



HAL
open science

Les dispositifs d'affichages dynamiques urbains au service de la création d'un média social, collaboratif et citoyen

Caroline Nazin

► To cite this version:

Caroline Nazin. Les dispositifs d'affichages dynamiques urbains au service de la création d'un média social, collaboratif et citoyen. Sciences de l'information et de la communication. 2022. hal-03886024

HAL Id: hal-03886024

<https://hal.univ-lorraine.fr/hal-03886024>

Submitted on 6 Dec 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



**UNIVERSITÉ
DE LORRAINE**

**BIBLIOTHÈQUES
UNIVERSITAIRES**

Mémoire diffusé sur recommandation des responsables du Master

AVERTISSEMENT

Ce document est le fruit d'un long travail approuvé par le jury de soutenance et mis à disposition de l'ensemble de la communauté universitaire élargie.

Il est soumis à la propriété intellectuelle de l'auteur. Ceci implique une obligation de citation et de référencement lors de l'utilisation de ce document.

D'autre part, toute contrefaçon, plagiat, reproduction illicite encourt une poursuite pénale.

Contact bibliothèque : ddoc-memoires-contact@univ-lorraine.fr
(Cette adresse ne permet pas de contacter les auteurs)

LIENS

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 122. 4

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 335.2- L 335.10

http://www.cfcopies.com/V2/leg/leg_droi.php

<http://www.culture.gouv.fr/culture/infos-pratiques/droits/protection.htm>



**UNIVERSITÉ
DE LORRAINE**

UFR SCIENCES HUMAINES
ET SOCIALES - METZ

crem centre
de recherche
EA 3476 **sur les médiations**
communication, langue, art, culture

Master 1

Mention Information communication

Spécialité Création de projets numériques

**Les dispositifs d'affichages dynamiques urbains
au service de la création d'un média social, collaboratif et citoyen.**

Présenté par Caroline Nazin

Directeurs de recherche :

Pierre Morelli / Rodrigo Fontanari

Année universitaire 2021-2022

Abstract

Issu des recherches des études multidisciplinaires menées sur les technologies de l'information et de la communication et leurs rapports à l'espace urbain, ce mémoire de recherche se focalise sur les possibilités qu'ont les dispositifs d'affichages dynamiques urbains à être au service de la création d'un média social, collaboratif et citoyen pouvant amener une appropriation du territoire à l'échelle du quartier.

Notre démarche de recherche s'est déroulée selon une perceptive méthodologique qualitative. Ainsi, le recueil des données s'est-il appuyé sur des entretiens ouverts avec des professionnels de la communication publique nous permettant de dresser un état des lieux de l'utilisation des dispositifs, de comprendre leur développement ainsi que les freins auxquels ces stratégies d'utilisation des TIC dans l'espace urbain sont confrontées. L'affichage dynamique urbain offre la compréhension et la modélisation des interactions dans la ville aux habitants, devenant un dispositif de médiation. Ce dispositif ainsi créé offre également un espace de pouvoir faire par l'intermédiaire de médias collaboratifs que pourrait accueillir le dispositif. Un espace étant alors le lieu du développement d'une intelligence collective et communautaire, donnant au territoire une intelligence sensible et sociale.

Dans la lignée du développement des stratégies territoriales de démocratie participative, un tel dispositif de médiation sociale semble être un outil complémentaire au service de la construction d'une relation de proximité entre acteurs des politiques de la ville, les habitants et le territoire.

Mots clés : Écran, Intelligence collective, Design d'information, Smart city, Espace Urbain

Remerciements :

Je voudrais dans un premier temps remercier, mes directeurs de mémoire Pierre Morelli et Rodrigo Fontanari, pour leur patience, leur disponibilité et surtout leurs conseils, qui ont contribué à alimenter ma réflexion. Je remercie également, Laurent Di Filippo responsable de ma formation, pour avoir assuré la partie théorique de celle-ci et partagé les clefs de compréhension de la démarche de recherche universitaire.

Je tiens à témoigner toute ma reconnaissance aux personnes m'ayant amené leur aide dans la réalisation de ce mémoire. Tout d'abord mon conjoint Alexandre, ayant été un soutien tout au long de ma recherche et un magnifique relecteur de mes écrits. Mes camarades universitaires Pauline, Sarah, Adrien et Julie qui ont su apaiser mes doutes et qui m'ont apporté leur soutien moral et intellectuel tout au long de ma démarche.

Un remerciement tout particulier à mon frère Rémi, qui a su m'accompagner dans mes réflexions et qui s'est toujours rendu disponible pour échanger autour de mes questionnements.

Un grand merci à ceux qui ont été d'un grand soutien dans l'élaboration de ce mémoire. Yves Charmont pour son partage passionné de ses propres expériences sur le sujet. Pierre Bergmiller, Julien Mourey pour m'avoir accordé des entretiens et avoir répondu à mes questions et partagé leurs expériences de terrain. Julieta M. Vasconcelos Leite et Juliette Crépet pour m'avoir partagé leurs travaux de recherches et encouragé dans ma démarche.

J'adresse mes sincères remerciements à tous les professeurs, intervenants, et toutes les personnes qui par leurs paroles, leurs écrits, leurs conseils et leurs critiques ont guidé mes réflexions et ont accepté d'échanger et de répondre à mes questions durant mes recherches.

Sommaire

ABSTRACT	2
REMERCIEMENTS :	3
SOMMAIRE	4
INTRODUCTION	5
PARTIE I : L'ECRAN URBAIN AU SERVICE DE LA MODELISATION DES ECHANGES AU SEIN DU QUARTIER	12
I. LA VILLE, UN ESPACE DE COMMUNICATION.....	13
II. UN DISPOSITIF MEDIATIQUE : L' « UBIMEDIA »	17
III. LA VILLE « INTELLIGENTE », LES ESPACES D'INTELLIGENCES URBAINES.....	26
IV. QUAND LE DISPOSITIF PARTICIPE A L'ECRITURE DE LA VILLE	29
CONCLUSION DE LA PARTIE I :	34
PARTIE 2 : ORGANISATION ET EFFETS DES OPERATIONS DE MEDIATION	36
I. ORGANISATION ET ENGAGEMENT PARTICIPATIF.....	37
II. APPROPRIATION DE L'OBJET, DE L'ESPACE ET APPARTENANCE SOCIALE.....	47
CONCLUSION DE LA PARTIE II :	56
CONCLUSION DU MEMOIRE :	57
BIBLIOGRAPHIE	61
ANNEXES	67

Introduction

Au cours de l'année 2020, à la suite de plusieurs périodes de confinement, la notion de liberté de circulation a été bouleversée. Dans ce contexte, où la norme sanitaire nous a obligés à circuler dans des flux définis par des couloirs de circulations, de nouveaux points de vue, visuellement parlant, se sont présentés à tout un chacun.

La contrainte de ne pas pouvoir se déplacer à plus d'un kilomètre de notre domicile a favorisé la redécouverte de notre lieu de vie et de son environnement proche. Ainsi forcés à nous réapproprier cet espace de proximité, cette contrainte nous a amenés à créer et à consolider les liens avec les proches voisins. Un grand nombre d'initiatives locales sont nées de ce confinement d'après l'ODAS (Observatoire national de l'action sociale) d'après une étude publiée en avril 2022, sur les initiatives locales prises pendant la crise à partir du premier confinement de mars 2020.

Cette étude montre notamment le rôle central de la solidarité de voisinage qu'a fait naître ou renaître un certain intérêt pour la proximité qu'avec le temps les aléas de la vie avaient dissout. Il s'agit en quelque sorte d'une intelligence collective, qui s'est manifestée au sein des communautés de quartier. Aujourd'hui, l'enjeu des politiques publiques est de maintenir cette dynamique sociale au sein des territoires.

La question à l'appartenance d'un territoire, et des possibilités d'action qu'il propose ne cesse d'évoluer. L'action publique territorialisée, la politique de proximité, la démocratie participative font partie des enjeux nationaux débattus au parlement, notamment avec les nominations des référents « participation citoyenne » qui ont ainsi été nommés dans chaque ministère, dans un double objectif : permettre à toutes les administrations de s'emparer des enjeux participatifs et bâtir une culture commune de la participation, dans tous les champs de l'action gouvernementale.

Nous rattachons notre démarche à celle décrite par Marie-Christine Fourny et Damien Denizot (2007 : 29), qui analysant l'outil d'une action publique territorialisée, la

définissent ainsi : « La prospective suppose l'articulation entre un savoir technique et localisé, des modalités de participation collective, la gestion et la production d'une symbolique du territoire à travers la définition de l'avenir. »

Cette articulation de l'action publique territorialisée sera la ligne directrice de la recherche de compréhension de cet espace pratiqué, sensible et augmenté socialement par l'innovation territoriale.

Notre recherche s'efforcera de comprendre les modalités de construction de nouvelles expériences spatiales collectives et de mise en œuvre d'un agir communicationnel territorialisé (Raoul, 2017). Elle s'intéressera à la conception de l'architecture de la Ville et des informations environnementales participant à l'évolution du paysage urbain numérique, à l'aune des nouvelles structures d'information et de communication. Comme Roland Barthes, nous pensons que la ville est le lieu d'un dialogue, nous rejoignons sa pensée selon laquelle : « la ville (...) est le lieu de rencontre avec l'autre » (Barthes, 1967 : 269)

La ville est le lieu d'une expérience où l'espace virtuel et l'espace urbain se synchronisent, où les influences entre la Ville et le cyberspace sont guidées par le contenu de l'information et le contexte physique des individus qui l'habitent.

Cet espace d'interactions fait émerger de nouveaux types de liens sociaux, prenant appui sur une communication dont le contenu façonne l'instant, l'événement, le lieu. L'incarnation de l'expérience de la ville et de cet espace hybride place notre recherche sur les dispositifs sociotechniques que ce sont les panneaux d'affichage numériques urbains en tant qu'élément central de cette synchronisation.

En novembre 2021, l'étude « Radioscopie de la communication dans les petites

collectivités territoriales¹ », réalisée par l'association Cap'Com², montre que 60 % des communes interrogées déclarent utiliser un affichage numérique pour communiquer avec les habitants. Cet outil est donc largement mobilisé sur le territoire par de nombreuses municipalités. Ce type d'écrans œuvre, au sein d'écosystème technique à donner corps à une stratégie d'échanges multimodaux, dont la visée principale est la création d'un lien entre individus et la ville.

Forte de ce constat, notre recherche s'inscrit dans ces démarches développement de communication territoriale amenant à espérer un développement pérenne de l'utilisation de TIC dans un but d'appropriation du territoire. Cette recherche consiste en l'étude du système complexe au carrefour de différentes disciplines. Elle revêt différents aspects visant à développer une compréhension de la façon dont les habitants utilisent les médias, les technologies sensorielles et locatives dans leur appropriation des lieux, et à donner un sens aux nouvelles propriétés intangibles d'un lieu. Notre analyse portera spécifiquement sur l'espace public augmenté par un dispositif composé d'un écran dédié, comme terrain potentiel de construction de nouvelles formes d'expériences spatiales collectives au service du lien social. Et portera sur les dimensions que l'écosystème informationnel crée à travers ce type de dispositif urbain.

Nous situons notre cadre de recherche dans la lignée des études multidisciplinaires déjà menées sur les TIC et leurs rapports à l'espace urbain.

¹ Étude réalisée par l'association Cap'Com en partenariat avec l'institut d'études Occurrence, l'Association des petites villes de France (APVF) et le journal Zepros Territorial.

² L'association Cap'Com fédère, anime et représente tous les professionnels de la communication publique et territoriale.

Nous référons ici aux des travaux de Julieta Leite (2010) sur les médiations technologiques dans l'espace urbain contemporain, qui amènent à penser que la médiation par les TIC amènerait une nouvelle configuration spatiale et générerait une mutation des formes relationnelles qui en sont indissociables. Son approche explicite l'articulation des expériences entre le physique et le virtuel, ce qui mène à une nouvelle caractérisation de l'espace, de son usage social et des modalités d'interactions impliquées dans cette reconfiguration.

Il en est de même des travaux de Julia Bonaccorsi (2018) portant sur le sens collectif de l'écran dans la ville et qui considère l'écran urbain comme un objet de recherche, mettant en tension le rapport subjectif et collectif de l'écran dans l'espace public, constituant ainsi une « macro-syntaxe » à l'échelle de la ville et des autres objets d'écritures dans l'espace urbain. Cette perspective est également présente dans les écrits d'Adam Greenfield (2007) qui se penche sur les problématiques d'identités « actives » mettant l'individu au cœur des technologies et des réseaux qui redéfinissant les lieux et relations sociales par leur caractère d'ubiquité et tangibles inventant le néologisme « *Everyware* » pour qualifier une classe de technologies émergentes du paysage et l'expérience urbaine quotidienne. Cela nous amène à penser aux bénéfices que pourraient apporter des dispositifs de médiation sociotechniques à l'amélioration de l'expérience de l'utilisateur à l'échelle de ville et des technologies.

Pour mieux comprendre l'influence de l'espace sur le lien social et le sens donné ainsi à la ville, nous nous reposerons sur des écrits de Michel Maffesoli (1990) et Bernard Lamizet (2002). Tous deux pensent l'espace de la ville comme un nœud de réseaux et d'activités, de relations sociales, de stratégies. Une ville qui semble, aujourd'hui, en crise des sociabilités dans sa territorialité. Ces deux auteurs travaillent de concert la signification de « sens » donné à l'espace et par-delà la force et un rôle configurant les relations sociales à l'échelle de la ville.

Nous avançons l'hypothèse qu'un écran positionné dans l'espace public deviendrait une interface de lecture d'informations, s'intercalant entre l'individu et son environnement

dont il augmenterait l'intelligibilité à travers la transmission d'informations ciblées. Cette interface constituerait alors l'élément central d'un dispositif de compréhension et de modélisation des interactions dans la ville qui offrirait aux habitants les moyens de voir et de comprendre la réalité de leur environnement, d'imaginer ses transformations, et de visualiser les traces invisibles qui l'habitent et le composent, afin de faciliter l'appropriation du territoire par le *quidam*, territoire devenant socialement « intelligent » (smart city)³.

Pour mieux appréhender ce rapport de dialogue à l'environnement urbain, notre seconde hypothèse présuppose la création d'un nouveau média de proximité, empreint d'intermédialité, au service du renforcement de l'intelligence collective de quartier. Elle s'évertuera à comprendre les modalités d'échange que propose ce dispositif de médiation, également d'imaginer la circulation des valeurs et l'engagement des individus dans l'espace sémiotique ainsi créé.

Notre démarche de recherche s'est déroulée selon une perceptive méthodologique qualitative.

Ainsi, le recueil des données s'est-il appuyé sur trois entretiens ouverts avec des professionnels de la communication publique nous permettant de dresser un état des lieux de l'utilisation des dispositifs, de comprendre leur développement ainsi que les freins auxquels ces stratégies sont confrontées.

³ Définition de la Smart city d'après la Commission nationale de l'informatique et des libertés : « La ville intelligente est un nouveau concept de développement urbain. Il s'agit d'améliorer la qualité de vie des citoyens en rendant la ville plus adaptative et efficace, à l'aide de nouvelles technologies qui s'appuient sur un écosystème d'objets et de services. »

Un premier entretien a eu lieu avec Yves Charmont, Directeur délégué du réseau Cap'Com. Cet entretien a permis de saisir les enjeux de communication publique concernant le dispositif étudié, mais également de saisir les freins politiques associés aux stratégies de communication digitale dans l'espace public. Deux entretiens supplémentaires ont eu lieu pour saisir les problématiques rencontrées au niveau des collectivités locales avec Pierre Bergmiller, Responsable de la communication numérique de la ville et de l'Eurométropole de Strasbourg ainsi que Julien Mourey, Coordinateur des directions de territoire de la ville et de l'Eurométropole de Strasbourg. Ces deux entretiens ont ainsi guidé mes recherches sur la compréhension des enjeux internes à la mise en place de tel dispositif et m'ont amené à penser à la nécessité d'établir un travail d'exploration et à une tentative de définition de ce que constitue l'affichage dynamique urbain dans un rapport de relation sociale à l'échelle des quartiers.

Une collecte documentaire de différentes méthodes de médiation sur le territoire a également été effectuée dans une perspective de compréhension de l'espace intersémiotique singulier que propose l'écran dans l'espace urbain. Cette collecte s'étant heurtée aux freins politiques, elle s'est retrouvée restreinte limitant notre champ d'analyse de campagne dans leur ensemble.

Notre approche s'est voulue contextuelle et interactionniste afin de permettre une compréhension du système interactionnel symbolique en prenant en compte les phénomènes collectifs d'appropriation du territoire dans le contexte social et environnemental du quartier.

