



**LA VILLE DE DEMAIN,
TERRITOIRE DES NOUVELLES
MOBILITÉS ET DE L'ÉCONOMIE
DU PARTAGE?**



LES PARTICIPANTS

Anne BARBARIN

Directrice associée, Crois/Sens

Bénédicte BARBRY-FELTZ

Directrice des Relations Extérieures et Affaires Publiques, Mobivia

Luc BELOT

Ancien député, Auteur du rapport «De la smartcity au territoire d'intelligences»

Olivier CARRÉ

Maire d'Orléans

Antoine CHAMPION

Ingénieur service au centre d'essais comparatifs, Institut National de la Consommation

Nicolas CHAUCHEAU

Business developer, ABB France

Didier CHENET

Président, GNI-Synhorcat

Amandine CRAMBES

Ingénieure urbaniste, Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie

Marc DAUMAS

Directeur Grands Projets Smart City, ENGIE

Ghislain DELABIE

Chargé de mission mobilités, Ouishare

Philippe DURANCE

Président, Institut des futurs souhaitables

Marjorie HAGOBIAN

Consultante logistique économie circulaire

Camille HARTMANN

Rapporteuse, Conseil national du numérique

Mathieu JEANNE-BEYLOT

Co-fondateur et Directeur général, Mutum

Raphael JIMENEZ

Chargé de prospective, SNCF Mobilités

Jean-Pierre LOISEL

Chef du service Communication Éducation Développement, Institut National de la Consommation

François MICHEL-LAMBERT

Député des Bouches-du-Rhône

Marc PAYAN

Co-fondateur, Collecticity

Virginie POTIRON

Juriste logement, Institut National de la Consommation

Sandrine RESSAYRE

Directrice, Bluedistrib

Samuel ROUMEAU

Responsable de l'étude Sharitories, Ouishare

Dominique ROUX-BAUHAIN

Professeure Consommations émergentes, alternatives et collaboratives, protection et résistance du consommateur, Université de Reims Champagne-Ardenne

Elisa SOMBART

Consultante en charge du Club numérique et territoires, Com'Publics

Miroslav SVIEZENY

Fondateur, Garnot Computing

Agnès-Christine TOMAS-LACOSTE

Directrice générale, Institut National de la Consommation

Victor WRIGHT

Connecteur, Ouishare

UN EFFET DE L'URBANISATION : DE L'AUTOMOBILE À LA MOBILITÉ

Le rapport des Français à la voiture a largement évolué, passant de la sacralisation au côté pratique voire à la diabolisation, même si, dans les faits, elle continue à être privilégiée par rapport à d'autres modes de transport (dans les pavillons on prévoit toujours deux places pour les voitures). Mais dans une société de plus en plus urbanisée, l'espace métropolitain offre de nombreuses alternatives à la voiture. Le parc automobile va diminuer dans les métropoles mais restera prégnant dans l'espace périurbain et les campagnes.

Il faut désormais réfléchir en terme de mobilité globale. L'exemple du groupe Mobivia est à cet égard intéressant.

« Depuis la création de NORAUTO, enseignante fondatrice du groupe MOBIVIA, en 1970, l'automobile a subi des évolutions constantes qui ont nécessité une mutation sensible de nos métiers d'entretien et de réparation multimarque. D'interventions mécaniques simples et limitées, nos métiers sont passés à l'ère de l'électronique pour entrer désormais dans l'ère du numérique, du digital afin d'intervenir sur des véhicules de plus en plus complexes. L'automobile est au cœur d'une véritable révolution : révolution technologique (électrique, connecté, autonome), révolution des usages, révolution du rapport à la voiture dans une logique de multimodalité. » **Bénédicte BARBRY** Directrice des relations institutionnelles de MOBIVIA

Il faudra veiller à la fracture numérique pour éviter que les plus défavorisés ne soient les moins bien informés sur des choix souvent moins coûteux.

