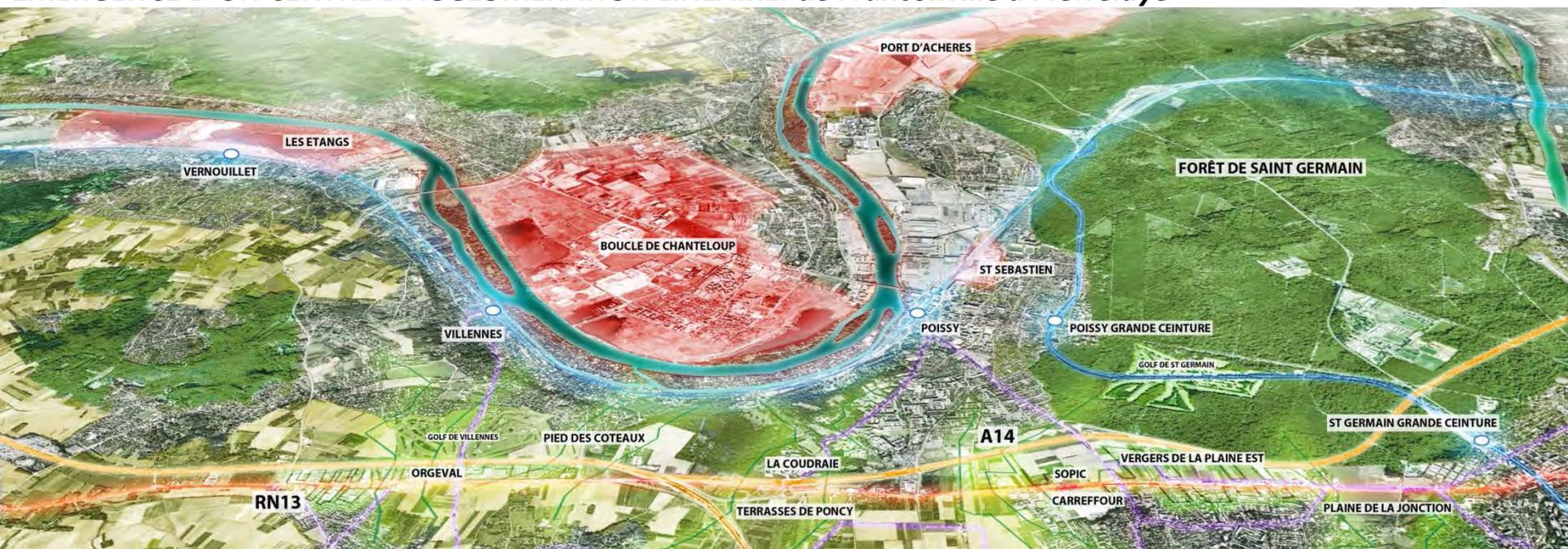
# Synthèse transversale des stratégies et des actions engagées



Aigremont, Chambourcy, Orgeval, Poissy, St-Germain en Laye, Villennes sur Seine / Franconville, Herblay, Montigny les Cormeilles, Pierrelaye

