

"Les Invités"

*organisée grâce aux parrains
de l'École de Paris :*

Air France
Algoé²
Alstom
ANRT
ArcelorMittal
Areva²
Cabinet Regimbeau¹
Caisse des Dépôts et Consignations
CEA
Chaire "management de l'innovation"
de l'École polytechnique
Chambre de Commerce
et d'Industrie de Paris
CNRS
Conseil Supérieur de l'Ordre
des Experts Comptables
Danone
Deloitte
École des mines de Paris
EDF
Entreprise & Personnel
ESCP-EAP
Fondation Charles Léopold Mayer
pour le Progrès de l'Homme
France Télécom
FVA Management
Roger Godino
Groupe ESSEC
HRA Pharma
IDRH
IdVectoR¹
La Poste
Lafarge
Ministère de l'Industrie,
direction générale des Entreprises
Paris-Ile de France Capitale Economique
PSA Peugeot Citroën
Reims Management School
Renault
Saint-Gobain
Schneider Electric Industrie
SNCF¹
Thales
Total
Ylios

¹ pour le séminaire
Ressources Technologiques et Innovation
² pour le séminaire Vie des Affaires

(liste au 1^{er} octobre 2008)

**DE LA VILLE AU CYBER-URBAIN
SOLITUDE RENFORCÉE OU RETOUR
DES COMMUNAUTÉS VILLAGEOISES ?**

par

Albert ASSÉRAF

Directeur général Stratégie, Études et Marketing
JCDecaux City Provider

Dominique LAOUSSE

Chargé de mission
Délégation générale à l'innovation et au développement durable, RATP

Thierry MARCOU

Directeur du programme Villes 2.0
Fondation internet nouvelle génération (FING)

Jean-Marc OFFNER

Directeur du Latts, École nationale des Ponts & Chaussées

Séance du lundi 2 juin 2008

Compte rendu rédigé par Loïc Vieillard-Baron

En bref

Vélos, rollers ou scooters, mais aussi GPS, téléphones portables ou web mobile, la multiplication des moyens de transport et des nouveaux instruments de localisation et d'information enrichit la mobilité urbaine et la complexifie. Alors que certains citoyens en profitent pour inventer une nouvelle vie urbaine pleine d'élan, d'autres, dépassés par les compétences nécessaires, se replient sur leur voisinage immédiat. De leur côté, de nouveaux acteurs aux modèles économiques originaux comme JCDecaux, mais aussi Google ou les parties prenantes du web 2.0, se mettent à intervenir fortement dans un univers structuré autour d'acteurs traditionnels comme la RATP ou les municipalités. Effervescent et paradoxal, ce monde qui invente les villes de demain peine à trouver le mode de gouvernance adéquat.

*L'Association des Amis de l'École de Paris du management organise des débats et en diffuse
des comptes rendus ; les idées restent de la seule responsabilité de leurs auteurs.
Elle peut également diffuser les commentaires que suscitent ces documents.*

EXPOSÉS

Albert ASSÉRAF : Je vais présenter l'analyse que l'entreprise de fourniture de services urbains JCDecaux fait de la situation actuelle de mobilité dans de très grandes villes comme Paris ou Lyon et de la tendance d'évolution, puis les difficultés qu'il faut et qu'il faudra résoudre pour répondre aux demandes de la population.

Des besoins et des offres multiformes

La mobilité contemporaine se caractérise par un éparpillement des besoins de transports et l'apparition de nouvelles offres, ces deux réalités s'amplifiant l'une l'autre. Auparavant, les gens faisaient des voyages relativement simples. Sans entrer dans les détails, ils allaient de chez eux à leur travail et en revenaient aux mêmes heures et par le même moyen de transport (voitures ou transport en commun), les autres déplacements étant relativement marginaux ou très locaux. Au cours des dernières années, ce rythme s'est effrité. Par exemple, de plus en plus de gens se sont mis à profiter des journées de RTT (Réduction du temps de travail), d'une pause dans leur travail... pour aller faire quelques courses. Des trajets nouveaux et moins normés qu'auparavant se sont multipliés, exigeant souvent l'utilisation de plusieurs moyens de transport. Pour les faciliter, de nouveaux moyens de transport plus souples que les grandes structures de transports publics se sont mis en place : covoiturage, vélos à la location en libre-service (Vélib' à Paris), mais aussi simplement rollers ou trottinettes.

