

VILLES

la nouvelle donne



JCDecaux

VILLES

La nouvelle donne

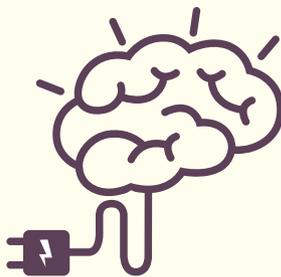
Préface 11

Jean-Charles **Decaux**

Humaine 12



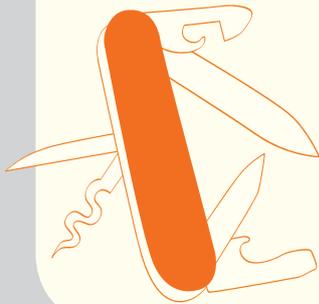
Intelligente 26



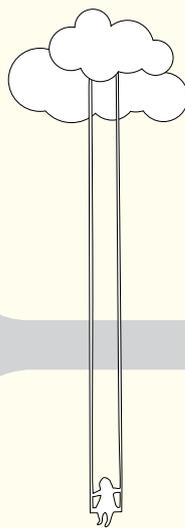
Partagée 40



Versatile 54



Créative 68



Enquête 82



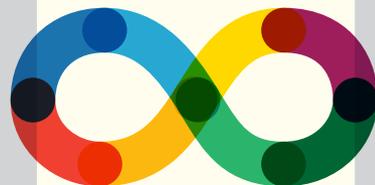
En voie de disparition ?

Conversation 84



Yuriko Koike
Gouverneure de Tokyo

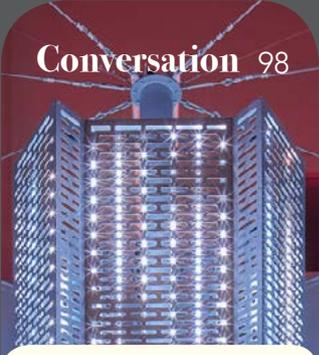
Agile 90



VILLES

La nouvelle donne

Conversation 98



Elisha **Karmitz**, MK2

Enquête 104



Millennials, et après ?

Postface 107

Albert **Asséraf**



« Le XXI^e siècle sera celui des villes ». Cette maxime en forme de prophétie devenue désormais réalité se confirme un peu plus chaque jour. Les villes constituent partout sur la planète le creuset de nos profondes transformations économiques, sociales et sociétales.

Si le monde qui est le nôtre change si vite et si profondément, c'est peut-être parce que nous ressentons, collectivement, la nécessité de penser et d'agir autrement. Petites et grandes villes ne sont pas exclues de cet élan. Elles en sont, bien au contraire, la capitale universelle, le porte-voix ; elles font preuve d'une audace remarquable et insufflent une réelle dynamique d'innovation.

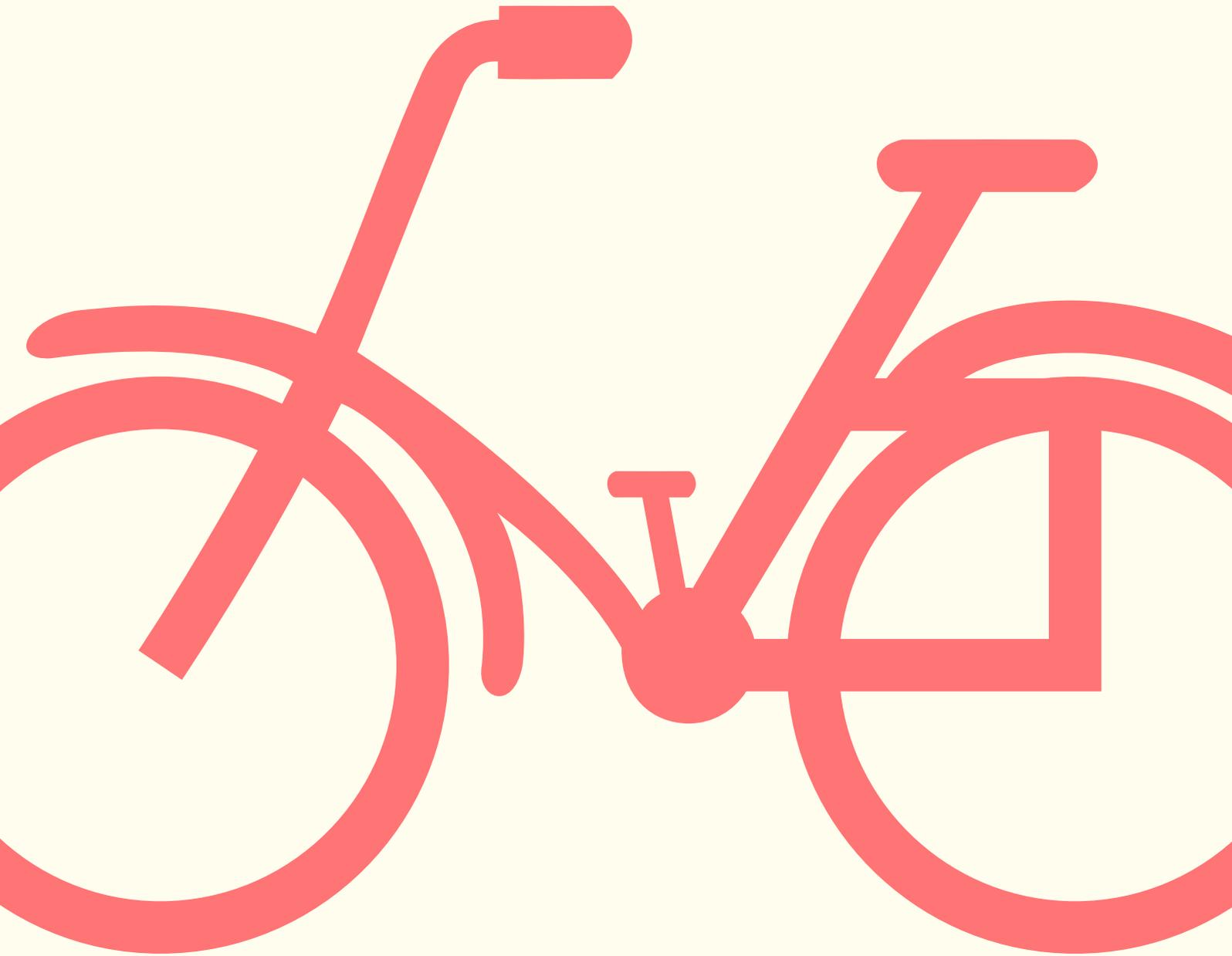
S'il fallait cristalliser ce qui les anime, on pourrait dire qu'elles partagent une hyper-conscience de l'avenir, doublée de la conviction que tous peuvent inventer « autre chose » : les habitants, les pouvoirs publics, les entreprises et entrepreneurs, les créateurs et designers, les chercheurs, les agronomes, les nutritionnistes, les technologues... Il n'est pas une discipline dont la ville de demain ne reconnaisse la participation et l'intelligence.

Dans ce cahier de tendances, nous sommes allés à la rencontre de villes en mouvement, profondément engagées dans leur révolution numérique tout en s'investissant dans l'indispensable transition énergétique. Nous y avons découvert une myriade d'initiatives en phase avec celles que nous déployons ou imaginons pour le monde d'aujourd'hui et de demain. Nous avons pour notre part une mission qui consiste à rendre les villes plus confortables, accueillantes et agréables au bénéfice de la qualité de vie du plus grand nombre. Nous nous y consacrons à chaque instant avec passion et responsabilité. C'est au sein de ce paysage urbain en pleine mutation que nous vous invitons à devenir les acteurs d'un avenir que nous écrivons ensemble.

Jean-Charles Decaux

Chapitre 1

Humaine



Citation

RESILIENTE



INCISE

La résilience est
le fruit d'un processus
culturel, et non
environnemental.

Rob Hopkins

L'humain au cœur du projet urbain

Carlos Moreno

Le XIX^e siècle a été celui des empires, le XX^e siècle celui des nations, le XXI^e siècle est à n'en plus douter celui des villes. À l'origine, le concept de « ville intelligente » est apparu pendant l'ère de la révolution numérique, comme un élément de forte attractivité.

En réalité, la vie au quotidien, les savoir-faire et les talents d'une ville doivent être tournés vers l'objectif majeur qui est l'amélioration de la qualité de vie, en plaçant l'humain au cœur du projet urbain.

L'intelligence des villes, c'est de faire face, avec une vision stratégique transverse, aux cinq grands défis urbains pour bien vivre ensemble – social, culturel, économique, écologique et de résilience –, et cela en s'appuyant sur trois grands leviers : l'inclusion sociale, la réinvention des infrastructures urbaines et la révolution numérique.

Dans cette vision de la « smart city » humaine, le bénéfice majeur pour les habitants est la création de valeur sociale. L'enjeu principal de notre approche est alors la capacité à créer des usages et des services qui contribuent à l'amélioration de la qualité de vie, qui apportent des réponses aux besoins des citoyens pour participer à la vie de la cité et pour multiplier la puissance de la multitude tournée

vers le bien commun, le bien public. Il s'agit *in fine*, et avant tout, de favoriser l'expression de la vie dans la ville dans ses multiples formes, pour façonner cette approche de ville du partage, ouverte, participative, vivante et créative.

Hyper proximité ?

Carlos Moreno incite à repenser la proximité en rapprochant les demandes des habitants des offres qui leur sont proposées, en assurant une mixité fonctionnelle, en développant les interactions sociales, économiques et culturelles, en poursuivant une densification soutenue, tout en augmentant les espaces de rencontre et de brassage publics, en optimisant la palette de services grâce au numérique et aux modèles collaboratifs et de partage, en transformant les rues en espaces de mobilités décarbonées par la découverte à pied ou à vélo, en établissant des hyper-proximités comme les « superblocks » à Barcelone ou à Tokyo, en redécouvrant la biodiversité dans son lieu de vie et en encourageant les circuits courts.

Carlos Moreno

Expert en villes intelligentes
moreno-web.net

Twitter @carlosmorenofr



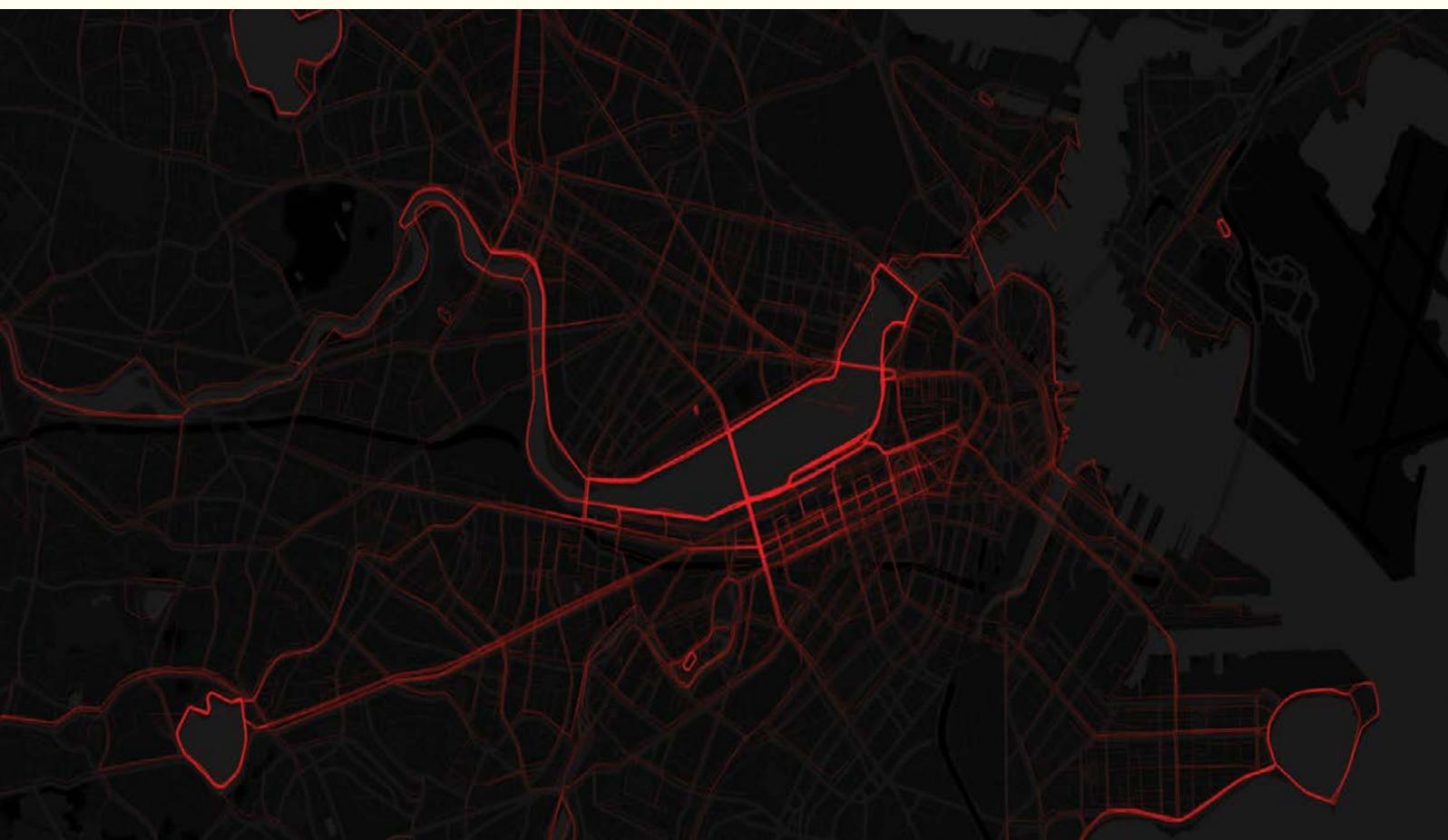
© Alamy

Les « superblocks » de Barcelone

Coutumière de pics de pollution élevés et de leurs conséquences sur la santé des citoyens, la capitale catalane a souhaité limiter son trafic automobile aux seuls grands axes. Les « superilles », ou « superblocks » sont des mini-quartiers où l'on se déplace facilement et dans lesquels l'espace jadis réservé aux voitures est réattribué aux habitants. Les voies autrefois secondaires sont transformées en « espaces citoyens » dédiés à la culture, aux loisirs et à la vie en communauté.

À l'écoute des citoyens

Observer, écouter, une démarche simple pour des résultats parfois révolutionnaires. L'accès à la *big data* rend l'observation plus fine, mais il suffit aussi de poser des questions aux citoyens ou de comparer des photographies prises dans le temps. Ce que les innovateurs valorisent aujourd'hui, ce sont les comportements des urbains « en dépit » de ce que la ville avait prévu pour eux. Des solutions meilleures sont souvent là, parfois visibles à l'œil nu (voir illustration 4).



1

Des millions de piétons se servent d'applications qui mesurent leurs pas. C'est grâce à ces données que le MIT Senseable City Lab a pu visualiser les déplacements des piétons de Boston. Les corrélations établies révèlent les freins et les motivations des habitants tout au long de leurs parcours. Ces démarches ont permis à tous les acteurs de la ville de concevoir celle-ci comme **une expérience continue** dans laquelle chacun, pour mieux répondre aux aspirations des habitants, a un rôle à jouer.

2

À Zenga (Tokyo), Shanghai ou New York, les parcours extérieurs se pensent en *moments de vie*.

Le designer Weiee Ying conçoit non pas des bancs ou des parcs, mais des **modules de sociabilité** à fonctions multiples qui répondent aux besoins du marcheur contemporain qui désire s'arrêter pour lire, rencontrer quelqu'un, jouer, travailler, consulter une information...

En savoir plus weiee.co



© Weiee Ying

2



4

3

De 2007 à 2013, sous l'impulsion de Janette Sadik-Khan et du maire Michael Bloomberg, la ville de New York a entamé la transformation de son espace public avec la mise en place de plus de 600 km de pistes cyclables et la piétonnisation de 60 places publiques, y compris le célèbre **Times Square**. Si leur action fut controversée, on retiendra qu'elle reçut le soutien massif des New-Yorkais. Ci-dessous, Times Square après sa piétonnisation.

À lire *Streetfight* aux éditions Viking.



© Matthew Radwan

3

4

L'expression **User Experience**, ou **UX**, est un emprunt aux industries numériques de la Silicon Valley. Les applications qui ont « une bonne UX » garantissent une « prise en main » facile, intuitive, et sans friction.

Lien social et proximité, les résultats d'une politique concrète

Emmanuelle Hoss

La SEMAEST met en place pour le compte de la Ville de Paris une politique concrète destinée à soutenir et dynamiser l'économie de proximité, en préemptant les murs des pieds d'immeuble pour y maintenir ou y installer des commerces indépendants ou des artisans.

En 2004, la Ville a prêté plus de 50 millions d'euros à la SEMAEST, lui déléguant le droit de préemption des pieds d'immeuble, afin de lutter contre la mono-activité grossiste textile qui régnait dans une partie du XI^e arrondissement de Paris. Face au succès rencontré par cette opération, la Ville a décidé en 2007 d'élargir les zones d'intervention.

Le choix d'élargir cette politique est né du constat de son impact : installer des commerces dans une rue, dans un quartier, c'était réintroduire du lien social et du bien-être. Remailler les trottoirs par des commerces, c'était retisser les liens entre générations et entre milieux qui désormais se rencontraient à nouveau.

Le commerce, retrouvant sa place centrale, au cœur du quartier, redevenait ce creuset du lien social, dont les externalités positives pourtant peu analysées sont nombreuses : plus il y a de

commerces indépendants, moins on déprime et moins les personnes âgées vont en EHPAD (établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes).