Dans un premier temps, nous esquisserons le contour théorique du contexte spatial et social de la Ville en considérant les lieux symboliques qui la composent.

Cela nous amènera à penser la ville puis le quartier comme un espace de communication singulier, et à l'importance d'un dispositif médiatique de « proximité » implantée dans

l'espace amenant une reconfiguration de la géographie de l'espace dans la relation entre physique et numérique.

Pour comprendre ce phénomène nous réfléchirons aux médias qui composent l'environnement urbain contemporain et à la capacité de ces médias « d'augmenté » le territoire et le lien social à l'échelle du quartier et participant à la construction d'une intelligence collective localisée. Pour finir, nous aborderons l'écriture de la ville possiblement portée par ce média au service de la modélisation des échanges au sein du quartier.

Dans un deuxième temps nous analyserons l'organisation et les effets de la médiation dans le territoire. Nous aborderons le rôle de chacun des acteurs de la médiation. Nous explorerons la stratégie territoriale de valorisation d'une culture du faire amenant au crowdsourcing urbain potentiellement générateur d'intelligence collective, et permettant de nous interroger à l'apport des démarches de création média collaboratif et participatif dans la co-construction d'un média de proximité améliorant l'appropriation du territoire et créant une synergie autour d'un média communautaire. Par la suite nous analyserons les différentes économies comportementales autour de dispositif urbain participant à des médiations similaires.

Pour finir nous évoquerons l'enjeu d'un dispositif dans l'espace social du quartier par sa possibilité de renforcement d'une appartenance à une tribu sociale locale devenant média vecteur d'intelligence collectif. Nous esquisserons les formes et contraintes d'un tel dispositif dans l'espace urbain et les freins au développement des stratégies d'implantation de média de proximité au service de la communication localisée.

Partie I : L'écran urbain au service de la modélisation des échanges au sein du quartier

Le développement de la communication et de l'information numérique territoriale conduit à « repenser la ville » et à rendre son territoire « intelligent ». L'analyse qui suit prendra en compte les dimensions spatiales, sociales et épistémologiques qui régissent cette « ville pratiquée » (Ostrowetsky & Bordreuil, 1975). Notre recherche intègre la réflexion d'Edgar Morin concernant la co-organisation de l'environnement des organisations qui l'habitent, selon lui :

« L'environnement n'est pas que co-présent ; il est aussi co-organisateur [...]. Ainsi s'impose l'idée clé : l'environnement est constitutif en permanence de tous les êtres qui s'alimentent en lui ; il coopère en permanence avec leur organisation. Ces êtres et organisations sont donc en permanence éco dépendants ». (Morin, 1977 : 204)

En tant que médias de représentation et moyen de partage de l'expérience, l'affichage dynamique urbain, *Digital Out Of Home* (DOOH), également appelé journaux électroniques d'information, constituent des termes pour définir un dispositif numérique composé d'un écran disposé dans l'espace public.

Nous parlerons de « dispositif » pour nommer l'objet de notre étude. Nous donnerons la définition de Giorgio Agamben, (2007 : 31) à notre dispositif, un dispositif étant « Tout ce qui a, d'une manière ou d'une autre, la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants ».

Ce dispositif fait partie de l'arsenal des technologies d'informations et de communication (TIC) publique et privée, qui peuvent contribuer à construire la ville de façon plus créative, plus sociable, plus coopérative et plus participative. Il apparaît lors des entretiens menés pour cette recherche que cette question de la place et de l'utilisation de TIC dans l'espace public est un enjeu de politique territoriale au service de la cohésion du territoire.

I. La ville, un espace de communication

La ville est simultanément habitée par une diversité d'espaces animés par des flux, des réseaux, des éléments symboliques et matériels. Ces espaces sont structurés et institués par les systèmes sociaux qui régulent et organisent la vie urbaine. Des espaces structurés par des repères et des aménagements, par des informations et des orientations, Par la diffusion de l'information et de la communication dans les espaces du quotidien, l'espace urbain entre en coopération avec l'espace numérique. Cette complicité « (re)donne une structure solide à l'espace public », cause et effet de la « communauté » qui en est porteuse (Leite & Menassel, 2010).

A) Une géographie sociale de l'espace

On peut faire apparaître, dans l'espace de la ville, des grands lieux de communication et d'expression, qui dessinent une « géographie symbolique de l'espace urbain » (Lamizet, 2007).

Bernard Lamizet (*Idem* : 17) décrit, dans « La polyphonie urbaine : essai de définition », cet enchevêtrement d'éléments comme faisant partie d'une « polyphonie urbaine » *cf.* son essai de définition éponyme :

« Les lieux de la circulation et du déplacement font apparaître une communication mobile, nomade. Les lieux de l'habitation sont les lieux de l'ancrage identitaire dans un espace propre, ceux de la communication privée et ceux de l'intersubjectivité. Les lieux de l'échange et du commerce sont les lieux de la communication publicitaire et de la négociation. Les agoras sont les lieux du débat politique et de la confrontation. Tous ces lieux sont habités par la polyphonie urbaine par la variété des signes portés et exprimés par les acteurs qui parcourent l'espace urbain. ».

Notre projet de recherche se place dans la définition de ces lieux de l'habitation, des « lieux de l'ancrage identitaire » au sein d'un « espace propre », et des lieux de « la communication privée » et ceux « de l'intersubjectivité ». Dans cette polyphonie d'espace, s'instaure un dialogue entre le singulier et le collectif, chacun des sujets qui compose ces lieux porte une voix singulière qui lui est propre, c'est dans la jonction de ces voix individuelles que se construit un système collectif qui exprime une identité de

territoire.

Le dispositif par l'intermédiaire de son écran, serait alors un élément renforçant l'ancrage identitaire, en accueillant ces voix singulières, réunissant l'individuel dans un objet collectivement disponible, disponibilité incarnée par une interface tangible et physique implantée au plus près du lieu d'expression de cette identité propre à chaque « espace de vie ».

Par les pratiques et les appropriations des groupes sociaux, les formes sociales de la ville sont perçues autour de « lieux emblématiques » qui servent de source à la banalité de la vie quotidienne, à partir de laquelle se délimite un imaginaire social. Ce sont ces lieux emblématiques, où se construisent les moments d'identité, de rencontre et de contiguïté directe avec le prochain et dans le présent, qui font de la ville un « espace de socialisation » (Maffesoli, 1990 : 55). Des lieux symboliques vecteurs de socialisation et d'identité territorialisés nous amenant à penser les possibilités de vectorisées en un point stratégique une médiation à l'échelle du « quartier ».

Cette notion d'identité singulière de quartier est également présente dans certains entretiens menés auprès des professionnels des collectivités locales, faisant office de retour d'expérience⁴.

Chaque « quartier » porte son identité par ses habitants, son architecture, son ambiance. Nous supposons alors qu'une interface de médiation à l'échelle du quartier « habité » par cette identité, prendrait alors à son tour un caractère singulier, localisé et « complice⁵ ».

⁴ Il a été relevé durant les entretiens que le pôle de la direction des territoires est un organe nécessaire dans cette connaissance fine des caractéristiques sociales des quartiers permettant des actions localisés et personnalisés.

⁵ Cf. Annexe n°5 : Entretien avec Yves Charmont Délégué général de Cap'Com

Pour Kévin Slavin (2011)⁶, l'espace urbain est augmenté grâce à des « secrets cachés » au sein même l'espace urbain et non pas par l'addition d'informations, « l'augmentation » du territoire doit être alors pensée autrement qu'en ajoutant une couche d'information sur l'espace. Pour cet auteur les lieux disposent de personnalités propres, particulières et uniques. Nous serions donc dans l'incapacité de modéliser et traduire numériquement toutes les villes de la même manière. L'attention orientée vers le médium et son déchiffrement est sensible à la situation de communication et à la singularité de l'espace, ce que Barthes appelait l'aventure sémiologique (Do Kim, 2015). Une aventure sémiologique de l'espace urbain donnant à la cité un langage singulier et unique et qui engage un dialogue en la ville et ses habitants : « la cité est un discours, et ce discours est véritablement un langage : la ville parle à ses habitants, nous parlons notre ville, la ville où nous nous trouvons, simplement en l'habitant, en la parcourant, en la regardant » (Barthes, 1967 : 441)

Un discours qui doit pouvoir être accueilli selon nous par un « espace » pour être intelligible face à la concurrence des médias occupant l'espace public. Cet espace est incarné par le « médium » que propose l'écran et permettant une convergence du langage en un seul point d'inertie au sein du dialogue. Un langage s'appuyant sur la « polyphonie sociale » de chaque lieu et qui par son utilisation et sa fonctionnalité constitue ce que nous appellerons le quartier habité, un espace de vie et de pratique, qui ne saurait se limiter au découpage territorial et administratif.

⁶ TEDGlobal 2011 Kevin Slavin: How algorithms shape our world

B) Un espace hybride entre physique et virtuel

L'imprégnation du public dans un environnement quotidien habité par les technologies de communication reconfigure l'espace de vie. Des espaces singuliers se superposent alors à l'espace physique du territoire. Ces nouveaux espaces sont composés par une multitude de médias et de réseaux de communication entrelacés formant un « espace hybride » dans une fonction politique et sociale. (Kluitenberg, 2006)

D'après Fredrico Casalegno (2001), l'accès aux espaces virtuels dans les lieux publics offre de nouvelles formes de participation, le territoire devient alors un tissu « connectif » entre les hommes et les sociétés. Ce « lien » entre territoire et espace virtuel pourrait alors influencer sur le sentiment d'appartenance à une communauté construit des lieux et des événements vécus par les individus. Ce « tissu connectif » serait alors renforcé par un maillage complexe, dans lequel notre interface contribuerait à l'élaboration de cette forme de participation donnée individus habitant la Ville. Cette « architecture socioculturelle » (Leite, 2010) du lien social et du territoire se juxtapose alors à l'architecture physique de la ville, et offre la possibilité de l'interpréter à partir de ses dimensions communicationnelles et intersubjectives.

Dans ce processus de « codage » des personnes, des lieux et des objets, l'écran dynamique pourrait devenir un nœud central de liaison entre les flux communicationnels, les flux de personnes, réunis dans un contexte physique et temporel. Ce dispositif « Phygital » ou « Physioconnecté⁷ » deviendrait alors un élément technique implanté au plus près du lieu

⁷ Qui tire profit, de manière complémentaire, des stratégies de vente physiques ainsi que des stratégies de vente numériques afin d'améliorer l'expérience des clients dans les points de vente. Le terme « physioconnecté » a été proposé par l'Office québécois de la langue française en 2018.

de l'ancrage social du quartier tirant profit de son ancrage contextuel physique et social, en créant une expérience particulière au lieu. Et par-delà un espace sémiotique au plus proche de sa cible d'action et d'intervention, devenant alors un média « localisé » et de « proximité ».

Conclusion de chapitre :

Nous supposons que la reconfiguration de l'espace pour le rendre social par l'intermédiaire d'un dispositif d'affichage numérique prend sa force dans son ancrage symbolique des lieux qu'il peut occuper. Il participe ainsi au caractère symbolique de l'espace révélant des connexions, augmentant le pouvoir « social » de l'espace et rendant co-habitable l'intersubjectivité sociale dans l'espace hybride entre physique et virtuel qu'il crée. Il imbriquerait alors l'architecture sociale de la ville, dans sa forme intangible, s'appuyant sur le contexte de réalisation de ce lien de « sociabilité », profitant alors du contexte pour augmenter son impact et même justifier son existence. Dans cette configuration notre dispositif jouerait alors un rôle de connecteur, une sorte de Hub faisant partie de l'espace de communication de la ville et créant une micro-syntaxe à l'échelle du quartier habité avec une propriété indissociable de son implantation physique.

Il instaure une convention d'utilisation stratégique avec un média disponible uniquement par le dispositif physique dans l'espace urbain et se différencie des autres médias de masse présents dans la ville, rendant l'accès unique nécessitant l'implication physique de position des habitants dans l'environnement de la ville. Le but est alors de connecter le « petit » territoire du quartier et ses habitants recréant un lien intime au lieu par une stratégie ultra localisée.

II. Un dispositif médiatique : l' « Ubimédia »

En considérant le dispositif indissociable de son contexte d'implantation, et comme le qualifie Adam Greenfield (2007) ce type de dispositif médiatique peut être alors considéré comme un « média tangible » ou comme un « Ubimedia ». Ces termes renvoient tous deux

au système d'interaction avec l'information numérique qui dépend seulement du contexte et de l'environnement. Un média que définit Patricia Laudati comme : « (...) multiforme ubiquitaire investissant les lieux publics, générant des flux d'informations, mais aussi et surtout des interactions entre l'espace urbain et l'espace symbolique et cognitifs de l'individu. » (Laudati, 2015 : 5)

Appelée également « informatique pervasive » cette notion permet de concevoir l'intégration des technologies de l'information et de la communication à l'environnement vécu et quotidien de l'homme.

D'après la définition du concept de pervasivité dans un contexte de médiation ludique de Diane Dufort, Federico Tajariol et Ioan Roxin (2015 : 1), le concept de pervasivité décrit « l'intégration des TIC dans la vie quotidienne des utilisateurs assume la forme d'une multitude d'objets connectés et souvent invisibles à l'utilisateur. Originellement employée pour caractériser les nouveaux services d'information » (Birnbaum, 1997) des nouveaux services selon eux capables de s'adapter à leurs utilisateurs et au contexte d'utilisation. Des services faisant appel à l'exploitation technique du positionnement pour permettre d'accéder à des informations contextuelles et à un terminal « client ». Un terminal qui doit fournir aux usagers l'accès à toutes les technologies nécessaires pour afficher le contenu en fonction du support utilisé et pour assurer l'interactivité fonctionnelle et les interactions sociales médiatisées entre les usagers du dispositif (Schneider, Kortuem, 2001 ; Stenros, Montola, Waern, Jonsson, 2007).

L'interaction entre les dispositifs techniques et l'environnement physique, pilier de l'informatique pervasive, confère aux notions de proximité, de localisation, d'identification spatiale, la plus grande importance. C'est également l'un des piliers structurants de notre recherche.

A) Un média localisé et de proximité

Issus de l'informatique pervasive, les médias géolocalisés illustrent parfaitement à la fois la dépendance des systèmes informatiques au contexte spatial dans lequel ils s'inscrivent,

les informations délivrées servent d'aide cognitive à l'individu qui interagit dans un contexte localisé géographiquement.

Nicolas Nova (2009 : 10) décrit les enjeux principaux de cette dépendance :

« La localisation, et ce que l'on appelle désormais les médias géolocalisés sont devenus un enjeu majeur, à la fois technologique, économique, et même social. Outils de repérage dans l'espace, géoréférencement des photographies, sites communautaires mobiles, informations localisées en situation de mobilité, pratiques artistiques, les médias géolocalisés proposent tout un éventail de nouvelles applications basées sur le géopositionnement des utilisateurs. L'espace physique s'enrichit d'une « couche numérique » offrant des manières inédites de créer ou de faire circuler des contenus et des formes de sociabilité originales. »

Cette « couche numérique » enrichissant l'espace physique, vecteur de contenus et de formes de sociabilités originales est incarnée par notre conception du dispositif de médiation localisée à l'échelle du quartier. Ce dernier constituant une « nouvelle » forme de technologie de service centrée sur la localisation de la personne, du lieu et de l'interface.

B) Un média qui « augmente » l'espace social du quartier

L'enrichissement de l'espace s'effectue par une « interface » rendant accessible un contenu numérique, une information en temps réel des évolutions qui affectent l'environnement physique. Cette interface accueille la « mémoire collective et individuelle », une mémoire collectée dans ces lieux grâce à des capteurs. Elle dote alors l'espace de fonctionnalités traduisant l'hybridation entre la virtualité et l'existence physique, servant de médiation entre ces deux univers.

La ville, comme espace hybride, implique que les systèmes sémiotiques et symboliques fusionnent de sorte que l'espace « réservé » à l'expérience pratique, l'espace du média, et celui dédié à « l'augmentation » du territoire soient amalgamés dans une nouvelle dimension unifiée. L'espace public constitue une « macro-syntaxe » d'écriture pour les écrans parmi d'autres objets d'écritures qui l'occupent (Fontanille, 2005 : 191).

La notion d'espace augmenté peut être pensée à partir d'une approche de l'expérience sensorielle perçue comme phénomène urbain et collectif. L'espace augmenté ne serait

alors pas uniquement un moyen technologique « simple », mais un vrai objet conceptuel permettant de raisonner en termes d'univers immersifs (*Idem*). Notre dispositif serait alors considéré comme un « dispositif sensoriel de médiation » dans l'architecture socioculturelle de l'espace public créant un « univers social immersif ».