« On constate aujourd'hui une fracture sociale entre les sachants, qui ont accès à toutes les mobilités, et les autres qui restent dans le schéma voiture et ne connaissent pas les alternatives ou ne connaissent pas les applications. Il faut être vigilant pour faciliter l'inclusion de tous, et ne pas augmenter les fractures d'accès à l'emploi, à la culture, au transport ; peut-être réfléchir au surcoût pour les populations défavorisées ? » **François Michel-Lambert** Député des Bouches-du-Rhône

RAPIDITÉ DE DÉPLACEMENT, NOUVEAUX USAGES : UN DÉFI POUR LES POUVOIRS PUBLICS

Les Français raisonnent en terme de temps passé et de service rendu, quel que soit le véhicule utilisé. La meilleure preuve en est le passage de la voiture au vélo électrique pour un nombre croissant de personnes, confirmé par une étude 2016 de l'ADEME.

D'après une étude 2017 du cabinet PwC, le nombre d'automobiles aura baissé de 25 % en 2030.

« On est plus dans un clivage sociologique de la mobilité, ce qui prime aujourd'hui c'est la rapidité de déplacement où le vélo est souvent plus performant que la voiture. Il n'y a plus d'a priori sur le vélo. La notion de service prime sur la notion du mode. » **Olivier Carré** Maire d'Orléans

Il faut désormais raisonner en termes d'usage pour comprendre les pratiques réelles.

« Il faut poser la question du point de vue de l'usage, mais aujourd'hui l'usage n'est pas opéré par les territoires mais par les plateformes. De l'usage découle la réalité d'une pratique, d'un service. » **Luc Belot** Élu d'Angers, ancien député

POUR FAIRE VIVRE LES CENTRES VILLES, FACILITER L'APPROVISIONNEMENT

Une enquête révèle que plus de 40% des consommateurs ont envie de pouvoir consommer dans leur commerce de proximité mais qu'ils regrettent des horaires peu pratiques, notamment au regard de leur vie professionnelle. La facilitation de leur approvisionnement est un enjeu majeur, comme le propose par exemple Bluedistrib.



Pour ce qui est du commerce en centre-ville, le shopping peut rester un plaisir à condition d'y accéder facilement et de pouvoir se faire livrer rapidement.

QU'ENTENDRE PAR MOBILITÉ VERTE OU DURABLE ?

La mobilité durable est une tendance lourde qui ne fait plus débat, même si on rappelle que le renouvellement progressif du parc automobile devrait prendre 15 ans.

« La dimension durable des mobilités devient aujourd'hui une évidence alors qu'elle était secondaire auparavant. On va avoir une mobilité verte à un horizon beaucoup plus proche qu'on ne l'avait imaginé. On aspire tous à avoir un véhicule

Bluedistrib est un service de livraison / dépôt de colis en véhicules électriques au travers d'un réseau de « consignes partagées » accessibles en voirie 24h/24 et 7j/7.

« L'idée est de partager les infrastructures logistiques plutôt que de créer de nouvelles infrastructures et de grignoter l'espace public. Il faut pouvoir proposer plusieurs offres d'approvisionnement pour les gens. On ne remplace pas les commerces, on facilite l'accès aux commerces de proximité. » **Sandrine Ressayre**
Directrice de Bluedistrib

propre. Les Français sont conscients qu'il vaut mieux faire du nucléaire que du charbon. » **Marc Daumas** Directeur smartcity Engie

Là encore, c'est l'usage qui détermine la qualité de la mobilité. L'ADEME a développé la notion de passeport mobilité pour mesurer l'empreinte carbone d'un déplacement : ainsi, un véhicule ancien largement partagé sera peut-être plus vertueux qu'un véhicule électrique individuel.

Par ailleurs, le véhicule partagé suppose de nouvelles infrastructures : il s'agit d'une question à prendre en compte dans l'aménagement du territoire (stationnement, nature des investissements à réaliser, bornes véhicules électriques).

DE NOUVELLES MANIÈRES D'OPTIMISER L'ESPACE, AVEC UNE RÉFLEXION SYSTÉMIQUE URBANISTIQUE

Le véhicule autonome se développera plus rapidement que ce qui était pensé car les expérimentations se multiplient. La ville pourrait subventionner fortement des robots taxis, qui correspondent à l'équivalent de dix véhicules actuels. Pour la collectivité ce sont des mètres carrés publics économisés pour créer de nouvelles richesses.

Il faudra néanmoins anticiper les places de stockage des voitures autonomes. Comment optimiser l'espace, alors qu'il est déjà saturé notamment pour les villes moyennes ?

Là encore, c'est une réflexion transversale et systémique urbanistique qu'il faut développer dans les services territoriaux, si l'on veut éviter une gestion anarchique et contradictoire de l'espace. Le numérique induit une révolution culturelle dans la manière de travailler.