L'activité économique est non seulement ultra-locale et stable, mais elle génère aussi du bien-être et de la sécurité. Forte de ces constats, la ville de Paris a décidé de lancer un contrat de revitalisation commerciale en avril 2017, élargi aux quartiers dits politiques de la ville, et qui permettra un investissement de 37 millions d'euros dans les pieds d'immeuble.

La préservation de ce tissu commercial et artisanal unique, facteur d'attractivité de Paris, est un élément fondamental de maintien des liens qui unissent les habitants et qui nourrissent une économie pérenne.

Emmanuelle Hoss
Directrice, SEMAEST
semaest.fr
Twitter @emmanuellehoss



© SEMAEST

Économies locales et pérennes

Initiative soutenue par la SEMAEST, Maison Château Rouge est un label qui célèbre le quartier du même nom, dans le XVIII^e arrondissement de Paris. À travers des vêtements en wax qui détournent l'habit traditionnel africain dans un esprit contemporain, la marque symbolise la rencontre de plusieurs cultures.

La rue retrouvée

Rob Hopkins (lire p. 44) cite une étude qui rapporte qu'en 1975, 75% des enfants jouaient dans les rues de Grande-Bretagne. Depuis 2005, ils ne sont plus que 15%. À l'image de Playing Out, des associations organisent aujourd'hui la piétonnisation temporaire de rues choisies. Enfants et adultes d'un voisinage s'y retrouvent le temps d'une journée pour des activités libres ou organisées. Rencontres, cohésion sociale, sentiment d'appartenance, activité physique et découverte pour les enfants. Tous les bénéfices attendus sont au rendez-vous.



1



© Playing Out

1

Pour donner à la rue tout son potentiel de vitalité, l'association anglaise **Playing Out** a mis en place un dispositif complet permettant aux habitants d'un quartier d'obtenir la piétonnisation provisoire d'une ou de plusieurs rues. L'association a tout prévu, des lettres types à adresser aux élus et aux autorités locales jusqu'aux programmes d'activités pour les enfants. Ce qui fait le succès de cette démarche, c'est son aspect modulaire et duplicable dans tout le pays, par quiconque en prendrait l'initiative.

En savoir plus playingout.net

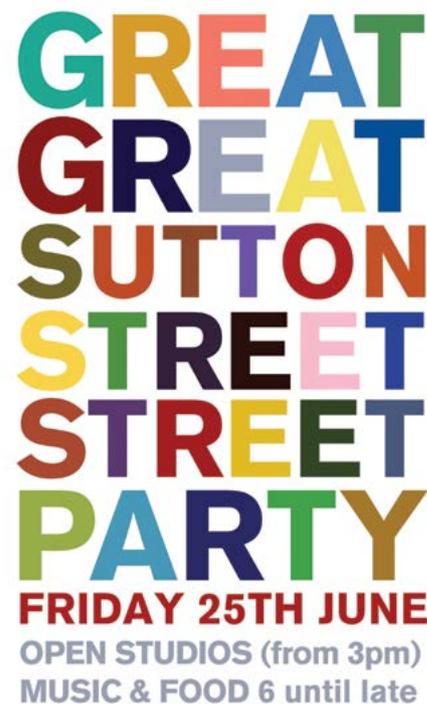
2

La rue est par excellence le medium par lequel on manifeste son opposition ou son soutien à un événement, à une loi ou à une mesure qui concerne la collectivité. **Le Picnic de Bruxelles** a cela de particulier que la rue elle-même est le medium, le sujet et l'objet de la manifestation. Sans pancarte, banderole ou mégaphone, le message des Bruxellois est clair : la rue n'est pas qu'une « voie », c'est un lieu de vie à part entière qui représente plus de 60% du tissu urbain. La réserver, toujours, à des seules fins de transport est une idée dépassée.



© Floris Van Cauwelaert

2



désirs

E₁ S₁ P₃ A₁ C₃ E₁ P₃ U₁ B₃ L₁ I₁ C₃

R₁ E₁ A₁ P₃ P₃ R₁ O₁ P₃ R₁ I₁ A₁ I₁ O₁ N₁

P₃ R₁ O₁ X₃ I₁ M₃ I₁ T₁ E₁

C₃ O₁ H₄ E₁ S₁ I₁ O₁ N₁

I₁ N₁ C₃ L₁ U₁ S₁ I₁ O₁ N₁

B₃ I₁ E₁ N₁ E₁ T₁ R₁ E₁

R₁ E₁ S₁ I₁ L₁ I₁ E₁ N₁ C₃ E₁

moyens

E₁ C₃ O₁ U₁ T₁ E₁

C₃ O₁ L₁ L₁ A₁ B₃ O₁ R₁ A₁ T₁ I₁ O₁ N₁

P₃ A₁ R₁ T₁ I₁ C₃ I₁ P₃ A₁ T₁ I₁ O₁ N₁

D₂ A₁ T₁ A₁

D₂ I₁ V₄ E₁ R₁ S₁ I₁ T₁ E₁

M₃ O₁ D₂ U₁ L₁ A₁ R₁ I₁ T₁ E₁

C₃ I₁ R₁ C₃ U₁ I₁ T₁ S₁

C₃ O₁ U₁ R₁ T₁ S₁

Chapitre 2

Intelligente



Intelligente, prédictive, persuasive ou même consciente : les adjectifs ne manquent pas pour décrire les multiples facettes de la « ville intelligente ». Celle-ci est avant tout **omni-disciplinaire**. Elle réunit tous les talents, tous les champs du savoir, tous les acteurs de la création, de l'économie et de la gouvernance. Elle promet d'être immédiatement réactive aux besoins de ses habitants, d'être attentive, responsable et résiliente. Quant au caractère hypertechnologique et scientifique de ces innovations, la tendance consiste à le faire disparaître derrière un design et des interventions simples qui ne mettent en avant que la finalité recherchée : une qualité de vie meilleure, pour tous.

Citation

Les villes
pourraient se mettre
à nous répondre,
comme des êtres
vivants.

Carlo Ratti

Le numérique est le cœur, le sujet et l'objet de la ville de demain

Jean-Louis Frechin

La ville intelligente nous promet beaucoup, peut-être trop. La « smart city » intègre essentiellement des offres « d'infrastructures réseaux informés », privés ou publics. Ces derniers mesurent et optimisent les flux, ceux des transports, de la mobilité individuelle, de l'eau ou des déchets, afin de répartir au mieux l'offre et la demande.

Ces offres idylliques sont difficiles à implanter dans nos vieilles cités européennes, mais elles manquent surtout terriblement de culture urbaine, d'humanité et d'imprévu. Elles se résument trop souvent à des approches solutionnistes, productivistes qui aboutissent à la promesse d'un « tableau de bord pour maire ».

Malgré les 10 années passées sur ces sujets, la « smart city » est encore une affaire d'équipement plus que d'usage de la ville. La ville numérique s'inscrit dans des usages et des pratiques plutôt que dans la notion d'infrastructure. Elle est définie par des « phénomènes » sociaux, créatifs et économiques. Les imaginaires de la ville numérique ne relèvent pas tant du spectaculaire ou d'un storytelling technologique. Au contraire, ils s'appuient sur des enjeux pragmatiques, humanistes et politiques. Les usages futurs de la ville ne peuvent

être spéculés ou anticipés par les acteurs technologiques seuls. Pour créer des situations urbaines nouvelles, nous proposons des environnements propices à l'émergence d'imaginaires et de services inédits : les espaces publics numériques.

L'approche sociale et contributive déclenche des coopérations nouvelles entre citoyens et opérateurs, au service d'un meilleur usage de la ville. Ils sont inventés, encouragés, mais aussi produits par les collectivités territoriales autant que par les citoyens. Ces nouveaux espaces publics et numériques, croisement de réseaux, de services et de plateformes éditoriales contributives, sont une opportunité pour la ville physique. Ils sont la condition d'une « socialisation » numérique du territoire, où le numérique devient lui-même territoire et un agent de liaison territoriale. Sans frontières, il permet de relier « virtuellement » tous les « centres » et points d'intérêt pour la création d'un « réseau de territoires ».

Cette ville numérique s'inscrit dans l'histoire et les gènes de la ville européenne, un territoire où l'on se perd, se repère, et qui permet la déambulation (à pied). La ville, dans la mutation de son territoire, sa réhabilitation, son

extension (le Grand Paris), ses repères et ses symboles et, enfin, son articulation publique-privée, a besoin de ce « MetaVerse » numérique qu'il faut éviter de réduire à une dimension utilitaire et marchande. Pour cela, les éléments de mobilier urbain et de signalétique dynamique sont plus que jamais nécessaires pour créer un sentiment d'appartenance à la cité et, à l'heure des smartphones, ils créent des situations communes, partageables.

Les écrans, nouveaux supports des signes urbains, offriront des services, des informations, des publicités, des signes d'utilité publique qui seront contextuels et adaptés à la ville. Pour réussir, ils devront avoir un graphisme de qualité et une échelle urbaine. L'avenir de la ville numérique se dessine autour des symbioses entre le physique et le numérique, les infrastructures et les services.



Gare de Créteil-l'Échat

Implanté sur le volume de la gare et en relation directe avec le nouveau parvis, ce projet se trouve au cœur du nouveau hub d'échanges de la ville de Créteil : Grand Paris Express, métro et bus. Cette position stratégique est l'emplacement idéal pour la mise en place d'un projet de résidence intergénérationnelle. Elle s'inscrit dans une nouvelle vision pour la ville de Créteil, une vision plus urbaine et favorisant la mixité.

Agence Devillers

Architecte : Tae Hoon Yoon

Vinci Design et service numérique

Façade : NoDesign.net

Jean-Louis Frechin

Designer

nodesign.net

Twitter @nodesign

Les villes seront-elles conscientes ?

En intégrant des éléments de neurosciences cognitives dans le design et la gestion des villes, Itai Palti et Moshe Bar suggèrent que les villes pourront mieux garantir le bien-être et le bonheur de leurs habitants. Si les données générées par les opérateurs de VTC peuvent nous indiquer comment l'on se déplace en ville, elles peinent à nous dire *pourquoi* et *comment* la ville impacte la vie et l'humeur de ses résidents. Les « villes conscientes » s'intéressent à ces dimensions et nous promettent des environnements adaptatifs, soucieux de notre santé et de notre équilibre.



TRAFFIC
SIGNS
NOISE
CLUTTER



Traffic
Enseignes
Bruit
Fouillis

1

En mesurant la surcharge cognitive de certaines rues, on observe ses effets sur notre capacité à nous concentrer, à retenir des informations et à maintenir notre équilibre psychologique. Imaginons que la ville soit alors « consciente » de cela et qu'elle puisse réguler, en temps réel, les pics de saturation sensorielle et cognitive. Objectif ? Une ville qui ménage le sentiment de bien-être, mais aussi la santé de ses habitants.

2

Conscious Cities (Villes conscientes) est un nouveau domaine de recherche pour la création d'environnements réactifs, conscients des besoins des habitants. Il s'appuie sur l'analyse de données, l'intelligence artificielle (IA), les sciences cognitives et le design. Le concept est né d'un « Manifeste pour les villes conscientes » coécrit par l'architecte Itai Palti et Moshe Bar, professeur en neurosciences. En 2015, ce manifeste devint rapidement une conférence annuelle.

En savoir plus ccities.org

3

Insistant avant tout sur le caractère humain des villes intelligentes, les neurosciences urbaines proposent des actions simples et informées, qui améliorent le quotidien des habitants. Sur la base d'informations psychographiques, un angle de rue habité par des personnes âgées peut par exemple accueillir un module où l'on se rencontre pour se sentir moins seul. Les villes conscientes se veulent prévoyantes et attentives, tout comme le serait un hôte prévenant.



2



© Conscious Cities

3

A quoi ressemblerait une ville persuasive ?

Agnis Stibe

Êtes-vous capable d'imaginer une ville qui sente, comprenne et se soucie de votre bien-être ? De nouvelles stratégies et de nouveaux modèles sont maintenant nécessaires pour que l'espace urbain puisse « réagir » à l'activité humaine, aux conditions environnementales et aux dynamiques du marché.

Les systèmes urbains persuasifs vont jouer un rôle déterminant, permettant aux villes d'être plus vivables, efficaces sur le plan énergétique et capables de relever tous les défis écologiques grâce à des routines de vie plus saines.

La recherche dans le domaine des « villes persuasives » poursuit l'amélioration de la santé des résidents urbains, à travers l'application de théories psychosociales intégrées à la conception même de nouveaux designs urbains.

Les domaines porteurs susceptibles d'accueillir des modifications significatives de nos comportements sont les environnements extérieurs, les espaces intérieurs et la mobilité urbaine.

À l'extérieur

Les espaces publics peuvent évoluer avec des interventions simples. Par exemple, un supermarché projetterait le nombre de produits sains qui ont été vendus durant la journée, la

semaine ou le mois en cours. Ou encore, la lumière des lampadaires pourrait changer de couleur en fonction du nombre de coureurs ayant fréquenté une même rue. Dans un cas comme dans l'autre, les informations émises invitent les résidents à penser « la bonne santé d'une ville » comme un projet collectif auquel chacun peut participer.

À l'intérieur

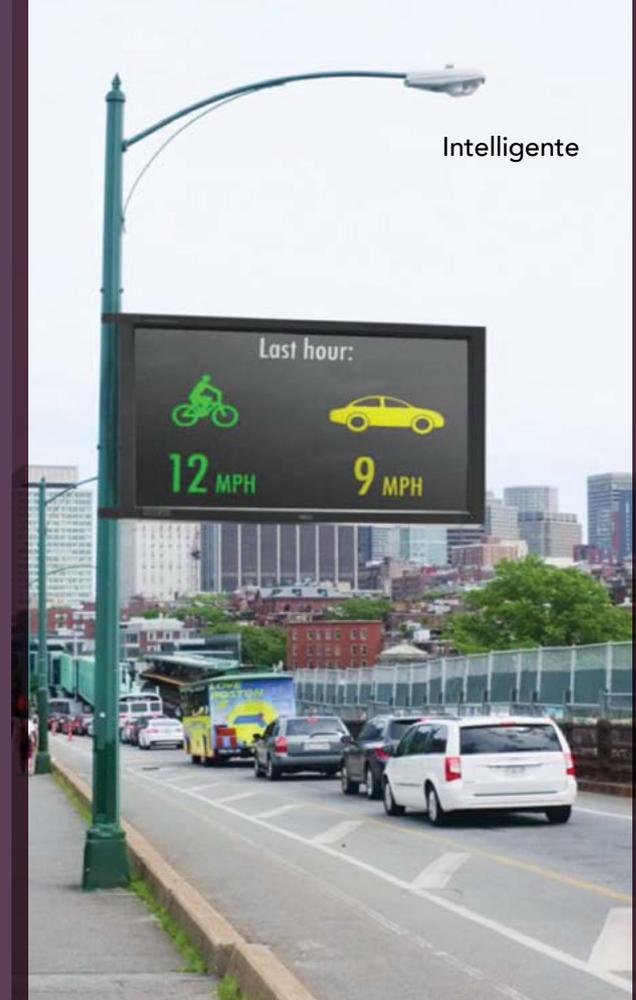
Des systèmes d'affichage numérique signaleraient les bienfaits des escaliers comparés à ceux d'un ascenseur. Des stratégies simples et ludiques encourageraient à la consommation d'eau à l'intérieur des bureaux, avec l'attribution d'un score à chaque département. Un nouveau design de bureaux favoriserait la sociabilité et les échanges entre les membres de services différents. Des activités ou des usages ludiques contribueraient au rapprochement des membres d'une entreprise.

La mobilité

La mobilité au sein de quartiers à forte densité serait remodelée par des stratégies incitant à l'utilisation du vélo. La ville signalerait le nombre de vélos qui ont emprunté une voie et fixer, par exemple, de nouveaux objectifs aux riverains. Des applications mobiles offriraient une plateforme privilégiée aux résidents afin que ceux-ci évaluent et partagent leur

expérience du réseau cyclable, et que tous aient l'opportunité de proposer des améliorations sur les parcours qui sont les leurs.

Les innovations urbaines à venir devraient avoir à cœur de comprendre et de réagir à l'activité humaine. Le design des villes futures requiert la combinaison de systèmes automatisés, l'accès à une information en temps réel personnalisée et, enfin, des interfaces intuitives invitant les résidents d'une ville à adopter des comportements collectivement meilleurs.



© Matthias Wunsch

Technologie, design, simplicité

Comment réduire l'encombrement automobile, la pollution de l'air, la pollution sonore, la consommation énergétique, les risques d'accident et, enfin, améliorer la santé physique des résidents ? Ce panneau indique, avec un brin d'humour, que dans l'heure qui s'est écoulée, les cyclistes avançaient plus vite que les automobilistes. Ce design persuasif n'intime pas les résidents à préférer le vélo, mais il rappelle à chacun qu'il existe des alternatives. Cette information n'aurait pu être générée sans la capture en temps réel du flux des automobilistes et des cyclistes. Un algorithme compare ensuite la vitesse des flux à la distance restant à parcourir. Le résultat est affiché dans un design simple qui se passe de toute explication.