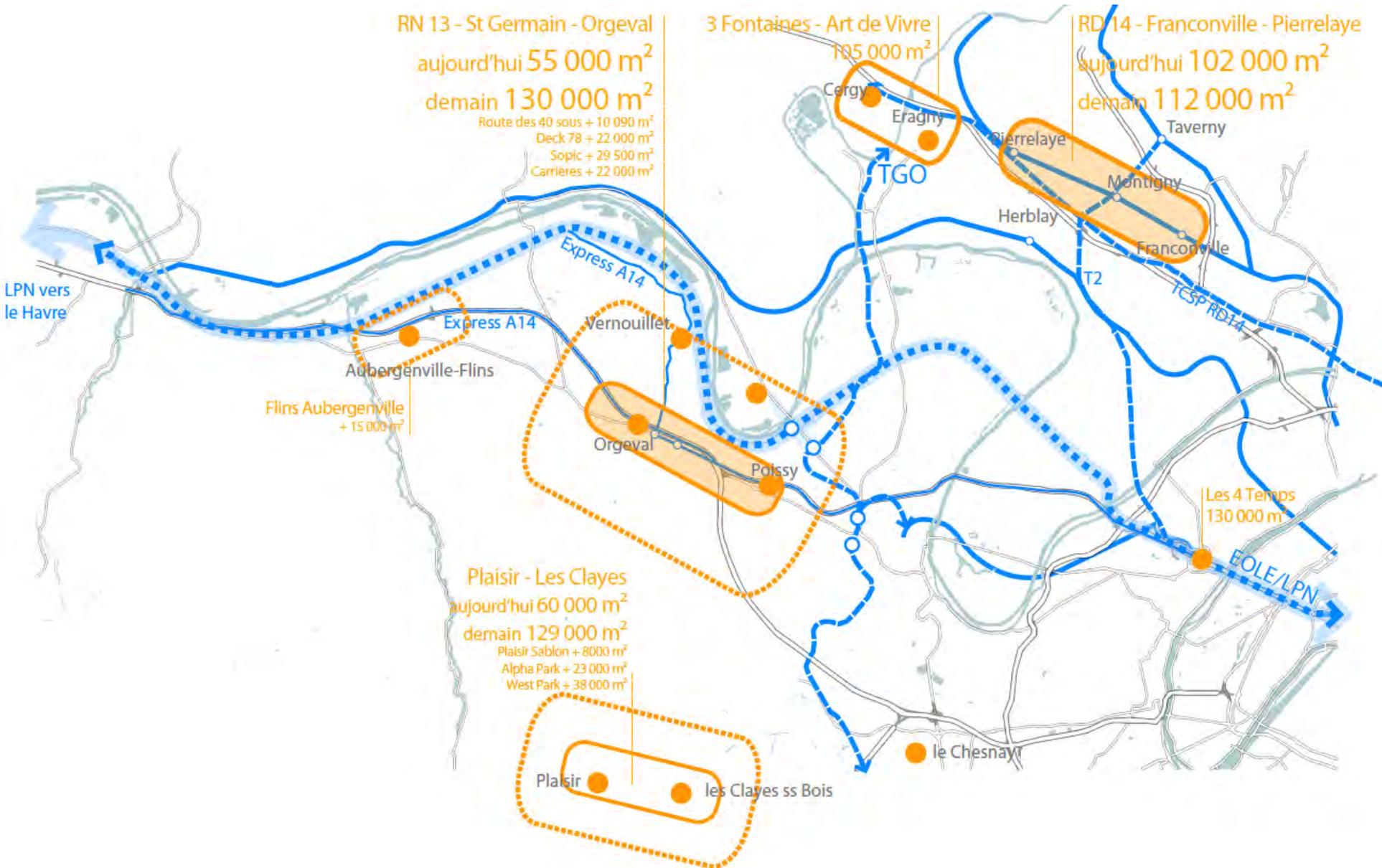


**EMERGENCE D'UN CENTRE D'AGGLOMERATION LINEAIRE: de Franconville à Pierrelaye**

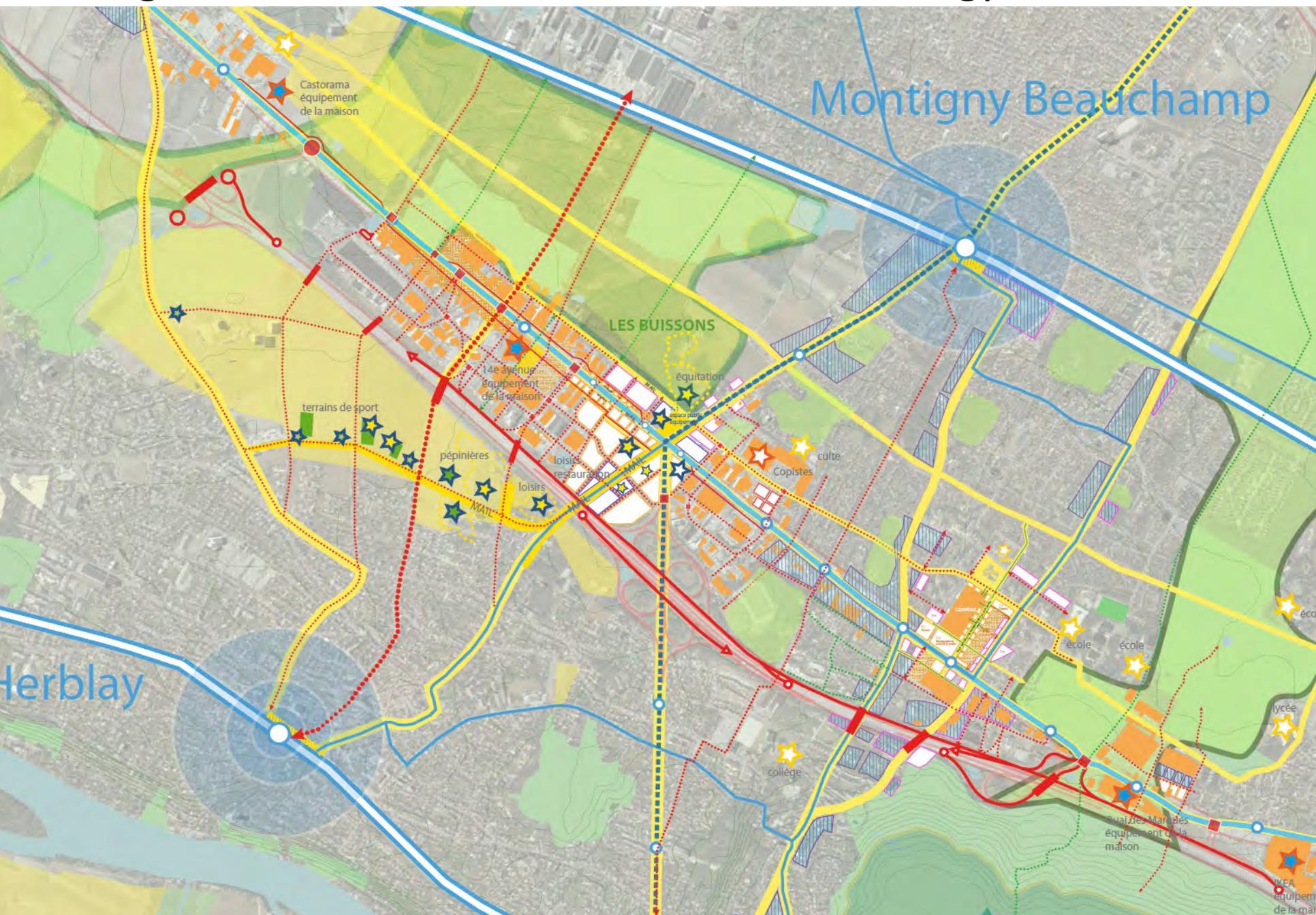


**LE BASCULEMENT VILLE CAMPAGNE : De Saint Germain à Orgeval**

# Promouvoir une complémentarité et éviter la concurrence interne



# L'émergence d'une ville linéaire entre