« La transformation numérique est peu appropriée par les territoires. La mobilité est d'abord un enjeu d'urbanisme : si on augmente la circulation, on augmente l'étalement urbain. On construit des parkings partout alors qu'on sait que le stationnement en surface suffira. Mais que fait-on de cet espace libéré ? » **Luc Belot** Élu d'Angers, ancien député

Il faut également citer l'exemple réussi de Barcelone, qui crée des espaces carrés et des sens uniques, pour fluidifier la circulation et récupérer de l'espace de vie et de vivre-ensemble. C'est bien le travail sur l'usage qui est primordial ; la technique ne vient qu'en second.

« Orléans montre ainsi une appétence réelle pour l'économie collaborative, avec une logique d'entrepreneuriat. Les grandes marques s'inspirent de cette logique de création et de créativité. La ville a



développé des investissements dans la culture en ville, via sa cellule «*Design par les services*» qui est un grand succès» Olivier Carré Maire d'Orléans

Par ailleurs, on estime que le consommateur pourrait louer sa surface pour d'autres usages que l'occupation personnelle (combles, garages à aménager). Une fois encore c'est une réflexion globale sur l'optimisation de l'espace public et privé qu'il faut accompagner.

UNE ÉCONOMIE URBAINE COLLABORATIVE ? LES EXPERTS METTENT EN GARDE CONTRE LES BIAS MÉTHODOLOGIQUES ET LES RISQUES DE DÉTOURNEMENT

La prudence autour du terme « collaboratif » s'avère nécessaire au regard des dérives industrielles de certaines entreprises (type Airbnb), des risques de détournement et de l'importance du partage de la valeur.

De même, la question de la confiance se pose, dans une société de consommation qui peut détourner des projets louables, comme la Smart city, de leur objectif premier. Il est important de construire un vrai projet commun sur des bases méthodologiques sérieuses, de réinventer des outils de vigilance et de veille citoyenne, d'assurer la transparence des plateformes et d'engager véritablement les utilisateurs-citoyens. Certaines démarches urbaines dites participatives peuvent être détournées par les politiques à des fins de propagande.

Avec l'essor des plateformes en hôtellerie, restauration, tourisme, très appréciées en milieu urbain, les consommateurs semblent avoir pris la main sur la transmission d'information ; ainsi Tripadvisor valorise l'avis de « non experts ». Ce serait une nouvelle forme de démocratie directe, une « agora des temps modernes ». Mais comment vraiment « passer la main » à l'utilisateur ? L'obstacle n'est pas dans l'outil mais dans les blocages culturels de certains milieux professionnels qui peuvent remettre en cause cette expertise d'usage, qui n'est pas encore totalement reconnue. On peut également craindre une fracture entre des experts collaboratifs, influents, et des citoyens « lambda qui subiront ».

Du reste, la persistance de certaines perceptions traditionnelles constatée dans plusieurs études (méfiance envers la smart city ; persistance du logement pavillonnaire et de l'idée de propriété ; succès limité, pour l'heure, de la voiture autonome ; réticences à la vie en ville) incitent à la prudence sur l'extension prochaine des innovations de l'économie du partage. Des représentations idéales aux pratiques réelles, le chemin est long.



L'Observatoire des usages émergents de la ville (OBSOCO) présente une étude sur 4 000 personnes sur les usages dans la ville (mobilités, bien-être en ville) qui montre un certain rejet de la smart city (avec une note de 5/10 pour la « ville connectée » vs 7,7/10 pour la « ville nature »).



31% des Français pourraient avoir confiance en un véhicule entièrement autonome (Opinionway 2017) ; 59% ne leur font pas entièrement confiance pour prendre la bonne décision et 45% craindraient un accident, tandis que 58% des personnes interrogées pensent que les fonctionnalités de sécurité seraient améliorées.

DES OUTILS ET PRATIQUES INTÉRESSANTS À SUIVRE DANS LE MILIEU URBAIN



Deux start ups illustrent la dynamisation du lien social urbain :

- **Mutum**, plateforme d'échanges d'objets qui crée du lien social, lutte contre la surconsommation et la surproduction et aide les utilisateurs à économiser de l'argent ;
- **Collecticity**, plateforme de financement participatif des projets publics en France, qui vise à réimpliquer le citoyen dans la politique d'investissement menée par la collectivité, dans une vraie logique de co-construction.