Pr. Agnis Stibe

MIT Media Lab, Cambridge, USA

transforms.me

Twitter @agsti

1

La localisation par GPS, un design simple et une compréhension des attentes du voyageur urbain ont permis au designer Peter Liu d'inventer **une nouvelle façon de cartographier la ville**. Dans cette vue de sa « Time Map », on ne voit ni rues ni immeubles. La carte s'est provisoirement adaptée au seul désir d'un usager à la recherche du meilleur sandwich le plus proche ! Son choix fait, l'application le guidera ensuite à l'aide d'une carte topographique. La personnalisation des cartes est un art en plein essor qui s'est considérablement simplifié. La société Mapbox propose à chacun de se saisir de sa technologie et de laisser libre cours à son imagination. **En savoir plus** mapbox.com

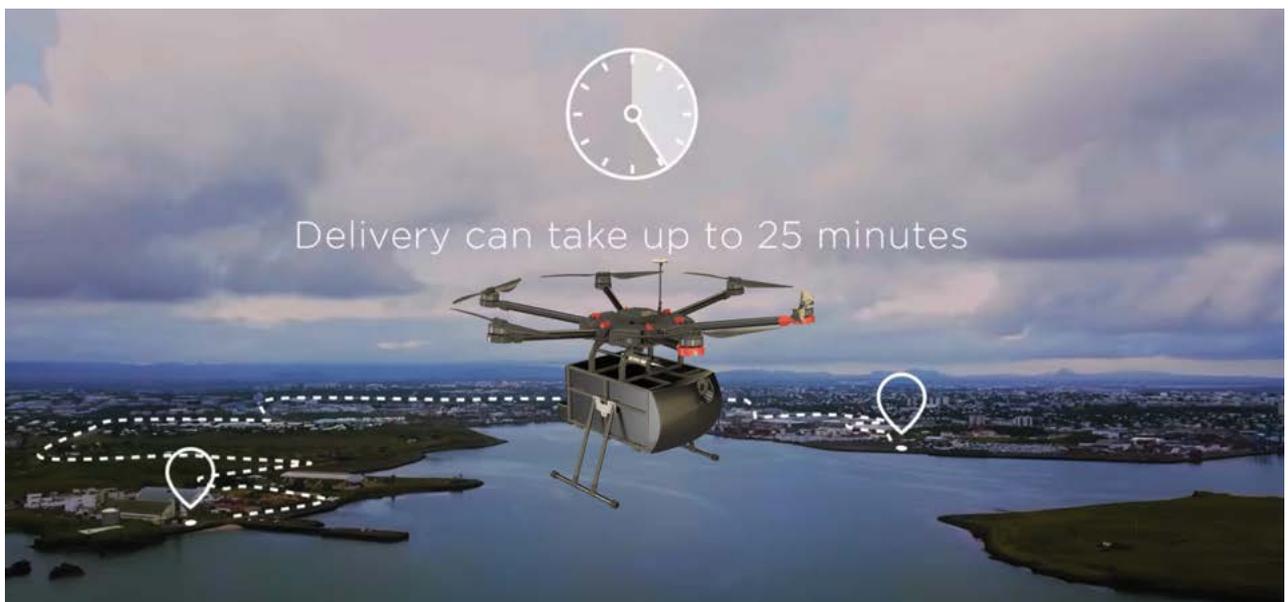
2

En quoi les « **voitures autonomes** » participeraient-elles à la ville intelligente et à l'amélioration de l'expérience urbaine ? Selon Jeff Schneider (Université Carnegie Mellon), celles-ci auraient un impact majeur sur la ville. Pour ne citer qu'un exemple, il nous rappelle que le milliard de voitures privées dans le monde reste 96 % du temps inutilisé. Dans certaines villes, les véhicules garés occupent jusqu'à 20 % de l'espace urbain. Loin de se limiter à la réduction des accidents de la route, Schneider envisage les voitures autonomes comme un partenaire urbain, permettant l'allocation de cet espace recouvert à d'autres utilisations collectives ou à d'autres modes de transport.



© Tesla

2



© Flytrex

3

3

Vos courses livrées en 4 minutes au lieu de 25, avec une réduction de 60 % du coût de la livraison et une consommation énergétique 100 %

électrique ? C'est ce que propose la société de **drones** Flytrex qui, en 2017, a réalisé ses premières livraisons aux habitants de Reykjavík.

désirs

F L U I D I T É

P E R S O N N A L I S A T I O N

T E M P S R E E L

R E A C T I V I T É

E P A N O U I S S E M E N T

S A N T É

moyens

O₁ P₃ E₁ N₁ D₂ A₁ T₁ A₁

N₁ E₁ U₁ R₁ O₁ S₁ C₃ I₁ E₁ N₁ C₃ E₁ S₁

I₁ N₁ T₁ E₁ L₁ L₁ I₁ G₂ E₁ N₁ C₃ E₁

A₁ R₁ T₁ I₁ F₄ I₁ C₃ I₁ E₁ L₁ L₁ E₁

O₁ M₃ N₁ I₁

D₂ I₁ S₁ C₃ I₁ P₃ L₁ I₁ N₁ A₁ R₁ I₁ T₁ E₁

D₂ E₁ S₁ I₁ G₂ N₁

Chapitre 3

Partagée



Citation





Partager, c'est
se sentir tout à la fois
le propriétaire,
l'hôte et l'invité
de sa ville.

Szilvia Szargó

Sage partage

Rob Hopkins

Réduire nos émissions carbone au point que nous recommandent les études scientifiques ou convertir notre économie aux énergies renouvelables ne suffira pas à rendre nos villes plus « intelligentes ». De mon point de vue, le changement dont nous avons besoin est bien plus profond, plus global et infiniment plus local.

Le « Transition Movement » est aujourd'hui présent dans plus de 50 pays. Ses résultats fournissent la preuve que les économies qui deviennent de plus en plus locales — à faible carbone, résilientes, diversifiées et créatives — sont en mesure de trouver des solutions qui non seulement réduisent les émissions de CO₂, mais aussi soignent l'« épidémie de solitude urbaine », améliorent la santé publique, rapprochent les communautés entre elles, offrent de nouvelles opportunités d'entreprendre et d'innover.

À Liège, ville en transition, l'initiative de la « Ceinture Aliment-Terre » a su réunir l'Université de Liège, la municipalité et d'autres forces vives autour de l'idée d'une ceinture agroalimentaire encerclant la ville. 60 hectares de céréales et 55 hectares de légumes sont déjà en culture. Des infrastructures agroalimentaires sont aussi en construction avec la promesse de créer de nouveaux emplois locaux. Deux nouveaux magasins enregistrent déjà une belle croissance et de nouvelles entreprises voient le jour chaque année. La ville de Liège

a également inscrit le projet de la Ceinture Aliment-Terre dans sa vision à vingt ans. La ville affirme que, dans vingt ans, 10% de la surface de la ville sera allouée à l'agriculture alternative et envisage la création de 5000 emplois.

Cela n'est autre qu'un nouveau modèle économique pour les villes. Pour être plus précis, c'est en réalité un modèle économique ancien, réactualisé et ré-imaginé pour le XXI^e siècle. Dans notre course à la « ville intelligente », je crains que nous ne fassions fausse route. Nous savons que chaque heure que nous passons en ligne réduit de 5% nos liens avec nos proches et nos amis. Nous passons 65% de notre vie éveillée devant des écrans. Nous observons des niveaux records de dépression et d'anxiété auprès des jeunes, et une « épidémie de solitude » affecte la population au sens large. Les technologies numériques finissent enfin de ravager notre capacité à être attentifs.

Je m'inquiète que nos interactions avec le savoir ne deviennent de plus en plus superficielles. Nous avons tendance à nous laisser séduire par tout ce qui se dit « smart », au lieu de faire le choix de ce qui est sage. Nous traversons une période où l'imagination individuelle s'appauvrit. Nous prenons la « data » pour de la sagesse. Alors, à quoi ressembleraient des « villes sages » ou des « villes imaginatives » ? Elles se serviraient de technologies avancées, naturellement, mais celles-ci seraient au service d'une culture du partage, c'est-à-dire du

rapprochement, de la célébration, de la conversation, de la convivialité, de la fête et de la créativité.

Permettre à nos villes de devenir des lieux où la nourriture pousserait partout — dans les parcs, les espaces publics, sur les toits et les façades — rendrait la vie en ville plus heureuse et inviterait à la curiosité et à une créativité débordante.

Certaines villes créent leurs propres devises afin que l'argent, ainsi « enfermé », profite à la croissance de l'économie locale. À ce jour, à Bristol, plus de 5 millions de Bristol Pounds sont déjà en circulation et peuvent être utilisés pour payer les impôts locaux et les factures de consommation énergétique. Mais cela n'est qu'un volet d'une histoire plus grande, une histoire nouvelle pour les villes à venir.

La ville de Preston, au nord de l'Angleterre, a réuni les acteurs clés de la ville qui, entre eux, dépensent un total de 750 millions de livres sterling pour l'acquisition de biens et de services. Ils ont fait la découverte terrifiante que seuls 4% de cette dépense profitaient à l'économie de la ville. Depuis, ils ont changé d'approche en soutenant la création de coopératives locales. La réglementation des appels d'offres publics a été modifiée pour faciliter la participation d'acteurs locaux. Les fonds de pension ont également été rapatriés afin de financer la construction d'habitations à loyer modéré. Ils s'appliquent à bloquer progressivement toutes les fuites de leur économie locale en libérant, au passage, des énergies jusque-là en souffrance. Voilà ce que j'appellerais « une ville intelligente ».

Rob Hopkins

Fondateur du Transition Movement
transitionnetwork.org
robhopkins.net



Les « Bristol Pounds »

La livre de Bristol est une initiative à but non lucratif, fruit d'un partenariat entre la Bristol Pound Community Interest Company et le Bristol Credit Union (BPCIC). Les habitants et les commerçants de Bristol peuvent créer des comptes bancaires en Bristol Pounds, payer des factures en espèces, par virements bancaires ou par SMS. La BPCIC promeut l'idée de commerces et de commerçants « éthiques » qui, grâce au recours à cette monnaie locale, aident la communauté à conserver ses richesses et à soutenir sa production locale et sa croissance.

Partage de responsabilité

C'est parfois autour des notions les plus évidentes que naissent les mutations les plus profondes et que se renouvellent nos schémas de pensée. La transition énergétique, avec tout ce qu'elle implique (p. 44), ne fait que réanimer l'idée même qu'une société ne peut exister sans un projet collectif auquel chacun « prendrait part », c'est-à-dire auquel chacun contribuerait et dont chacun bénéficierait de la manière la plus équitable possible.



RUES &
QUARTIERS
EN TRANSITION

JOURNÉE
des
GrATUITS

Dimanche
8 octobre 2017
14h à 17h



Gratifieria
Bourse
aux plantes
Repair Café

à ATH

Dépôt des dons
le matin même (10h-12h)

Renseignements : 0489/58.75.61



Editeur responsable : Repair Café ATH

Ne pas jeter sur la voie publique

1

Ath est une ville de Belgique située en Région wallonne. Aujourd'hui « en transition », elle invite ses habitants à adopter de nouvelles habitudes de consommation, permet aux jeunes d'entreprendre en ayant accès à la terre, lance des circuits alternatifs de distribution et responsabilise les consommateurs. Elle offre en outre une formation aux nouveaux métiers créés à l'aune de cette transition et veille à ce que les moyens de production soient mutualisés. La « journée des gratuits » rassemble enfin les Athois autour du partage et du don de livres, de savoir-faire, de réparations d'appareils en panne ou de produits locaux à bas prix.



2

Les herbivores consomment des plantes, les carnivores, de la viande, et **les locavores** consomment local. Être locavore est plus qu'une préférence alimentaire, c'est un choix qui s'entend comme un engagement individuel en faveur d'un environnement meilleur, du développement d'une industrie locale créatrice d'emplois et d'une culture de la responsabilité partagée.

2

3

Mercado Plaza est le résultat d'une initiative communautaire visant à transformer une rue délabrée et dangereuse de San Francisco en un espace public convivial et sûr. La participation du public, conduite par l'agence Gehl, a produit un sentiment de propriété partagée grâce à l'intégration d'éléments que les habitants considéraient prioritaires : protection contre le soleil et le vent, sièges et arbres, possibilité de se rassembler pour des célébrations. L'objectif partagé était de créer un marché public et un espace urbain flexible pour tous : familles, commerçants, entreprises sans oublier les jeux des plus petits. **En savoir plus** gehlpeople.com



© Gehl

3

« Cette ville est aussi la nôtre »

Saskia Sassen

Les villes sont des systèmes complexes, inachevés et difficilement contrôlables. C'est ainsi que, à travers les siècles, elles ont vaincu les systèmes puissants et fermés. Londres, Pékin, Le Caire, New York, Johannesburg ou Bangkok ont survécu à tous les types de pouvoir, de politique et d'entreprise.

La combinaison du « complexe » et de « l'inachevé » laisse se développer des espaces où ceux qui sont démunis de pouvoir ont justement celui d'écrire l'Histoire, de créer une culture et une économie locales. Pour une large part, c'est en ville que les populations les moins « puissantes » ont laissé des traces durables — culturelle, économique, sociale — même si celles-ci se limitaient aux confins de leur quartier ; dans le temps, chacune de ces traces finit par gagner des territoires plus vastes et plus lointains. C'est évidemment le cas de la musique, des cuisines traditionnelles ou « ethniques », des soins, des thérapies, et bien plus encore. Les quartiers les plus modestes, aussi vastes que peuplés, survivent à tous les systèmes de pouvoir et rien de ce qui s'y produit ne pourrait s'accomplir dans des quartiers de bureaux, qu'ils fussent aussi vastes ou aussi peuplés. Ces quartiers sont des espaces privatisés, contrôlés par des entreprises et dans lesquels les populations les plus modestes travaillent mais ne créent pas.

Alors que ce fut le cas pendant des siècles, la densité d'une population n'est plus nécessairement indicative d'une « urbanité » pleinement réalisée. De même, la simple concentration d'un nombre important d'individus ne garantit pas de pouvoir « se mobiliser » pour agir.

Aujourd'hui, seules les grandes villes quelque peu anarchiques laissent encore la possibilité aux plus faibles de gagner en complexité, de surmonter leur impuissance et de laisser une trace. Aucun pouvoir ne peut avoir raison de la diversité et des forces qui animent ce type de ville. C'est enfin dans cette combinaison de complexité et d'inachèvement que les « sans-pouvoir » revendiquent leur droit à l'existence. Les populations modestes d'Amérique latine disent une phrase aussi simple que légendaire : « estamos presentes », comme pour dire « nous sommes présents, nous ne demandons pas d'argent, nous disons simplement que cette ville est aussi la nôtre ».

Pr. Saskia Sassen

Université de Columbia, New York

saskiasassen.com

Twitter @saskiasassen



© Vinicius Depizzol

Quand la culture populaire devient signalétique
Au Brésil, c'est aussi dans les rues que se découvrent les futures étoiles montantes du football. Dans les rues de Vitória, on peut croiser des panneaux comme celui-ci, « Attention, des enfants jouent au football ».

Génération partage

Avec les réseaux sociaux, l'action de « partager » a revêtu une signification et une popularité nouvelles. Cette idée, aussi belle que contagieuse, trouve son expression dans la ville, autour d'expériences et de services qui n'ont, cette fois-ci, rien de virtuel. Nombreux sont les artistes ou les associations qui, sans cesse, réenchangent les espaces qui nous sont familiers et nous offrent la ville en partage.





© François Abélanet

2

Partagée

Plus qu'une illusion

2 « Avec mes créations, j'apporte la fiction dans la réalité. Le jardin, la place, l'espace deviennent un terrain de jeu, un jeu auquel chacun est invité à participer. Nature y compris. Le public fait partie de l'aventure ; c'est lui qui fait vivre mes installations, qui joue avec, qui les partage via smartphones, appareils photo et réseaux sociaux. Sans lui, sans l'effet miroir qu'il me renvoie, sans les émotions qu'il manifeste, mon travail ne serait pas tout à fait le même. Ou ne serait pas, tout simplement. De la diversité naît l'unité. De la diversité des lignes naît l'unité de l'image. De la diversité des regards naît la multiplicité des sensations révélées et le plus souvent partagées. »

François Abélanet
Anamorphiste
francois-abelanet.com

L'eau, la seconde nature des villes

1 « Avez-vous déjà eu la chance de vous baigner librement en plein centre d'une grande ville française ? À moins d'avoir contourné la loi, il est fort probable que ce ne soit pas le cas. C'est devant ce constat qu'est née l'idée du Laboratoire des Baignades Urbaines Expérimentales. À travers une veille importante sur la relation entre espace urbain et baignade, ainsi que par l'organisation d'événements pirates mais bienveillants, notre collectif espère faire bouger les représentations sur cet usage aujourd'hui oublié, qui a pourtant fait battre le cœur de nos villes au siècle dernier. L'objectif est double : nous souhaitons remettre les usages liés à l'eau dans la focale des aménageurs et des urbanistes. L'accès à l'eau a en effet un important pouvoir de catalyseur pour rassembler les gens et rendre un espace vivant et attractif. Par ailleurs, notre vocation est de montrer qu'il est possible de faire autrement et que beaucoup de villes à travers le monde le font déjà ! Par nos actions, nous espérons surtout que les citoyens se réapproprient cette idée de droit

à la baignade et que cette revendication invite les pouvoirs publics à agir dans ce sens. Aujourd'hui le rapport à la nature et à l'eau – et donc indirectement à la baignade – est en train de se réinventer partout dans les villes. Des villes s'emparent du sujet et des projets vitrines se développent de New York à Londres, de Berlin à Melbourne. En France, la dynamique est portée par Paris, accentuée par celle des jeux Olympiques de 2024. Des villes pionnières comme Copenhague, Zurich ou Bâle en font aujourd'hui un marqueur identitaire fort, jouant la carte du « marketing urbain ». Dans une perspective générale de transition vers des villes plus durables, la baignade urbaine nous semble être un excellent étendard. La baignade défend une certaine vision de l'espace urbain, moins normée et moins normative que ce qu'on a l'habitude de voir aujourd'hui. »

Pierre Mallet
Laboratoire des baignades urbaines expérimentales
Twitter @malletp



© Open Closet

3

Prêt-à-partager

3 Située à Séoul, « Open Closet » (à placard ouvert) est une association à but non lucratif qui prête des vêtements « formels » à tous les jeunes, femmes et hommes, à la recherche d'un emploi. Les Sud-Coréens disent que toute personne, même sans domicile fixe, devrait pouvoir s'habiller pour recevoir un ami.

