

GT3



L'AMENAGEMENT URBAIN à l'ère du numérique

26 mai
2016

Renouveler la programmation pour intégrer les nouveaux usages liés au numérique

Le mobilier urbain connecté, quelles innovations ?
Albert Asseraf, JCDecaux

Quelle place pour les opérateurs de téléphonie dans le processus
de programmation auprès des aménageurs ?
François Richard, Orange Smart Cities

Quelles incidences du numérique sur la ville :
matérialité, immatérialité, réalité augmentée et gouvernance ?
Laurent David, Cerema

www.logement.gouv.fr/le-reseau-national-des-amenageurs
reseanationalamenageurs.ad.dhup.dgaln@developpement-durable.gouv.fr

GT3 : l'aménagement à l'ère du numérique

Session de travail n°2 / 2016

Renouveler la programmation pour intégrer les nouveaux usages liés au numérique

De manière traditionnelle, les aménageurs ont un rôle primordial dans la programmation des opérations. Même si aujourd'hui, par le jeu des procédures (en particulier de la ZAC), cette programmation se fait davantage de manière concertée et collaborative, cela reste au cœur du métier de l'aménageur aux côtés de la réalisation des travaux d'aménagement. Ce rôle lui confère une certaine légitimité à inciter les collectivités à innover, à anticiper sur les usages et les pratiques de la ville de demain. Entre le temps de la conception de l'opération et celui de sa réalisation il se passe plusieurs années, ce qui, dans le contexte actuel où les rythmes s'accroissent, oblige les aménageurs à travailler différemment et à rendre l'aménagement plus adaptable et réversible.

Cette seconde séance de travail sera donc consacrée plus particulièrement à la programmation des opérations d'aménagement autour de deux axes :

- la programmation des équipements en soulevant également la question de leur statut, entre public et privé/commun et les questions liées au portage de leur investissement et de leur gestion ;
- la programmation des constructibilités en particulier celles dédiées aux services, commerces et activités, avec la nécessité de prévoir des lieux adaptés et adaptables, de monter les partenariats amont pour sécuriser les investissements nécessaires.

Conscients qu'il faut faire évoluer les pratiques de programmation pour être le plus réactif possible face aux besoins en termes d'espaces communs et de lieux pour développer les services et usages liés au numérique, les aménageurs ont besoin de retours d'expérience portant à la fois sur la manière dont les réalisations concrètes se sont montées : *quels ont été les partenariats mobilisés ? Quel a été le rôle de l'aménageur ? Par quel montage juridique et portage du projet ce dernier a-t-il pu voir le jour ? Comment peut-on dupliquer ces retours d'expérience ? Comment construire également des éléments de langage commun pour mieux se comprendre ?*

Cette séance a été construite à partir de trois interventions :

- **Albert Asseraf, directeur de la stratégie, JCDecaux / le mobilier urbain connecté, quelles innovations ?**
- **François Richard, directeur des partenariats et de la réglementation, Orange Smart Cities / Quelle place pour les opérateurs dans le processus de programmation auprès des aménageurs ?**
- **Laurent David, chef de projet Aménagement Numérique, Cerema Ouest et Florence Menez, directrice d'études, Cerema Territoires et Villes / Mise en**

perspective et retours d'observations sur les usages autour du numérique dans les territoires

Le mobilier urbain connecté : quelles innovations ? Albert Asseraf, JCDecaux

JCDecaux a été créé en 1964 avec un produit unique : l'abri-bus. Depuis, la gamme de produits s'est étendue mais les principes restent identiques : fournir du mobilier urbain en adéquation avec les besoins et les usages actuels, servant à la fois de support matériel pour informer/guider et s'appuyant sur une diffusion de publicités pour se financer. Afin de rester leader mondial du mobilier urbain, la société doit sans cesse innover. Au-delà des équipes techniques, il existe un département chargé de la prospective, composé de 4 personnes pour imaginer les espaces de mobilité de demain.