Dans cet espace sémiotique singulier et immersif, l'affichage urbain de proximité vectorise en un point physique et numérique les données de la médiation, il est le point de « contact » dans la modélisation de ces échanges qui sont propres à un territoire localisé. Ainsi est-il nécessaire de comprendre l'écosystème dans lequel le rôle de médiation du territoire peut être donné à de tel dispositif de médiation sensorielle, son rapport aux données qu'il pourrait accueillir comme médium de la médiation. Le dispositif rentrerait alors dans la catégorie des « ubimédia ».

Dans cette perspective, les données peuvent être « augmentées » par les utilisateurs, c'est-à-dire captées, annotées ou enrichies et devenir ainsi des informations utiles. Les « objets » qui nous entourent, habituellement inertes, génèrent des flux de données que nous captions pour des usages divers et variés, volontairement ou involontairement. La numérisation ubiquitaire de l'environnement quotidien ne passe pas par la production d'objet entièrement nouveau qui remplacerait les objets, il s'agit plutôt de doter ce qui existe déjà d'une dimension numérique.

C'est dans cette perspective que la numérisation de l'espace public symbolique prend place, devenant le lieu d'une médiation constitué d'objets ubiquitaires comme le serait notre interface, permettant de capter, annoter, enrichir et restituer des données provenant de plusieurs sources et de plusieurs capteurs.

Cette transformation par l'ubimédia implantée dans l'espace public, participe à la reconfiguration du lieu symbolique, devenant un lieu d'ubiquité et qui pourrait être considéré comme un nouveau « lieu emblématique ». (Leite, 2011)

C) Un média rendant « sensible » l'espace à l'échelle du quartier

Patricia Laudati, décrit une interprétation de cette opération de médiation, s'appuyant sur les travaux de Gilbert Simondon (1989) sur la « transduction⁸ », elle affirme que la transduction donne un état temporaire d'une réalité en continuelle évolution, dans lequel les termes « espace » et « individu » se constituent dans la relation entretenant une médiation réciproque et influant l'un sur l'autre. Donnant lieu à un état où la réalité physique et matérielle de l'espace transformé par les dispositifs technologiques entre en résonance avec la réalité de l'individu, ses pratiques d'usages de l'espace à travers ces dispositifs. Cette recherche de résonance est celle qui pour nous devrait être recherchée dans la stratégie relationnelle de notre dispositif avec les habitants.

Dans cette opération d'après Patricia Laudati et Meï Menassel (2015), l'information devient elle-même élément de médiation, garant de la relation cognitive, affective, symbolique, pratique et utilitaire entre l'individu et l'espace qui l'entoure. Cette relation par le média porté par notre dispositif dépasserait alors la frontière de l'interface pour établir une meilleure relation entre l'espace social du quartier et les habitants. Une relation qui serait alors favorisée par notre dispositif de médiation territorialisée. D'après cette définition notre dispositif alors ancré dans l'espace urbain, serait vecteurs de construction de formes relationnelles et de formes d'inscription/d'informations spatiales. Une ville « sensible » telle la que définit Sung Do Kim :

⁸ « Chez Simondon, la notion de transduction désigne d'abord le processus d'individuation du réel lui-même. C'est pourquoi la transduction se définit comme « une opération physique, biologique, mentale, sociale, par laquelle une activité se propage de proche en proche à l'intérieur d'un domaine, en fondant cette propagation sur une structuration du domaine opérée de place en place » (Barthélémy, 2015).

« Le concept de *média city* est à l'origine de ce que nous traduisons par les « villes sensibles » ou « *sentient cities* ». Il désigne des espaces urbains qui génèrent des paysages urbains inédits où la computation ubiquitaire est connectée à l'environnement urbain, de sorte que les environnements sont dotés des capacités cognitives incroyables comme écrire, lire, apprendre, anticiper ou mémoriser. Autant de villes imaginaires et réelles qui sont de véritables espaces urbains hybrides. » (Do Kim, 2015 : 137)

L'écran incarnerait donc une « jonction », une « zone sensible » entre l'utilisateur et l'espace urbain (*Idem*). Prenant appui sur l'aventure sémiologique (Barthes, 1985) nous considérons alors que ces écrans pourraient devenir des transformateurs de l'expérience vécue de l'espace urbain, en contribuant à la construction d'une perception sans cesse renouvelée et augmentée du quartier par ce dispositif médiatique, sensible et territorialisé participant à l'écriture du discours du quartier.

Citons *CityWall*⁹ (*cf. annexe n°2*) un exemple de dispositif « sensible » prenant la forme d'un grand écran interactif, tactile, installé sur une place au centre-ville d'Helsinki, et représentant un mur qui devient le lieu d'une médiation de multiples informations sur la ville.

Avec pareille interface collaborative, les informations sont alors rendues accessibles et manipulables par tous. Les flux deviennent tangibles grâce à leur traduction visuelle, mais aussi grâce à l'écran qui permet d'amener l'information. Ce dispositif crée un espace où les flux d'informations peuvent être générés et traduits sous des formes diverses, modifiées et annotées par les usagers du dispositif. Les contenus de *Citywall* concernent plutôt la ville, ses lieux et les activités urbaines, mais aussi ses habitants ; le panneau numérique permet aussi de télécharger des photos et des vidéos des utilisateurs à partir de Flickr ou YouTube et d'envoyer des commentaires par SMS. Cet exemple s'inscrit

⁹ Exemple du *Senseable City Lab* du MIT : <https://senseable.mit.edu/>

directement dans notre définition de l'ubimedia porté par un dispositif territorialisé et sensible et nous montre une forme possible que pourrait prendre le dispositif que nous étudions.

Prenons également l'exemple du projet « Urban Mobs »¹⁰, cette technologie est développée par Orange Labs et FaberNovel. Elle crée une représentation visuelle de l'activité des téléphones mobiles dans les quartiers de grandes villes comme Paris, lors de grande manifestation populaire (Match de Football, fêtes de la Saint Jean...). D'après les créateurs du projet cette traduction visuelle, permet de prendre le « pouls » urbain composé de l'activité des foules et de leur mobilité. « Il s'agit de “cartographier les émotions populaires”. »¹¹ Rendant ainsi un territoire sensible et invisible, visible et tangible. Cet exemple est une piste concrète de traduction des données collectées de manière individualisée pour être collectivement agrégée permettant de rendre intelligible des « émotions » territorialisées et rentrant dans le concept de « transduction » et pouvant faire partie de l'opération de médiation recherchée avec notre dispositif.

D) Un média social localisé

Selon François Ascher (1995 : 70) :

« Les télécommunications ne se développent pas dans l'espace abstrait, vierge, sans histoire, sans aspérités, sans inégalités ; elles sont confrontées à des espaces déjà structurés. (...) Non seulement elles renforcent la polarisation métropolitaine, mais elles tendent à reproduire les réseaux hiérarchisés préexistants ».

Le média social géolocalisé du dispositif à l'échelle du quartier n'est pas le seul à opérer pour une médiation entre les habitants. Depuis plusieurs années, nous voyons la diffusion des réseaux de voisinage et de quartier, une diffusion qui rend visible la recherche de liens

¹⁰ Urban mobs: <http://www.urbanmobs.fr/fr/>

¹¹ Citation extraite de la description du projet sur le site du projet Urban mobs: <http://www.urbanmobs.fr/fr/>

sociaux à l'échelle du quartier par les habitants eux-mêmes et avec leurs propres moyens. Des communautés numériques d'intérêt se constituent alors sur des réseaux socio numériques privés comme What'app, Facebook, Telegram.

Il apparaît lors de nos entretiens que les réseaux utilisés par ces communautés numériques sont considérés comme « informels » et complexes pour les communicants publics (What'app, Facebook) puisque l'accès au groupe « privé » est difficile et suppose que le lieu de ces échanges ne rentre plus dans la sphère de l'espace public, mais de l'espace privé. (*cf. entretien n°3*)

Des projets de réseaux sociaux numériques de quartier ont ainsi vu le jour comme « Peuplade »¹² qui sous la forme d'un site de quartier permet aux habitants de l'environnement immédiat de faire connaissance entre eux. Les habitants ont ainsi un lieu d'expression virtuel pour échanger, écrire et partager. Dans ces réseaux, la porosité du dispositif permet aux communicants publics d'interagir avec les habitants créant un lieu de dialogue et d'échange en ligne.

Un parallèle est possible entre le rôle du dispositif que nous cherchons à analyser depuis le début de ce mémoire et ces « dispositifs de communautés virtuels ». L'analogie de tentative du renforcement du lien social à l'échelle du quartier en donnant à voir et à écrire aux habitants à travers un dispositif spécifique est clairement similaire. Il suppose également le rôle de la cohabitation des participants à l'échange et leur appropriation du dispositif.

Selon l'étude des réseaux de voisinage intitulée « Réseaux sociaux de voisinage. Quelles contributions aux enjeux sociaux, environnementaux et économiques ? », réalisée par

¹² <http://www.peuplade.fr/>

Smiile¹³ en 2020, 25% des voisins connectés sont plus impliqués dans la vie de leur quartier. Une donnée statistique nous donnant alors une piste sur la possibilité qu'un réseau social de quartier peut amener les habitants à plus s'impliquer localement et générer un intérêt individuel à participer à la vie de quartier.

Conclusion de chapitre :

En considérant notre dispositif médiatique comme faisant partie d'un système d'interaction contextuelle appartenant au quotidien, nous remarquerons que les propriétés du dispositif et de son média seraient alors indissociables de leur implantation géospatiale. Elles amènent la stratégie du dispositif à utiliser le géopositionnement physique et social des habitants pour accomplir sa mission tout en conditionnant son usage. Un média localisé au service d'un territoire restreint à l'échelle du quartier pratiqué, qui par sa médiation territorialisée participerait à la création d'un lien de proximité physique et affectif, induit par sa présence, son usage et son contenu. Le dispositif augmenterait alors le territoire constituant une interface en physique et virtuelle, entre tangible et intangible qui transforme l'espace du quartier en un espace hybride et immersif. Une augmentation possible est alimentée volontairement et involontairement par la production des usagers du territoire et participant à l'écriture de la ville. Cette écriture singulière qui par les traces et les données qui la composent amène une interprétation et une compréhension fine de l'environnement. Donnant alors au territoire augmenté une « intelligence » émotionnelle au service du renforcement du lien de proximité.

¹³ Smiile est un réseau social de voisinage d'entraide et de partage local fondé à Saint-Malo en 2014.

III. De la ville « intelligente » aux espaces d'intelligences urbaines

Notre recherche s'inscrit dans les démarches territoriales de développement de l'espace urbain. Dans la syntaxe de la ville, notre échelle s'est portée sur l'échelle du « quartier », mais il est important de cerner les enjeux du territoire qui, composés des « petits territoires intelligents », construisent une stratégie bien plus complexe à l'échelle de « la ville intelligente ». C'est pourquoi dans cette partie nous tenterons de définir le concept de « Territoire intelligent » pour mieux cerner les « intelligences » qui constituent les « briques » de notre dispositif de médiation.

A) Fondement des « *Smart city* »

Une multiplicité de mot existe pour qualifier le concept de ville « intelligente » nous tenterons ici dans définir une définition. D'après Jean Danielou (2013), la ville intelligente peut se cacher derrière des noms comme : « smart city », « ville numérique », « ville 2.0 » d'autant de termes pour désigner « quelque chose de réel, virtuel ou idéal, etc. comme tous les objets « smart » se caractériserait par des fonctionnalités augmentées du fait de l'intégration en leur sein de technologies de l'information et de la communication. »

Cet auteur ajoute même une propriété donnée aux « *smart cities* » faisant écho à notre étude : « Aux réseaux traditionnels constituants, la ville s'ajouterait une couche informationnelle homothétique à leur configuration matérielle et spatiale. Invisible en apparence, la ville intelligente s'appréhende d'abord par sa matérialité. » (Danielou *et al.*, 2013 : 4)

La superposition d'une couche « d'intelligence numérique » sur « l'espace physique de la ville » crée un espace hybride que nous qualifierons de « ville intelligente ». Cette intelligence illustrerait alors la propension d'une ville à augmenter « ses capacités cognitives », d'agir sur elle-même, d'assurer un fonctionnement et un développement politique et urbain par l'intermédiaire de capteurs, de relais, d'interfaces.

L'intelligence est alors ici considérée comme une « utilisation raisonnée » des ressources, une ressource humaine et technique qui, selon Jean Danielou, agirait comme un biais privilégié pour permettre au citoyen-usager de participer à l'activité politique, et également comme une façon de reconcevoir le système de fonctionnement urbain comme un tout. « *Smart* » renvoie alors aussi bien à l'implantation de nouveaux dispositifs techniques (les technologies de l'information et de la communication) qu'à l'intelligence des citoyens. « De nombreuses villes se sont approprié le concept de ville intelligente : outre Lyon, on peut citer Paris, Nice, Rennes, Grenoble ou encore Strasbourg. » (*Ibid*)

Le rapport à cette « intelligence » au territoire peut en un mot, devenir un qualificatif pour l'objet communicant, producteur et récepteur d'informations, susceptible de s'intégrer au cyberspace et d'interagir avec son environnement physique (*Ibid*). Dans cette logique nous pouvons alors supposer une qualité supplémentaire de notre dispositif, la qualité de « *smart* », il deviendrait alors un « *Smart urban display* », « Un dispositif intelligent urbain » qui serait alors en interaction avec des « *smartcitizen* », « Citoyens intelligents » et participerait alors à rendre la « ville intelligente » encore plus « smart » à l'échelle de ses quartiers.

B) La mise en donnée du monde

Selon Viktor Mayer-Schönberger et Kenneth Cuckier (2013) la datafication de l'espace consiste en la « captation des variations de l'environnement » dans lequel, ces modifications s'insèrent selon un processus de « mise en données » de l'espace urbain. Dans la définition de la ville « intelligente », les données ont une grande place à jouer. Elles seraient alors la matière qui une fois collectée et une fois traitée donnerait son caractère « intelligent » et « intelligible » au territoire.

Frédéric Kaplan (2012 : 46) appelle cette source de données le « minerais biographique » pour lequel « les méthodes d'extraction doivent être encore pensées ». Il défend la « force des interfaces de captation de ces données » de pouvoir « reverser » toutes ces traces

« invisibles captées » à chaque fois que « l'objet-interface est utilisé », vers « d'autres supports matériels en le faisant transiter sur le réseau informatique/internautique ». Dans sa conception la source de contenu « mnésique et biographique », est une impression volontaire, involontaire et quotidienne à notre environnement. Ce contenu biographique deviendrait alors une « mémoire ». Il y ajoute même la propriété de pouvoir être un phénomène « collectif » devenant ainsi une « mémoire collective » qui selon lui est nourri par des dispositifs techniques aux capacités rétentionnelles. Tout cela ayant pour produit une « mémoire collective numérisée » également appelée “*reality mining*” » (Kaplan, 2012 : 56).

Dans cette « exploitation » du minerai biographique, notre dispositif pourrait alors, sous des formes de communications diverses, devenir l'interface accueillant une proposition de « traduction » de cette « mémoire collective numérisée ». Dans la conception de ce dispositif, la « méthode d'extraction » serait alors pensée lors de la création d'un média « participatif » alimentant notre dispositif (Partie 2 du mémoire) complété par les données déjà collecté dans la ville. Nous oserons un parallèle entre les « capteurs » et « les habitants capteurs » qui par leur activité, capte la ville et sa représentation. Un exemple en plein développement de l'utilisation de ces « citoyens capteurs volontaires » dans les smart cites est la mise en place d'application et de plateforme « citoyenne » permettant au « quidam » de signaler des problèmes de voiries, etc. Ces « nouvelles technologies » de collaboration appelées « Civictch » augmentent le « pouvoir d'agir » des citoyens à travers une intelligence collective qui participe au bon fonctionnement du « territoire intelligent ».

Chirag Rabari et Michael Storper dans leur article « *The Digital Skin of Cities* » (2013) formalisent le terme de « *Digital Skin* », une peau « digitale » qui correspond à cette infrastructure technologique communicante répandue sur l'espace physique de la ville, *via* principalement des capteurs intelligents. Notre dispositif jouerait alors un rôle dans la constitution de cette infrastructure recouvrant les espaces du quotidien. Il aurait également un effet sur le décroisement des « silos » de données et pour passer d'une

logique de stock de données à une logique de flux, c'est-à-dire pour mettre en circulation les données dans l'espace urbain et cela dans une logique de médiation du territoire et d'écriture de la ville. En créant des conventions de traductions des données, les acteurs de la médiation peuvent alors s'accorder autour d'une représentation commune de l'espace urbain qui participe à la coordination du territoire dans l'espace et le temps, partageant ainsi un langage commun et faisant émerger une nouvelle représentation de l'espace urbain.