Des informations pour choisir

L'extension des possibilités de transport a ouvert des espaces de choix et donc des demandes d'informations pour choisir. Pour aller à l'endroit où elle doit se rendre, une personne peut hésiter entre le métro ou le deux-roues par exemple. Le deux-roues est plus rapide mais moins pratique s'il se met à pleuvoir. Pour arbitrer, elle a donc envie de consulter instantanément la météo. Dans cette perspective, il y a toutes sortes de nouvelles demandes : on peut par exemple avoir envie de connaître simultanément à quelle heure passe le prochain bus au bas de son appartement et s'il y a des embouteillages dans tel quartier que l'on doit traverser ; en fonction de la réponse, on choisira le bus ou le métro, ou tel itinéraire plutôt que tel autre.

L'évolution du métier de JCDecaux

Historiquement, JCDecaux fournit aux municipalités du mobilier urbain comme les abribus ou les colonnes Morris. La grande spécificité de l'entreprise réside dans son modèle économique. Il consiste à fournir gratuitement ce mobilier en échange de pouvoir en commercialiser une partie comme support de publicité. Dans la nouvelle configuration de la mobilité, JCDecaux cherche à étendre son activité vers l'établissement d'une offre de transport – c'est l'exemple du vélo en libre-service –, et le développement d'un mobilier urbain de plus en plus communicant grâce à des équipements en nouvelles technologies de l'information.

La vision de la RATP

Dominique LAOUSSE : La prospective RATP a lancé une réflexion conceptuelle sur les évolutions des transports urbains. Dès maintenant, une mutation majeure s'opère, portée par le passage du transport à la mobilité, ou du pur déplacement physique au voyage personnel caractérisé par des relations avec les autres voyageurs et avec les territoires traversés. Ainsi, un paradigme de l'échange nous semble en cours d'émergence. Ce changement entre en résonance avec la tendance séculaire à l'autonomisation individuelle.

De l'usager moyen au voyageur naviguant

Les grands systèmes de transport, notamment la RATP, ont été conçus à l'ère industrielle en fonction d'usages moyens. Comme l'a rappelé Albert Asséraf, le domicile/travail était la norme avec des trajets relativement peu nombreux et assez stables, la figure de référence étant l'usager moyen. Cela a permis de concevoir des systèmes de transport de masse efficaces. En ce sens, ce concept a été très pertinent. Il a dominé le XX^e siècle, mais il ne suffira plus au XXI^e siècle pour affronter les problèmes de congestion ainsi que les demandes répétées des voyageurs pour que leur temps de transport ne soit pas du temps perdu.

En effet, la nécessité du transport de masse ne doit pas occulter la différenciation des trajets, plus diffus et moins réguliers avec un risque de déconnexion entre l'offre de transport, et les attentes des voyageurs. Aujourd'hui, seuls 25 % des voyages effectués par la RATP relèvent d'une nécessité régulière. Raisonner en termes de trajet moyen n'est donc plus suffisant.

Le concept qui permet de traduire la nouvelle réalité est celui de navigation. Les usagers deviennent des navigants dans la ville. Ils doivent sans cesse se repérer par eux-mêmes pour savoir où ils sont et prendre la bonne décision parmi les nombreux chemins qui s'ouvrent devant eux. Les aider suppose donc de créer des systèmes d'information personnalisés intégrant fonctions de navigation et d'accès à la ville et à ses services, aujourd'hui distinctes voire portées par des acteurs économiques différents.

L'information et les capacités cognitives pour la traiter

Dans ce cadre, les questions que se pose la RATP deviennent : qu'attendent les voyageurs de la RATP en matière d'outils de navigation ? Quels types d'outils existent ou existeront probablement sur le marché ? Qu'est-ce qu'on ne peut pas fournir aux voyageurs et qu'ils devront faire par eux-mêmes ? Quelles compétences sont, et seront nécessaires pour utiliser ces outils ? La navigation n'est pas qu'une question de mise à disposition d'informations, elle engage des capacités cognitives pour les traiter.

Des outils d'information à profusion

L'offre d'outils d'information tend à devenir pléthorique, portée par des cartographies de plus en plus personnalisables et dynamiques (cartes "taggables") ainsi que la vague montante du web 2.0 des services géolocalisés. Les voyageurs ne sont pas en reste comme en témoigne le site Clever Commute à New York, un site internet communautaire (85 000 abonnés !) fondé sur un système de SMS (*Short Message Service*) centralisés et redistribués via un serveur pour aider les voyageurs à gérer les incidents et les problèmes de congestion des transports en commun et routiers sur les différents axes qui relient Newark à Manhattan. Cette production collaborative d'informations change le rapport des voyageurs aux systèmes de transport et favorise la montée en puissance de systèmes de transports publics individuels (covoiturage, auto-partage, vélo). En résumé, l'information est le moteur de la mobilité contemporaine.