Depuis la fin des années 1990, le mobilier connecté est progressivement apparu pour devenir désormais le standard urbain. L'évolution s'est faite selon deux dimensions :

- par l'**innovation technique** : du panneau d'affichage papier à l'écran digital, une adaptation de la taille de l'écran selon le lieu et son support d'implantation. Des innovations techniques sont encore à l'œuvre pour rendre ces écrans moins consommateurs d'énergie pour permettre ainsi de limiter les consommations pour répondre aux exigences des collectivités soucieuses de l'environnement.
- par le **développement de nouveaux services** : des vélos en libre-service accessibles 7J/7, 24h sur 24, des bornes de recharge électrique accessibles à tout moment de la journée mais aussi des plans interactifs sur les abri-bus permettant d'avoir davantage d'informations sur des lieux/les monuments environnants, le wifi gratuit, la possibilité de faire ses achats dans des boutiques virtuelles grâce à la réalité augmentée en attendant le métro, ...

JCDecaux renouvelle les manières de faire de la publicité et, pour les collectivités, de communiquer vers les habitants, les usagers, les touristes, etc. Sans bouleverser le modèle économique de JCDecaux (financement de ses investissements via les recettes de publicité), le numérique offre de nouveaux moyens de communication avec la possibilité de mieux adapter les messages et cibler en fonction des personnes occupant l'espace public (ou collectif) selon l'heure de la journée. Cela permet aussi aux collectivités de diffuser des informations en temps réel, ou de différencier les messages selon les lieux. L'évolution technique de ces panneaux d'affichage permet enfin un message plus élaboré, mixant images et textes.

Dans de nombreuses villes, ces nouveaux panneaux sont ainsi partagés à 50 % du temps réservé aux collectivités pour délivrer leurs propres informations et l'autre moitié pour les annonceurs. A Londres par exemple, les panneaux situés sur les axes routiers informent en temps réel des conditions de trafic. C'est également à travers la publicité (et les recettes supplémentaires perçues par la multiplication d'annonceurs sur un même panneau) que JC Decaux a pu investir dans de nouveaux services (le vélo en libre-service par exemple) ou encore rendre un service plus efficace (les toilettes publiques et leur entretien).

Concernant les données, ce sont les contrats avec les collectivités ou autres clients qui

précisent les conditions d'exploitation : JCDecaux recueille un ensemble de données sur le comportement des gens (les trajets réalisés en vélo par exemple, les sites consultés via l'accès au wifi gratuit, etc.) et l'utilisation de ces données et leurs exploitations sont encadrées dans les contrats qui relient l'entreprise à la collectivité ou son bénéficiaire (les sociétés de gestion des aéroports, les fédérations commerciales, les opérateurs télécoms). De fait certaines données sont publiques (une fois le traitement d'anonymisation fait), d'autres peuvent être valorisées. Cependant, le modèle actuel repose essentiellement sur les recettes issues de la publicité.

Deux exemples illustrent les relations entre l'entreprise et les collectivités

Les vélos en libre service : c'est la collectivité qui fixe le prix de l'abonnement pour l'utilisateur (à Paris, 29€/an contre 140\$/an pour New York), ce qui conduit à une fréquentation et un usage du service très différencié localement (6 fois plus d'abonné à Paris). C'est la ville qui fixe les conditions d'utilisation des données récupérées dans le cadre de la gestion du service. A Paris, ces données sont mises en open data et ne peuvent être utilisées par l'opérateur que pour des informations concernant le service lui-même.

Les sanitaires à Paris : l'ancien contrat fixait le prix d'usage à 20c d'euro, le nouveau contrat est basé sur la gratuité de ce service (avec des impacts sur les contributions financières pour la ville). Ce choix de la collectivité conduit à un usage 25 fois supérieur du service.

Il y a toujours un équilibre entre niveau de services recherché pour l'utilisateur, les revenus issus de la publicité pour l'opérateur et la contribution financière / recettes attendues par la collectivité. Cet équilibre détermine le niveau d'innovations possibles de l'entreprise privée dans son offre de service.