Conclusion de chapitre :

La stratégie de développement des villes « intelligentes » intègre notre vision du dispositif et du média dans leur rôle de médiation avec le territoire. Ce territoire rendu intelligent à l'échelle de la ville par de multiples stratégies et technologies est alors un contexte où s'inscrivent des dispositifs « intelligents » comme le nôtre. Par imbrication, il est un élément de la construction du système de la ville intelligente au plus près du territoire localisé, comme le quartier. En accueillant les données localisées et leurs représentations, il participe à la médiation du territoire remettant en contexte le lieu des données, leur diffusion et leur champ d'action. Ces données localisées de toutes natures participent alors à leur tour à l'écriture de la représentation de la ville et font partie des médias cohabitants dans l'espace intermédiatique du dispositif.

IV. Quand le dispositif participe à l'écriture de la ville

A) L'écriture dans l'espace public

« Aux alentours de 650, avec l'écriture monumentale et publique, commencent à apparaître de grandes pierres levées couvertes de lettres, les tables d'écritures (...), de larges supports entièrement réservés à la gravure. Autre manière d'écrits, nouveau statut de l'écriture. C'est alors que l'écrit fait son entrée dans la cité : sur une surface largement déployée et à des fins essentiellement politiques. » (Detienne, 2010 : 12).

De nombreuses recherches¹⁴ (Bonaccorsi, 2016), ont montré que la ville est depuis longtemps un espace d'inscription et un espace à écrire (Béroujon, 2009), une « ville aux murs parlants » (Farge, 2000 : 53). Les « graffitis » retrouvés sur les murs de la cité de Pompéi¹⁵ préfigurent d'une certaine façon la dissémination de traces du passage de tel ou tel individu, à l'image des selfies contemporains, mettant alors en scène le passage géolocalisé et capturé d'un individu puis partagé sur un mur numérique collectivement disponible.

Cette analogie du « mur parlant » n'est pas fortuite, dans notre analyse notre dispositif incarné par l'objet écranique est autant présent en tant que support qu'il est porteur d'une « nouvelle écriture sociale et politique » dans et de la ville par ses habitants. Donnant alors à voir une évolution de ces murs « d'expressions citoyennes » les mettant même en scène.

(1) L'affiche dans l'espace public

Dans le paysage urbain des villes contemporaines se trouve une multitude d'objets qui permettent de lire la ville, des objets qui délimitent les contours individualisent certains secteurs et servent de repère pour qualifier des lieux. L'affiche offre par la combinaison de son emplacement et de son message, la possibilité de rendre lisible l'organisation l'espace social de l'espace public.

Dès lors, l'affiche est considérée comme un élément de connaissance de la ville, un marqueur territorial. On peut ainsi, à travers ses affiches, apprendre sur un lieu et sur sa place dans la ville. D'après Jacques Fontanille, « le périmètre pertinent de l'affichage va

¹⁴ (Petrucci, 1993 ; Arabyan, 2005 ; Varga, 2000 ; Fraenkel, 1994)

¹⁵ « Le site archéologique le plus connu au monde continue de dévoiler ses mystères, cette fois avec des graffitis. Rebecca Benefiel, directrice de l'Ancient Graffiti Project, raconte la ville à travers les écritures découvertes sur ses murs »

bien au-delà des objets-supports, car chacun d'eux est lui-même inséparable de l'environnement dans lequel il est implanté, et qui lui procure son efficacité énonciative et pragmatique : la rue, le mur, le trottoir, le métro, etc. » (Fontanille, 2008 : 3)

Selon lui, la dimension stratégique de l'affichage doit prendre en compte la manière dont « les différentes scènes spécifiques » se conjuguent, se combattent ou se renforcent, sur chaque lieu d'implantation ou dans chaque temporalité. Cette stratégie est largement réfléchie dans la capacité de l'affichage numérique à s'adapter en temps réel, une stratégie d'adaptation qui diffère de l'affiche analogique traditionnelle.

Sémir Badir (2007) aborde la distinction numérique et analogique, pour décrire ce qui fait affichage. Il définit l'affichage numérique par sa dimension matérielle et technique. Par sa qualité de spatialisation : « L'affichage est une surface tonique, un plan ou une dimension qui s'ajoute à l'espace. Il est paramétré de manière à témoigner de cet ajout. » (*Idem*). Dans cette continuité de définition, nous pourrions aller jusqu'à dire que l'affichage numérique augmenterait ainsi son environnement.

Le point de vue de Marcel Detienne (2010) permet d'intégrer une dimension supplémentaire, « qui relève en fait d'une mise en abyme de l'écriture dans un espace à interpréter (l'inscription dans la ville en lien avec son organisation symbolique et politique) » (Bonaccorsi, 2010 : 3). Un espace contextuel indissociable à notre dispositif lieu de l'interprétation de l'écriture, mais aussi de l'interprétation des représentations de la ville.

Ce terme « d'affichage » est souvent utilisé parmi d'autres pour qualifier le dispositif que nous décrivons depuis le début de notre recherche, ainsi « l'affichage dynamique urbain », ou « *digital signage* » permet de considérer notre dispositif comme étant une réunification de plusieurs médias.

Dans notre essai de définition, nous considérons l'affichage numérique comme étant un des médias dominants constituant notre dispositif alors empreint d'intermédialité et qui par sa dimension matérielle et symbolique augmenterait l'intelligibilité de son environnement et mettrait en abyme l'organisation symbolique et politique du quartier.

Un média porté par le dispositif joue alors un rôle d'interface entre langages, le corps et le lieu. Une énonciation de l'écriture de la ville permise par l'acte physique est palpable avec l'écran et organisant l'espace hybride et l'utilisation du dispositif par les habitants. Jacques Fontanille ajoute une réflexion sur les objets-supports de l'affichage. D'après lui le support participe à deux dimensions :

« (i) ils appartiennent à la scène, car ils sont susceptibles de jouer un rôle dans les actes d'énonciation propres à chaque implantation, mais (ii) ils participent également à la stratégie, car ils sont un des éléments essentiels de la récurrence, de la distribution et de la succession propres à chaque campagne, ainsi que des relations de concurrence et d'ajustement entre les campagnes concomitantes. » (Fontanille, 2008 : 9)

L'affichage et son support constituent eux-mêmes un acte d'énonciation dans la ville.

B) L'écriture portée par le dispositif

Jay-David Bolter (2001) utilise l'expression « *Writing on the world* » (*écrire sur le monde*, notre traduction) pour référer à cette potentialité de production d'écriture contextualisée qu'offrent les TIC pour augmenter l'espace urbain.

Claudie Faure (2014 : 160) apporte des éléments supplémentaires :

« L'écriture est une interface avec moi-même et avec les autres, c'est une interface mnémotechnique [...] elle permet de s'extérioriser à la fois pour soi-même et pour les autres dans une logique publicitaire [au sens de "rendre public"] ».

Cette interface dans notre dispositif est incarnée par l'écran numérique permettant la diffusion de cette forme d'écriture intersubjective donné à voir au collectif.

L'écran peut être entendu comme « méta catégorie » de la représentation : il participe d'un « nouveau statut d'écriture » qui matérialise la configuration du politique dans l'espace public (Rancière, 2000). La ville augmentée par ces écrans mène à une nouvelle configuration de l'écriture qui établit de nouvelles relations sémiotiques à la mémoire et aux traces numériques laissées par les technologies informationnelles et communicationnelles que sont les machines à rétention tertiaire (Jeanneret, 2011).

L'expression anglaise, « *urban markup* » (marquage urbain, notre traduction) est une formule clé pour renvoyer à la dimension participative des médias qu'ils soient mobiles, implantés ou locatifs. Les pratiques participatives visant à collecter, baliser ou poster deviennent sociales au point qu'elles défient l'autorité des médias de masse (Mac Cullough, 2008).

Le langage médiatique selon Roland Barthes a la fonction de fonder un imaginaire à travers lequel les « usagers du message donnent et veulent donner aux autres de leur propre parole. » servant d'articulation au sujet collectif. (Barthes, 1968 : 67)

Dans la lignée directe de la communication participante et des *Civic tech* ces nombreuses inscriptions numériques dans les métropoles permettent d'appréhender le processus d'appropriation symbolique et politique de l'espace public numérisé. Une nouvelle esthétique spatiale mais aussi une esthétique de socialisation dans la mesure où elles facilitent le partage des informations et des symboles qu'elles véhiculent. Elles contribuent également à la constitution de la réalité de nos espaces quotidiens. (Berger et Luckmann, 2006). Les technologies numériques et notre dispositif offrent ainsi une lecture et une écriture esthétique des lieux et des activités sociales, tout en renforçant les liens au sein de la ville, grâce à la multiplication des « interconnexions » (Leite & M, 2010).

Ces technologies d'écriture de la ville participent alors à l'enrichissement du lexique constituant le « langage de la ville », un langage porté par la sémiologie urbaine (Barthes, 1974 : 72). Elles amènent le lecteur de la ville à une pratique sociale par l'écriture de cette dernière et amenant la ville à assumer le rôle d'écrivain. (Barthes, 1978 : 807)

Un « langage de la ville » s'intégrant à l'espace sémiologique qu'est le « paysage urbain » tel que conceptualise Pascal Sanson. Ce concept conçoit la ville comme un espace interdisciplinaire, l'inscrivant « dans une logique de la forme [pour] que la ville ait, un sens pour ceux qui l'habitent et pour ceux qui la regardent » (Sanson, 2007 : 6). Un sens par l'écriture et le média porté par le dispositif réunissant le sensible et l'intelligible, le

visible et l'invisible constituant la syntaxe de la ville. Pour Roland Barthes, la ville serait même le carrefour de plusieurs langages : « celui qui voudrait esquisser une sémiotique de la cité devrait être à la fois sémiologue (spécialiste des signes), géographe, historien, urbaniste, architecte et probablement psychanalyste » (Barthes, 1967 : 439).

Ces processus de partage d'activités collectives qui s'inscrivent par un ancrage où le dispositif s'intercale entre l'espace urbain et l'espace virtuel génèrent la construction d'un espace hybride : un espace urbain augmenté par les mémoires et les traces d'activités individuelles et collectives, contribuant à la connaissance et à la légitimation des liens sociaux et au renforcement de communautés affectives locales. Le dispositif, devenant le médium de l'écriture de la ville et jouant le rôle d'outil de médiation, permet de donner à « écrire la ville » par et pour ses habitants. Une médiation et écriture permettant la lisibilité de la ville, qui selon Roland Barthes intervient à partir d'une pratique de la ville, la ville étant habitée par l'homme tout autant que fait par lui.

Conclusion de partie :

L'usage du dispositif de médiation urbain construit une jonction permettant par son existence physique, et son implantation stratégique à proximité de l'espace public « pratiqué » par les habitants d'établir des liens de proximités entre les acteurs de la médiation et leur environnement à travers les liens qui conditionnent l'échange et qui structurent la forme de l'échange communicationnel. Un échange donnant du sens à l'espace habité et qui participe à l'écriture d'un langage sensible et intelligible du paysage urbain à l'échelle du quartier pratiqué.

Le dispositif devient un objet collectif, « un bien commun »¹⁶, il n'a pas la valeur de propriété individuelle qu'ont les interfaces mobiles. À l'image du banc public, il devient un élément du territoire structurant un usage localisé et présent au cœur de la vie des habitants. Le dispositif devient un élément de l'espace symbolique dans lequel il est implanté participant à l'ancrage des « symbolique social » de la vie de quartier.

Nous adhérons au concept développé par Patricia Laudati (2015), sur la naissance d'un « super lieu », qui propose d'appréhender le lieu en considérant les acteurs qui le structurent et l'organisent par les rituels ou les formes particulières d'occupation. Tels les « petits rituels du quotidien » qui confortent le sentiment d'appartenance et réalisent la fusion entre l'espace, le lieu, l'individu et la communauté. Les interfaces qui fondent la relation entre le sujet et le territoire proposent une communication qui alterne continuellement entre l'environnement physique et numérique et génèrent ainsi un nouveau « *genius loci* »¹⁷ devenant alors une technologique et affective.

Ces interfaces qui sont capables d'augmenter leur environnement et d'augmenter les liens entre les acteurs de la médiation urbaine. Portant le rôle d'opérateur dans la médiation, elles contribuent au développement des territoires intelligents technologiquement parlant, mais également socialement. En créant de nouveaux rapports au territoire et de nouvelles manières d'appréhender ce qui le compose. Cette forme de médiation permet une appropriation du territoire et renforce les communautés affectives qui le composent. Nous avançons que ce nouveau « *genius loci* » intègre cette idée de participation à une intelligence du territoire et de renforcement de communautés urbaines organisées autour

¹⁶ Bien commun : Les biens communs ou communs renvoient à la définition élaborée par Elinor Ostrom, à savoir une ressource partagée, gérée par un collectif doté d'une gouvernance permettant d'en assurer la protection (Ostrom, 1990).

¹⁷ Traduction « *Genius loci* » : « esprit du lieu »

d'un noyau symbolique porté par le média social de quartier et rendu tangible par le géopositionnement dans l'espace du dispositif. Invitant alors à une cohabitation des médias de leurs formes et de leurs rôles en un seul point vecteur d'intelligence collective.

Ce type de dispositif propose de mailler les territoires en recréant des noyaux sociaux et symboliques propres à chaque espace et proposant un lieu d'expression à la politique de ville territorialisée, devant un outil d'action de proximité.

Pour aller plus loin, lors de nos entretiens l'évocation de l'utilisation de ce type de dispositif en cas de gestion de crise localisée montre le potentiel de réactivité d'un tel dispositif. C'est d'ailleurs une piste d'innovation évoquée par la FING (Fondation Internet Nouvelle Génération)¹⁸. Le dispositif pourrait être basculé en mode « crise », il pourrait alors contenir des informations localisées, comme une cartographie aussi proche que possible en temps réel (dégâts, état des infrastructures, lieux sûrs ou non...). Dans ce cas de figure, le panneau numérique pourrait devenir un point de rassemblement, montrant alors la force de ralliement communautaire que l'on pourrait donner au dispositif.

Partie 2 : Organisation et effets des opérations de médiation

En tant que médias de représentation et moyen de partage de l'expérience intégrés aux dynamiques de l'espace urbain, les TIC peuvent aider à construire la ville de façon plus créative, sociable, coopérative et participative. Par la diffusion de l'information et de la communication dans les espaces du quotidien, la communauté qui est porteuse de

¹⁸ Dossier FING Pistes d'innovation Numérique tous risques. (s. d.). *Fing*. Consulté 11 mai 2022, à l'adresse <https://fing.org/publications/pistes-dinnovation-numerique-tous-risques.html>.

l'écriture de la ville est alors intégrée dans une stratégie de communication engageante demandant de cerner l'organisation induite d'une telle mise en œuvre, de comprendre les relations entre les acteurs de l'échange, les spécificités de ces modes de « participations communautaires ». Et demande de définir les effets de cette médiation de « proximité », en prenant en considération les freins et limites que peut avoir une telle opération de médiation urbaine.

I. Organisation et engagement participatif

A) Trivialité des acteurs, contrat et régulation conjointe

L'organisation autour du dispositif est également considérée comme un dispositif à part entière un dispositif de médiation entre deux structures participatives : « les collectivités publiques » et « les habitants ». Ce lieu et ce dispositif de rencontre constituent une « économie de mobilisation » des acteurs, sous une forme matérielle qui vise à créer une interdépendance entre les acteurs et à contribuer à la dynamique d'échange entre eux. Le dispositif devenant un vecteur de l'échange nécessaire à l'organisation de la médiation inhérente à l'implantation, « l'animation », la gestion du média et du dispositif. Un tel dispositif est alors coordonné par ce que Yves Jeanneret (2008) appelle un « contrat » d'implication sous la forme d'un engagement réciproque dans l'échange.