Des capacités cognitives assez faibles

Toutefois, l'usage de ces outils n'est pas toujours évident avec un illettrisme qui frappe 30 % des voyageurs dès lors qu'il s'agit de lire la signalétique dans les espaces de transport, ou 56 % qui ne savent plus lire une carte en deux dimensions.

Confrontée à cet état de fait, la Prospective RATP a lancé en 2002 une démarche de pédagogie de la mobilité. Elle propose, à ceux qui le souhaitent, des ateliers mobilité pour les adultes et des classes de mobilité durable pour les scolaires afin d'acquérir le mode d'emploi des transports publics. Il s'agit d'un apprentissage des savoirs et des techniques de base du déplacement, comme lire une carte, utiliser un automate ou le site ratp.fr... Au passage, notons que cette leçon exige une pédagogie spécifique, car elle s'adresse à des personnes qui ne savent pas toujours lire.

Réflexions complémentaires

Tout ce qui précède n'a de sens que dans le cadre d'une réflexion sur le devenir de la ville et de ses habitants dans la mesure où mobilité et urbanité sont intimement liées. Ainsi, le transport et la ville deviennent des espaces de navigation et d'échange personnalisables. Le paradigme de l'échange peut se décliner en deux métaphores, le *plug and play* (branchez-vous et jouez) par analogie avec le port USB, et l'*open source* (coconstruction collaborative de nouveaux services) qui relie ville, mobilité et information.

Cela nous conduit à explorer l'écosystème de la mobilité, notamment les comportements des individus dans les moyens de transport de la RATP, avec un accent particulier sur la foule. Elle n'est plus uniquement perçue comme dangereuse, mais également comme un espace d'échanges. De plus, c'est sans doute le plus grand salon de lecture : 30 % des gens y lisent.

Pour finir, notons que les questions de gouvernance de la ville du XXI^e siècle à travers des évolutions de la mobilité urbaine sont devant nous. Historiquement, la gouvernance était l'apanage de l'État et de grandes entreprises publiques, mais qu'en sera-t-il avec la multiplication des acteurs économiques, anciens et nouveaux, intervenant dans le transport et des attentes des voyageurs ?

La prospective de la FING

Thierry MARCOU : Au sein de la FING (Fondation internet nouvelle génération – une association de réflexion sur les usages futurs de l'internet –), je m'occupe d'un programme d'études sur la ville et les nouvelles technologies dénommé Ville 2.0 en partenariat avec de grandes entreprises comme JCDecaux et la RATP. Ce programme est fondé sur l'idée que les acteurs du cyberspace, aussi bien les programmeurs professionnels que les utilisateurs, sont de plus en plus actifs dans la conception et la coproduction de nouveaux services urbains, et qu'il convient de les prendre en compte quand on veut appréhender correctement la mobilité future dans la ville.

Dans ce cadre, la FING a organisé l'an dernier un atelier à l'ENSCI (École nationale supérieure de création industrielle) pour imaginer la manière dont les nouvelles technologies de l'information et de la communication pourraient transformer les déplacements urbains. Cet atelier avait rassemblé des élèves de l'ENSCI, de l'École spéciale d'architecture, de l'École des ingénieurs de la ville de Paris, ainsi que de l'Institut national des Télécoms. Concrètement, des groupes étaient formés avec des étudiants venant d'écoles différentes et devaient laisser courir leur imagination sans se préoccuper de la faisabilité technique. Ce principe avait été posé d'emblée car les technologies évoluent tellement vite que beaucoup de choses irréalisables aujourd'hui le seront peut-être à très court terme. Il ne faut donc pas se laisser brider par cette question.

Pour illustrer comment la mobilité dans la ville pourra être transformée, je vais décrire quatre idées de projets que les étudiants ont présentées sous forme de films, mettant en scène la mobilité telle qu'ils l'ont imaginée.

Tags et téléphone portable

En préliminaire, je dois présenter deux outils techniques majeurs sur lesquels s'appuient les mobilités imaginées : les tags et le téléphone portable.

