



ENTRETIEN

PHILIPPE TORRES, DIRECTEUR CONSEIL ET STRATÉGIE NUMÉRIQUE DE L'ATELIER BNP PARIBAS

# La « smart city » ou comment tirer parti de l'intelligence collective

Pour Philippe Torres, seul le partage de données entre les acteurs d'un écosystème urbain favorisera une alternative crédible à l'implacable logique des géants du Net. Retour sur les enjeux pour le secteur culturel du partage et de l'intelligence collective, à la suite du [Forum](#) d'Avignon 2014@Paris (1).



© HENRI GARAT / MAIRIE DE PARIS

PROPOS  
RECUEILLIS PAR  
**OLIVIER  
LE GUAY**,  
RESPONSABLE EDITORIAL  
DU FORUM D'AVIGNON

**LA TRIBUNE - La promesse de cette ville est de mieux tirer profit de l'intelligence collective pour améliorer le fonctionnement de la cité et le bien-être de ses parties prenantes, populations et visiteurs. Sur quels objectifs les investissements doivent-ils se concentrer ?**

PHILIPPE TORRES – Les programmes de *smart city* sont encore trop souvent présentés d'abord comme des initiatives d'investissement dans des infrastructures numériques dont les retours attendus – et souvent constatés – concernent en priorité la performance des services municipaux (réduction des dépenses d'énergie, de voirie...), des transports (fluidification du trafic, gestion des places de parking, information aux voyageurs en temps réel), une amélioration de l'environnement et de la santé des citoyens, etc. Ces améliorations techniques – souvent nécessaires – doivent garder pour objectif d'une part de rendre la ville plus agréable pour ses usagers et d'inciter la population à participer davantage aux affaires et à l'organisation de la cité et, d'autre part, de faciliter l'accès au patrimoine culturel. Il est intéressant de constater que les projets de *smart city* ont la

particularité d'être des initiatives mixtes entre services publics, entreprises privées, organismes de recherche (publics ou privés) et les usagers de la ville. Ils comportent encore souvent une dimension expérimentale et les résultats observés jusqu'ici doivent être considérés comme des progrès – ou des écueils – intermédiaires sur lesquels il est nécessaire de s'appuyer – ou qu'il est nécessaire de résoudre – pour aider nos villes à relever les défis du XXI<sup>e</sup> siècle.

**Toutes les études le prouvent, les usages numériques créent de nouveaux comportements et attentes, notamment culturels! Comment un projet de *smart city* doit-il les intégrer ?**

Le professeur Carlo Ratti, architecte, ingénieur et directeur du MIT Senseable City Lab l'enseigne dans le monde entier depuis de nombreuses années : l'adoption massive des usages numériques influence directement l'architecture des villes en même temps qu'elle transforme nos habitudes, nos préférences culturelles et nos comportements de citoyens. Il y a quelques années déjà, Carlo Ratti montrait comment les données personnelles produites par l'usage



des téléphones mobiles permettent littéralement de « prendre le pouls » d'une ville et de sa population (2), par exemple en visualisant au cours du temps la façon dont ses habitants réagissent à des événements publics locaux ou d'envergure mondiale.

Nos données personnelles, observées dans un contexte particulier tel qu'un spectacle, un événement sportif ou politique, deviennent *de facto* des données culturelles à haute valeur ajoutée pour tous ceux qui cherchent à mieux comprendre dans quelle mesure les villes, leurs architectures et services en général sont adaptés ou doivent être mieux adaptés à nos habitudes, préférences et besoins.

**Face à la vision, à l'agilité et à la capacité d'exécution de certains acteurs d'envergure mondiale, la smart city - comme projet fédérateur de la valorisation collective des données de l'écosystème urbain - n'est-elle pas déjà un concept dépassé ?**

Non, si on garde en tête qu'il ne s'agit pas seulement d'infrastructures, mais aussi de services. Le succès des services tels que TripAdvisor (prescription et réservation de billets d'avion, d'hôtels, restaurants, loisirs, activités culturelles locales...), Airbnb (hébergement de personne à personne) et autres Uber (taxi de personne à personne) montre que, en quelques années, des acteurs privés peuvent capter une part importante de « l'audience » et de la « clientèle » des villes et jouer un rôle d'influenceur clé pour l'économie et l'organisation de services touchant indirectement ou directement le développement local, notamment culturel. Ces acteurs du numérique capables de comprendre les préférences et les centres d'intérêt des « utilisateurs » du monde entier ont en effet une influence significative et grandissante sur la façon dont sont utilisés et délivrés les transports, l'hébergement ou la restauration. Et leur influence s'étend progressivement aux services culturels locaux les plus

populaires (par exemple la visite des monuments historiques plébiscités par les touristes). À terme, elle peut s'étendre à l'ensemble des activités et services urbains, et donc à la culture même des villes.

**Les projets de smart city peuvent-ils résister à la concurrence des géants du Net data driven, ou la partie est-elle perdue d'avance ?**

Bonne nouvelle ! Si les leaders du numérique montrent une nouvelle voie, ils ne sont pas nécessairement les mieux placés pour collecter ni pour valoriser équitablement l'ensemble des données utilisées tout au long des chaînes de valeur de la culture. Les opérateurs de télécommunications, les entreprises de transport, d'hôtellerie, de restauration, l'ensemble des services municipaux, et les fournisseurs de services culturels sont logiquement les mieux placés pour capter les données d'usage qui concernent leurs propres prestations.

Ma raison d'espérer tient dans cette ambition : si chaque acteur impliqué partageait au moins une partie de ses données avec l'ensemble des acteurs du projet *smart city*, ce partage volontaire – contrôlé par chacun à son niveau – pourrait faire naître un ensemble de données suffisamment riche et précis pour permettre à tous de développer des nouveaux services au moins aussi performants que le sont des services conçus parfois exclusivement à partir des contributions d'utilisateurs. En d'autres termes, le principal défi des partenaires d'un projet *smart city* n'est pas de travailler ensemble mais de mettre en commun leurs données, avant que d'autres ne le fassent à leur place. En ce sens, la *smart city* est un vrai projet culturel. ■

Selon Philippe Torres citant le professeur Carlo Ratti, l'adoption massive des usages numériques influence directement l'architecture des villes en même temps qu'elle transforme nos habitudes, nos préférences culturelles et nos comportements de citoyens.

© DR

(1) Synthèse de la session « La Smart City, ou comment le partage de données contribue à mieux vivre notre quotidien urbain » du Forum d'Avignon@Paris, le 19 septembre 2014.

(2) « Comment diffuseurs et institutions culturelles doivent-ils se réformer à l'ère du numérique ? » étude Kurt Salmon pour le Forum d'Avignon, à paraître en novembre 2014.