Ces deux structures participatives regroupent différents acteurs ayant des buts, des contraintes et des moyens différents. Dans la structure « public » nous pourrions considérer comme appartenant les acteurs suivants : les représentants de la politique de la ville, les élus de quartiers, les agents communaux. Dans la structure des « habitants » se trouvent les réseaux préexistants comme les comités de quartiers, les associations, fédérations de groupement d'intérêts, mais également des acteurs autonomes individus souhaitant participer, « électrons libres » que les pouvoirs publics tentent d'intégrer aux concertations, mais avec difficultés. (*cf. entretien n°2*)

Cette forme d'organisation paraît-êre celle qui est actuellement en place dans les stratégies de démocratie de proximité auxquels nous rattachons notre dispositif. Cependant la neutralité des acteurs et des forces de pouvoirs se pose. Nous baserions donc notre réflexion sur l'application d'un modèle *d'empowerment* à cette nouvelle organisation autour du dispositif. Dans ce modèle, la société civile dispose d'une forte autonomie, les dispositifs participatifs sont très réactifs et ont une capacité décisionnelle, donc constituent un « quatrième pouvoir ». Dans cette vision les responsables politiques sont absents ou ne jouent qu'un rôle secondaire : « Les citoyens prennent part à la décision, mais aussi, très souvent, à la gestion et à la réalisation des projets. » (Bacqué *et al.*, 2005 : 123).

Cependant une telle mise en place fait appel à des règles claires et à une véritable attention aux enjeux de pouvoir et de représentation ; elle ne doit pas reproduire des fonctionnements informels et opaques favorisant la reproduction de formes de domination sociale. Ce mouvement *bottom up* (à travers des mouvements sociaux urbains ou une réinvention de l'organisation communautaire traditionnelle) semble être limité dans son rapport à la structure « public » qui serait ainsi dissociée du dispositif.

Ici nous rejoignons la position nécessaire de la structure publique dans le dispositif, comme médiateur entre les individus publics, et comme organisateur « technique ». Cette structure a également un besoin de communiquer et d'échanger, elle ne doit pas être mise au banc. On pourrait alors imaginer un statut de « tiers organisant » donné à la structure publique, « disposant d'une autorité lui permettant de jouer un rôle de coordinateur, mettant en relation des acteurs, agençant leurs interactions, définissant les activités à réaliser. » (Gardère *et al.*, 2019 : 5). Nous irons plus loin en pensant à une co-gouvernance du dispositif avec une « régulation conjointe » définie par Jean-Daniel Reynaud (2007) comme une régulation qui s'impose non pas comme une obligation, mais plutôt comme un idéal de modèles de gestion de la médiation. Cette régulation propose à ceux qui conduisent l'organisation, mais aussi à tous ceux qui y participent, un modèle idéal pour l'arbitrage entre leurs intérêts et pour la compatibilité de leurs initiatives.

B) Média et engagement citoyen : Le « crowdsourcing urbain » la culture du faire

Mathieu Saujot et Tatiana de Feraudy (2016) qualifient de « *crowdsourcing* urbain » les dispositifs qui s'appuyant sur du travail collaboratif, incarné dans le dispositif des *hackathons*, des *Civiclub*, et promeuvent une culture du « faire » (Lallement, 2015). Ou comme Michel de Certeau le formule « L'individu invente son quotidien grâce aux arts de faire ». (De Certeau, 1990)

Cette culture du « faire » rejoint les dynamiques portées sur le territoire, par la réappropriation de l'espace public, la démocratie participative, les budgets participatifs, les *livings lab*. On parle alors d'habitant « innovateur d'intérêt général », qui renvoie au concept « d'innovation ouverte » formalisé par Henry Chesbrough (2003) permettant aux organisations de faire appel à la capacité d'innovation et à « l'intelligence collective » pour développer de nouvelles stratégies de développement territoriale (Levy, 1994).

Dans la ville numérique tissée par l'économie collaborative, l'habitant devient ainsi cocréateur du dispositif. Lors de nos entretiens, il apparaît que la Ville de Strasbourg intègre déjà et depuis longtemps cette culture du « faire », cela se manifeste par une politique de la ville à la recherche de la concertation de ses citoyens, la mise en place de *LivingLab*, des comités de quartiers, et aujourd'hui par mise en place d'outil pour donner possibilité aux habitants de communiquer sur les « journaux électroniques » de quartier. Il est intéressant d'ailleurs de voir que cette demande de pouvoir « faire » vient des deux acteurs, des habitants qui étaient en demande de pouvoir communiquer sur ce support et des services de la communication responsables de ces affichages de pouvoir laisser une place d'expression plus facilement appropriable par le « *quidam* » donnant alors vie à ce que nous appellerons un « laboratoire d'expression » laissant place à l'expérimentation et à une évolution continue du dispositif. (cf. entretiens n°2 et n°3)

Ces laboratoires d'expression, de conception et d'expérimentation permettent d'inclure le citoyen en tant qu'acteur de l'action sur le territoire, de son évolution et de son animation. L'outil est alors pensé comme vecteur de capacités individuelles et collectives (Sen,

1979). Ici notre dispositif est considéré comme « outil » s'intégrant dans l'écosystème des démarches participatives et dans l'accompagnement de l'appropriation du dispositif par les citoyens nous pourrions parler de « capacitation citoyenne ». Le dispositif serait alors un vecteur et un moyen de donner la capacité aux citoyens de rentrer en action sur le territoire délimité à l'échelle du quartier. Une capacité d'action pour transformer les habitants en citoyen « actif ».

Ces « espaces en commun » (Festa, 2016) que sont les laboratoires d'expressions et les livings lab, sont portés ou soutenus par des municipalités, comme celle de Barcelone qui maille son territoire de *fablabs* (Diez, 2012 ; Besson, 2015) à sa propre initiative.

En 2017, Le Grenoble CivicLab (GCL), lançait un concours d'innovation ouverte appelant les habitants à « proposer les outils numériques qui vont accompagner les changements de comportements et façonner la ville de demain », il est ressorti de ces propositions citoyennes deux projets lauréats qui permettent de cerner les envies d'écriture et d'impact social de « nouveau dispositif » numérique dans l'espace urbain. (Peugeot *et al.*, 2019)

Dans la catégorie « Défi Signalétique urbaine augmentée », citons « *Une histoire de fauteuils* ¹⁹ »

« La Balade des gens curieux et HopDurable s'associent pour présenter un mobilier urbain original. Un banc réalisé avec des matériaux issus de filières locales avec un dispositif sonore intégré. Lorsque l'on s'assied sur ce banc, installé pour l'expérimentation rue Lakanal, une voix se déclenche : l'enregistrement de différentes personnes avec et sans handicap propose d'appréhender la rue avec un regard neuf. Les voix enregistrées donnent des informations sur l'histoire et

¹⁹ Site du Grenoble Civic Lab regroupant les projets lauréats : <https://grenoble.civiclub.eu/>

l'architecture de la rue, ainsi que des informations directionnelles pour faciliter l'orientation des personnes fragiles. »

Cet exemple montre qu'une cocréation entre acteur public et citoyens peut amener à repenser l'appropriation de l'espace urbain. Dans ce cas, il ne s'agit plus de sonder les habitants pour recueillir une opinion sur un sujet, mais bel et bien de donner la possibilité aux citoyens d'amener des sujets, des propositions, des dispositifs et d'être source « d'innovation » pour « agir » sur le territoire de la ville. Une telle démarche donne un caractère collaboratif à l'action et donne la possibilité aux habitants d'être des éléments à part entière et centraux de l'action territorialisée.

Cette cocréation d'un dispositif de médiation des habitants à la ville par le soutien des collectivités locales nous amène à penser que le dispositif de médiation décrit depuis le début de notre recherche s'intègre totalement dans cette logique de « sourcer » de manière « active » le contenu, la forme et l'évolution de notre dispositif auprès des habitants devant des « citoyens participants ». On pourrait y voir la création d'un média participatif et communautaire participant à cette capacité donnée aux citoyens d'agir sur le territoire de la ville.

C) Modèle participatif et médias communautaires :

(1) Parallèle avec les radio-participatives

Une forme médiatique déjà présente dans le paysage des médias communautaires, et ce depuis plus de nombreuses années, est la radio participative qui prend son essor dans les pays d'Amérique latine, comme étant un lieu de liberté d'expression et de « neutralité » médiatique dans un contexte de répression citoyenne.

Nous avons choisi l'exemple de la radiodiffusion bolivienne afin d'illustrer et de comprendre l'origine des théories et pratiques de la communication populaire et participative au sein d'une communauté Paula Capra (2007) utilise le terme « d'expériences de communications radiophoniques » appelées « participatives, dialogiques, éducatives, populaires ou alternatives » pour nommer le dispositif de médiation créé dans ce contexte. Ce dispositif utilise la stratégie de l'*open source*

journalism, qui cherche à faire de « chaque citoyen un journaliste » et de chaque « récepteur une source d'informations ». Les auditeurs deviennent eux-mêmes des « protagonistes de la radio ». Grâce à la méthode du micro ouvert et aux « reporters populaires » se créent des dynamiques allant vers une plus grande participation des habitants. Ces diverses radios, caractérisées par l'autogestion, sont issues de contextes sociaux spécifiques et à la demande des habitants. Paula Capra démontre que les radios populaires ont exercé une influence sur la mise à jour de nouvelles identités dans l'espace public, avec des répercussions dans la mobilisation politique. En général, la programmation des radios communautaires dans le monde cherche à induire un changement social.

« C'est en cela que réside la force de la radio communautaire, qui se pose dès lors comme un agent de changement social : elle inscrit dans sa programmation des objectifs de communication qui répondent aux besoins spécifiques des diverses communautés desservies. » (Solerviciens, 2006)

Dans cette perspective, par leurs pratiques alternatives de communication et en regard de la proximité qu'elles entretiennent avec les producteurs du contenu et leurs auditoires, les radios communautaires créent les conditions pour faire valoir toute la question du droit des citoyens à la communication, qui implique à la fois le droit de s'informer et celui de s'exprimer. Marcelo Solerviciens (2006) évoque également un aspect quant au spectre des fréquences hertziennes, il les considère comme un « bien commun » qui doit selon lui être réglementé par les pouvoirs publics nationaux et non pas vendu au conglomérat médiatique le plus offrant. Ce qui nous amène à penser la gouvernance des écrans dans la ville et le rôle des collectivités dans la gestion de ces « canaux » par des sociétés privées, une question politique latente qui est souvent ressortie lors de nos tentatives de prise de contact avec des dirigeants publics qui les amènent à ne pas vouloir « trop » communiquer sur ces sujets.

Ce format participatif porteur d'une communauté de citoyen communicant amène à la création d'un média singulier à l'échelle de la ville par sa forme et son contenu unique, laissant libre de « modèle ». Un média s'adaptant au contexte politique, à ses

protagonistes, aux spécificités locales et aux contextes sociaux. C'est ce format participatif qui nous semble être le plus proche de l'évolution en cours du modèle médiatique constituant notre dispositif.

(2) Parallèle avec les web TV participatives et citoyennes

En partant de la forme de notre dispositif essentiellement composé d'un écran et donc d'un média basé sur l'image, un parallèle avec les médias participatifs et citoyenne comme les web TV nous semblent pertinent.

Alain Bouldoires et Christine Larrazet (2016) ont recollecté des témoignages centrés sur la prise de parole de citoyens ayant créé un espace de communication et de délibération sur Internet à leur seule initiative et sans soutien de professionnels du journalisme tels que des webradio, des webTV, des webmagazines. Ces incitatives se distinguent selon eux du « Journalisme participatif et Citoyen sur Internet » (JPCI) et de la prise de parole citoyenne insérée dans les médias (Aubert, 2009).

Ces deux chercheurs évoquent ainsi des termes comme « l'activisme informationnel »²⁰ pour qualifier cette nouvelle prise de parole des citoyens sur internet. Ils vont même à avancer l'hypothèse que cet activisme relèverait d'un « processus actif d'autodéfinition » (Aubert, 2014 : 127). Nous attribuons également ce processus à notre dispositif, dans une forme de réappropriation de l'espace d'information et d'autodéfinition de l'identité de quartier par une forme d'activisme porté par l'opération de médiation.

²⁰ « *News activism* » témoigne d'un plus grand engagement des citoyens dans les événements qui les entourent faisant d'eux de meilleurs citoyens (Gilmor, 2006 : 18).

Extrait de témoignage de (Boulidoires & Larrazet, 2016 : 118) :

« Ce qui nous différencie des médias dominants, c'est que l'on considère le média comme un lien social, dans la proximité avec des personnes qui vivent sur un même territoire. Pour nous aujourd'hui, c'est cela qui est absent des médias dominants vu qu'ils sont sur des modèles de territoires trop larges, qui font que cette proximité n'existe plus. » (Ximun Carrère, Kanaldude - WebTV)

Selon la collecte des données par Alain Boulidoires et de Chrstine Larrazet, les créateurs de ces médias d'initiative populaire sont plutôt des « média-acteurs de proximité ». Difficile de les qualifier de « médiactivistes », appellation apparemment non reconnue par les protagonistes eux-mêmes.

C'est donc à l'échelle du territoire du quartier que s'agrègent les individus et que les médias d'initiative populaire permettent d'expérimenter une énonciation collective et singulière. Ces médias populaires recréaient un lien de proximité entre les participants par leur modèle de diffusion à l'échelle localisé, ce qui favorise les liens forts en rapport avec l'appartenance commune ou des intérêts communs existant à l'échelle de la communauté du quartier pratiqué.

Les médias d'initiative populaire, participatif, collaboratif nourrissent de nouvelles relations sociales et prennent plusieurs formes ayant des similarités d'objectif et d'autoconstruction. Ils inventent de nouveaux liens et dynamisent la citoyenneté. C'est pourquoi cette dimension d'un média participatif et citoyen nous semble être une piste qu'il serait intéressant d'explorer dans le cadre de la mise en place d'un dispositif de médiation urbain. Un média pouvant participer au don d'une capacitation citoyenne d'expression intersubjective pouvant donner la naissance d'un média singulier à l'image de la communauté qui en est porteuse.

D) Économie comportementale : Induire un comportement

Jusqu'ici nous avons étudié des comportements actifs et volontaires à la participation d'une construction d'un « média communautaire » et d'une « co-écriture de la ville ». Nos recherches nous amènent à penser que notre dispositif combiné à d'autres médias pourrait

cohabiter pour prolonger les effets de la médiation et compléter ainsi cette appropriation du territoire.

Frédéric Kaplan (2012) soutient que la multiplication des données informatisées quotidiennement soit un accès à une « complexité » susceptible d'être synthétisé et partagé avec autrui. L'analyse des données donnant lieu de « synthèses individuelles » permettrait de déduire des « synthèses collectives » comme des généralités statistiques et à la manière d'un nouveau langage permettrait de réécrire des codes communs induisant sur le comportement collectif. Ce traitement et ces traductions des données que nous avons déjà évoqués lors de l'essai de définition d'un territoire « intelligente » proposent une écriture « sensible » de la donnée pour induire une économie comportementale collective.

Cette incitation est appelée *nudge* par les théories de l'économie comportementale. Dans la théorie du nudging (Thaler & Sunstein, 2008), l'efficacité d'une « poussée douce » est toujours le résultat d'une vision préalable du « bien-être collectif », de l'identification d'un enjeu critique, du choix d'un « public précis » et des moyens à adopter pour les « toucher » et les « inciter » à modifier ou à mieux façonner leurs compétences et leurs comportements conséquents. (Pezzini & Peverini, 2021)

Isabella Pezzini et Paolo Peverini parlent de « faire voir » les choses différemment que « d'habitude », et surtout un « savoir impliquer » l'observateur en transformant son statut actantiel, sans avoir l'air de lui ordonner ou bien de lui imposer quelque chose.

Beaucoup d'exemples dans l'espace public utilisent cette technique de *nudge* pour induire notamment sur des comportements d'incivilités quotidiennes. On pourrait alors considérer notre dispositif comme pouvant faire partie d'une même stratégie de modification du comportement vers des actions « citoyennes ». Cette stratégie d'utilisation des données existe déjà dans le dispositif que nous analysons. Nous pouvons voir dans beaucoup de métropoles, la mise en place d'indicateur de traduction la qualité

de l'air (Indice ATMO) diffusé en direct sur les affichages dynamiques urbains ayant pour vocation d'influer sur le comportement individuel. Cet exemple est utile pour montrer comment la fonction narrative d'espaces et d'objets dans l'espace public peut être utilisée dans la communication non conventionnelle pour initier à un sujet, initialement observateur extérieur, à modifier à partir de son expérience d'un dispositif et de son message, induire un changement de statut pour préfigurer son implication dans une cause d'intérêt commun.