Les tags sont des radio-étiquettes qui comprennent une antenne associée à une puce électronique qui leur permet de recevoir et de répondre aux requêtes radio émises depuis un émetteur-récepteur. Ces puces contiennent un identifiant et éventuellement des données complémentaires. Ainsi, celui qui dispose d'un récepteur comme un téléphone portable peut lire les informations que celui qui a placé le tag désire transmettre.

De son côté, le téléphone portable est un outil bien connu qu'il est inutile de présenter. En revanche, il est intéressant de remarquer que toutes les couches de la population en possèdent : en termes d'équipement, il n'y a pas de fracture sociale comme il peut y en avoir sur le plan cognitif.

Les films de la FING

Ces quatre projets ont été dénommés par les étudiants *Home page*, *Street cast*, *nAutre ville* et *nAutre bus*, *Métroscope*.

Home page

À la base de ce projet, les étudiants se sont dit que les gens résidant dans des appartements qui donnent sur les rues pourraient avoir envie de communiquer quelque chose d'eux-mêmes aux passants qui désireraient les connaître. Au moyen de tags, ils inscriraient alors sur leur façade des informations que pourraient lire les passants grâce à des systèmes de reconnaissance optique insérés dans les téléphones portables.

Street cast

Le projet *Street cast* a consisté à imaginer des promeneurs qui rempliraient des tags préalablement installés sur les monuments de la ville avec les informations trouvées sur la toile qu'ils jugent pertinentes et établiraient des correspondances avec d'autres monuments ou espaces de la ville selon leur propre sensibilité. Ils construiraient ainsi des parcours urbains qui remplaceraient les guides sous forme de livre en papier. Ainsi, chacun pourrait proposer sa propre vision de ce qui mérite d'être vu dans la ville. Ces tags seraient aussi captés par des téléphones portables.

nAutre ville et nAutre bus

Le projet *nAutre ville* imagine des panneaux urbains, un peu comme ceux installés par JCDecaux aujourd'hui qui affichent de la publicité ou des plans de la ville, mais qui seraient pivotants et capables d'afficher les informations déposées sous forme de tags dans les rues vers lesquelles ils seraient orientés. Ainsi, à chaque instant, les commerçants ou la municipalité pourraient transmettre aux passants l'information qu'ils souhaitent sur un panneau aisément consultable. Ce serait une manière plus riche et plus localisée de faire de la publicité ou de faire connaître la vie municipale.

En complément de l'idée précédente, les étudiants ont imaginé des autobus qui prendraient des informations déposées sur les lieux sédentaires devant lesquels ils passeraient et les déposeraient sur d'autres où il serait utile d'avoir une information presque immédiate sur ce qui se passe en amont de la ligne. Les autobus joueraient en quelque sorte le rôle des insectes pollinisateurs dans la nature.

Métroscope

Métroscope imagine d'armer les rames de métro avec un dispositif capable de capter les tags installés sur les monuments sous lesquels elles passent et de les retransmettre aux gens possédant un téléphone portable ou un instrument de lecture équivalent. Ainsi, le visiteur de Paris installé dans un wagon qui passerait sous le Louvre pourrait lire une documentation sur le musée.

On peut noter que ce projet conduirait à changer conceptuellement la nature du métro : au lieu d'être un endroit séparé de l'extérieur, il deviendrait une membrane entre le sous-sol et le sol. À ce titre, il illustre l'importance des nouveaux outils. Ils changeront non seulement notre mode de mobilité mais aussi notre conception de la ville.

Jean-Marc OFFNER : Le thème des conséquences du développement des outils cybernétiques dans la ville sur la liberté individuelle et le lien social m'a conduit à relever quelques points qui recoupent pour partie les exposés précédents, mais pas toujours complètement : l'importance du micro-nomadisme, la nécessité d'un "réseuteur", la vie personnelle comme expérience propre, la crise de l'urbanité, le statut de l'espace public.

L'importance du micro-nomadisme

Comme les exposés précédents l'ont montré, l'espace urbain connaît une diversification des régimes de mobilité et des modes de transport mais cette réalité doit être relativisée par le fait que le citoyen moyen continue d'effectuer 3,2 déplacements par jour et par personne comme il y a vingt ans : aujourd'hui comme hier, un grand nombre de personnes ne sortent guère de chez elles ou se limitent à aller à leur travail et en revenir. À l'échelle sociale, la liberté apportée par les nouvelles technologies n'est pas si importante qu'on pourrait le croire.