Il faut également citer dans le domaine de l'énergie Qarnot computing (chauffage intelligent par la data), ou encore dans la nouvelle gestion de l'espace urbain le rôle de la colocation, des fablabs, des tiers lieux hyper-connectés que les indépendants pourraient investir de plus en plus.

Ces pratiques collaboratives vont se développer y compris au sein d'entreprises « traditionnelles » comme Castorama : Castolab vise à transformer le magasin en espace de connexion pour porter des projets en commun. Castorama devient une plateforme de connexion au service des territoires et habitants : il y a une transformation de l'entreprise d'un modèle de vente d'outils vers un modèle économique créateur de proximité et de lien.

Mais le levier le plus efficace en matière d'économie du partage en milieu urbain reste l'alimentation, associée à la sociabilité, la commensalité, la

proximité et surtout la santé et l'environnement. Les lieux et outils de partage et distribution en circuit court connaissent un grand essor, comme l'a montré une étude Sharitories.



FAUT-IL SUIVRE DES INDICATEURS NON MARCHANDS POUR RENDRE COMPTE DE CETTE ÉCONOMIE DU PARTAGE ?

Les scénarios « non financiers » restent difficiles à envisager : la toute puissance de grosses structures capitalistiques (GAFAM, grands groupes) qui industrialisent le partage, organisent l'obsolescence et réduisent les choix pénalise l'essor d'échanges non financiers et non marchands. Dans la ville comme pour la santé ou l'alimentation, c'est une réflexion élargie sur le bien être et le bonheur que de nombreux experts aimeraient engager. Ainsi, certains organismes travaillent sur des indicateurs non financiers, la création d'une valeur non monétaire, comme le partage de services, ou le RCI, indicateur de capacité relationnelle.

 L'indicateur de Capacité Relationnelle (RCI) essaie de représenter la qualité du lien social au sein d'un groupe, et fournit des informations sur le tissu social. Il comprend trois dimensions : intégration dans les réseaux, relations privées, et engagement civique. (Essec Irené)

L'étude Sharitories, qui interroge l'impact des pratiques collaboratives dans les villes moyennes, en France et en Europe, vise à montrer en quoi ces pratiques émergentes sont un vecteur de développement économique et de lien social à l'échelle locale. La recherche de terrains dans 8 villes aboutit à plusieurs enseignements, et notamment :

- Faire de l'alimentation le catalyseur d'une approche systémique ;
- Préférer au marketing territorial une stratégie de coopération régionale ;
- Sensibiliser les leaders politiques aux pratiques collaboratives ;
- Renforcer l'implication des habitants, motif de cohésion et de fierté.



RECOMMANDATIONS



BÂTIR UN ENVIRONNEMENT DE CONFIANCE

Continuer à être le garant de la fiabilité et de la loyauté des opérateurs qui fournissent les données, et rendre le choix possible en vraie connaissance de cause pour redonner du pouvoir au consommateur

Favoriser un climat de confiance en contribuant aux « chartes locales de la donnée », portées par les élus des territoires et l'engagement de tous les acteurs, avec une feuille de route à chacune des parties pour poser les règles du jeu d'un vrai débat.

Travailler avec les responsables politiques pour favoriser un collaboratif « fort », réel, qui ne soit pas préempté par quelques acteurs dominants.

Valoriser les innovations des structures et des acteurs du territoire sur les mobilités ou l'économie du partage



FAVORISER UNE APPROCHE CRITIQUE DU CONSOMMATEUR

Faire évoluer les grilles de compréhension du consommateur (information « responsable », importance du relationnel dans le bien être urbain)

Valoriser les recherches sur les nouveaux indicateurs de l'économie collaborative (capacité relationnelle, bien être, bonheur)

Contribuer au développement d'un dispositif citoyen pour différencier le positionnement des plateformes (type Airbnb, Tripadvisor...)



FAVORISER L'ACCÈS AUX DROITS ET L'INCLUSION NUMÉRIQUE

Lutter contre les discriminations, notamment pour les populations les plus vulnérables afin de favoriser la capacitation, la compréhension de l'univers de la consommation et la démocratisation de l'économie du partage

Contribuer à l'information sur la protection des données, faciliter un état d'esprit conforme à la CNIL