Aujourd'hui, l'entreprise doit faire face à plusieurs difficultés :

- En France, la publicité sur voie publique est très réglementée et rend impossible certaines innovations. Sur le domaine privé, la législation est plus souple. Une piste serait à creuser pour les opérateurs immobiliers : faut-il prévoir l'installation d'écrans digitaux en façade avec location d'espaces pour la collectivité aussi bien que pour les annonceurs ? Ceci permettrait d'avoir une recette financière supplémentaire et d'optimiser le montage financier de l'opération.
- Le numérique accélère le temps de l'innovation et réduit les temps de renouvellement d'équipements. Les contrats sur le mobilier urbain courent sur une durée pouvant aller de 10 à 25 ans, bien supérieure à celles du renouvellement du mobilier urbain connectée. Ainsi il y a 10 ans, le wifi gratuit dans les abri-bus était impensable. Cela conduit à pouvoir anticiper dans les contrats publics ces évolutions, sans avoir recours à la complexité des avenants.
- La concurrence pour la diffusion de la publicité devient plus rude avec l'avènement de google, facebook ou autres opérateurs. Ces nouveaux canaux, accessibles sur smartphone, à tout moment et en tout lieu, sont une alternative aux canaux traditionnels et peuvent conduire à des recettes publicitaires moindres pour JCDecaux. Des paris sont pris au sein de l'entreprise sur les recettes à escompter à l'horizon 10 -15 ans avec une publicité mieux ciblée.
- Une alternative serait de mieux valoriser les multiples données recueillies par JCDecaux. Cette valorisation dépend des modalités et exigences de contrats avec la collectivité ou le client. Certaines d'entre elles peuvent / doivent être diffusées de

manière gratuite, d'autres peuvent être exploitées par des starts-ups, de manière ouverte ou contractuelles. Certaines applications ont pu assister JCDecaux dans l'amélioration de la gestion de services rendus et les rendre ainsi plus performants. C'est notamment le cas de l'exploitation des vélos en libre-service et l'optimisation des turns-overs entre les différentes stations pour garantir à l'usager la possibilité de déposer ou de prendre un vélo.

En conclusion, le numérique impacte le mobilier urbain en offrant la possibilité de rendre de nouveaux services, en particulier au niveau de la communication et de l'information. Ce mobilier peut aussi être support de capteurs qui pourraient être exploités par d'autres. Face aux récentes évolutions, il semble quasi impossible de prévoir avec certitude et donc de programmer en amont ces évolutions et son incidence sur le mobilier urbain. Toutefois, il faudra être suffisamment agile tant au niveau de la collectivité que de ses partenaires pour intégrer ces évolutions.

Quelle place pour les opérateurs dans le processus de programmation d'une opération ?

François Richard, Orange

Orange Business Service (OBS) a créé la structure Smart Cities il y a quelques années pour comprendre comme les services évoluent dans les villes et comment OBS peut y répondre. Rapidement le constat est fait que la ville intelligente, vu par cet opérateur, signifie introduire de la transversalité dans les métiers historiques pour connecter objets et services. Dans ce contexte, OBS s'appuie sur le numérique comme vecteur de connexion avec l'objectif d'améliorer les services existants, de les rendre plus performants.

Dans cette optique, les collectivités ont un rôle majeur pour inciter, initier à la mutualisation des services mais aussi pour mettre en place les conditions de ces collaborations. Actuellement plusieurs enjeux sont à relever :

- le premier, mais finalement le plus simple d'un point de vue technique : trouver un langage numérique commun pour permettre la transversalité sur les réseaux et les services.
- le second porte sur la mise en place d'une gouvernance de la donnée, avec différents modèles qui se montent ici ou là, dont la régie de données qui donne une place centrale aux collectivités¹.
- le troisième, lié au second est celui des modèles économiques, à développer pour financer les infrastructures (réseaux et câblages internes des bâtiments) et les services. La publicité peut apporter des recettes complémentaires mais ce n'est qu'un levier parmi tant d'autres.