Si l'on analyse la réalité plus finement, on s'aperçoit cependant que les gens sortent beaucoup de chez eux mais pour de toutes petites distances qui ne sont pas comptabilisées dans le chiffre moyen précité. Il y a l'émergence de ce que l'on pourrait appeler un micro-nomadisme dans lequel la cybernétique joue un rôle. C'est un phénomène proche de l'utilisation de l'email pour converser avec son voisin de bureau. Curieusement les innovations techniques sont très utilisées dans les relations de voisinage alors qu'on les croirait adaptées aux relations rendues complexes par de longues distances.

La nécessité d'un "réseuteur"

La société repose de plus en plus sur des réseaux sociaux ou techniques. Ils ouvrent par nature des possibilités de complexification et d'enrichissement de la mobilité. Mais pour que ce potentiel se traduise effectivement en acte, des institutions sociales ou techniques doivent être dédiées à l'organisation de l'information sur ces réseaux, à la construction d'une "infostructure" correspondant à l'infrastructure ; c'est ce que j'appelle les "réseuteurs". Au début du XX^e siècle, alors que la France, au travers de multiples institutions locales ou nationales, construisait une énorme infrastructure routière, les frères Michelin sont devenus des "réseuteurs" quand ils ont décidé de couvrir le pays de panneaux indicateurs et de publier des cartes pour faciliter les transports. Avant l'apparition de cette "infostructure", l'automobiliste ne pouvait pas avoir conscience de la globalité du réseau routier et ne pouvait guère profiter de la puissance qu'il recelait. Aujourd'hui, on ne sait pas bien qui va prendre en charge cette fonction à l'échelle de la ville.

La vie personnelle comme expérience propre

Dans la suite de la sociologie urbaine de Pierre Bourdieu, on concevait au cours des dernières décennies la vie quotidienne comme étant déterminée par des rôles et des statuts qui assignent aux individus une manière d'être en ville. Aujourd'hui, la vie quotidienne se donne comme une expérience personnelle, événementielle, sans cesse renouvelée ; c'est une construction permanente. Elle paraît plus libre. Mais, dans ce nouvel environnement, l'individu apparaît comme un être sans cesse confronté à des choix et à une forme de négociation avec son entourage matériel et humain qui débouchent sur une difficulté cognitive facilement écrasante.

Heureusement, on voit quelques réponses se mettre en place. Dominique Laousse a présenté une initiative en termes de formation du public par la RATP. De leur côté, les urbanistes et les promoteurs inventent des sous-espaces urbains relativement homogènes (comme la piazza de Beaubourg ou la rue passante avoisinant le palais omnisport de Bercy) dans lesquels les choix restent multiples mais à l'intérieur d'un seul système de référence, ce qui en facilite l'appréhension cognitive.

La crise de l'urbanité

La ville se caractérise par l'existence d'une densité sociale qui permet de maximiser les interactions spatiales. Cependant, pour que ces interactions fonctionnent correctement malgré l'altérité des individus, il faut qu'elles soient régulées. Dans les sociétés du passé, le contrôle collectif et social du territoire était assuré par le regard que chaque individu faisait peser sur les autres. Aujourd'hui, ce contrôle a largement disparu, mais il n'a pas encore été remplacé par une nouvelle modalité de régulation, si bien que la vie collective et la relation à autrui sont en voie de dégradation. Pour que la ville continue d'engranger les conséquences positives liées à la densité, il faut trouver les moyens d'inventer une nouvelle urbanité.

Le statut de l'espace public

Plusieurs orateurs ont mis en évidence la nécessité de reconsidérer la gouvernance de l'espace public. Plus largement, le sociologue Isaac Joseph disait à propos des réflexions sur le statut de l'espace public qu'« *au-delà d'une crise des sociabilités et des civilités urbaines, les débats actuels sur l'espace public urbain engagent l'avenir du modèle de la ville monde. S'il n'est de démocratie vivable et durable que par la rue comme espace de rencontre avec l'étranger et si tout un chacun est susceptible d'être témoin, acteur et juge de la vulnérabilité du lien social, comment penser cette hospitalité universelle, ce droit de visite qui n'est pas encore le droit de citoyen souverain et, parce qu'il est public, déjà plus celui de membre d'une communauté ?* » Cette citation pointe à la fois l'importance de l'espace public et la difficulté à le situer dans la vie collective par rapport aux problèmes de sécurité ou d'anonymat par exemple.