De nombreux dispositifs ont ainsi vu le jour, un exemple est celui d'une campagne conçue par l'association caritative Hubbub²¹ à Londres par le conseil municipal de Westminster. Il s'agit d'un grand panneau installé sur une rambarde qui attire l'attention des passants à travers une question inhabituelle : « Combien coûte l'enlèvement des chewing-gums dans notre rue chaque année ? Collez votre chewing-gum sur l'une des croix pour découvrir la réponse. ²²» [*notre traduction*]

Le mécanisme d'incitation, décliné sous forme de jeu, consiste à proposer au passant un véritable quiz, en l'invitant à ne pas jeter le chewing-gum par terre, mais à le coller sur une zone de l'affiche destinée à cette fin. Pour accéder à la réponse, le citoyen doit donc suivre les indications, seule possibilité de satisfaire sa curiosité (£ 56 millions) et de réfléchir a posteriori sur l'énorme coût pour la communauté que représentent ses mauvaises habitudes. L'espace à remplir nécessite en effet d'une action collective à laquelle chacun des sujets impliqués contribue, afin de réfléchir à l'importance de travailler de manière conjointe pour résoudre ou du moins pour endiguer un problème qui se pose de longue date concernant un espace commun. Une fois recollecté

²¹ <https://www.hubbub.org.uk/peppermint-pointillist-chewing-gum-displays>

²² « How much does it cost to remove gum from our street every year ? Stick your gum onto one of the crosses to reveal the answer ».

individuellement et collé collectivement dans l'espace de réponse dédiée, une forme se distingue indiquant « 56 » répondants alors à la question. C'est par l'action individuelle et un comportement collectif que l'interaction avec le dispositif prend forme.

Ce comportement induit par le dispositif vers les habitants dans le but de les influencer et les menant à une forme de prise de conscience individuelle et commune de l'environnement et d'informations invisibles dans l'espace fait partie des pistes d'interaction utilisable intégrées dans la stratégie dans l'objet de notre recherche.

Conclusion de chapitre :

L'étude des modèles des stratégies de développement territorial participatif nous amène à intégrer notre objet d'étude à une démarche plus globale du « pouvoir faire » donner aux citoyens sur leur territoire. Des modèles qui sont en plein essor et qui dans l'avenir prendront différentes formes.

Ce modèle participatif à l'échelle des médias et des TIC contribue à la création de médias communautaires à l'échelle des quartiers. Ces médias participatifs portés par les habitants et ouvrant un espace d'expression citoyenne pourraient alors prendre une place centrale dans le rôle et la forme du dispositif au cœur de notre recherche.

Il ressort de nos entretiens que la difficulté d'induire un comportement et une participation à cette opération de médiation fait partie des questions en expérimentation de la part des collectivités locales.

Ce modèle de média participatif et citoyen demande une réflexion quant à l'appropriation du média par les acteurs de la médiation, et les possibilités de mise en action des habitants. Cette appropriation au-delà du média semble aujourd'hui en pleine réflexion par les collectivités toujours en expérimentation de nouvelle forme d'engagement et de lieux ouverts aux citoyens.

II. Appropriation de l'objet, de l'espace et appartenance sociale

A) Inertie sociale et configuration du territoire

L'espace est, du fait de sa construction, une « convention sociale ». Sa production réalise les rapports sociaux à l'échelle du quartier, elle leur donne une « forme et en même temps une inertie », leur confère une visibilité. Le social doit tenir compte des formes spatiales qu'il investit (Morsel, 2006). Les éléments coproducteurs de l'espace sont les bâtiments, les éléments emblématiques qui structurent et régissent l'espace. Le dispositif rentre alors dans cette production de l'espace social en s'incarnant physiquement dans un espace constitué d'une inertie sociale qui lui est propre. Son emprise physique participe au « codage » de cet espace vectorisant des « formes » de convention sociale. C'est en portant les « messages » des opérateurs de cet échange que la médiation participe au renforcement « d'une forme » de lien social, le rendant tangible tout en s'adaptant à l'espace qu'il investit. Le dispositif devient alors un élément lui-même coproducteur de l'espace.

C'est par la ville pratiquée et par les « pratiques spatiales », que rentrent en rapport les « usages », c'est-à-dire les « usages des lieux » (habiter, travailler, etc.) avec les « lieux pratiqués » (se déplacer, transporter, communiquer, etc.). Une pratique qui selon nous, rejoint la notion de « faire » chère à Isabella Pezzini (*Op. cit.*). Les lieux ont des usages par leur pratique quotidienne ou occasionnelle. Cet usage, parfois « fragile », est voué à être renforcé par des marqueurs sur le territoire permettant l'interprétation et l'appropriation du « lieu pratiqué socialement ». Le dispositif rentrerait alors dans un rôle de « don » de « pratique de l'espace social » donnant à pratiquer « l'espace physique » contextualisé dans un ancrage territorialisé ciblé.

Cette « pratique » pourrait alors mener à des changements spatiaux et sociaux, pouvant être mesurée au niveau des « représentations de l'espace ». Un nouvel « imaginaire spatial » pourrait alors émerger dans les représentations collectives. Un imaginaire, selon Joseph Morsel (*Op.cit.*, 13) « souvent structurées de manière binaire (permis/interdit, accessible/inaccessible, etc.) », amenant à une reconsidération de la représentation, l'appropriation, et la possibilité d'action sur l'espace du quartier.

Cette « nouvelle » représentation de l'espace mènerait alors un changement au niveau des « discours sur l'espace qui objectivent l'espace. » (*Idem*) Un discours accueilli par le dispositif par les « messages » traduisant les « représentations intersubjectives » de l'espace social et territorial.

Une appropriation double se mettrait alors en place, une appropriation matérielle et une appropriation symbolique. Créant ainsi une relation avec « l'objet de communication » et une représentation continuellement renouvelée de « l'objet approprié » (Bourdieu, 1993). Joseph Morsel (*Op.cit.*) décrit le phénomène d'appropriation autour d'un « point d'inertie » présent dans l'espace. D'après lui, l'appropriation « polaire » correspond au principe du « marquage » de l'espace, s'inscrivant dans une « démarche symbolique » avec l'appropriation d'un « point » par extenso d'un « lieu », présenté comme « central », permettant l'appropriation de l'ensemble (*Idem*).

Une démarche symbolique qui se traduit par l'érection d'un monument ou par l'appropriation symbolique de bâtiments déjà construits (*Idem*). C'est cette démarche « symbolique » que doit être accompagnée la mise en place d'un dispositif tel que décrit dans notre recherche, puisqu'elle permet l'appropriation d'un territoire à partir d'un seul point, autour lequel peut se « concentrer l'essentiel de l'énergie d'appropriation » l'efficacité du processus reposant alors sur la croyance dans le caractère central du lieu que nous portons dans notre réflexion (*Ibid.*).

Une perspective partagée et évoquée lors de nos entretiens, et qui serait directement en lien avec les politiques de la ville qui cherchent à consolider la relation des liens de proximités des habitants et leur lieu de vie. La consolidation est rendue possible par la connaissance de terrain et des particularités de chaque territoire et qui amène une compréhension des lieux symboliques et pratiqués au cœur des stratégies des politiques publiques. (*cf. entretien n°2*)

B) La création d'une « tribu affectuelle »

L'un des effets recherchés de la médiation sur le territoire est de réunir les habitants sous la forme d'une « communauté » à l'échelle du quartier. Les présupposés sont,

premièrement, qu'une communauté a besoin de partager une mémoire pour exister et, deuxièmement, que le lien social présuppose une communication et des informations partagées. La communauté étant considérée en tant que communauté de « voisinage ».

Nous nous inspirons de la théorie de la *Society of Mind* de Marvin Minsky (1987). Cet auteur montre, à travers sa théorie de la mémoire, que nous avons des lignes de connaissance, des « K-Lines, Knowledge-Lines » à l'échelle individuels. En créant, des réseaux civiques dont le but est celui de rendre ces « K-Lines » disponibles aux membres d'une communauté construirait alors une forme d'intelligence civique²³. Dans cette théorie les TIC aident à édifier des K-Lines, les collecter, les structurer et les traduire dans un but de création d'une communauté « sociale ». Créant ainsi des « S-Lines, des lignes de socialité ». En ce sens, nous nous référons volontiers aux travaux de Gilles Deleuze et de Felix Guattari sur leur introduction au concept de « Rhizome » (1980). Les réseaux numériques et notre dispositif peuvent apprendre des formes de « solidarités organiques », de partager des mémoires en ne suivant pas des formes d'agrégations rationnelles, décloisonnant alors les réseaux communautaires préexistants dans le quartier. Or, cette structure possède plusieurs centres évitant une centralisation et une hiérarchisation du réseau, un réseau solidaire permettant alors d'inclure des sources d'identité plurielle différente, mais interdépendante. Nous serions donc face à une structure rhizomatique permettant d'inclure toutes les sources d'intelligence civiques dont le dispositif ne serait qu'un outil de représentation composite.

Selon Bernard et Véronique Cova, le terme « tribu » désigne « un ensemble d'individus pas forcément homogènes (en termes de caractéristiques sociales), mais interreliés par

²³ « Civic Intelligence » – selon l'expression de Douglas Schuler

une même subjectivité, un même affect (« tribus affectuelles ») et capables d'actions collectives vécues ». (Cova & Cova, 2002 : 343)

Cette interdépendance sociale organique prendrait alors la forme d'une tribu interreliée par un partage d'un affect, qui par sa forme rhizomatique permettrait de casser les hiérarchies sociales et d'intégrer les personnes non présentes dans des réseaux civiques, comme les comités de quartiers. Ce qui donnerait également un accès aux agents de la ville aux personnes qu'ils ont du mal à toucher lors des concertations de quartier.

Le projet « *City of Memory* » par exemple (cf. annexe n°1), a permis de recueillir des histoires et des expériences vécues à New York en les représentant sur une carte interactive composée d'événements, de personnages et de lieux de vie racontée à partir de texte, audio ou vidéo. Les histoires sont liées aux lieux de la ville (indiquées par un point sur la carte), elles sont organisées par l'association locale du patrimoine culturel et aussi envoyées par les utilisateurs. L'expérience de vie à New York est ainsi partagée par ses habitants et ses visiteurs à partir d'un ensemble de mémoires vues comme un caractère collectivement construit et propre à cet espace.

Les contenus localisés participent aux logiques communautaires, en les « assignant symboliquement à résidence », en valorisant les ressemblances et les dissemblances et en soulignant les logiques de proximité et d'identité spatiale (Leite & M, 2010). Christian Norberg-Schulz présente une conception similaire. Il considère la mémoire comme une assimilation de l'espace : « La mémoire, l'orientation et l'identification des aspects de l'utilisation du lieu sont fondées sur la compréhension de ce dernier. Et c'est sur ces aspects que repose la reconnaissance... qui constitue le présupposé de *l'enracinement* d'une communauté » (Norberg-Schulz, 1997 : 8). Un enracinement justement recherché par les collectivités publiques pour resserrer les liens du territoire et l'ancrage d'une construction d'une « identité territorialisée » favorisant un lien d'appartenance au territoire.

C) Expérience partagée et mémoire collective

Maurice Halbwachs attache une importance fondamentale à la mémoire dans la construction d'une communauté.

Pour lui (Halbwachs, 1950 : 86) « La mémoire collective permet d'établir les spécificités d'une mémoire collective virtuelle. » La fonction de la mémoire est un phénomène à la fois intersubjectif et individuel, ayant pour fonction « de réguler le mouvement bouillonnant de la vie sociale afin de maintenir la pérennité des "institutions" sous la forme d'un récit collectif. » (*Ibid.* : 88). Cette pérennité de la mémoire collective passe par une « incarnation matérielle qui immobilise en un lieu et fige dans la durée l'image du lien social. » (*Ibid.* : 86). Dans notre hypothèse c'est cette « incarnation matérielle » par le dispositif physique, mais aussi par son contenu qui serait considéré comme participant à mise en « écriture de la mémoire collective » d'un quartier et à sa pérennisation, voire un moyen de médiation pour rendre « visible » cette mémoire qui relie les mémoires individuelles pour former une mémoire collectivement écrite.

Le rapport entre la mémoire collective numérique et l'intelligence collective est décrit par Pierre Lévy (1997) qui précise que « Le cyberspace concentre des flux de connaissances informatisées qui transforment celui-ci en un hypercortex, un cerveau collectif capable de faire coexister une diversité de savoirs jamais synthétisables ou assimilables en un seul individu. Le cyberspace recompose les formes de relations sociales médiatiques en cela qu'il autorise un rapport de tous à tous. ». Ce qui selon cet auteur, placerait l'individu dans une « position de contributeur potentiel à cette intelligence collective » (*Idem*). Une contribution involontaire par les traces que laisse l'individu quotidiennement « par les machines de rétention tertiaires », mais également par une contribution en diffusant du contenu dans le « dispositif » vers la mémoire collective numérique. Ainsi les publications de données sur elle-même, en elle-même se multiplient et poussent la ville à prendre conscience d'elle-même. Et nous irons plus loin en affirmant que les publications de données sur la communauté pousseraient aux individus de prendre conscience d'eux-mêmes dans un tout collectif (Do Kim, 2015).

Selon Nicolas Nova (2008) de nombreux éléments de la ville possèdent leurs ombres informationnelles : « cela signifie que chaque monument, immeuble ou rue, posséderait leur *alter-ego* digital, enrichi de nombreuses informations, qui abritent des nuages de données », une ombre informationnelle que l'on pourrait remettre en contexte grâce à notre dispositif.

Nous avançons donc que le dispositif pourrait permettre d'aller vers une réarticulation de l'écriture sur la ville et ainsi favoriser le « recodage » des mémoires individuelles et collectives. Une ombre « informationnelle » sur les identités individuelles et collectives, les expériences, les traces serait alors visible dans le dispositif de médiation.

Un exemple de mise en visibilité de cette ombre informationnelle est la mise en place, de *Streetmueum* application de réalité augmentée proposée par *The Museum of London* qui avait pour but la promotion du patrimoine culturel de la ville. Et qui guidait les utilisateurs à travers Londres, où un fond de plus de 200 photographies anciennes de la capitale pouvait être consulté *in situ* offrant ainsi une fenêtre sur le passé.

D) Forme du dispositif de médiation

L'enjeu de la médiation passe aussi par la forme physique du dispositif, l'interface tangible sous la forme d'un écran n'est pas uniquement un écran de plus dans l'environnement humain. Par sa portée symbolique, ce dispositif doit être pensé comme étant autonome dans sa forme et sa fonction. À la suite de nos entretiens, il est clair que l'acceptation des panneaux urbains numériques à visée publicitaires entache l'acceptation d'un dispositif numérique dans l'espace urbain. (*cf.* entretien n°1)

Il est donc important de donner une forme propre au dispositif et de lui redonner une valeur en lien avec sa fonction sociale et non pas comme déclinaison des panneaux publicitaires.

Il nous apparaît essentiel de penser à l'implantation du dispositif, son ancrage s'effectuant dans les lieux symboliques des quartiers. Mais il est tout aussi important de penser à la

taille du dispositif. Notre interface voulant recréer du lien à l'échelle de la ville, il nous semble intéressant de considérer l'échelle de la perception à l'échelle de l'espace et à l'échelle des usagers. Nous parlerons alors d'une interface à « échelle humaine ». Littéralement ayant la même dimension qu'un adulte. En effet, si les panneaux 4 par 3 mètres occupent l'espace par leur prédominance visuelle dans des moments de mobilités, préférer une interface à « taille humaine » tisse un lien plus « intime » avec les habitants. Sa mesure est nécessaire au calcul de la distance de visualisation optimale et dans notre cas à l'intention donnée à l'expérience de visionnage. Le plaisir face à un contenu et l'expérience positive du visionnage est induit par la taille de l'écran utilisée lors des expériences d'immersion. Une taille qui impacte la qualité de cette expérience, ainsi que le niveau d'immersion, cet impact touche l'éveil, l'évaluation du caractère médiatique et la jouissance du média utilisé. (Grabe, Lombard, Reich, Bracken, & Ditton, 1999)

Cette stratégie est d'ailleurs bien comprise dans les implantations commerciales d'écran à but publicitaire dans les zones de « flânerie » comme les centres commerciaux. Actuellement, les affichages dynamiques urbains des collectivités se composent essentiellement d'écran sur des mâts en hauteur donnés à être vu par le plus grand nombre dans des situations de mobilités. Les stratégies complémentaires à ces « journaux électroniques » recourent à des abris-bus dotés d'écran numérique. Nous sommes donc ici dans une stratégie de diffusion de masse et non dans une stratégie de diffusion restreinte à un public particulier.