Si on se place du point de vue des aménageurs, ceux-ci vont devoir prendre en compte plusieurs aspects :

- le développement du BIM et de la maquette numérique qui peuvent conférer à

¹ Voir la séance 1 du GT3 2016 (8 mars 2016) et plus particulièrement la présentation conjointe de la SCET et de Chronos ainsi que la note associée à cette présentation. Ces documents font un zoom sur la régie de données.

l'aménageur un rôle nouveau dans la conception du projet et la concertation voire la co-construction avec un ensemble d'acteurs du projet².

- la réalisation de data-centers et leur localisation : équipement majeur de la ville intelligente, ces bâtiments supposent des contraintes spécifiques en matière d'aménagement (niveau de qualité et de performance des réseaux) et en matière de construction (sécurisation du bâtiment notamment) et peuvent aussi, par l'énergie qu'ils dégagent avoir une autre fonction que celle d'abriter des serveurs de données et des bureaux.
- la mutualisation de certains équipements ou encore l'optimisation en termes d'usages de certains locaux rendues possibles par une gestion s'appuyant sur le numérique peuvent engendrer un redimensionnement des ouvrages. La question du stationnement est souvent donnée à titre d'exemple. A partir du moment où il est possible de réaffecter des places de stationnement vacantes dans un parc privé à un projet neuf, cela permet de réduire le nombre de places nouvelles à construire, avec un impact certain sur l'économie de projet³. De même est-il possible de proposer un réseau wifi local en s'appuyant sur le réseau de l'éclairage public déjà alimenté en électricité ou encore de prévoir la mise à disposition de salles de réunion à des associations locales en soirée ?

Parce que le numérique facilite la mise en relation des habitants, d'utilisateurs, la programmation de certains équipements ou lieux collectifs s'en trouve bouleversée et par là même le métier d'aménageur. De même, la question de l'animation de ces communautés d'habitants et d'utilisateurs se pose, et avec elle la question de l'échelle (îlot ? Quartier ? etc.).

La vision d'OBS de la ville intelligente porte ainsi plus sur la mutualisation et la transversalité des services et des équipements (infrastructures comme superstructures) que sur une vision technologique de la ville du futur. Cet opérateur ne se positionne pas sur le développement de nouvelles applications ou de nouveaux services, laissant la place à de nombreuses starts-ups ou autres initiatives. OBS se concentre plutôt sur la question du statut, de la protection et de la valorisation des données recueillies et/ou produites en lien avec les collectivités.

Le débat initié lors de la présentation de JC Decaux sur la question des données se poursuit avec la présentation de OBS exprimant ainsi une préoccupation certaine des aménageurs. En effet, le développement du numérique dans la ville permet de capter de nombreuses données sur le comportement des usagers de la ville, données un peu tout azimuth. Au niveau européen, le constat est fait un risque manifeste de laisser aux entreprises américaines (les GAFA) la gestion des données personnelles. En revanche, pour d'autres types de données, il est urgent que les collectivités s'en saisissent pour maîtriser leurs données et éviter une perte de contrôle sur l'exploitation et la diffusion de ces données. Bien évidemment, certaines données sont valorisables, l'open source ne signifie pas de mettre à disposition gratuitement toutes les données. Il reste un travail conséquent à faire, notamment en mobilisant des universitaires pour trouver un modèle économique équilibré, permettant d'exploiter ces données tout en garantissant des

2 Ce sujet fera l'objet d'une séance spécifique du Réseau National des Aménageurs à l'automne 2016, associant l'ensemble des groupes de travail car la question de la maquette numérique peut se décliner par des questionnements d'ordre juridique, financier, organisationnel en sus des problématiques techniques.

3 La question de la mutualisation des équipements et plus particulièrement du stationnement a été abordée lors de la séance 2 du GT3 2015 avec le retour d'expériences de plusieurs aménageurs (cf compte-rendu du 30 juin 2015). Voir aussi le compte-rendu de la séance plénière du RNA du 6 octobre 2015

recettes pour les villes. Sur le territoire de Plaine Commune, un consortium d'acteurs auquel participe Vinci initie ces réflexions.