DÉBAT

Une modernité paradoxale

Un intervenant : *De nombreuses études universitaires montrent avec constance que le nombre d'analphabètes augmente considérablement. C'est un paradoxe dans une société qui semble de plus en plus fondée sur la connaissance. Mais ce paradoxe fait-il problème ? D'un côté, on voit apparaître des outils techniques qui répondent à la nouvelle réalité. Ainsi, il n'y a plus grand monde qui sache lire une carte, mais le GPS (Global Positioning System) permet de s'en dispenser. De l'autre, on constate que le fait de ne pas avoir de capacités minimums de lecture, de calcul ou de repérage autonome débouche sur un repli sur soi d'un grand nombre de personnes. Ce n'est pas facile de se situer conceptuellement dans ce monde contradictoire...*

Thierry Marcou : Au monde des paradoxes, les usagers de la toile pourraient en ajouter beaucoup. Par exemple, ils vivent constamment dans cette réalité curieuse consistant à trouver ce qu'ils ne cherchent pas ! Cette réalité est tellement forte qu'on a remis à l'honneur pour la désigner un vieux terme oublié, la sérendipité. Le travail des étudiants que je vous ai exposé est aussi très paradoxal : il est largement issu d'une envie de favoriser une forme d'errance dans la ville, alors même que les dispositifs pour se situer avec exactitude sont devenus d'une extrême précision et que la réalisation de l'errance s'appuie sur eux. Cette contradiction est en train de donner naissance à une nouvelle discipline scientifique, la psychogéographie.

Dominique Laousse : C'est bien parce que nous sommes conscients de l'existence de nombreux paradoxes qu'il faut apprendre à assumer que nous travaillons beaucoup avec la recherche scientifique. Il y a dix ou vingt ans, les difficultés conceptuelles résidaient plutôt dans le domaine social, et la recherche en sciences sociales a permis de progresser. Aujourd'hui, les contradictions prennent appui principalement sur l'individu et sa capacité à saisir le réel. Parallèlement, la recherche en sciences cognitives se développe beaucoup. Pour aborder ces questions, la RATP travaille sur la navigation dans les espaces complexes avec Alain Berthoz, professeur au Collège de France, et sur la neuropédagogie avec Olivier Houdé, professeur à l'université de Paris V.

Mobilité, réseaux, et lieux de résidence

Int. : *Les orateurs ont considéré la ville à partir de sa facette de lieu de circulation dense des individus, mais on peut aussi la considérer à partir de son état d'espace d'activité professionnelle. Or les communautés professionnelles se centrent souvent sur des quartiers déterminés. Le lien entre le quartier du Sentier à Paris et la communauté des nouvelles technologies en est un bon exemple. Comment voyez-vous l'évolution des déplacements dans ces entités territorio-professionnelles ?*

T. M. : La FING est installée dans un local du quartier du Sentier à Paris dont le statut original illustre une tendance d'évolution de la ville. Cette tendance va vers une plus grande porosité entre les espaces professionnels et personnels. Ce lieu est en effet ouvert à tous les entrepreneurs des jeunes pousses du numérique de la Silicon Sentier pour qu'ils puissent disposer ponctuellement d'un bureau, de quelques outils informatiques spécifiques, mais aussi de rencontres avec d'autres personnes dans un cadre détendu car le début d'une activité est souvent assez solitaire. De même que les espaces de déplacements comme les rues ou le métro ont différents usages selon les personnes qui s'y trouvent, un même bâtiment tend à être utilisé de manière de plus en plus hétérogène.

Int. : *Quelle conséquence aura le développement de la cybernétique dans les transports sur la centralisation urbaine ? En favorisant la circulation et les réseaux, on peut penser que cela jouera en faveur d'une déconcentration.*

T. M. : Je ne suis pas certain que les nouvelles technologies joueront un rôle déterminant sur cette question. Les contraintes liées au développement durable et à l'augmentation du coût de l'énergie seront probablement beaucoup plus fortes.

Jean-Marc Offner : De nombreuses expériences historiques sur les réseaux permettent de conclure que cela contribuera à accroître la centralisation et donc le développement des métropoles. Ce n'est pas intuitif mais c'est toujours ce qui se passe.