Cette constatation est également ressortie de nos entretiens : l'implantation doit être pensée par rapport à la vie sociale ce qui est capable d'être fait par les services de la politique de la ville. Un constat s'impose alors : dans le système actuel, ces panneaux sont implantés par les services de l'urbanisme en lien avec la communication et parfois sans la politique de la ville ce qui nous relève d'une stratégie de communication de masse à l'opposé même du concept de « complicité » avec les habitants. Autre constat, le remplacement de panneaux existants est d'ordre « technologique » plutôt que stratégique. Il concerne la particularité des affichages (panneaux LED) que l'on substitue aux

dispositifs précédents repensés à changer ni l'implantation ni la taille des dispositifs : « d'affichage public » qui occulte les questions de proximité. (cf. entretiens n°2 et n°3)

La stratégie accompagnant le dispositif serait d'aller vers une occupation de l'espace en favorisant des moments d'immobilité et « d'ancrage » dans le lieu. Une stratégie préexistante dans le mobilier urbain comme les bancs publics amenant à devenir statique. Loin d'être anecdotique, l'analogie au banc public amène à penser le dispositif comme élément de l'environnement appelé à devenir pleinement un élément structurant le territoire et favorisant le lien social. L'hybridation d'un banc public avec le dispositif nous amène à penser une médiation vis-à-vis du dispositif en lui-même et de sa forme. Nous ne ferons pas une sociologie du banc public, mais la cohabitation de ces dispositifs d'ancrage dans la ville pourrait être le moyen de donner une valeur d'autant plus symbolique au dispositif global.

Une médiation d'autant plus nécessaire lorsque nous voyons fleurir de collectifs antipublicité et anti-écran dans les villes nous amenant à penser le dispositif pour son acceptation dans l'environnement urbain. Il existe en France, est dans d'autres pays européens, des mouvements et collectifs « Antipub » qui prônent la liberté de ne pas subir les affichages urbains au quotidien.

Il ressort à la suite de nos entretiens que les enjeux politiques sont fort sur ce point et freine le développement de dispositif tel que décrit dans ma recherche. C'est un point sur lequel les prestataires privés luttent pour améliorer l'image de leurs dispositifs pour être mieux accepté dans l'espace public. (cf. entretien n°1)

À l'heure de l'économie numérique, Malcolm McCullough propose le terme *d'ambient commons* pour désigner la portion d'informations utiles et susceptibles d'attiser la sensibilité des usagers. (McCullough, 2013). Définissant ainsi un environnement considéré comme un bien commun réguler pour les intérêts de tous. Dans un principe d'affordance de l'objet technique avec ses usagers, pour que les acteurs de la médiation

se mobilisent de l'outil de manière cohérente, il faut donc qu'ils s'accordent à la fois sur les potentialités du dispositif et sur le type de relation qu'il médiatise. Le dispositif serait alors accepté pour ses potentialités créant ainsi une relation positive à l'objet physique. C'est en s'intégrant alors dans les normes sociales et en créant alors un rapport de valeur, que le dispositif se dissocierait de son apparence similaire aux panneaux publicitaires numériques, lui donnant alors un sens socio numérique différent.

Conclusion de partie :

La régulation conjointe autour du dispositif amène au travail collaboratif autour d'un projet commun le dispositif devenant alors un « objet communicationnel ». D'après Serge Proulx (2007 : 2) : « Cet objet communicationnel peut être défini comme un objet disposant d'une « force » (au sens de Mauss) pouvant favoriser des pratiques d'interaction, d'échange, de coopération, de coordination entre individus et entre groupes. »

C'est par les pratiques de communication naissant de l'usage de cet objet communicationnel que selon Serge Proulx peut être « induit un type particulier de socialisation et éventuellement, une transformation dans la nature du lien social. » (*Idem*). Un lien social qui selon nous constitue alors une communauté organisée autour de la production de l'objet.

Prenant la forme d'un média communautaire, le dispositif amène à resserrer les liens des participants à l'opération de médiation. L'appropriation du dispositif se fait alors par le « faire » donnant lieu à une capacitation citoyenne dans l'espace de communication offert par le dispositif. Une capacité qui participe à la création d'une tribu affectuelle qui est réunie autour du dispositif. Créant alors une inertie sociale qui est productrice de l'espace social à l'échelle du quartier pratiqué.

La médiation permet alors, par son contenu, de créer des mémoires collectives vecteurs d'une construction d'une identité de quartier singulière et en constante évolution. C'est cette identité qui participe à la création d'une redéfinition des normes sociales devenant

alors vectrices des valeurs portées par le dispositif. En réinventant les règles de cohabitation régissant l'espace public, le dispositif devient acceptable par ses potentialités sociales conférant alors à l'objet un usage social vecteur d'intelligence collective localisé et participant à l'intelligence du territoire. Une potentialité qui doit être constituante du dispositif pour pouvoir être intégré symboliquement à l'espace social du quartier et considéré en tant que vecteur d'une inertie sociale.

Conclusion du mémoire :

Les dispositifs d'affichage dynamiques urbains doivent être au service de la création d'un média social, collaboratif et citoyen ayant pour but d'être vecteur d'intelligence collective sociale et territoriale, articulant deux stratégies. La première stratégie est de fonder sa force sur son implantation au cœur des territoires « habités » pour exploiter l'intelligence et l'inertie sociale de chaque lieu, la seconde stratégie est de fonder la construction du dispositif comme un outil de développement d'une communication engageante donnant vie à un média collaboratif de quartier.

Pour construire le dispositif en tant que médiateur sur le territoire, il est nécessaire de cerner l'intelligence que ce territoire cherche à développer et pouvant participer à l'opération de médiation. C'est par son implantation stratégique que ce dispositif peut alors être un point d'inertie social pour une communauté territorialisée à l'échelle du quartier.

Par sa propriété matérielle et tangible rendue possible par l'écran positionné dans l'espace public, il intervient alors comme une interface de lecture d'informations, s'intercalant entre l'individu et son environnement dont il augmenterait l'intelligibilité et son appropriation. Cette interface physique se positionnerait alors comme l'élément central d'un dispositif de compréhension et de modélisation des interactions dans la ville qui offrirait aux habitants les moyens de voir et de comprendre la réalité de leur

environnement, d'imaginer ses transformations, et de visualiser les traces invisibles qui l'habitent et le composent.

Une médiation de l'environnement permise par les technologies aujourd'hui de plus en plus implantées dans l'espace urbain contemporain, et amenant une intelligence technologique au lieu et qui par sa médiation faciliterait l'appropriation du territoire rendu « intelligent ». C'est par sa capacité à s'adapter à la singularité du lieu que le dispositif peut devenir « agile » et réduire un champ d'action de « proximité » à l'échelle du quartier et de ses usagers, construisant ainsi une relation cognitive, affective et symbolique entre l'individu et l'espace. C'est cette capacité d'adaptation qui avec l'aide de la médiation du dispositif et du média permet le développement d'une relation qui participe au renforcement d'un « Genius loci » singulier qui consolide la communauté dont il est issu et qui l'incarne.

Pour opérer la médiation, le dispositif n'agit pas par sa seule présence, il imbrique plusieurs échelles de médiations dont le noyau serait l'interface tangible, faisant graviter autour de lui des strates de la constitution d'une relation de proximité et d'une communauté qui en émanerait.

C'est par la création d'un nouveau média de proximité singulier propre au lieu que la première pierre de la stratégie prend place. Sont alors intégrés dans une stratégie de « communication engageante » des individus liés par un objectif commun devenant un collectif de communicant porteur de la médiation, de son contenu et de sa forme et de ses modalités. Est alors créé un espace de communication considéré comme un « bien commun » en extension de l'espace public.

L'une des modalités d'échanges que propose ce dispositif de médiation est d'également d'imaginer la circulation des valeurs et de l'engagement des individus dans l'espace d'expression ainsi proposé. Un échange participant alors à une réappropriation de la communication dans l'espace public et d'un pouvoir faire dans les territoires de la ville. Cette capacitation citoyenne s'imbrique alors dans d'autres échelles de la politique de la ville notamment par les projets de démocratie participative et de développement urbain

en concertation avec les habitants, le dispositif serait ainsi un outil au service du développement des territoires tirant profit des politiques déjà en place et participant au renforcement des dynamiques locales citoyennes. Par ce média participatif et citoyen à l'échelle du quartier, c'est une identité collective qui se construit participant à un esprit d'appartenance au territoire par sa compréhension et l'écriture qui la rend « visible ».

Comme évoqué dans les entretiens il est nécessaire de penser ce dispositif comme élément permettant de rendre accessible l'information et la communication à tous.

Ainsi la communication ne serait pas dédiée à une personne se connectant à internet, utilisant des réseaux socio numériques comme seul espace disponible de communication de proximité. Une stratégie de création d'un espace « commun » rendrait accessible la possibilité d'accès à l'information simplement par sa présence dans l'espace et toucherait le citoyen de manière démocratique en ne conditionnant pas l'accès à l'information. Le dispositif qui nous intéresse va au-delà des groupes sociaux et devient accessible à tout âge réduisant de fait la fracture numérique en particulier pour les plus anciens et les habitants n'appartenant pas à des groupes formels déjà constitués. (*cf. entretien n°2*)

Nous avons détecté des éléments de réponse quant à aux limites du dispositif que nous avons étudié. Au-delà du coût financier, il faut en prendre en compte que de tels dispositifs demandent du temps d'organisation et de gestion. Un temps que parfois les ressources internes des collectivités locales n'ont pas et même parfois un manque de compétences interne. D'un point vu du modèle financier, nous voyons des modèles préexistants, avec par exemple des abribus autofinancés par la participation de régies publicitaires. Ces espaces commerciaux dans le dispositif que nous avons étudié nous semblent incompatibles au vu de la symbolique portée dans la norme sociale vis-à-vis de ces dispositifs publicitaires, qui semblent d'ailleurs déjà interférer avec un développement des panneaux numérique des collectivités.

Une des grandes questions que nous n'avons pas pu aborder dans notre recherche est la gouvernance numérique de l'espace public, incarné par la loi climat et résilience.

Issue des travaux de la Convention citoyenne pour le climat, la loi porte sur la lutte contre le dérèglement climatique et le renforcement de la résilience face à ses effets, elle a été promulguée et publiée au Journal officiel le 24 août 2021. Cette loi vise à ancrer l'écologie dans notre société : dans nos services publics, dans l'éducation, dans l'urbanisme, dans les déplacements, dans les modes de consommation et dans la justice. Aujourd'hui, cette loi donne la possibilité pour un maire de réglementer les dispositifs publicitaires lumineux en vitrine via le règlement local de publicité, ce pouvoir permet notamment de réglementer les publicités lumineuses situées à l'intérieur des vitrines, et visibles depuis la rue (réglementation de la taille, de l'espace alloué, des horaires d'utilisation...), cependant actuellement il est difficile d'analyser l'application de cette réglementation sur le territoire, notamment sur l'aspect politique de gestion de ces écrans vers une écologie visuelle et un « bien commun » environnemental. Une gestion qui semble être débattue autant par les commerçants concernés par d'éventuelles restrictions que par des collectifs d'habitants ou anti-pub et qui d'après nos entretiens reste un sujet sensible pour les politiques publiques.

Lors des trois entretiens, la contrainte politique a beaucoup été évoquée, contrainte ayant grandement conditionné notre recherche nous amenant à étudier les pierres conceptuelles que constituerait un tel dispositif au service du territoire et de ses habitants. Peu de collectivités sous des contraintes écologiques ou morales n'osent ou n'expriment pas le souhait d'un développement de l'implantation d'écran dans l'espace public. Le baromètre Cap'Com formule d'ailleurs le même constat, montrant qu'aujourd'hui les utilisations des panneaux des collectivités se contraignent à la diffusion de contenu à but informatif et moins à une création d'une relation et d'un espace d'expression citoyen.

Bibliographie

- Agamben, Giorgio, et Martin Rueff. 2014. *Qu'est-ce qu'un dispositif?* Nouvelle éd. Paris: Payot & Rivages.
- Ascher, François. 1995. *Métapolis ou l'avenir des villes*. Paris: éditions Odile Jacob.
- Bacqué, Marie-Hélène, Henri Rey, et Yves Sintomer. 2005. *Conclusion. La démocratie participative, modèles et enjeux*. Paris: La Découverte.
- Badir, Sémir. 2007. « Intensités d'affichage ». *Actes Sémiotiques*.
- Barthélémy, Jean-Hugues. 2015. « Glossaire Simondon : les 50 grandes entrées dans l'œuvre ».
- Barthes, Roland. 1985. *L'aventure sémiologique*. Paris: Seuil.
- Berger, Peter, et Thomas Luckmann. 2018. *La Construction sociale de la réalité*. Paris: Armand Colin.
- Bergeron, Henri, Patrick Castel, Sophie Dubuisson-Quellier, Jeanne Lazarus, Étienne Nouguez, et Olivier Pilmis. 2018. *Le biais comportementaliste*. Paris: Presses de Sciences Po.
- Bolter, J. David. 2001. *Writing space: computers, hypertext, and the remediation of print*. 2nd ed. New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bonaccorsi, Julia. 2018. « Le sens collectif de l'écran dans la ville ». *Interfaces numériques* 5(1):106-106.
- Bouloires, Alain, et Christine Larrazet. 2016. « Les média-acteurs de proximité : des citoyens en quête de commun ». *Recherches en communication* (42):109-26.
- Calvignac, Cédric. 2010. « Ne pas tomber dans le panneau ». *Sciences de la société* (80):162-73.
- Capra, Paula. 2007. « L'originalité de la communication participative en Amérique Latine ». *Hermès* n° 48(2):135.
- Carlos Smaniotto Costa, Ina Šuklje Erjavec, Therese Kenna, Michiel de Lange, Konstantinos Ioannidis, Gabriela Maksymiuk, Martijn de Waal. 2019. *Cyberparks - the interface between people, places and technology*. New York, NY: Springer Berlin Heidelberg.

- Casalegno, Federico. 2001. *Mémoire collective et « existence poétique » en réseaux. Éléments pour la compréhension des rapports entre nouvelles technologies, communautés et mémoire*. Paris: L'Harmattan.
- Certeau, Michel de, Luce Giard, et Michel de Certeau. 2010. *Arts de faire*. Nouvelle éd. Paris: Gallimard.
- Chesbrough, Henry William. 2003. *Open innovation: the new imperative for creating and profiting from technology*. Boston: Harvard Business School Press.
- Cova, Véronique, et Bernard Cova. 2003. *Alternatives marketing: réponses marketing aux nouveaux consommateurs. Marketing tribal, marketing de l'authentique, marketing de procurement, marketing des passions*. Paris, France: Dunod.
- Crépet, Juliette. 2012. « L'ambiance des écrans dans les lieux publics - Le cas de l'affichage numérique ». P. 563 in. International Ambiances Network.
- Danielou, Jean, François Ménard, Gabriel Dupuy, et Dominique Lorrain. 2013. *L'art d'augmenter les villes: (pour) une enquête sur la ville intelligente*. Paris: Plan Urbanisme construction architecture.
- Detienne, Marcel. 2010. *Les savoirs de l'écriture en Grèce ancienne*. Nouvelle éd. identique à celle de 1988. Villeneuve d'Ascq: Presses universitaires de Lille.
- Do Kim, Sung. 2015. « La ville augmentée et l'avenir de l'écriture: épistémologie et archéologie des inscriptions urbaines dans l'ère numérique ». in *L'Homme-trace: Inscriptions corporelles et techniques*. Paris: CNRS Éditions.
- Dufort, Diane, Federico Tajariol, et Ioan Roxin. 2015. « Jeux pervasifs culturels: conception d'un outil descriptif et taxonomique ». *Questions de communication* (28):19-41.
- de Feraudy, Tatiana, et Mathieu Saujot. s. d. « Une ville plus contributive et durable: crowdsourcing urbain et participation citoyenne numérique ». *IDDRI* (n° 09/16).
- Festa, Daniela. 2016. « Les communs urbains. L'invention du commun ». *Tracés* (#16):233-56.
- Fontanille, Jacques. 2007. « Affichages: de la sémiotique des objets à la sémiotique des situations] ». *Actes Sémiotiques*.