désirs

T R A N S I T I O N

E M P L O I S L O C A U X

E C O N O M I E S L O C A L E S

C O N V I V I A L I T E

S O L I D A R I T E

A U T O N O M I E

moyens

P₃ E₁ R₁ M₃ A₁ C₃ U₁ L₁ T₁ U₁ R₁ E₁

S₁ Y₄ N₁ E₁ R₁ G₂ I₁ E₁ S₁ L₁ O₁ C₃ A₁ L₁ E₁ S₁

R₁ E₁ G₂ L₁ E₁ M₃ E₁ N₁ T₁ A₁ T₁ I₁ O₁ N₁ S₁

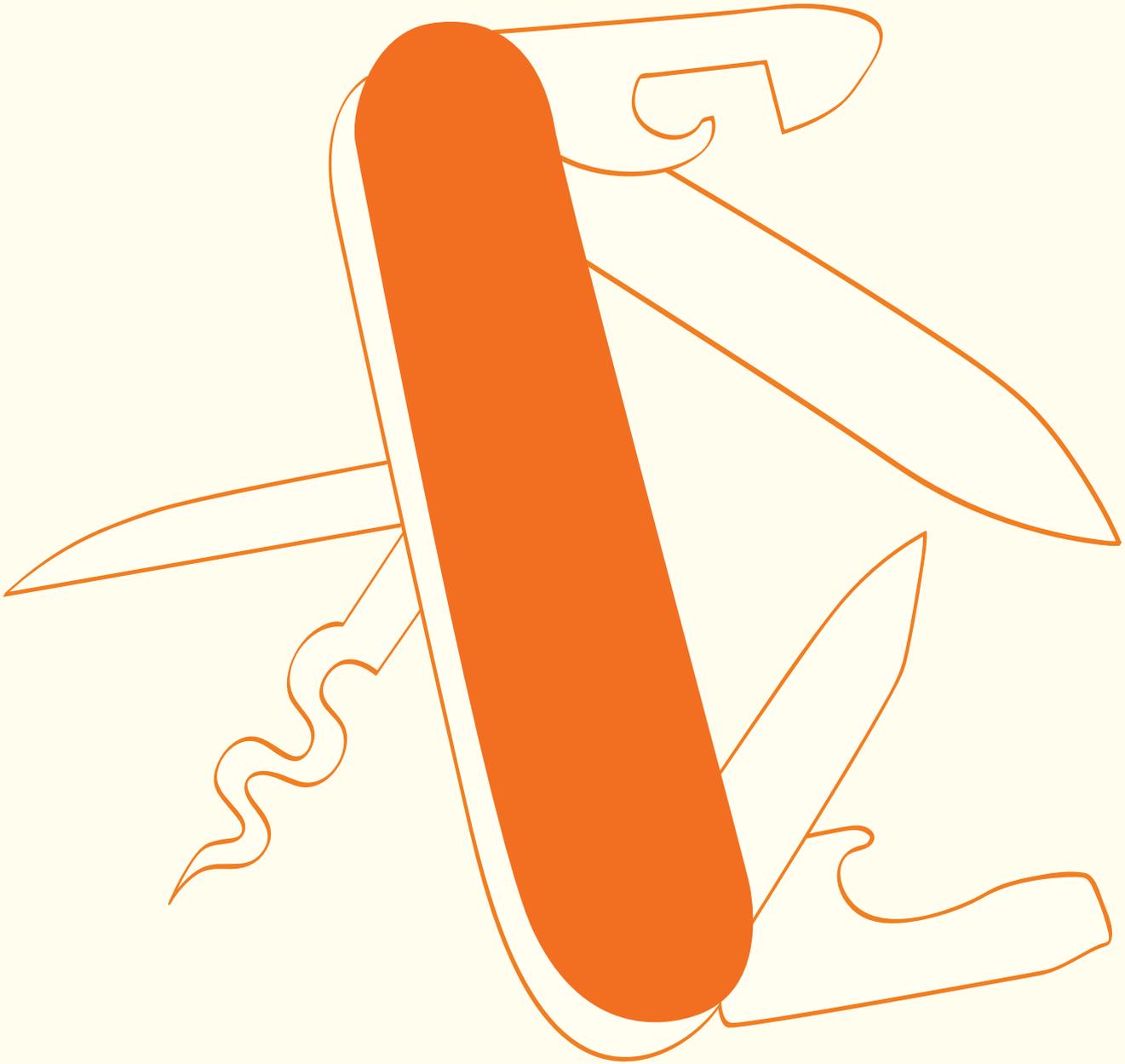
M₃ U₁ T₁ U₁ A₁ L₁ I₁ S₁ A₁ T₁ I₁ O₁ N₁

C₃ O₁ O₁ P₃ E₁ R₁ A₁ T₁ I₁ V₄ E₁ S₁

D₂ E₁ V₄ I₁ S₁ E₁ S₁ L₁ O₁ C₃ A₁ L₁ E₁ S₁

Chapitre 4

Versatile



Citation



La véritable
attraction d'une ville ?
Ses habitants.

Jan Gehl

Décloisonnement

Julie Boissier

La résilience urbaine doit être pensée et mise en pratique au-delà de nos actions individuelles agglomérées. Pour être viable, elle doit pouvoir compter sur les **actions collectives** qui la constituent.

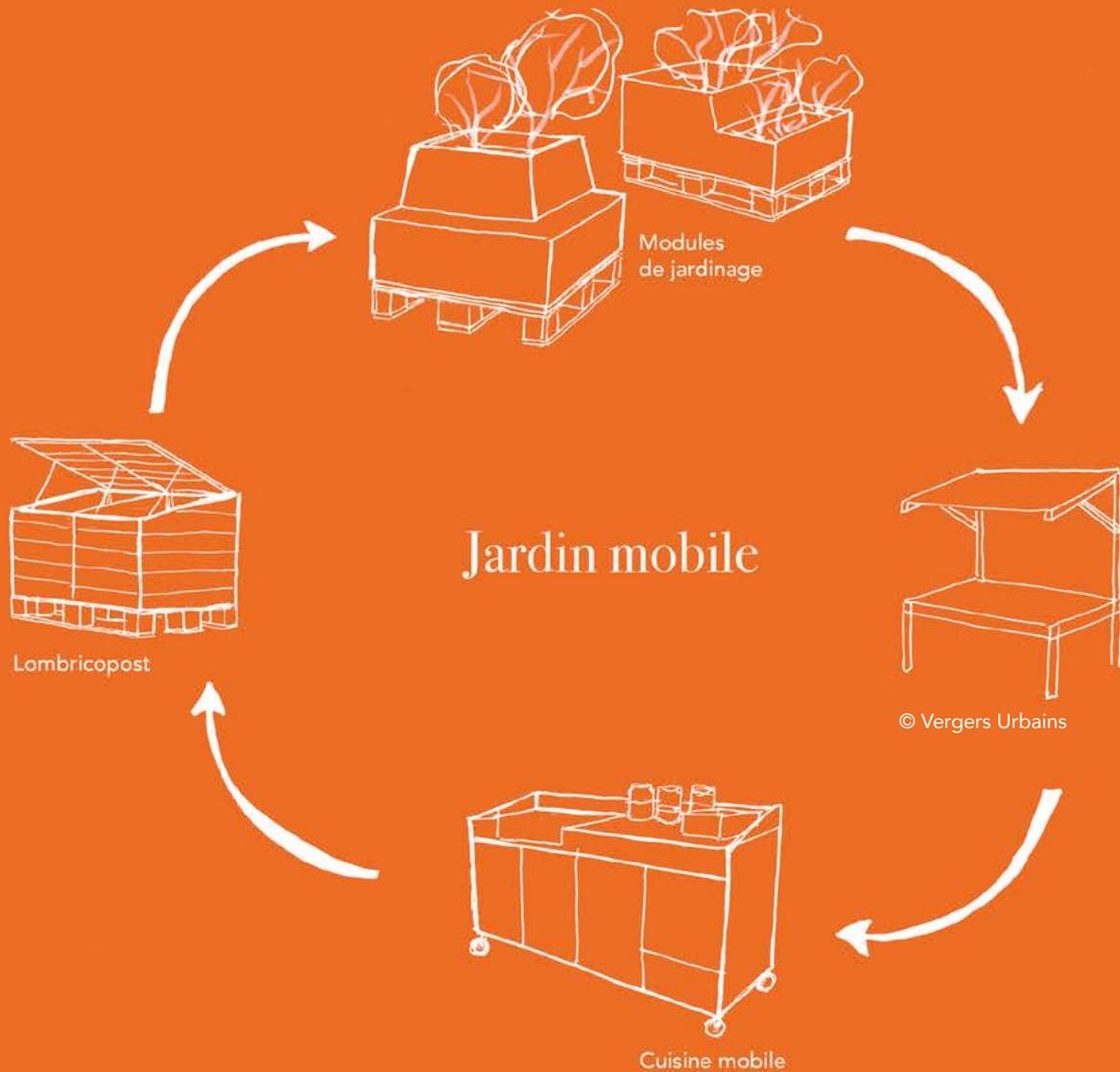
L'association Vergers Urbains développe et met en œuvre le concept de « Ville comestible » : elle vise à transformer la ville en y implantant des écosystèmes fruitiers de manière participative. Les arbres fruitiers et la végétalisation sont les supports pour la mise en œuvre d'une gestion écologique de nos villes, d'une sensibilisation (sur les écosystèmes, la biodiversité ou l'alimentation saine et locale par exemple), d'une production relocalisée, et sont vecteurs d'une déminéralisation des villes souvent construites par l'artificialisation de nos sols. Les fruitiers, contrairement aux arbres d'ornement habituels, sont aussi générateurs d'interactions en créant des temps prétextes à la convivialité (plantations, récoltes, cuisine).

Loin de laisser les pouvoirs publics décider seuls, de façon descendante, de l'aménagement de nos espaces de vie, nous soutenons la mobilisation citoyenne et favorisons la réappropriation de l'espace public en développant la capacité d'action de tous via la mise en œuvre de végétalisations comestibles sur nos espaces collectifs. À travers la reprise en main de ce pouvoir d'agir, les usagers participent activement à l'amélioration et à la transformation de leur cadre de vie dans une dynamique

collective. C'est la vision des espaces publics comme bien commun que nous soutenons à travers nos actions : nous expérimentons des alternatives face aux menaces qui pèsent sur l'espace public par l'émergence de nouvelles enclosures urbaines prenant notamment la forme d'installations diverses corroborant à l'exclusion de certains usages ou usagers.

Nous souhaitons favoriser, dans l'espace public, l'intégration de l'Homme et du végétal comestible comme support d'une fonction écologique, sociale (rencontres, projet collectif) et économique (production locale). Nous co-construisons régulièrement des modules hybrides bancs-jardinières pour ainsi mixer les usages et conserver l'esprit de dispositifs qui profitent à tous gratuitement.

Julie Boissier
Vergers Urbains
vergersurbains.org
Twitter @projetvu



Projet polymorphe pour une ville comestible

Le Jardin Mobile est un projet polymorphe qui consiste à développer des modules végétalisés, multifonctionnels. Une manière de réquisitionner l'espace urbain grâce à un projet simple et souple, facilement appropriable par les habitants. Ces modules portent un concentré de services [éco]systémiques, tournés vers les citoyens : production de nourriture, revalorisation de l'espace public, lutte contre les îlots de chaleur urbains, biodiversité et lien social.

« Timeline » urbaine

En 2007, une marque japonaise disait au monde entier « Go Create », (Allez créer). Dix ans plus tard, une génération entière semble avoir répondu à l'appel. La même année, YouTube, Facebook, Twitter et les plateformes de blogs entamaient leur croissance fulgurante. Si créer reste difficile, il est devenu plus facile de se faire connaître dans l'espace virtuel, sans intermédiaire, sans éditeur ou distributeur. Il suffit *d'y aller*, de publier. Et si la ville se prêtait au même jeu, en rendant possible de « poster » ses créations dans la « timeline » urbaine, tout comme on les poste sur les réseaux ?



1

© Extreme-Cashmere, photo : Anne Dockter

1

Un cardigan en cachemire surdimensionné, porté en robe ? Et pourquoi pas ? C'est le pari qu'a fait la styliste Camille Serra dont les créations surgissent dans des **pop-up stores** tantôt à Amsterdam, tantôt à Paris. Comme nombre de créateurs qui prennent leur indépendance, Camille connaît le métier de l'intérieur, l'inertie des grands groupes, les difficultés de la distribution, les commissions de tous les intermédiaires, la gestion des boutiques... Camille a souhaité raccourcir le chemin qui sépare sa table à dessin des épaules des femmes et des hommes qu'elle habille. Créer, produire, inviter sa communauté. Ce modèle économique, aussi viable qu'un autre, attire des créateurs et des producteurs, qu'ils soient artistes ou agriculteurs... Et il n'a pas fallu longtemps pour que les grandes marques leur emboîtent le pas (voir 3, ci-contre).

En savoir plus : extreme-cashmere.com

2

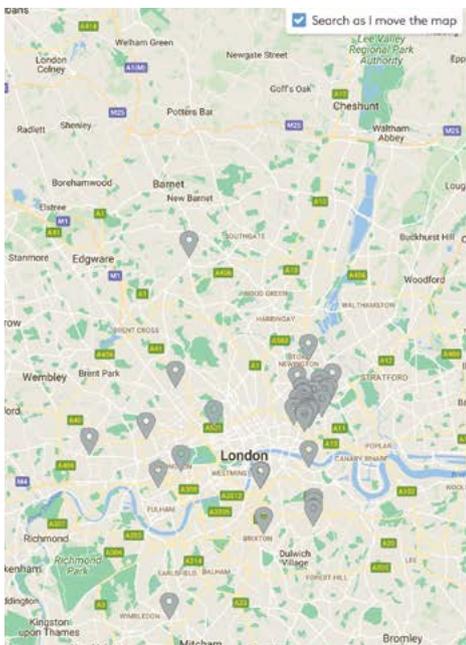
Il fallait s'y attendre. Après le succès des services de VTC ou la location d'appartements de courte durée, c'est au tour des boutiques et de tous les espaces vides d'avoir leur plateforme. **Storefront** propose à tous les créateurs d'événements de louer un espace pour des périodes courtes. Milan, Hong Kong, Paris, New York, Londres... la plupart des grandes capitales y sont déjà. On peut y louer une vitrine à Londres pour moins de 100 € la journée ou des espaces plus vastes et luxueux pour plusieurs milliers d'euros.

En savoir plus : thestorefront.com

3

Depuis 2012 déjà, le géant **eBay**, s'invite en ville. Ce pop-up store situé au cœur de Londres, à Covent Garden, arbore la mention « **social shopping** ». À l'intérieur de cet espace confiné se trouvent des milliers de produits à découvrir ou à acquérir. Aucun n'est présent physiquement, pas de stock. Tous sont présentés sur des écrans que l'on scanne à l'aide d'un smartphone. Pourquoi « social shopping » ? La sélection des produits a été elle-même dictée par les préférences, les recommandations et les évaluations des consommateurs.

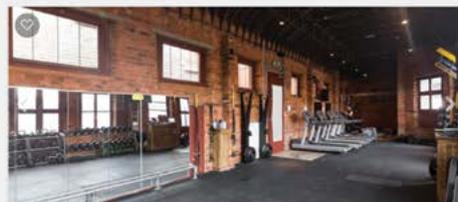
© dalziel-pow.com



Smart Showroom Space in Peckham
 Peckham - London, England
 from £103.20 est. daily 300 sq ft



Corner Pop-Up Shop in Hoxton
 Shoreditch - London, England
 from £114.00 est. daily 320 sq ft



Urban Gym Space Near Finchley
 Camden - London
 from £120.00 est. daily 800 sq ft



Art Gallery Space in Edmonton
 Edmonton - London, England
 from £120.00 est. daily 900 sq ft



2

© Storefront

L'autre transition

Aalam Wassef

Dès 1999, les esprits bouillonnent. Il faut être sur le Web, avoir un site, une boutique, des contenus. Avance rapide, nous sommes en 2018. La même question se pose, mais dans des termes différents : dans une économie dématérialisée, comment réussir sa « transformation digitale » ? Comment adapter son activité, son organisation interne, sa communication et sa production à un univers de plus en plus dominé par les réseaux sociaux ? On ne parle d'ailleurs plus d'e-commerce mais de commerce social, reconnaissant ainsi le pouvoir de « la base » sur le discours et les performances des marques et des créateurs.

Les sociétés créées avant la révolution numérique acceptent le défi et se plient aux exigences de la nouvelle économie. Elles créent des pages Facebook, Instagram et Snapchat, embauchent des équipes digitales et des « community managers », promeuvent leurs « posts » pour atteindre de plus en plus d'audiences « ciblées », voient leurs « followers » et leurs « j'aime » croître sans jamais réussir à pleinement capitaliser ces performances ou à les convertir en bénéfices mesurables.

Les regards sont rivés sur l'écosystème digital au détriment du monde physique, partenaire idéal (pour ne pas dire incontournable) d'une transition digitale réussie. Dans un moment de trouble, peut-être, les marques et les institutions établies semblent avoir mal estimé la valeur que représentait leur empreinte dans le

monde physique et comment celle-ci serait, justement, l'accélérateur de leur transformation digitale.

Ce n'est que lorsque les jeunes marques disruptives et purement digitales ont commencé à songer à leur transition vers le monde réel que les marques « historiques » se sont rendu compte que, diantre, elles y étaient déjà.