Int. : *Entre centralisation et éparpillement, il existe un concept intermédiaire bien représenté par les hubs du transport aérien, c'est-à-dire par de grosses concentrations mais à l'échelle de zones territoriales particulières.*

Heurs et malheurs d'un service gratuit

Int. : *Je n'ai pas bien compris le modèle économique de JCDecaux adopté pour Vélib'. Vous semblez dire que les vélos sont gratuits car ils sont financés par de la publicité, mais pourtant je paye quand je les utilise !*

Albert Asséraf : Oui, mais votre argent va à la mairie, pas à JCDecaux. La mairie nous a octroyé la mise en place de ce service et nous a permis de l'utiliser comme support de publicité pour le financer, selon notre modèle économique habituel. Cependant, les autorités municipales ont aussi choisi d'accroître les revenus de la ville en faisant payer les utilisateurs. Ces paiements rapportent directement à la ville entre dix et vingt millions d'euros. De son côté, la publicité rapporte environ quatre-vingt-dix millions d'euros de chiffre d'affaires à JCDecaux, montant avec lequel il lui faut gérer le système.

Int. : *La mairie aurait-elle pu faire d'autres choix ?*

A. A. : Oui, naturellement. Elle aurait pu gérer Vélib' selon le mode de la délégation de service public. Elle aurait alors payé un prestataire pour qu'il mette en place ce nouveau service municipal, mais cela aurait ponctionné son budget de l'ordre de quelques milliers d'euros par an et par vélo. Dans le cas présent, JCDecaux, grâce à sa capacité à vendre de la publicité, met gratuitement le système à disposition de la mairie. Comme la mairie nous demande en plus une redevance (deux millions d'euros pour l'ensemble de notre mobilier

urbain), c'est même nous qui payons pour construire ce service aux Parisiens. Pour la collectivité, notre modèle a, à l'évidence, de l'intérêt !

Int. : *Jusqu'où envisagez-vous de l'étendre ?*

A. A. : Pour le moment, nous ne voyons pas de limite de principe. La limite se trouvera dans notre capacité à convaincre des annonceurs d'adopter les outils d'annonce que la municipalité nous autorisera à utiliser. On peut très bien imaginer que nous nous chargions de la piscine municipale et la financions selon notre modèle.

Mais à côté de la facette financière, il y a aussi la facette de la gestion technique des services urbains que nous prenons en charge. Techniquement, le métier de gestionnaire de Vélib' est différent de celui de gestionnaire d'abribus ou de colonnes Morris. Ainsi, Vélib' nous met directement en contact avec des particuliers alors que jusqu'à présent, au travers de nos autres services, nous n'avions de relation quasiment qu'avec les services municipaux. Nous sommes passés d'un métier *B to B (business to business)* à *B to C (business to consumer)*. Il nous faut l'apprendre. Si nous voulons plus tard gérer une piscine municipale, il nous faudra aussi l'apprendre.

Int. : *Au sein du groupe Vinci, nous constatons qu'il y a des activités dont nous ne pouvons pas financer le fonctionnement par la publicité parce que le support est trop pauvre. C'est par exemple le cas de péages urbains ou autoroutiers. Dans ce cas, une partie de l'argent que l'on fait payer au consommateur sert à financer le péage lui-même.*

Int. : *Pour le nouveau mobilier urbain cybernétique que les exposés nous ont présenté, quels types d'annonceurs pensez-vous être capable d'attirer, des commerçants locaux, ou de grandes enseignes ?*

A. A. : Je pense que le nouveau mobilier urbain donnera des informations pour les commerçants locaux. D'une manière générale, la tendance est au retour à l'information de proximité.

Int. : *Si l'on revient au thème de la navigation des passants dans la ville, vous allez peut-être créer insidieusement des parcours, écartant les lieux qui ne font pas de publicité.*

A. A. : La contrepartie de la gratuité de nos services pour la collectivité, c'est que les gens lisent de la publicité. De ce fait, on peut dire que nous orienterons les mouvements de la population. Mais c'est le cas de toute publicité. En revanche, la municipalité a la possibilité de nous demander d'indiquer ce qu'elle appelle les points remarquables.

De plus, je souligne que les services dits gratuits, c'est-à-dire financés par la publicité et non par l'utilisateur, sont très répandus dans la société actuelle. L'internet ou les journaux d'information distribués dans le métro sont par exemple très largement financés de cette manière. Et contrairement à nos opérations, il n'y a guère d'autorité publique dans la gouvernance de celles-ci.

D. L. : En passant, je remarque que les journaux gratuits sont largement distribués dans les espaces de la régie ou dans leur immédiate proximité. C'est donc une préoccupation pour la RATP, mais les institutions actuelles de gouvernance ne sont pas adaptées pour la traiter correctement.

J.-M. O. : Nos institutions savent prendre en compte les décisions liées aux infrastructures, que ce soit une bordure du trottoir ou une ligne de TGV. Cependant, la ville d'aujourd'hui évolue au moins autant par les modes de gestion et l'infrastructure. Or, une grande part de ces deux réalités échappe aussi bien au contrôle public qu'à celui des usagers. Une question cruciale consiste à imaginer des moyens d'y réintégrer de la délibération collective.