Quelles incidences du numérique sur la ville : matérialité, immatérialités, réaliaté augmentée et gouvernance ?

Laurent David et Florence Menez, CEREMA

Depuis plusieurs années, le Cerema a contribué à la mise en place et au suivi du plan national « Très Haut débit » sur les territoires aux côtés de l'ARCEP et de la mission « Très Haut Débit » du Ministère de l'Economie et des Finances. D'abord centré sur le déploiement des réseaux, le Cerema s'intéresse à présent aux services qui prennent appui sur ces réseaux.

Trois approches sont ainsi développées :

- La première est exploratoire, identifier des usages potentiels à succès dans les 10-15 ans à venir. A l'origine, le but était d'identifier les usages potentiellement utilisateurs de fibre très haut débit. Très vite la question revient à considérer la manière dont les services « consommateurs de ressources » sollicitent le réseau.
- La deuxième est centrée sur l'égalité territoriale et en particulier concernant la mutualisation et capitalisation des biens communs numériques. L'idée est d'identifier et d'exposer toutes ressources réutilisables, susceptibles d'aider les territoires les plus modestes à engager leur modernisation par le numérique.
- La troisième approche est sectorielle

Le déploiement des réseaux ne bouleverse pas fondamentalement le métier de l'aménageur. En revanche, les nouvelles pratiques et les nouveaux espaces qui y sont dédiés⁴ vont amener l'aménageur et ses partenaires à raisonner autrement. Pour cela il faut comprendre le numérique et ses incidences potentielles sur la ville, et par conséquent sur les acteurs qui produisent cette ville.

Un service numérique présente **une part matérielle et une autre immatérielle**. Le matériel, ce sont les réseaux télécoms, les capteurs et objets connectés, l'espace de vie. L'immatériel ce sont les données et les logiciels, ces derniers étant souvent partagés par l'intermédiaire d'API (Application Programming Interface) facilitant leur réemploi. De nombreux services numériques résultent de l'alliance des deux, en restituant un service immatériel exploitant des remontées terrains issues des capteurs connectés.

Cependant, il existe également des approches ne nécessitant aucun aménagement spécifique préalable. C'est le cas notamment de la **réalité augmentée**. Il suffit pour cela de disposer d'une maquette numérique suffisamment fiable et proche de l'espace réel, en d'autres termes un « **double numérique** ». Dans ce cas, à partir des informations issues d'un simple smartphone, il est possible de connaître la position et le point de vue de la caméra, puis de repositionner ce vecteur dans la maquette 3D de manière à savoir ce que l'utilisateur vise. Si cet élément est lié à des informations numériques, elles deviennent ainsi accessibles par simple pointage dans le monde réel. La réalité augmentée, pourtant immatérielle, permet ainsi d'enrichir l'espace réel. Du

4 Notamment la pratique du hacking / dérivation des usages de l'espace par le numérique / est en plein développement avec une incapacité à prévoir à moyen terme ce qui peut se passer.

moment qu'une réalité est modélisée, elle peut être par ce biais connectée.

Cela nécessite néanmoins et au préalable pour les collectivités de se doter d'une maquette numérique, sur laquelle les différents utilisateurs/intervenants peuvent venir se connecter pour prendre des informations ou en donner. Ce dernier point est sensible car il peut permettre une adaptation numérique de certains espaces, pas forcément préalablement équipés de capteurs. Cela peut aller dans le sens d'une ville low-tech, sans pour autant perdre en qualité d'information.

Classiquement, signaler une panne sur l'espace public réclamerait d'un citoyen, qu'il récupère la géolocalisation du problème, qu'il le photographie, qu'il rédige un email avec ces éléments et qu'il arrive enfin à identifier un destinataire pertinent. Un service équivalent exploitant la réalité augmentée, nécessiterait uniquement de pointer le problème et d'appuyer sur la touche « signaler ». Ainsi, **des services tels que la réalité d'augmentée, de par son ergonomie, constitue un outil d'inclusion numérique.**

La réussite d'un service numérique dépend aussi de son ergonomie. Au cours des dernières années, les utilisateurs se sont habitués à des ergonomies de plus en plus de haut niveau, mises en place et optimisées par les grands opérateurs. Le niveau d'exigence est tel, qu'une collectivité n'aurait plus les moyens de développer ex-nihilo des services qui répondent aux attentes des utilisateurs.