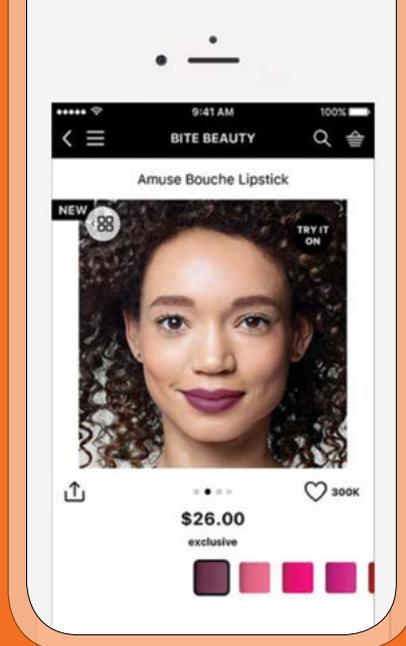
On embauche aujourd'hui des cabinets de consultants pour savoir comment réussir, non pas le passage vers le digital, mais la **continuité** entre présence physique et présence digitale, entre audiences virtuelles et audiences réelles. Le tout s'entend comme un seul écosystème, sans partition (« seamless »), dans lequel les stratégies de l'un ne sauraient se passer des stratégies de l'autre, dans lequel le succès de l'un dépend du succès de l'autre.

Se clarifient alors les rôles et les bénéfices de chaque univers. La présence en ligne n'a pas son égal pour bâtir des audiences « organiques » autour d'une nouvelle forme de communication propre au commerce social. On communique par contenus éditorialisés et l'on converse avec l'audience. Les audiences ainsi « gagnées » sont dites « organiques » et « méritées » (« earned exposure »). Mais que faire de ce trésor sans sa conversion à travers une expérience d'une autre nature, physique cette fois ? 70% des millennials déclarent préférer recevoir en cadeau une expérience réelle

plutôt qu'un bien matériel. S'il est astucieux et commode de commander des vêtements ou d'autres produits en ligne et de renvoyer les articles qui vous déplaisent, il s'ensuit également un sentiment de solitude et de désincarnation. Passé l'excitation du « web rooming » (la consultation de produits dans des boutiques en ligne), les clients virtuels ont retrouvé le chemin des boutiques, mais avec un brin de malice. C'est le phénomène du « show rooming » qui consiste à considérer une boutique physique comme une simple « plateforme d'essayage », avant de trouver un meilleur prix en ligne.

Si cela peut être vécu comme une menace, cette tendance est au contraire l'opportunité de créer des ponts et de glâner un savoir transformateur pour les marques et les fournisseurs de services. Dixons, une enseigne de produits électroniques, s'en sert pour recueillir des évaluations de consommateurs qui lui permettent d'améliorer son expérience en ligne et en magasin. Des marques de luxe récompensent les achats en ligne par des cadeaux à récupérer en boutique, pour ensuite engager ces mêmes clients dans une nouvelle expérience « réelle ». L'enseigne de produits cosmétiques Sephora encourage la recherche en ligne de produits par les clients en boutique pour comprendre les rapports que les consommateurs établissent entre les produits afin, par exemple, de repenser la topographie des magasins et l'expérience d'achat.

Dans le sens inverse, les acteurs qui jouissent principalement d'une présence dans le monde physique constatent l'avantage dont elles disposent pour convertir leurs flux d'audiences réelles en audiences virtuelles. Jusque-là limitées à collecter les adresses e-mail de leurs



Versatile

Aller-retour réel-virtuel

L'application de la boutique Sephora permet aux visiteurs en boutique de découvrir des produits, de simuler des « looks », de partager des photos de soi qui sont mises en valeur par la marque et partageables sur les réseaux sociaux.

visiteurs, elles les « engagent » dans des tactiques participatives et ludiques qui personnalisent l'expérience de chacun — autant d'expériences réelles que ces mêmes personnes seront promptes à partager en ligne, avec leurs proches, sous la forme de photos ou de récits. Ces « contenus générés par les utilisateurs » sont le Graal du commerce social. Ils sont le vecteur préféré par lequel une marque s'invite dans les communautés de chacun.

La ville est le témoin et le partenaire actif de ce va-et-vient entre deux mondes. Championne du réel comme du virtuel, versatile par excellence, elle réconcilie les économies nouvelles et anciennes, les attentes et les expériences d'aujourd'hui, sans oublier la sociabilité à laquelle nous ne souhaitons finalement pas renoncer.

Aalam Wassef
Consultant
wassef.co
Twitter @aalam_wassef

L'âge de la multitude

Le principe de versatilité urbaine peut s'entendre comme la coexistence de plusieurs conceptions de la vie, de modes de création et de modèles économiques. En rendant audibles la voix et les projets de chacun, le Web aura contribué à multiplier les alternatives et à dynamiser l'idée même d'un modèle ou d'un « courant dominant ». Le courant dominant est désormais celui de la multitude des propositions autour desquelles s'agrègent les audiences, petites ou grandes, qui se reconnaissent en elles.

À lire : *L'Âge de la multitude*, Henri Verdier, Nicolas Colin (Éd. Armand Colin).



1

Les espaces de **coworking** qui fleurissent partout dans le monde accueillent des indépendants, mais aussi des petites équipes, des auto-entrepreneurs, des nomades du digital et des télétravailleurs. Ces personnes y retrouvent les interactions sociales qui manquaient à leur quotidien solitaire et bénéficient, sur place, d'autres avantages. Souvent, ces espaces agissent comme des réseaux intégrés où l'on rencontre de potentiels clients ou de futurs collaborateurs. Les événements et les formations professionnelles qui s'y déroulent sont également l'occasion pour chacun d'évoluer et de faire partie d'une communauté locale, active et solidaire.

En savoir plus coworker.com

2

Kiss Kiss Bank Bank, Indiegogo ou Kickstarter sont des plateformes de **crowdfunding** qui ont transformé le paysage de la création et, avec lui, celui des villes qui les accueillent. Tous les rêves sont permis dès lors qu'ils sont en mesure de convaincre un nombre suffisant de personnes souhaitant contribuer à leur réalisation. À un moment où la presse est en crise, une équipe française a choisi de créer un hebdo financé par ses futurs lecteurs. En échange, *Ebdo* promet un journal papier indépendant et de qualité. *Ebdo* ambitionne aussi « d'aider ses lecteurs à agir sur leur quotidien et à favoriser les forces créatives de la société française, dans toutes les couches sociales, et dans tous les territoires ».

En savoir plus ebdo-lejournal.com

3

La **stigmergie** est une forme d'organisation collaborative du travail. « Dans le schéma ci-dessus, tous les travailleurs ont une autonomie complète pour créer comme ils le souhaitent. Le pouvoir du groupe d'utilisateurs réside dans sa capacité à accepter ou à rejeter le travail. Comme il n'y a pas de personne désignée pour accomplir une tâche, les usagers sont libres de créer une alternative s'ils n'aiment pas ce qui est proposé. Les travailleurs sont libres de créer sans prendre en compte l'acceptation ou le rejet. Dans ce schéma, des travaux peuvent être acceptés par le groupe le plus important, une alternative par un autre groupe d'utilisateurs, une autre uniquement par un petit groupe, et parfois le travailleur sera seul avec sa propre vision des choses. Dans tous les cas, les travailleurs restent libres de créer comme ils l'entendent. L'Histoire n'a pas montré d'idées radicalement innovantes qui aient reçu une acceptation générale immédiate et l'Histoire a également prouvé que les idées radicalement neuves étaient le plus souvent le résultat de visions solitaires. Laisser le contrôle du travail au consensus du seul groupe résulte dans une paralysie de l'innovation. » Voilà qui rappelle étrangement les principes mêmes du **crowdsourcing**, **crowdfunding** et des premières tentatives de **gouvernance collaborative**.

En savoir plus : lilianricaud.com



© Ebdo

désirs

I₁ N₁ D₂ E₁ P₃ E₁ N₁ D₂ A₁ N₁ C₃ E₁

E₁ X₈ P₃ E₁ R₁ I₁ E₁ N₁ C₃ E₁ S₁

A₁ U₁ D₂ I₁ E₁ N₁ C₃ E₁ S₁

P₃ A₁ R₁ T₁ I₁ C₃ I₁ P₃ A₁ T₁ I₁ O₁ N₁

C₃ O₁ N₁ T₁ I₁ N₁ U₁ I₁ T₁ E₁

moyens

POP UP

COLLABORATIONS

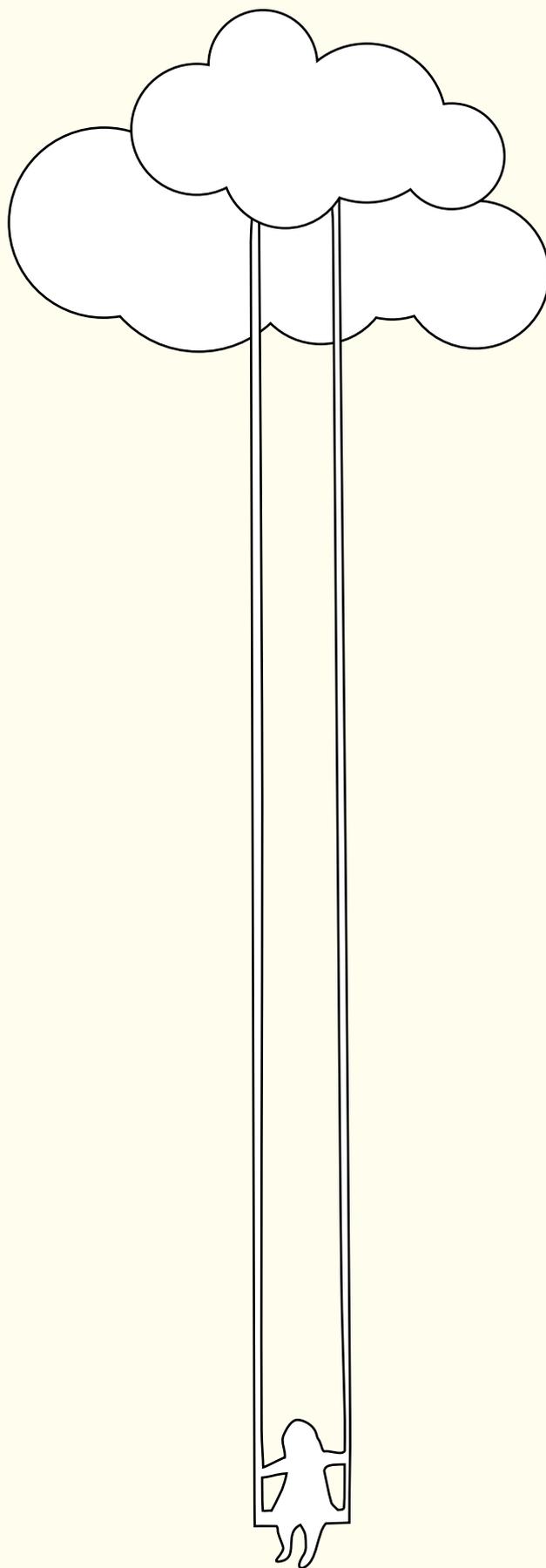
COMMERCE SOCIAL

GOVERNANCE
COLLABORATIVE

TRANSFORMATION
DIGITALE

Chapitre 5

Créative



Chaque décennie propose la redéfinition de concepts parfois anciens. Une ville « créative », aujourd'hui, désigne un terrain d'innovation ouvert à tous. Quoi de neuf, pourrait-on penser ? La nouveauté, c'est l'influence étendue que peuvent avoir des initiatives hyperlocales et **bottom-up** qui, par le truchement des réseaux, ou des médias, se transforment en phénomènes universels. Jour après jour, des liens invisibles se tissent entre des individus que tout sépare et, par défaut, entre les villes qui les abritent. Ces relations ne sont ni industrielles, ni politiques, ni économiques ; elles relèvent du partage d'un sort commun et de l'échange d'idées susceptibles de rendre la vie meilleure. Industriels et pouvoirs publics, parfois devancés, composent avec cette nouvelle force capable de mettre en œuvre ses propres solutions.

Illustration en page suivante

La centrale de Amager Bakke transforme les déchets en biomasse. Également la plus grande piste de ski artificielle au Danemark, elle est le symbole d'une cohabitation possible entre des habitants et des sources énergétiques propres.

Citation



Créer des opportunités,
résoudre les problèmes,
innover. Ces trois choses
sont inséparables.

Jane Jacobs

Co-créer à l'échelle du monde

Kevin Hsu, Deland Chan

Pour relever les défis du XXI^e siècle, nous devons envisager la ville comme un carrefour où se rencontrent l'environnement, les systèmes d'organisation, les infrastructures et, enfin, les communautés d'individus. Tous sont inter-dépendants, s'influencent mutuellement et laissent une empreinte durable.

Dans notre monde hyperconnecté, concevoir et mettre en œuvre une vision urbaine nécessite un échange qui transcende les frontières et les disciplines nationales. Comment pouvons-nous puiser dans la connaissance et la sagesse du monde entier ? Tandis que notre horizon s'élargit, nos ressources éducatives ne semblent pourtant atteindre que des élites en mesure d'acquérir les compétences nécessaires pour réussir dans un tel monde.

Le modèle dominant d'urbanisation, dirigé par des entités puissantes, qu'elles soient marchandes ou gouvernementales, reste encore motivé par le capital, la réputation et le profit — et pas toujours par le bien public. Il entraîne une dislocation sociale et une dégradation de l'environnement des sans-voix et des personnes les plus démunies.

Un nouveau paradigme est nécessaire.

Nous devons **explorer, exp  rimer, imaginer, co-créer et évaluer** des villes humaines — des villes qui reconnaissent la centralité

des êtres humains et des communautés et qui placent l'humain au cœur de toute stratégie de développement urbain.

Les villes ne sont pas simplement des collections de gratte-ciels de verre et d'acier ; elles sont constituées de communautés vivantes. Ainsi, quand nous parlons de développement et de changement urbain, nous ne pouvons oublier les personnes que nous servons. Les personnes qui résident dans ce bâti abritent des communautés, des habitudes, des racines culturelles, des croyances, un sentiment d'appartenance et une identité.

Les villes humaines sont nécessairement faites par et pour les êtres humains qui y vivent, et ce processus créatif peut être facilité par des partenaires de bonne volonté qui respectent le mode de vie de chaque communauté.

La construction et l'entretien des villes du monde exigent des stratégies qui s'inspirent des meilleures pratiques universelles et qui restent attentives aux besoins locaux. Pour adopter et adapter les meilleures de ces idées, nous devons préparer la prochaine génération à comprendre la tâche critique qui leur incombe. Un élément crucial pour la création de villes humaines consiste à former des concepteurs, des planificateurs et des ingénieurs qui aient connaissance de ces principes, et que ceux-ci éveillent leur engagement social.

Nouvelle vague

« C'est bien ça le problème avec vous, Amonbofis, vous faites toujours comme on fait tout le temps. »¹ La célèbre réplique de Cléopâtre à son architecte attiré nous rappelle que, oui, les idées anciennes ont la peau dure. Cependant, les nécessités économiques ou environnementales, et le génie collectif, finissent par avoir raison de conceptions rigides qui, pour certains, se vivaient comme des fatalités. La simplicité de ces interventions est aussi déroutante qu'elle est transformatrice.

Voici quelques histoires venues du monde entier.

¹ *Astérix et Obélix : Mission Cléopâtre*, Alain Chabat, d'après *Astérix et Cléopâtre*, Goscinny/Uderzo (Éd. Dargaud).



© Copenhagenize

1

La ville de Copenhague a lancé une campagne permanente qui célèbre et remercie les cyclistes. Le message « Hej cyklist » (« Salut cycliste ») balise les voies cyclables et recouvre des mobiliers urbains d'un genre nouveau. Des repose-pieds surélevés permettent aux cyclistes de conserver leur équilibre, et des corbeilles judicieusement inclinées leur évitent des jets hasardeux.

© Mairie de Paris

2

Paris sans ses voies rapides en bord de Seine ? Certains vous diront que la planète cessera de tourner. D'autres soutiendront que c'est justement grâce à leur piétonnisation qu'elle survivra. À Séoul, le raisonnement est identique. Le nouveau quartier d'affaires de Songdo ambitionne de n'accueillir aucune voiture privée.

3

La revue *Forbes* en perd son latin. Comment ces livreurs indiens, les dabbawalas, réussissent-ils à livrer 200 000 repas chauds par jour, cuisinés par les familles mêmes des destinataires, sans jamais être en retard, sans savoir lire ou écrire, sans aucun soutien technologique, et le tout dans la ville de Mumbai, connue pour sa congestion et son organisation chaotique ?

À voir bit.ly/dabbawala-docu

© Meena Kadri

4

4

Un litre de lumière (A Liter of Light) est une « entreprise sociale » mise en œuvre pour la première fois aux Philippines. Elle offre un éclairage écologique et bon marché à des milliers de foyers, ainsi qu'une source de revenus. Le jour, il suffit d'une bouteille vide, d'une cuillère à café de chlore et d'un carré de tôle. Pour la nuit, on y ajoute un circuit électronique facile à fabriquer.

En savoir plus literoflight.org

© Liter of Light

Pour un nouveau cycle

Steven Ware

Des outils numériques passionnants défient et transforment l'industrie de la construction. Ils conduiront, sans aucun doute, à des façons révolutionnaires de concevoir la ville. La *big data* fera partie du brief, la maquette numérique (BIM) fournira l'échafaudage virtuel et l'impression 3D facilitera la fabrication de composants de construction, de structures entières, ou même de villes.

Dans notre dépendance à la technologie pour innover, pour créer des solutions accessibles et pertinentes, aurions-nous omis quelque chose ? Les risques pour notre biosphère, peut-être ? Notre équipe de recherche s'est alors posé une question précise : « Comment fonctionnerait l'imprimante 3D idéale, et que produirait-elle ? » Les réponses proposées étaient aussi directes qu'ambitieuses. Elles nous ont conduits à une conclusion remarquable et inattendue.