Paris et Cergy – la RD14



# Une centralité linéaire mais des séquences distinctes

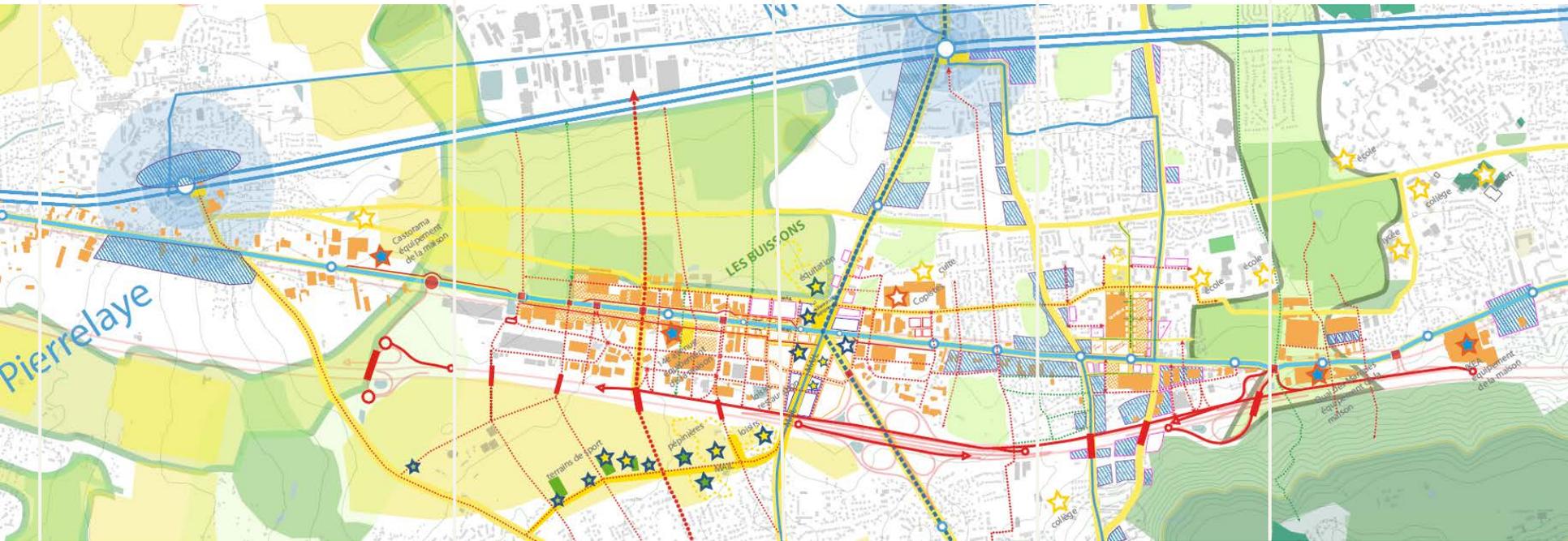
Pierrelaye  
La forêt

Herblay  
L'évolution permanente

Patte d'Oie  
Spot métropolitain

Montigny  
Centres-villes

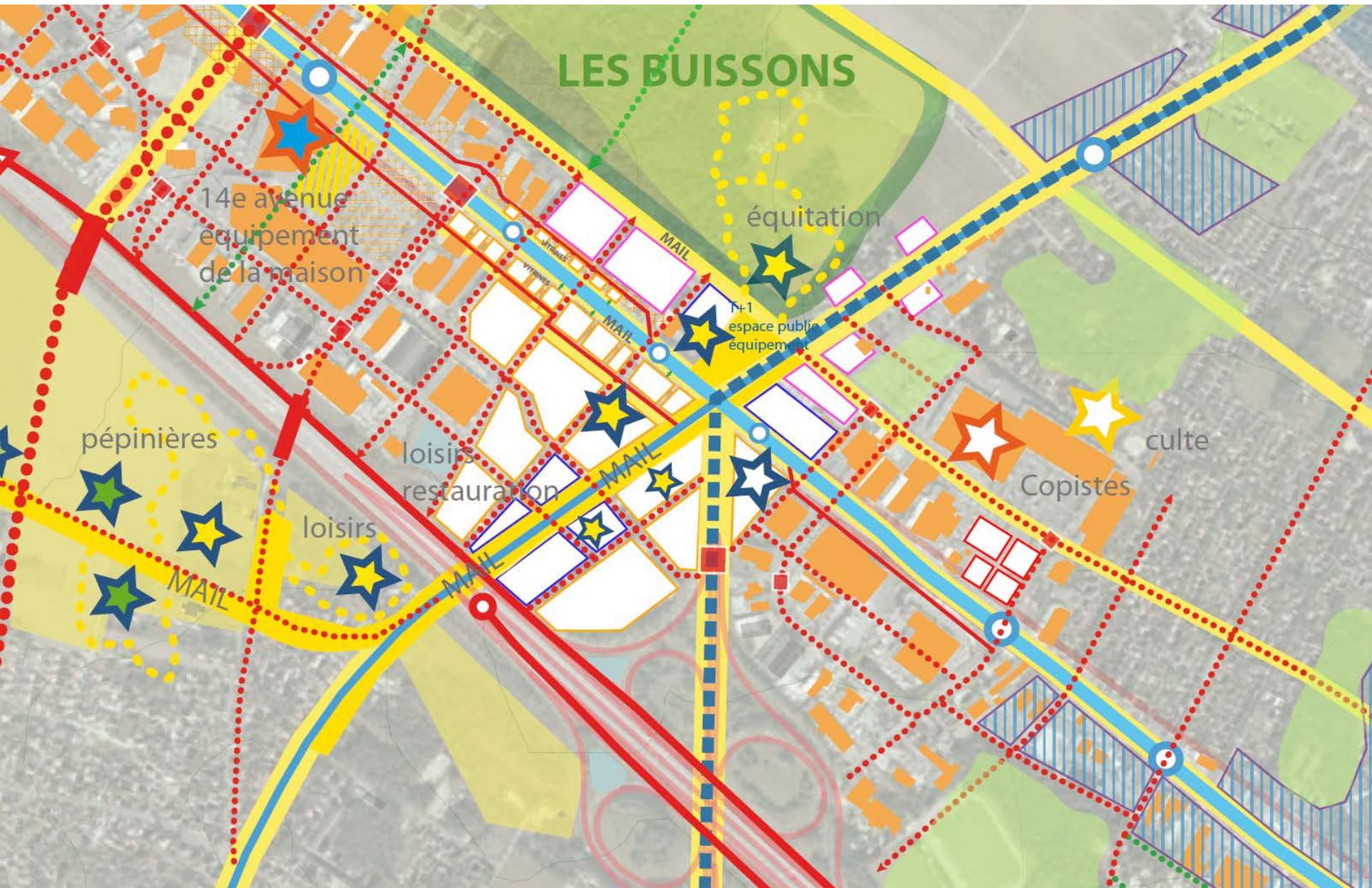
Franconville  
XS et XL



# Montigny, la possibilité d'un centre-ville



# Séparer les flux locaux des flux commerciaux : collectrice et maillage interne



# Le manager de nationale : la négociation plutôt que l'obligation



# « Les territoires économiques à la croisée des chemins »

Séminaire de conclusion de l'Atelier national



22 octobre 2012  
Cité Universitaire  
Internationale de Paris