Plusieurs critères permettent de qualifier le niveau d'ergonomie :

- **Le cross média** : à l'origine un service était lié intimement à son terminal. En effet la puissance était plus limitée et il était nécessaire d'exploiter au mieux les ressources de chaque terminal. A présent les terminaux mis à disposition ainsi la capacité de délocalisation des calculs intensifs dans le cloud, donnent la possibilité de délivrer des services quasi-équivalents, quel que soit le terminal exploité. L'usage n'est plus centré sur le terminal, mais sur l'utilisateur. L'application devrait donc pouvoir suivre l'utilisateur en glissant d'un média à l'autre (smartphone, tablette, ordinateur de bureau, TV du salon, etc.), sans rupture de service.
- **Le cross-territorial** : Que dirait-on d'un GPS qui serait limité à un seul quartier ? L'assurance d'une continuité de service à travers les territoires est, pour de nombreux services, une exigence...cela pose donc d'emblée un double questionnement : la question de la standardisation, de manière à ce que des services territoriaux puissent se passer le relais sans rupture et la question de l'échelle de déploiement du service. A titre d'exemple, le Cerema collabore actuellement à la mise en place de la Base Adresse Nationale. Bien que la compétence en matière d'adresse soit communale, il semble évident que l'adresse, couche de donnée socle par excellence, doive être opérée à l'échelle nationale pour une information formatée et identique quel que ce soit le territoire.
- **La convergence** : On constate actuellement un fort ralentissement du téléchargement d'applications mobiles. Le temps où chaque prestataire cherchait à diffuser sa ou ses petites applications isolées semble déjà révolu. Si accéder aux services territoriaux nécessite d'identifier, de télécharger, d'apprendre la manipulation, de mettre à jour toute une série d'applications, là où vous vivez, là où vous travaillez, là où vous retrouvez vos proches, là où vous partez en vacances, on peut raisonnablement estimer que l'adhésion de masse à ces services échouera. La tendance est à présent à la réalisation de « Hub », d'application unique agissant en concentrateur de services ou sein d'une ergonomie unique. De tels applications, visent à mutualiser le traitement de

fonctions communes (telle que l'authentification et la gestion des données personnelles) et à aller chercher automatiquement tous les services disponibles à chaque instant et pour chaque usage. Ainsi, il est nécessaire d'installer et de se former au maniement d'une application unique pour avoir accès à l'intégralité des services compatibles. C'est bien la logique poursuivie par les grands opérateurs de services ou grande plate-forme du moment : « Une interface unique pour de multiples services interopérables »

- **L'Éthique** : « Quand c'est gratuit, c'est vous le produit », tel est l'adage. Les méthodes d'exploitation des données personnelles génèrent une certaine défiance et laisse souvent l'utilisateur démuni sinon ignorant. La protection des données personnelles est un enjeu important et sensible. L'association FING développe actuellement le projet « Self Data ». Plutôt que de limiter le débat à la pure protection des données, le principe de ce projet était d'expérimenter des modes de valorisation consentie des données personnelles et de promouvoir une politique alternative de gestion des données personnelles.
- **S'exprimer et réagir** : Les réseaux sociaux ont ouvert cette capacité de réaction directe citoyenne. Une application qui n'offre pas de retour utilisateur n'a, aujourd'hui que peu d'avenir. Cependant les réseaux sociaux actuels et Twitter en particulier ne permettent pas d'organiser la masse de réaction, souvent divergente, émotionnelle voire chaotique. Pour les élus en particulier, la peur est aujourd'hui celle de la « clameur » : si on ouvre l'expression à tous les utilisateurs, la crainte est d'être noyé dans la remontée d'informations. Des règles de coopération et de cooptation existent sur certains systèmes déjà existants, à l'instar de wikipédia. Le système marche actuellement, Cependant son système de cooptation convergente permet au final, à une masse initialement inorganisée et divergente de produire des définitions consensuelles. Cela démontre qu'il est possible d'organiser la convergence des avis, convergence qui engendre l'émergence de seuils d'initiative citoyenne, et pour la collectivité, une remontée d'informations utiles pour prioriser son attention.