Les imprimantes 3D idéales devraient bien sûr fonctionner à l'énergie solaire. Elles enfermeraient le carbone tout en opérant et en utilisant celui-ci comme matériau de construction principal. Elles extrairaient des matériaux complémentaires du site, en particulier de la matière organique recyclée, et s'adaptent à n'importe quel lieu ou sol. Enfin, elles produiraient de l'oxygène comme produit dérivé. Les imprimantes elles-mêmes n'auraient nul besoin d'être logées dans des hangars ; autonomes, elles résisteraient au temps et au passage des saisons ; elles abriteraient enfin la biodiversité

tout au long de leur fonctionnement. Les matériaux ainsi imprimés seraient solides, résistants au feu et faciles à transformer. Ils pourraient être utilisés à la fois pour des structures ambitieuses ou pour des meubles. Ils offriraient des parements sensuels aux intérieurs et seraient insectifuges, parfumés et même comestibles. La présence même du matériel imprimé aurait un effet biophilique sur les humains, réduisant leur niveau de stress. Des motifs décoratifs complexes, fractales et autres, seraient le fruit d'algorithmes sophistiqués. Il sentirait bon et ménagerait un parfait équilibre d'humidité pour la vie humaine. Encore deux choses ; laissons ces imprimantes former des relations symbiotiques avec d'autres espèces ; permettons-leur de créer de nouvelles imprimantes, toutes seules et sans frais.

Cette gamme d'imprimantes 3D étonnamment écologique existe déjà et porte un nom ; l'arbre. D'autres variétés existent ; chanvre, lin, bambou. Nous les qualifions aujourd'hui de bioressources. Cette comparaison de l'arbre à l'imprimante 3D est utile dès lors qu'il s'agit d'évaluer la pertinence des méthodes de construction actuelles. L'ère de la machine, et maintenant l'ère de l'information, nous ont conduits à développer des systèmes structuraux et des matériaux qui confèrent des superpouvoirs à nos bâtiments, voire une certaine intelligence. Nous oublions parfois que les plus humbles des espèces qui nous entourent sont infiniment plus résilientes et intelligentes que le dernier gratte-ciel ou smartphone.



Projet pour la bibliothèque de Jérusalem

© Art and Build

La résurgence du bois à la pointe des technologies de construction pourrait marquer le début d'un nouveau cycle. Les derniers siècles ont vu le développement de l'acier avec sa capacité à franchir de nouvelles dimensions et le béton avec ses masses moulées rapidement assemblées. L'énergie était facilement disponible à partir de combustibles fossiles et de la fission des atomes. Ces développements étaient souvent motivés par les techniques de guerre où la vitesse est essentielle et où, pour se défendre, il faut être impénétrable. Des guerres ont été menées pour avoir accès à plus d'énergie, plus de matériaux, ne serait-ce que pour faire plus de guerres. Mais qui déclarerait la guerre pour une forêt ?

Il y a une certaine ironie quand on considère que la chaux, pour le ciment et les énergies fossiles, a été fournie par des millions d'années d'impression de coraux et de mol-

lusques formant du calcaire sédimentaire ; de plancton, d'algues et de forêts en décomposition nous offrant des combustibles fossiles. Ces dons de la nature ne sont pas illimités ; nous devons maintenant nous tourner vers la nature vivante (et non fossile) pour satisfaire nos besoins. Nous devons adapter l'activité humaine d'aujourd'hui aux nombreux cycles de la nature, les maintenir, et même les créer. Brûler de précieuses molécules anciennes pour l'énergie — chacune étant une batterie moléculaire hautement sophistiquée — n'a aucun sens lorsque nous sommes entourés par les machines à encoder et les imprimantes de la nature. Elles nous fournissent tranquillement, et sans cesse, des matériaux pour l'avenir.

Steven Ware
Architecte
Art & Build
artbuild.eu

Made en ville

Selon Jean Haëntjens¹, « les villes seront fabriquées par des millions de décisions individuelles émanant d'acteurs venant de cultures multiples et appartenant à quatre générations. Ces acteurs auront des demandes très variées et souhaiteront, pour une part, s'impliquer fortement dans la fabrique urbaine ». Si la co-crédation de l'expérience urbaine est, depuis toujours, la marque de fabrique des villes, ce que l'on constate aujourd'hui c'est sa démocratisation remarquable, au point que nul ne sait d'où viendra la prochaine grande idde.

¹ Jean Haëntjens est l'auteur de *Éco-urbanisme. Défis planétaires, solutions urbaines* (Éd. Écosociété).





© Shutterstock.com

1

« Wheeldo, la micro-usine mobile, est un **fablab mobile** qui a pour but de démocratiser les technologies de fabrication numérique telles que l'impression 3D et la découpe laser. Les fondateurs de l'association, issus du milieu de l'urbanisme et de l'architecture, ont trouvé dans l'impression 3D un outil pertinent pour accompagner les habitants dans l'appropriation des sujets liés à leur environnement quotidien. Reproduire, imaginer, réinventer son territoire via un procédé technique au rendu professionnel permet aux participants de se rêver architectes et de produire des réalisations à la hauteur de leur imagination. »

Casimir Jeanroy-Chasseux, wheeldo.eu

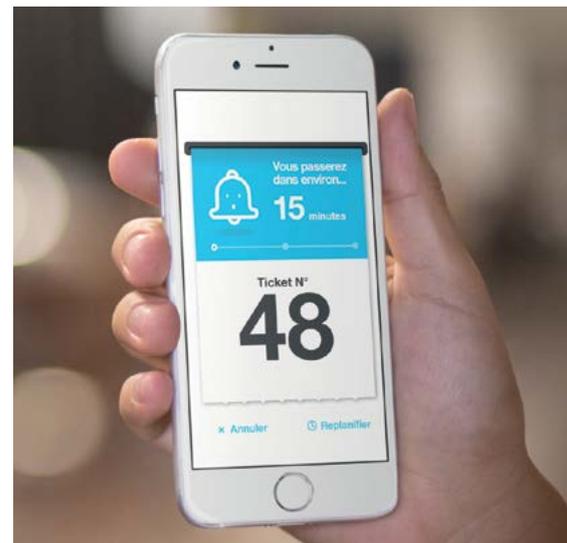
2

Les sociétés chinoises Ofo et Mobike et la société américaine Limebike sont en compétition pour conquérir le marché des **vélos « dockless »** (sans bornes). Des vélos distribués en ville sont accessibles via une application qui les localise pour les usagers. Pour \$1 la demi-heure, on s'en sert, puis on le laisse où l'on veut. Dans les grandes villes, l'innovation a pris un tournant malheureux, la surabondance de l'offre conduisant à une forme de dévaluation des équipements (vandalisme, vols, mécontentement des pouvoirs publics à l'égard des vélos mal garés). La ville de Stockholm s'est quant à elle équipée de 5000 vélos électriques hybrides servis par 300 stations de e-parking. Installé et géré par JCDecaux, ce service se pilote à travers une application pour smartphone. Tout au long de leur parcours, les cyclistes sont libres de pédaler ou de passer en mode électrique.

3

« La file d'attente est un classique de la vie urbaine, et le dernier archaïsme des temps modernes, un impondérable pour quiconque souhaitant visiter un monument, faire ses courses, aller dans une administration, obtenir le conseil d'un vendeur ou encore faire plaisir à ses enfants dans un parc d'attractions... Nous subissons tous cette perte de temps, qui finit par représenter une heure par semaine en moyenne pour chacun, soit 400 000 ans perdus chaque année pour la population française. Avec l'application **Lineberty** nous voulons créer un nouveau paradigme : transformer l'attente en temps libre, et permettre à chacun de reprendre le pouvoir sur le temps – améliorant ainsi son expérience de visite ou d'achat. Une fois téléchargée, l'application est très simple d'utilisation : il suffit de choisir une heure de passage afin de recevoir un ticket digital dans la file d'attente virtuelle. »

Alain Thaly, lineberty.fr



© Lineberty

3

désirs

S O L U T I O N S

P A R T I C I P A T I O N

I N C L U S I O N

B I O D I V E R S I T É

P A R T A G E

moyens

E₁ C₃ H₄ A₁ N₁ G₂ E₁ S₁

B₃ O₁ T₁ T₁ O₁ M₃ U₁ P₃

C₃ O₁ C₃ R₁ E₁ A₁ T₁ I₁ O₁ N₁

B₃ I₁ O₁ R₁ E₁ S₁ S₁ O₁ U₁ R₁ C₃ E₁ S₁

O₁ P₃ E₁ N₁ S₁ O₁ U₁ R₁ C₃ E₁

En voie de disparition ?

1. Espèces, cartes ou « mobile money » ?

En attendant les crypto-monnaies, les paiements gérés par les opérateurs de téléphonie mobile sont déjà là. Nos billets deviendront-ils des pièces... de musée ?

2. Achat de biens ou accès à des services ?

Posséder une voiture, un vélo ou une maison secondaire ? Quelle drôle d'idée. Être propriétaire ne figure pas au top 10 des priorités des Millennials qui préfèrent accumuler les expériences et accéder à des biens sans s'engager de leur achat ou de leur entretien.

3. Absence ou ubiquité ?

Pour la nouvelle génération, l'expérience psychologique de l'éloignement ne ressemble en rien à celle de leurs parents. Leur ubiquité et leur connexion sont constantes et, le plus souvent, gratuites.

4. Attente ou temps libre ?

« Attendre son tour » ne se vit déjà plus comme avant. Musées, cinémas, grands magasins et administrations se dotent de systèmes de notifications personnalisés (lire aussi p. 79) qui rendent chacun libre de ses mouvements.

5. Conduire ou admirer le paysage ?

Les mains sur le volant et les yeux rivés sur le pare-choc qui est devant ? Les voitures autonomes nous invitent à imaginer des voyageurs rêveurs, libres d'admirer la vue, le ciel ou l'animation urbaine.

6. Mots de passe ou biométrie ?

Balayage de l'iris et reconnaissance faciale ne relèvent plus de la science-fiction. La recrudescence des piratages informatiques incite les industriels à préférer la biométrie.

7. Télécommandes ou commandes vocales ?

IoT et intelligence artificielle ne rendent-ils pas nos télécommandes obsolètes ? Il suffira de parler aux objets comme nous le faisons déjà. « Dis, Siri ! »

8. Cartes mémoire ou « Cloud » ?

On pensait que les cartes mémoire en tous genres participaient de la « dématérialisation ». À leur tour d'être supplantées par le « Cloud ».

9. Essence, gaz ou batteries rechargeables ?

À l'âge de la transition énergétique (lire aussi p. 44), que deviendront les magnifiques pots d'échappement chromés des motos et des voitures de collection ? Le réchauffement climatique leur suggère de prendre congé.

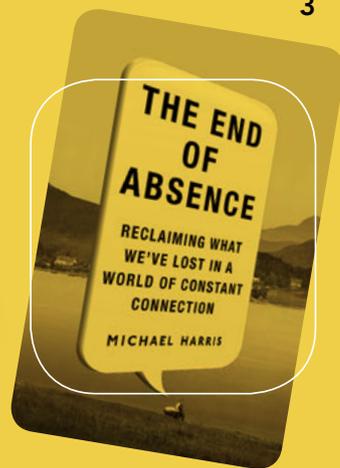
1



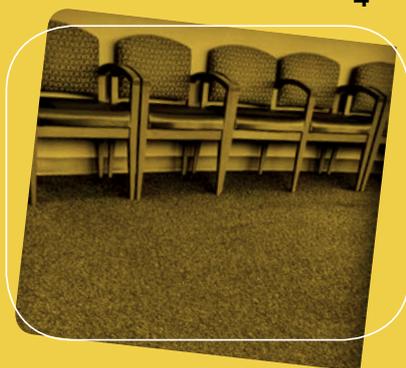
2



3



4



5



6



7



8



9



東京 2020

Dans les coulisses des JO de 2020, avec **Yuriko Koike**, gouverneure de Tokyo.



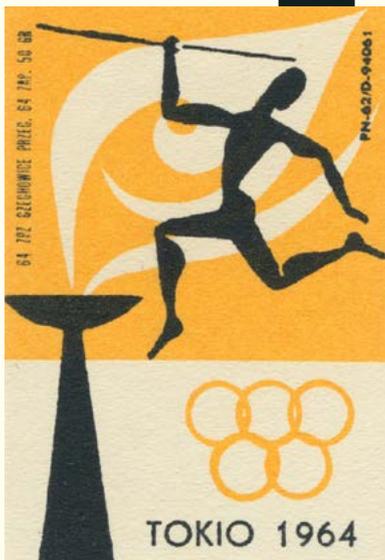
© Shibuya

Comment la ville de Tokyo se démarquera-t-elle lors de ces Jeux ? Dans quelle aventure comptez-vous nous engager ?

Pour ces Jeux de 2020, notre volonté est de présenter Tokyo comme une ville modèle aux yeux du monde. Les Jeux sont également l'occasion de promouvoir les innovations en matière de technologies environne-

mentales. Cette démarche est étroitement liée à l'objectif du CIO d'organiser des jeux Olympiques durables. À long terme, nous visons également à intégrer les concepts de Gouvernance Environnementale et Sociale (GES) au développement urbain, à attirer les investissements internationaux tout en réalisant une croissance durable, respectueuse de l'environnement. Nous serons en mesure de

- 1 Gundam, le robot géant du district Odaiba, réinstallé en septembre 2017.
- 2 Boîte d'allumettes à l'effigie des JO de 1964.
- 3 Affiche pour les jeux Paralympiques de 1964.



© Collection particulière



© Collection particulière

démontrer concrètement comment les technologies de pointe peuvent enrichir la vie des citoyens, et la manière dont Tokyo traite des enjeux urbains aussi variés que ceux du bien-être, de l'environnement ou de la planification urbaine. Nous aspirons également à transmettre l'expérience, les technologies et le savoir-faire de Tokyo à d'autres grandes villes du monde confrontées à des problèmes urbains similaires.

L'autre enjeu majeur de ces Jeux 2020 sera de communiquer et de soutenir la reconstruction des régions touchées par les tremblements de terre, sur la côte Pacifique de Tôhoku et dans la ville de Kumamoto. Ces

Jeux 2020 seront les « jeux Olympiques de la reprise » du Japon. Non seulement les Jeux mettront l'accent sur la reconstruction des zones touchées, mais ce sera aussi l'occasion de remercier toutes les personnes qui, de par le monde, nous ont soutenus pendant ces périodes.

Avec l'aide de la nation entière et en tant que représentante de la ville hôte, je me prépare à faire en sorte que Tokyo 2020 figure parmi les meilleurs jeux Olympiques et Paralympiques de l'Histoire. Nous sommes tous engagés à faire des Jeux de 2020 un succès non seulement pour Tokyo, mais pour l'ensemble du Japon.

Tokyo est une ville connue pour son activité soutenue. Comment les JO s'inscriront-ils dans le paysage urbain ?

En 2020, Tokyo accueillera les jeux Olympiques et Paralympiques pour la deuxième fois. Les principaux héritages des Jeux de 1964 ont été des infrastructures de transport telles que l'autoroute urbaine de Tokyo et le Shinkansen. Je veux laisser un héritage « plus doux » des Jeux de 2020 qui permettra un changement des comportements et des valeurs.

Tokyo est la première ville à accueillir deux fois les jeux Paralympiques. C'est l'occasion pour la ville d'apporter des changements à la fois en termes d'infrastructures physiques et d'attitude, notamment en favorisant l'accessibilité à travers la ville, et en encourageant la lutte contre les préjugés face au handicap. Je veux contribuer à la création d'une société dans laquelle chaque individu, quel qu'il soit, est accueilli avec bienveillance. Nous prévoyons de mobiliser plus de 90 000 bénévoles pour les jeux Olympiques de Tokyo, et nous ferons appel à un large éventail de personnes, d'actifs, d'étudiants ou de personnes handicapées. Grâce à la mise en œuvre de ces mesures, et en tant que représentante de la ville hôte, je veillerai à ce que l'expérience des Jeux améliore la vie des Tokyoïtes et des Japonais.

Comment Tokyo, en tant que ville, va-t-elle réussir ces Jeux ?

L'organisation des jeux Olympiques et Paralympiques nécessite beaucoup de préparation dans de nombreux domaines. À seulement trois ans des Jeux, nous devons nous concentrer sur les derniers préparatifs et stimuler

l'enthousiasme des habitants de la ville et du Japon dans son ensemble.

En ce qui concerne la ville, nous mettrons en place des systèmes pour gérer efficacement le transport et les autres services urbains pendant les Jeux. Nous veillerons à ce que la ville soit prête à recevoir au mieux les athlètes et les visiteurs venus du monde entier.

Tokyo doit également assurer la sécurité et la sûreté de tous les athlètes, délégations olympiques et spectateurs. Pour ce faire, nous envisageons la mise en œuvre de mesures sanitaires et de sécurité publique qui seront assurées par l'action coordonnée de tous les bureaux du gouvernement métropolitain de Tokyo, de la police et d'autres agences gouvernementales. En tant que cheffe de la ville hôte, je veillerai à ce que nous élargissions et renforçons notre structure de gestion de crise pour les Jeux, tout en coopérant pleinement avec le gouvernement national.

Les sites des Jeux feront l'objet d'un aménagement pensé pour durer dans le temps, tout en tenant compte de la maîtrise des coûts.

Que souhaitez-vous apprendre à l'occasion de ces Jeux ?

J'ai entendu dire que la circulation était très encombrée pendant les jeux Olympiques de 2012 à Londres et que le télétravail s'était fortement développé à cette occasion. À Tokyo, la réduction de la congestion sera un enjeu majeur pour permettre aux visiteurs du monde entier de se déplacer et de profiter de la ville avec aisance et confort, en accord avec le sens japonais de l'hospitalité, ou *omotenashi*.