Les villes du nouveau monde

Int. : *Les exposés ont porté sur la ville telle qu'on la connaît en Occident. Mais à l'échelle de la planète, la réalité urbaine est de plus en plus le fait du reste du monde. Des mégalo-poles de plus de dix millions d'habitants ne cessent d'apparaître dans des lieux que presque personne ne connaissait il y a seulement cinq ou dix ans. Quels sont les points de similitude ou de différence entre les innovations urbaines d'ici et de là-bas ?*

T. M. : Au premier abord, ce sont deux réalités très différentes. Ici, l'urbanisme répare et améliore une situation héritée du passé, si bien que l'innovation doit se frayer un chemin dans une réalité encombrée. Là-bas, il crée sur un terrain d'action immense. En Chine, on prévoit la construction d'une quarantaine de villes regroupant trois cents millions de personnes dans les vingt ans qui viennent ! Comme les nécessités d'avancer réduisent les pesanteurs institutionnelles et sociales, c'est une période très favorable à l'innovation.

D. L. : On peut repérer quelques spécialités par continent. Les villes d'Amérique du Sud sont souvent très inventives en termes de réseaux de bus. La Chine commence à acquérir une spécialité dans la construction de quartiers écologiques.

T. M. : Il faut cependant souligner que les cabinets d'urbanisme qui les conçoivent sont très souvent occidentaux. Actuellement, la croissance est le propre du nouveau monde, mais la capacité à concevoir des ensembles structurés innovants reste un savoir-faire de l'ancien monde.

La beauté, un souci universel contemporain ?

Int. : *Je suis frappé par la recherche de la beauté dans le mobilier urbain contemporain. Mêmes les vélos de Vélib' sont charmants à regarder. À l'échelle du siècle dernier, c'est une évolution notable. Au début, on cherchait à montrer les caractéristiques techniques, par exemple les moteurs et les engrenages. Après la deuxième guerre mondiale, la priorité était le moindre coût.*

A. A. : Aujourd'hui, la plupart des grandes villes, y compris celles des pays émergents, veulent des produits esthétiques. Pour répondre à cette demande, la centaine d'ingénieurs de JCDecaux qui élabore le mobilier urbain travaille en lien étroit avec des dizaines de designers. La beauté est devenue un souci important.

Présentation des orateurs :

Albert Asséraf : maîtrise de sciences et techniques de l'Information ; entré en 1985 chez Comecon, puis chez Carat Comecon Affichage où il est nommé directeur des études et des outils en 1990, et directeur général de Carat Expert Affichage en 1993 ; de 2001 à 2004, il est directeur général de Carat Expert Affichage et Médias Locaux et directeur général de Carat Local ; il est depuis 1994 enseignant à l'UFR Communication des Entreprises de Paris XIII en marketing, publicité et médias ; il est membre du comité de direction France de JCDecaux.

Dominique Laousse : maîtrise en sciences économiques, MBA, membre de l'équipe Prospective et Conception Innovante de la RATP après un détachement à la Délégation interministérielle à la Ville ; ses domaines d'action concernent notamment l'intelligence de la mobilité et les développements de la mobilité 2.0 (avec le Smart Mobility group et le Mobile Experience Lab du MIT-Media Lab), mais aussi les croisements entre cognition et mobilité ; il est membre de différents réseaux internationaux portant sur la mobilité durable (www.move-forum.net) et les villes intelligentes (www.inta.org) et expert pour le pôle de compétitivité Cap Digital et l'ANR.

Thierry Marcou : est directeur du programme d'actions Villes 2.0 à la FING (Fondation internet nouvelle génération) ; le programme Villes 2.0 vise à étudier et anticiper les transformations de la ville et de la mobilité induites par les usages des technologies numériques ; la FING est un "*think tank*" qui étudie l'impact du numérique et de ses usages sur la société.

Jean-Marc Offner : ingénieur-urbaniste et politologue ; directeur du LATTS (Laboratoire techniques, territoires, sociétés ; unité mixte de recherche CNRS, université Paris Est) ; enseignant à l'École nationale des Ponts et Chaussées et à Sciences Po ; thèmes de recherche : action publique locale, socio-économie des réseaux techniques, politiques de déplacements et dynamiques territoriales ; il travaille sur le Grand Paris.

Diffusion octobre 2008