Dans ces questions de services et d'usages, l'État met en place, de manière progressive, un accompagnement à travers plusieurs dispositifs :

- L'Instance Nationale Partenariale (INP) du SGMAP (Secrétariat général à la modernisation de l'action publique) vise à accompagner, en lien constant avec les territoires, le mouvement de dématérialisation (e-administration ?). Ce sujet, à l'origine très administratif, peut conduire l'ensemble des territoires à mettre en place des process numériques et des systèmes de gestion numérique mutualisés. A partir de ces systèmes le déploiement d'autres services numériques pourra être facilité. Ce courant d'échanges entre les collectivités et l'État aurait vocation à dépasser le seul enjeu de la dématérialisation des documents pour aller vers la conception de plate-forme de biens communs numériques (data et logiciels) en vue de moderniser les services territoriaux. C'est l'enjeu du programme DCant porté par l'INP
- Émanant du Ministère de l'Économie et des Finances, l'Agence du numérique en lien la mission Très Haut Débit, la Délégation d'Usage de l'Internet (inclusion numérique), et French tech (promotion des entreprises françaises) est également très active sur ces sujets.

L'accent est particulièrement mis sur le développement d'objets connectés, caractérisant ainsi la stratégie française en matière de politique numérique. Pour autant, la « bataille » sur les données n'est pas complètement perdue vis-à-vis des grandes firmes américaines. Ainsi, le projet « Terra Numerica » porté par Thalès, l'IGN, l'École des Mines de Paris et d'autres partenaires vise à développer un système d'information et d'exploitation très fin de l'espace, bien au-delà d'un système développé par Google actuellement. Ce système permettra de déployer des services plus performants. Si les territoires via leur plate-forme s'inscrivent dans cette mouvance, avec la possibilité d'agréger des informations au niveau national, il serait possible de reprendre la main sur les données.

Les collectivités locales se saisissent actuellement du sujet, chacune avec des degrés de réflexion et des moyens différents. Si à l'occasion d'un projet d'aménagement, la possibilité est donnée d'expérimenter des services à l'échelle du quartier, très rapidement la question du déploiement à une autre échelle va se poser avec les difficultés organisationnelles et financières qui accompagnent cette question. Une tendance est également d'aller vers du high-tech, en perdant de vue l'utilisateur/l'usager de ce service. Or, en ce qui concerne le numérique, si le service ne trouve pas d'intérêt auprès de l'utilisateur, ou s'il manque d'ergonomie, il ne sera pas utilisé. Pour éviter de telle déconvenue, on parle désormais du PPPP (Partenariat Public Privé Population). Il est fait référence au partage de l'action, de la propriété, du financement et de la valorisation des données. Des formes juridiques émergentes devraient permettre de mieux cadrer ces nouvelles formes de partenariat et d'imaginer de nouveaux modes de financement. A titre d'exemple, une plate-forme de réalité augmentée opère des données dont la finesse dépend des contributions personnelles des citoyens. Cette maquette collaborative peut permettre à terme de faciliter la recherche d'offre de logement. Par simple pointage d'une annonce immobilière en façade, il serait possible d'avoir accès au plan, au prix, à des informations de temps de transports, etc. Dans ce cas, la promotion se voit facilitée par l'action collaborative citoyenne.

En conclusion, la ville intelligente ou le territoire intelligent passe avant tout par les gens qui vivent et font ce territoire et la nécessité de sortir d'approches techniques et par silo. Ainsi, certains territoires très modestes compensent en inventivité pour déployer des services tout à fait pertinents, là où d'autres investissent massivement avec de nombreuses incertitudes sur l'appropriation des services par les usagers.