© B. Lucava

Conversation

Les Jeux de 2020 sont l'occasion d'établir de nouvelles pratiques communes pour Tokyo. Cela inclut non seulement le télétravail, mais aussi le transport quotidien *Jisa Biz* ou période hors pointe, qui rendraient les déplacements domicile-travail plus agréables. La création d'un meilleur environnement de travail grâce à l'utilisation généralisée du télétravail participera à la résolution de problèmes de société épineux tels que le déclin de la population active et le faible taux de présence des femmes sur le marché du travail. Je voudrais promouvoir une société où tout le monde peut participer activement.

Qu'expérimenterez-vous pour la première fois ?

Le monde d'aujourd'hui fait face à un risque environnemental majeur et sans précédent, celui du réchauffement climatique. Tokyo, en tant que capitale du Japon et l'une des principales métropoles mondiales, a le devoir de faire un effort énergétique pour mieux appréhender ce changement climatique. Nous avons positionné les politiques environnementales au centre de la stratégie de croissance de Tokyo.

Au-delà des Jeux de Tokyo, j'aimerais que la zone du village olympique soit un modèle de ville écologiquement avancée. En utilisant les nouvelles technologies, nous souhaitons promouvoir des styles de vie plus confortables et respectueux de l'environnement, ainsi que l'autosuffisance énergétique en prévision de toute catastrophe naturelle. Plus précisément, nous projetons d'installer des stations-service d'hydrogène pour alimenter les autobus équipés de piles à combustible ainsi que les quar-

tiers et zones résidentiels attenants, ce qui serait la première application pratique de ce type au Japon.

Avec autant de personnes provenant du monde entier, nous considérons les Jeux comme une opportunité d'exposer les technologies de pointe du Japon, et notamment l'utilité de l'hydrogène. Des espaces de démonstration de ces nouveaux systèmes d'approvisionnement en hydrogène seront installés pour en faire la promotion auprès du grand public.



Le plan de développement énergétique récemment annoncé pour le quartier des athlètes au sein du Village établit des plans pour la zone avant et après les Jeux. En plus de réduire l'impact environnemental en construisant puis en exploitant des stations hydrogène, les capacités de stockage d'hydrogène seront ensuite utilisées pour améliorer l'autosuffisance de la communauté en cas de catastrophe.

Quelles mesures feront désormais partie du quotidien des habitants de Tokyo ?

Tokyo est l'une des plus grandes métropoles mondiales, et les mesures visant à réduire la consommation d'énergie sont ambitieuses. Le gouvernement de Tokyo a mis en œuvre un programme pour encourager la réduction de la consommation d'énergie chez les ménages grâce au remplacement des ampoules à incandescence par des LED. Dans le cadre de ce programme, les résidents peuvent apporter deux ampoules à incandescence (ou plus) de leur domicile à un commerçant local et les échanger contre une ampoule LED, et recevoir des conseils sur la façon de mieux gérer sa consommation. Nous espérons ainsi sensibiliser les habitants et encourager un passage rapide à l'éclairage LED.

Les Jeux de Tokyo 2020 offrent au Japon l'occasion d'utiliser ses capacités technologiques exceptionnelles pour aider les citoyens de Tokyo à changer la façon de gérer l'énergie chez eux, dans leur quotidien, et ainsi de déclencher un vaste mouvement de réduction de consommation. Cette politique fait partie de notre stratégie globale pour faire de Tokyo une ville plus intelligente, objectif comptant parmi les piliers de notre projet politique pour la ville.



© Toyota

En accord avec le Gouvernement métropolitain de Tokyo, Toyota prévoit d'introduire plus de 100 bus FC (Fuel Cell), principalement dans la région de Tokyo, avant les jeux Olympiques et Paralympiques de 2020.

Quelle est votre vision pour Tokyo dans les 10 ou 20 prochaines années ?

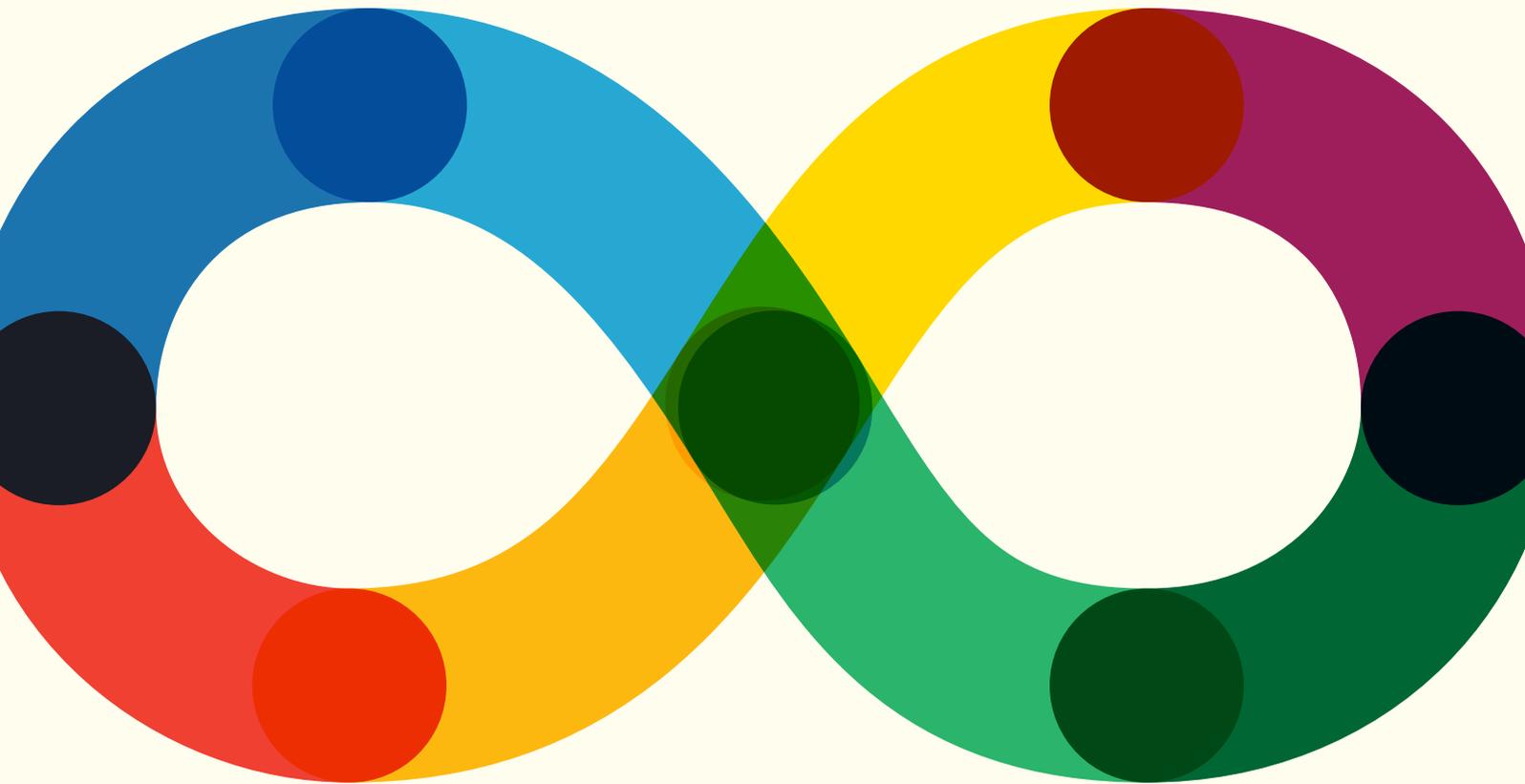
Pour poursuivre le développement durable de Tokyo, nous devons exploiter l'héritage des Jeux et réfléchir au développement urbain de la ville pour les 20 ou 30 prochaines années. En conséquence, nous avons formulé une vision pour Tokyo à l'horizon 2040 à travers le Grand Projet de Développement Urbain et un ensemble de politiques d'accompagnement pour atteindre cet objectif. Nous souhaitons que les gens du monde entier considèrent Tokyo comme une ville à la fois énergétique, ouverte et à la pointe de la technologie, où chacun peut décider de sa vie, de son travail et de ses loisirs.

En intégrant le concept de Gouvernance Environnementale et Sociale et en promouvant un développement urbain en harmonie avec l'environnement, nous créerons un Tokyo où tout le monde peut être actif et en bonne santé, vivre sa vie avec espoir, entrain et tranquillité d'esprit.

Propos recueillis à Tokyo, le 30 octobre 2017.

Chapitre 6

Agile



Air du temps ? La ville semble s'inspirer elle aussi des méthodes de création issues de la culture digitale. Comme un logiciel libre, elle s'ouvre à tous, privilégie les individus et les interactions plutôt que les processus et les outils, préfère les fonctionnalités opérationnelles et les itérations plutôt que les longues hésitations, affectionne les collaborations pluridisciplinaires et, enfin, reste à l'écoute de l'innovation d'où qu'elle vienne. C'est en cela que la ville devient « agile », comme l'est devenu le développement informatique à la fin des années 90. Même si le matériau urbain n'est pas composé de 0 et de 1, mais bien de pierre et de bitume, les villes ne reculent pas devant des remises en question parfois difficiles. Agiles, elles donnent une chance aux alternatives les plus jeunes, quitte à s'en défaire aussitôt ou à les bonifier chemin faisant.

Citation



Les autoroutes
ont-elles eu pour effet
de nous rapprocher
ou de nous éloigner
les uns des autres ?

Gracie McKenzie

Inventer autre chose

Jean Haëntjens

Moteur de « l'économie de la connaissance », matrice des modes de vie et de consommation, ancrage majeur de la démocratie et des enjeux écologiques, la ville est la porte d'entrée du XXI^e siècle.

Depuis l'essor de l'Europe au XII^e siècle, les villes ont joué le rôle de « lièvre », selon l'expression de Braudel, à chaque étape importante de notre histoire : ville marchande, ville classique, ville industrielle...

À chaque fois, des élites urbaines ont su, avec ou sans l'appui de l'État, imaginer de nouvelles formes qui étaient à la fois techniques, économiques, sociales, politiques et spatiales.

À chaque fois, cette invention a amené de nouvelles pratiques dans la façon de concevoir et de produire le cadre urbain, et de nouveaux équilibres entre les ambitions logistiques, économiques, sociales et écologiques que se fixait la cité.

À chaque fois, ce rééquilibrage n'a pu s'accomplir que dans le cadre d'une stratégie d'ensemble, telle celle déployée à Paris par Haussmann. Une stratégie touchant à tous les aspects de la vie en société, mais s'intéressant aussi à toutes les échelles, et à tous les acteurs.

Telle est la situation dans laquelle nous nous trouvons aujourd'hui. Après un demi-siècle de développement urbain dominé par l'automobile, l'énergie bon marché, le zonage, la privatisation des espaces et l'étalement, nous sommes mis en demeure d'inventer autre chose.

Et cette invention impliquera d'autres méthodes que la planification par zone. Pour les élus locaux et les professionnels de l'urbanisme, ce changement de paradigme urbain aura des conséquences importantes que l'exemple de quelques villes, qualifiées de pionnières ou de stratèges, permet aujourd'hui de décrire.

Si ces villes ont réussi à changer de trajectoire, parfois de façon spectaculaire, c'est presque toujours parce qu'elles ont réussi à mettre en résonance trois forces : une vision, une structure technique et une dynamique collective.

Cette vision aura été celle d'un petit groupe d'élus et d'acteurs partageant les mêmes convictions et capables de les porter dans la durée, au-delà de l'impulsion donnée par un chef charismatique.

Pour être déclinée en objectifs réalisables, appliqués simultanément à différents champs et à différentes échelles, cette vision aura dû être



© HackNY

« travaillée » avec l'appui d'une équipe dédiée et pluridisciplinaire, jouissant d'une relative liberté par rapport à l'administration municipale.

La stratégie ainsi définie aura été d'autant plus facile à mettre en œuvre qu'elle aura su rencontrer ou susciter les aspirations de différents cercles d'acteurs, dont, en définitive, les habitants de la cité.

Jean Haëntjens
 Économiste et urbaniste
jeanhaentjens.com
urbatopies.com

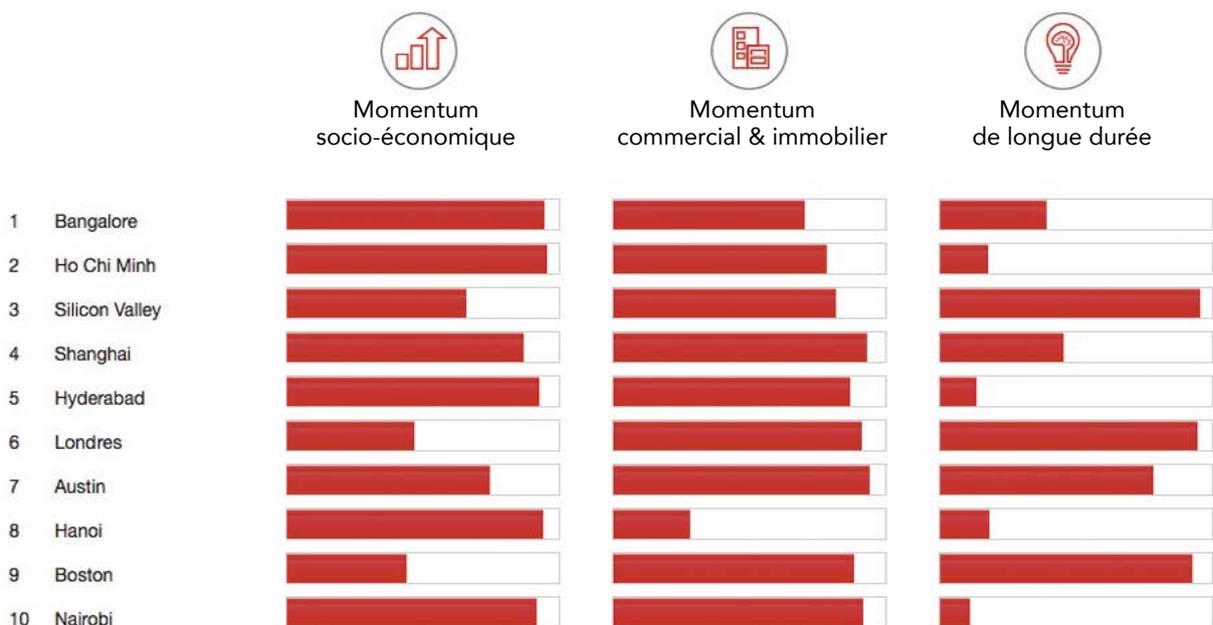
Hack New York

HackNY ambitionne de fédérer la future génération de hackers qui constituera la communauté des innovateurs new-yorkais. L'événement, coorganisé par des professeurs de NYU et de Columbia, existe depuis février 2010. Il se tient pendant l'année scolaire et, au-delà d'un hackathon de 24 heures, propose le tutorat et l'accompagnement des futurs « étudiants-technologues ».

Mutations éclair

« Avec plus de la moitié de la population mondiale vivant dans les villes, un chiffre qui devrait augmenter considérablement au cours des prochaines décennies, le succès de nos villes revêt une importance encore plus grande », note Jeremy Kelly¹.
 « Malgré plusieurs bouleversements politiques et des incertitudes économiques, de nombreuses villes continuent de montrer un dynamisme impressionnant. La clé de leur succès est leur **agilité** et leur **ouverture**, leur permettant de s'adapter rapidement à chaque nouvelle vague de changement global. »

¹ Jeremy Kelly est directeur de « Global Research » chez JLL.



1

L'institut de recherche JLL a établi un indice mesurant le dynamisme des villes, le « **Momentum Index** ». 42 indicateurs sont pris en compte, regroupés en trois sous-indices :

- le dynamisme socio-économique, lié à la croissance du PIB d'une ville, de sa population, des passagers aériens, des sièges sociaux et des investissements directs provenant de l'étranger ;
- le dynamisme immobilier et commercial lié à l'évolution de la construction, des loyers et des volumes d'investissement dans tous les domaines de l'immobilier ;
- les « incubations à haute valeur ajoutée », signes de la capacité d'une ville à maintenir, dans le long terme, sa progression dans les domaines de l'éducation, de l'innovation et de l'environnement.

En savoir plus : jll.com

2

Si la ville de Nairobi figure au top 10 des villes les plus dynamiques (JLL, 2017), c'est aussi le résultat d'une volonté politique de réunir des étudiants, des citoyens, des acteurs de l'information, de la communication, de la science, de l'industrie, de l'éducation et de la recherche autour d'une action commune. Créée depuis seulement quatre ans, la « **Nairobi Innovation Week** » (Semaine de l'Innovation de Nairobi) a pour objectif de mettre en valeur et de reconnaître les innovations des start-up, des chercheurs ainsi que des projets en cours d'incubation. Elle promeut les compétences, les pratiques et les initiatives qui ont un impact réel sur la vie des habitants et sur la ville. Elle propose enfin un accompagnement pour que de telles innovations puissent croître et se développer. On retrouve ici les conditions du succès suggérées par Jean Haëntjens (p. 94).

3

L'**Internet des objets (IoT)** a désormais sa capitale, Barcelone. Adopté en un temps record, le service Telecare est un service gratuit auquel ont souscrit plus de 70 000 seniors. Les utilisateurs portent un pendentif discret qui se connecte via une ligne téléphonique à un centre d'appel ouvert 24 heures sur 24, 365 jours par an. Le centre est appelé par la simple pression d'un bouton (voir illustration ci-dessous). L'objectif de Telecare est de maintenir un contact fréquent avec les personnes âgées, afin de leur éviter un sentiment d'inquiétude permanent, des situations à risque, un sentiment d'isolement ou de solitude. Barcelone s'est également dotée d'un nouveau réseau de bus intelligents, de 300 stations de recharge pour voitures électriques, de feux de circulation qui émettent des sons pour les non-voyants et, enfin, de 500 stations Wi-Fi.



© Nairobi Innovation Week



© Telecare

3

2

Saut dans le virtuel

Conversation avec Elisha Karmitz, DG de MK2 Agency et MK2 Holding.



© Benoît Florençon

Pourquoi MK2 s'est-elle investie dans la VR ?

Quand la VR (réalité virtuelle) s'est présentée, nous nous sommes demandé s'il s'agissait d'un gadget ou bien d'un nouveau format de distribution de contenus audiovisuels. En tant que distributeurs de films, les nouveaux formats nous intéressent, mais au-delà de ça, nous nous sommes intéressés au lien que pouvait avoir le cinéma avec la réalité virtuelle. À première vue, il s'agit d'une technologie qui fait peur, qui est déshumanisante, chère, et qui promet des types de contenus d'une qualité qui ne répond pas toujours à nos exigences.

Nous ne voyons pas la réalité virtuelle comme un gadget ni comme l'avenir du cinéma, mais plutôt comme une révolution de la communication, du langage, de la création et comme l'occasion d'inventer, entre autres, une nouvelle forme d'expérience collective dans des lieux beaux et agréables. La différence de nature entre le cinéma et la réalité virtuelle, c'est que cette dernière convainc le cerveau que ce qui se présente à lui est bien réel. S'ensuivent des stimuli, des réactions et des réflexes que nous n'aurions pas dans une salle de cinéma. À ce titre, la réalité virtuelle est une expérience cognitive d'une tout autre nature.

En décembre 2016, en inaugurant à Paris le premier espace dédié à la réalité virtuelle, nous sommes devenus des leaders, ou en tout cas une référence en la matière. Dans cet espace, le public est invité à découvrir toutes les expressions de la réalité virtuelle : des films, des documentaires, des simulations ou des jeux. Nous offrons également des activités de formation professionnelle ; certains clients professionnels louent aussi la salle pour présenter des contenus en réalité virtuelle à leurs collaborateurs, clients ou prospects. Dans le domaine de l'urbanisme et du secteur immobilier, nous avons l'exemple d'un promoteur immobilier qui propose des visites virtuelles de futurs logements à ses prospects. L'expérience a été plus que concluante et a été renouvelée plusieurs fois.

La réalité virtuelle peut-elle s'inviter en ville ?

Déjà aujourd'hui, les mobiliers urbains sont des médias qui ne sont pas uniquement des vecteurs de publicités ou d'informations, mais aussi de loisirs et de services. On peut tout à fait imaginer que la réalité virtuelle vienne s'ajouter à ces mobiliers.

À ce jour, la réalité virtuelle présente encore deux difficultés que nous cherchons à surmonter. Premièrement, il reste difficile d'automatiser à 100% le fonctionnement d'un équipement avancé ; une intervention humaine reste nécessaire. Deuxièmement, un casque virtuel vous immerge et vous « isole » du lieu où vous vous trouvez. Si vous êtes dans la rue, à l'extérieur, se posent évidemment des questions de sécurité. On peut en revanche imaginer des modules dédiés dans lesquels le public aurait accès à des services ou à des boutiques virtuelles, différents de nos expériences en ligne, avec des sensations haptiques et une appréciation réelle de la taille des choses. Ces es-

paces pourraient tout à fait devenir la cabine téléphonique de demain.

Quel est l'avenir de la réalité virtuelle ?

La réalité virtuelle s'invite déjà dans tous les domaines de la vie en général, notamment l'éducation, la formation professionnelle, la médecine, la santé ou l'aéronautique. Pour ce qui est de la ville, quand on parle de réalité virtuelle, on parle d'une des formes de technologie immersive. La réalité augmentée, par exemple, en est une autre. La différence entre les deux est une question de degré. Dans le premier cas, un casque nous immerge complètement dans un nouvel espace, tandis que l'autre ajoute une couche de contenus numériques à la réalité qui vous entoure. La transition significative, c'est que nous ne regardons plus des objets ou des écrans digitaux, mais nous regardons à travers eux. On peut parler de réalité mixte.

Y a-t-il une sociabilité de la réalité virtuelle ?

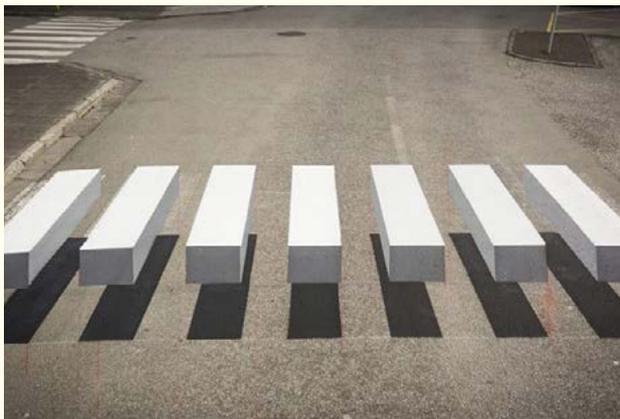
Les technologies en développement se soucient justement du caractère social de la réalité virtuelle, en rendant possible la rencontre de plusieurs personnes dans un espace virtuel. Il convient aussi de se souvenir que l'un des plus gros investisseurs dans le domaine est Facebook, un réseau social.

Edward Snowden voit dans la réalité virtuelle l'opportunité d'une révolution dans notre façon de communiquer les uns avec les autres. Il invite petits et grands à s'impliquer dans la création et la définition des valeurs de la réalité virtuelle afin que celles-ci ne soient pas laissées aux seuls géants du marché. C'est ce que nous faisons chez MK2 (mk2vr.com).

Propos recueillis à Paris, le 19 septembre 2017.

Aux frontières du réel

S'il nous est permis d'espérer une évolution rapide des villes vers plus d'inventivité et de qualité de vie, c'est aussi parce que les bonnes idées voyagent vite et, passant de main en main, s'altèrent et se bonifient. À d'autres époques, ce processus aurait égrené les années ou les décennies. Notre monde interconnecté réduit ce cycle à quelques jours, ou à quelques mois. La philosophie agile du « fail fast » — tout essayer à condition de reconnaître rapidement ses échecs — nous libère à son tour des processus de décision longs et paralysants. Mais il existe aussi des idées qui voyagent parce qu'elles nous semblent tout à fait impossibles, voire farfelues. C'est que l'agilité a une sœur siamoise, l'imagination.



1

Le premier passage piéton « 3D » a vu le jour à New Delhi, en 2016, et a fait sensation sur les réseaux sociaux. Quelques mois plus tard, la même idée fit son apparition dans des pays aussi divers que la Chine, le Kirghizistan, l'Islande ou la Turquie. Plus qu'un effet d'optique ludique, les passages piétons 3D ont pour effet de ralentir les automobilistes, en particulier à des carrefours qui ne sont pas munis de feux. Même si l'idée se répand à grande vitesse, aucune des villes concernées ne peut encore prédire l'avenir ou la généralisation de ce procédé. Chacune est simplement désireuse de l'expérimenter, d'autant plus que les risques encourus et les moyens nécessaires à sa réalisation restent faibles.



© 2016 INPHO / GETTY IMAGES



© 2016 INPHO / GETTY IMAGES



© 2016 INPHO / GETTY IMAGES

© Cloudsao

2

Le projet d'une ville suspendue à un astéroïde est bien réel, et sa faisabilité a été étudiée dans ses moindres détails par le cabinet new-yorkais Cloudsao. **Analemma Tower** est une ville voyageuse, traversant les hémisphères Nord et Sud, survolant Panama, La Havane, Atlanta et New York. L'extrémité inférieure de la tour prévoit de loger les quartiers d'affaires, tandis que les dorsoirs seraient situés aux deux tiers du bâtiment. Les résidents auraient accès à une zone de jardinage, à des lieux de culte et, au niveau inférieur, à des espaces pour se restaurer, faire du shopping ou se divertir. Les architectes prévoient d'équiper la tour de panneaux solaires pour assurer son autonomie en énergie. Les résidents pourront profiter de l'eau douce provenant de la condensation des nuages et de l'eau de pluie, qui sera collectée et purifiée. Et, pour remettre les pieds sur terre, quoi de plus évident qu'un saut en parachute ?



2'



© Cloudsao

désirs

S O L U T I O N S

O U V E R T U R E

E V O L U T I O N

I M A G I N A T I O N

T R A N S F O R M A T I O N

moyens

A₁ G₂ I₁ L₁ I₁ T₁ E₁

R₁ E₁ C₃ H₄ E₁ R₁ C₃ H₄ E₁

E₁ D₂ U₁ C₃ A₁ T₁ I₁ O₁ N₁

A₁ C₃ C₃ O₁ M₃ P₃ A₁ G₂ N₁ E₁ M₃ E₁ N₁ T₁

I₁ T₁ E₁ R₁ A₁ T₁ I₁ O₁ N₁ S₁

Millennials, et après ?

Génération Y ? Millennials ? Certains s'accordent à dire qu'ils sont nés dans les années 80, d'autres préfèrent situer leur naissance au tournant du XXI^e siècle. En 2018, les Millennials auraient donc entre 18 et 38 ans.

Individuellement ou en groupe, ils sont à l'origine de disruptions économiques, sociales, culturelles et idéologiques profondes. Ils sont entrepreneurs, technologues, blogueurs, chercheurs, créateurs ou activistes. Et tous façonnent le réel, même les plus anonymes d'entre eux.

Grâce à eux, nous avons connu le meilleur et le moins bon. L'essor merveilleux de la créativité, de la communication, de la dématérialisation, des modes de distribution et du pouvoir des communautés virtuelles s'est accompagné de quelques ombres au tableau.

L'effet néfaste des « fake news » menace la démocratie elle-même ; le caractère anxiogène des réseaux sociaux est un fait avéré ; l'opacité des services digitaux à l'endroit de la vie privée est une source d'inquiétude croissante ; les bulles d'informations « qui nous correspondent » conduisent à une distorsion du réel ; les innovations disruptives créent des opportunités pour les uns, mais des inégalités pour les autres.

Qui succédera aux Millennials ? Mais aussi, que peut-on attendre de cette génération dont les tempes ne tarderont pas à grisonner ?

Les « constructeurs » succéderont-ils aux « fondateurs » ?

D'après une étude menée par MTV en 2015, la génération des « fondateurs » serait celle des Millennials à l'origine de concepts disruptifs (YouTube, Google, Facebook, Airbnb, Uber...). Le président de MTV, Sean Atkins, a déclaré au magazine *Time* : « la génération Y a perturbé la société. Il reviendra à la génération d'après de la reconstruire. Ils ont conscience des systèmes qui ont été brisés. Ils ne peuvent pas être la génération qui les brisera davantage ».

Les réseaux mis à nu par leurs créateurs mêmes

Études et *mea culpa* se succèdent pour nous alerter contre les effets négatifs des réseaux sociaux sur les jeunes, les enfants et sur la société au sens large. Fin 2017, plus de dix ans après son adoption par près de 2 milliards de Terriens, le réseau Facebook reconnaît lui-même ses écueils et s'engage à y réfléchir.¹

¹ « Facebook Conceded It Might Make You Feel Bad. Here's How to Interpret That », New York Times, 15 décembre 2017, Farhad Manjoo.

Code première langue ?

Les Millennials sont tombés dans le digital étant petits. Sans effort, ils ont adopté et consommé toutes les technologies. À en croire les nouveaux cursus des écoles primaires et secondaires, la génération à venir sera une génération de « programmeurs-nés ». Elle saura coder, développer, mais elle sera surtout consciente des fonctionnalités et des finalités des applications qui les entourent. Cette génération de « constructeurs » s'attend à ce que les écosystèmes numériques du quotidien soient tous ouverts, transparents, afin que chacun puisse prendre part à leur création, à leur audit et à leur évolution.

Du réel s'il vous plaît

En 2015, 78% des Millennials disaient déjà préférer dépenser leur argent pour vivre des expériences réelles et collectives. 83% des répondants déclaraient avoir participé à au moins un événement « live » au cours de l'année écoulée. **Source** : Harris, 2015

Appellations non contrôlées

Generation Z, iGeneration, post-Millennials, linksters, founders, builders... pour désigner la génération d'après, sociologues et experts en marketing peinent à tomber d'accord sur un nom aussi consensuel que « Millennials ». À en croire les mots d'une adolescente qui décrit sa génération comme « imprévisible » (lire ci-contre), la confusion des experts serait leur intuition la plus juste. Mais à lire ce témoignage de près, on y découvre aussi le portrait d'une génération **déterminée, consciente et optimiste** parce qu'**agissante**.



© Rachel Adams

« Wild card ² » generation

Voici ce qu'écrivait une jeune Américaine, adolescente en 2011 : « Nous sommes la génération trop jeune pour avoir voté pour ou contre le changement, mais qui devra faire face aux conséquences. Nous connaissons **les travers de la rhétorique**, et savons qu'il **est plus fort d'espérer**. Nous connaissons **l'effet des mensonges** et nous avons été privés de sécurité. Nous sommes la génération qui a été sous-estimée. Est-ce parce que les générations plus âgées n'ont plus d'espoir pour nous, est-ce parce qu'elles redoutent **notre pouvoir** ? Maintenant que **nous avons une voix qui porte et des yeux qui voient tout**, quel sera notre message ? Chaque génération a une chance de **changer le monde**. Allons-nous saisir cette chance, ou allons-nous passer notre tour ? À mesure que nous accédons à la majorité, nous savons que **nous sommes forts**. Allons-nous craindre ce pouvoir ou l'utiliserons-nous pour créer un monde que nos enfants seront heureux de revendiquer ? Nous sommes la **génération imprévisible**. »

C. Angelina, Colorado, www.teenink.com.

² « Wild card » : joker, imprévisible.



Nous avons toujours pensé le monde en assignant à chaque chose et à chaque être une place et une fonction. Tel était l'ordre du monde. Le producteur produit, le consommateur consomme, les pouvoirs décident, les administrés suivent, les entrepreneurs créent et les investisseurs financent. On pourrait enchaîner ainsi de nombreuses formules qui se vident aujourd'hui de leur sens. Plutôt que de les regretter, cet ouvrage nous donne en réalité toutes les raisons de nous en réjouir.

La Banque mondiale annonce que dans une trentaine d'années, en 2050, 70% de la population mondiale vivra dans les villes. Il revient alors à chacun de nous de s'y préparer et de comprendre la nature des enjeux, de découvrir les meilleures pratiques et de contribuer à un partage des idées, des moyens et des expériences plus nécessaire que jamais.

Des créateurs, innovateurs, scientifiques et chercheurs du monde entier nous ont rejoints pour raconter l'histoire des villes en mouvement. J'en retiendrais personnellement que l'avenir des villes, c'est-à-dire l'avenir du plus grand nombre, réside dans notre capacité à imaginer, en permanence, des solutions meilleures. Meilleures parce que collectives et tournées vers le bien commun.

Albert Asséraf

Directeur Général Stratégie, Data et Nouveaux Usages
JCDecaux France

Crédits

Édition

Directeur Général Stratégie, Data et Nouveaux Usages

Albert Asséraf

Directrice des projets stratégiques

Isabelle Mari

Chef de projet

Claire Gervais

Textes, illustrations et direction artistique

Aalam Wassef

Secrétariat d'édition, recherches et coordination

ColDev

Relecture

Marie-Pierre Le Faucheur-Prudon

Suivi de fabrication

Direction des Designs Graphique, Numérique et Produits, JCDecaux

Remerciements (par ordre d'apparition)

JCDecaux tient à remercier, pour leur aimable contribution :

Carlos Moreno

Emmanuelle Hoss

Steven Ware

Jean-Louis Frechin

Agnis Stibe

Rob Hopkins

Saskia Sassen

Pierre Mallet

François Abélanet

Julie Boissier

Kevin Hsu et Deland Chan

Casimir Jeanroy-Chasseux

Alain Thaly

Yuriko Koike

Jean Haëntjens

Elisha Karmitz

Photographies, infographies et captures vidéo (par ordre d'apparition)

Aalam Wassef, Neil Cummings, Alamy, MIT Senseable Cities Lab, Weiee Ying, Matthew Radwan, SEMAEST, Playing Out, MIT Electric Transport Project, Floris Van Cauwelaert, No Design, Conscious Cities, Matthias Wunsch, Mapbox, Open Street Map, Flytrex, Incroyables Comestibles, Tesla, Ath en transition, Gehl, Vinicius Depizzol, Laboratoire des Baignades Urbaines Expérimentales, François Abélanet, Open Closet, Hiroyuki Takeda, Association Vergers Urbains, Anne Dockter, Store Front, Dalziel Pow, Sephora, Ebdo, Amager Bakke, Copenhagenize, Mairie de Paris, Meena Kadri, Liter of Light, Art and Build, Wheeldo, Shutterstock.com, Lineberty, Shibuya, B. Lukava, Toyota, HackNY, JLL, Telecare, Nairobi Innovation Week, MK2, Talha Dar, Gusti, Yalbader, Cloudsao, Rachel Adams.

Sites mentionnés dans les pages « Tendances » et « Analyse » (par ordre d'apparition)

weiee.co	<i>Designer</i>
transitionnetwork.org	<i>Site du Transition Movement</i>
mapbox.com	<i>Cartes interactives et personnalisables</i>
gehlpeople.com	<i>Consultants, architectes et urbanistes</i>
ccities.org	<i>Site de la conférence Conscious Cities</i>
francois-abelanet.com	<i>Artiste, anamorphiste</i>
extreme-cashmere.com	<i>Start-up (mode)</i>
humancities.org	<i>Site de l'initiative Human Cities, Université de Stanford</i>
ebdo-lejournal.com	<i>Start-up (presse)</i>
coworker.com	<i>Plateforme de co-travail</i>
bit.ly/dabbawala-docu	<i>Documentaire sur les Dabbawalas de Mumbai</i>
lineberty.fr	<i>Solution de file d'attente virtuelle</i>
wheeldo.eu	<i>Fablab mobile</i>
jll.com	<i>Site des consultants JLL</i>

JCDecaux