- Fontanille, Jacques. 2008. « Étude de cas : l'affichage ». P. 179-215 in *Pratiques sémiotiques, Formes sémiotiques*. Paris cedex 14: Presses Universitaires de France.
- Fourny, Marie-Christine, et Damien Denizot. 2013. « La prospective territoriale, révélateur et outil d'une action publique territorialisée ». P. 29-43 in *Territoires en action et dans l'action, Géographie sociale*, édité par R. Dodier, A. Rouyer, et R. Séchet. Rennes: Presses universitaires de Rennes.
- Galinon-Méléneq, Béatrice, Fabien Liénard, et Sami Zlitni. 2016. *L'Homme Trace. Inscriptions corporelles et techniques, CNRS éditions, 2015*. Paris: CNRS Editions.
- Gardère, Elizabeth, Jean-Luc Bouillon, et Catherine Loneux. 2019. « Le « collaboratif » dans les organisations : une question de communication ». *Communication et organisation. Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle* (55):9-22.
- Garel, Gilles. 2020. « Brice Laurent, Michael Baker, Valérie Beaudouin et Nathalie Raulet-Croset (dir.), Innovation et participation. Approches critiques ». *Sociologie du travail* 62(4).
- Glémain, Pascal. 2020. « L'entreprise sociale et son (r)apport au territoire : l'apport de la géographie humaniste à la théorie de l'Acteur-Réseau ». *Annales de géographie* 731(1):62-82.
- Greenfield, Adam. 2007. *Every[ware]. La révolution de l'ubimedia. Trad. Cyril Fiévet*. Limoges: FYP éditions.
- Halbwachs, Maurice. 1968. *La Mémoire collective*. Paris: Presses universitaires de France.
- Hamarneh, Sally. 2018. « L'utilité des places publiques comme medias : un indicateur de cohésion sociale dans les villes à l'ère numérique ». These de doctorat, Paris 8, Paris.
- Hess, Charlotte, éd. 2011. *Understanding Knowledge as a Commons: From Theory to Practice*. first MIT paperb. ed. Cambridge: MIT Press.
- Kaplan, Frédéric. 2012. *La métamorphose des objets*. 2nde éd. Limoges: FYP éditions.
- Kluitenberg, E. 2006. « The Network of Waves: Living and Acting in a Hybrid Space. »
- Lamizet, Bernard. 2002. *Le sens de la ville*. L'Harmattan. Paris.

- Lamizet, Bernard. 2007. « La polyphonie urbaine : essai de définition ». *Communication et organisation. Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle* (32):14-25.
- Laudati, Patrizia. 2015. « Médiation urbaine. Expérience sensible et sens de l'espace ». P. 87-97 in *Congrès de l'Association Française de Sémiotique.*, édité par AFS. Luxembourg, Luxembourg: Denis Bertrand, Marion Colas-Blaise, Ivan Darrault-Harris et Veronica Estay-Stange.
- Laudati, Patrizia, et Mei Menassel. 2015. « Les dispositifs numériques “ créatifs ” comme outils de médiation dans l'espace urbain ». P. 161-71 in *Arts et Créations au prisme des TIC*. Paris: L'Harmattan.
- Leite, Julieta. 2008. « A ubiqüidade da informação digital no espaço urbano ». 15.
- Leite, Julieta. 2010. « Médiations technologiques dans la ville: dès la notion d'espace urbain augmenté aux formes d'expérience collectivement partagées (Technological Mediations in the City: From a Notion of Augmented Urban Space to the Construction of a Sense of Connectedness by the Collective Experience) ».
- Leite, Julieta Maria de Vasconcelos. 2010. « Médiations technologiques dans la ville : de l'expérience de l'espace urbain aux formes d'interactions sociales hybrides ». These de doctorat, Paris 5, Paris.
- Leleu-Merviel, Sylvie. 2008. *Objectiver l'humain ?* Vol. 1. Paris, France: Hermes science publ. : Lavoisier, impr. 2008.
- Lévy, Pierre. 1997. *L'intelligence collective: pour une anthropologie du cyberspace*. Paris: La Découverte.
- Maffesoli, Michel. 1990. *Au creux des apparences: pour une éthique de l'esthétique*. Paris: Plon.
- Mayer-Schönberger, Viktor, et Kenneth Cukier. 2013. « Mise en données du monde, le déluge numérique ». *Le monde diplomatique* (N°712):p.1, p.20-21.
- McCullough, Malcolm. 2013. *Ambient Commons: Attention in the Age of Embodied Information*. Cambridge: The MIT press.
- Minsky, Marvin. 1987. *The Society of Mind*. London: Heinemann.

- Morin, Edgar. 1977. *La méthode. Tome I, La nature de la nature*. Paris, France: Éditions du Seuil.
- Morsel, Joseph. 2006. « Appropriation communautaire du territoire, ou appropriation territoriale de la communauté ? » *Hypothèses* 9(1):89-104.
- Norberg-Schulz, Christian, et Odile Seyler. 2017. *Genius loci: paysage, ambiance, architecture*. Bruxelles: Mardaga.
- Nova, Nicolas. 2009. *Les médias géolocalisés*. Limoges: FYP éditions.
- Peugeot, Valérie, Clément Mabi, et Benjamin Chevallier. 2019. « L'innovation contributive renforce-t-elle le pouvoir citoyen dans la ville numérique ? » *Reseaux* 218(6):143-69.
- Pezzini, Isabella, et Paolo Peverini. 2021. « Communication non conventionnelle et nudging en contexte urbain ». *Actes Sémiotiques* (124)
- Proulx, Serge. 2007. « L'usage des objets communicationnels : l'inscription dans le tissu social ». *La société de la connaissance à l'ère de la vie numérique, Groupe des Écoles de Télécommunications (GET)*, 104-11.
- Quijoux, Maxime, et Michel Lallement. 2017. « Review of L'âge du faire. Hacking, travail, anarchie. (La couleur des idées), Lallement Michel ». *Revue française de sociologie* 58(1):142-45.
- Rabari, Chirag, et Michael Storper. 2014. « The digital skin of cities: Urban theory and research in the age of the sensed and metered city, ubiquitous computing and big data ». *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 8:27-42.
- Rancière, Jacques. 2000. *Le partage du sensible*. Paris: La Fabrique Éditions.
- Raoul, Bruno. 2017. « Le territoire comme objet communicationnel : entre « tiers symbolisant » et « discours social ». Une mise en perspective médiatique ». *Communication & langages* 193(3):117-43.
- Rheingold, Howard. 2003. « Smart mobs ». *Societes* 79(1):75-87.
- Sen, Amartya. 1980. *Tanner Lectures on Human Values, Volume 1*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Solervicens, Marcelo. 2006. « 7. Les défis des radios communautaires dans le monde ». P. 163-90 in *Diversité et indépendance des médias*, édité par I. Gusse. Montréal: Presses de l'Université de Montréal.

« Pistes d'innovation Numérique tous risques - Fing ». Consulté 22 mai 2022
(<https://fing.org/publications/pistes-dinnovation-numerique-tous-risques.html>).

Annexes

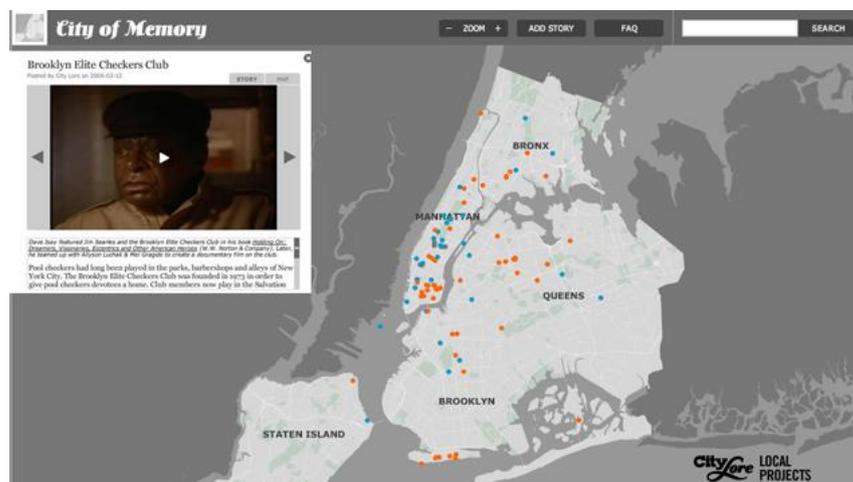
A) Annexes n°1 — City of Memory — 2006

Source : <https://docubase.mit.edu/project/city-of-memory/>

City of Memory est une carte narrative participative et dynamique de la ville de New York, réalisée par l'institution du patrimoine culturel City Lore.

Le projet a vu le jour lors du Smithsonian Folklife Festival 2001 à Washington, DC, sous la forme d'une carte géante en polystyrène avec des punaises construites pour mettre en valeur la culture populaire de la ville de New York. Les visiteurs notaient leurs souvenirs sur des carrés d'acétate et les punaisaient à l'adresse où l'histoire se déroulait. Le projet à part la suite était numérisé sous la forme d'une carte interactive.

City of Memory crée un réseau de souvenirs imbriqués, qui témoigne de la vie intérieure de la ville. Basé sur le lieu, il relie les histoires et les souvenirs d'une manière qui transcende la chronologie, créant des liens et permettant aux visiteurs de redécouvrir la ville à travers les souvenirs des autres.



Source image : <https://gothamist.com/news/map-of-the-day-city-of-memory>

B) Annexes n°2 — CityWall — 2007

Source : https://ipcity.eu/?page_id=289

CityWall est un grand écran tactile installé dans un lieu central d'Helsinki, qui sert d'interface collaborative et ludique pour le paysage médiatique en constante évolution de la ville. Mis au point par l'Ubiquitous Interaction Groupe à l'Institut des Technologies de l'Information d'Helsinki.



C) Annexe n°3 — Entretiens

Entretien n°1 Yves Charmont

Délégué général - Cap'Com

Entretien téléphonique du 14 avril 2022

Il y a peu de gens qui voit ce média comme un média qui permet justement cette complicité. Moi j'appelle ça la complicité.

Je considère que l'affichage audiovisuel dynamique est un média compliqué. C'est-à-dire qu'il permet une grande proximité par sa réactivité, de tisser des liens. Voilà, Réactif, proche, sensible. Mais j'ai très peu d'exemples. Je présuppose que ça pourrait servir à ça, en théorie quand on déploie un peu tout ça, on se dit oui, mais c'est le moment de communiquer une information juste à l'instant T à des gens à un endroit précis, ça permet de réagir sur des questions de qualité de l'air, de qualité de circulation, de temps, de choses comme ça. On le voit, on le soupçonne.

Mais c'est guerres comme ça, enfin pas souvent, promu comme ça. On ne le met pas en avant auprès des collectivités comme ça. On passe beaucoup plus de temps à dénigrer les panneaux que sont ces panneaux avec des écrans. On dit tout le mal qu'on en pense, ça consomme de l'esprit, ça consomme de l'électricité, et on en oublie complètement les qualités propres de ce média.

Cela étant, tous les médias peuvent avoir des qualités et cette qualité elle est celle-ci. Il y a des lignes de force. Et, il y a une ligne de force concernant ces médias : l'affichage. Moi j'utilise un mot volontairement provocateur, je dis et je ne suis pas le seul à le dire que l'affichage est un média totalitaire.

C'est un média totalitaire parce qu'il s'impose à la vue, parce que tous les autres médias si vous regardez bien, il faut un minimum de marche pour pouvoir accéder au message. Le smartphone qui n'est pas allumé ne délivre aucun message, si l'on n'ouvre pas un journal, si l'on n'écoute pas un média, on ne reçoit aucun message. Le seul média qui impose, mais qui impose de façon totalitaire son message c'est l'affichage.

On marche dans la rue et « boum », il y a une affiche. On ne peut pas là loucher même si on ne peut pas la voir, on la voit, donc c'est un média qui est violent.

Si on reprend l'histoire, je ne vais pas rentrer dans de longs discours, l'affichage remonte à l'Antiquité. L'affichage c'étaient des gravures sur les cirques romains qui ne donnaient pas forcément des informations du média, c'était : ce bâtiment a été construit pour l'empereur, des choses comme ça. C'étaient des affichages à caractère institutionnel, c'est de la communication institutionnelle, elle était gravée. Puis on remarque aussi dans la culture romaine, on a des tags, des graffitis. Pompéi regorge de graffitis écrits par des gens sur les murs. On voit que la communication sur le mur est l'ancêtre de l'affiche parce que la fiche n'existait pas. C'est déjà quelque chose qui existait et qui était déjà efficace.

Il y a toute une partie de communications institutionnelles donc moi ce qui m'intéresse, c'est le champ de la communication publique et institutionnelle, il y a toute une partie de la communication institutionnelle qui passe par l'affiche. Quand les gens ont commencé à savoir lire, et bien on a des affiches qu'on appelle l'affichage officiel, ce sont les bancs publics. Les avis à la population, la mobilisation générale, passent par des affiches qu'on a collées sur les murs.

Donc l'affiche avant d'être publicitaire, existe et elles délivrent des messages. Après bien sûr, il y a eu tout un temps où c'était la publicité pour des fins commerciales. Pas forcément des marques au début, parce que les marques c'est encore quelque chose d'assez récent, mais quand les marques sont arrivées, on voit tout un tas d'affiches qui existe sur les murs, permanentes, en tôle ou avec des affiches en papier. Et ça, c'est le 19^e et le 20^e siècle, ce sont les murs peints, etc.

Viens après la grande époque du 4 par 3, une pollution incroyable, ces panneaux qu'on voit partout et qui sont privilégiés de la communication commerciale. La communication publique n'est jamais très loin, elle l'utilise aussi un peu de façon maladroite. Puis on a l'interdiction d'affichage politique qui vient et qui dit que c'est quelque chose de sale. L'affiche à quelque chose de sale, peut-être est-ce que l'on considère que c'est parce que c'est coûteux. Il y a une question d'argent derrière. Il y a aussi peut-être derrière de manière inconsciente cette idée de l'aspect totalitaire de l'affiche. La propagande des années 30 utilise beaucoup l'affiche et que ce soit dans les régimes totalitaires d'Europe, je pense, aux fascistes et aux nazis, on a un recours à l'affiche. Dans les régimes totalitaires communistes, on a énormément de propagandistes qui passent par l'affiche. Même des mouvements d'affichiste, ou le constructivisme.

On a de grandes campagnes d'hygiène parallèlement pour la santé publique qui utilise aussi l'affiche. Je pense notamment aux campagnes contre les maladies du poumon. Il y a des choses comme ça.

Dans le monde moderne d'aujourd'hui, on voit arriver le mobilier urbain. Et le mobilier urbain, il y avait anciennement les colonnes Morris. C'était plutôt réservé à l'événement culturel. Encore une autre catégorie de communication dont on peut tirer un mot, puisque c'est quand même de l'affichage public puisque certes c'est commercial, mais il y a une vocation culturelle. Alors c'est compliqué, quand c'est culturel, est-ce que c'est commercial où est-ce que c'est aussi de l'intérêt général. C'est à la frontière en tout cas. Les colonnes Morris sont remplacées par les panneaux « Decaux », les fameuses sucettes « Decaux » qui font rentrer l'affichage à des formats compatibles avec les trottoirs. Puis ces réseaux se développent avec une espèce de coproduction ; on met des sucettes avec une face réservée aux villes pour justifier leur implantation sur l'espace public. C'est la trouvaille de « Decaux » et c'est ce qui fait qu'on en trouve partout.

Quand on a mis tout ça en place, on voit arriver l'affichage dynamique et cet affichage dynamique s'étend d'une façon forte, même si les communicants publics et les collectivités locales ne s'en emparent pas tant que ça, car elles sont très gênées par tous ces discours sur l'aspect consommateur d'énergie et négatifs des écrans. Pourtant quand

on prend le métro à Paris, il y en a de plus en plus, on voit bien qu'on remplace au fur et à mesure là où sont les gens, dans les transports en commun, dans la rue dans les commerces, dans les centres commerciaux. On voit fleurir à la place des panneaux qui nécessitent des mises en place d'affiches qu'on vient coller où accrocher. On voit maintenant de grandes surfaces avec des LED. La technologie a changé, elle est abordable, elle est de bien meilleure qualité. Ces panneaux avec des LED utilisent un langage qu'on ne s'est pas encore codifié, c'est quoi la longueur d'un message, est-ce que ce sont des images qui doivent bouger ou pas, est-ce qu'on doit être en largeur ou en hauteur. Ça pose beaucoup de questions.

Mais ce média a des qualités propres qui permettent d'envisager un nouveau média, un nouveau canal pour établir la relation. Une relation que j'appelle entre guillemets « complices ». On est sur une approche qui est très rapprochant.

J'ai ma première conférence au sein de Cap'Com en 2007. J'ai mis en place un réseau d'affichage dynamique dans ma mairie en 2007, ça fait quoi, 15 ans. J'ai participé à des réunions de travail de L'APCAD, l'association des professionnels de la communication audiovisuelle dynamique. J'étais à l'avant-garde sans le savoir, mais ça à jamais décoller, ça a toujours une espèce de réputation sulfureuse, mais moi mon constat c'est qu'on le veuille ou non, ce média est en train de prendre sa place. Alors, il ne le prend pas réellement dans l'espace public parce que c'est sale, mais dans le privé, je peux vous garantir qu'il prend bien sa place.

Il y a un principe de réalité, ça peut que prendre de l'espace, ça peut que s'agrandir. Il y a un champ qui est très peu décrit, très peu exploré. Si vous avez en tant qu'étudiante, le projet de faire un mémoire comme sujet. Vous serez parmi les premiers et vous êtes très bien positionné. Mais attention, vous allez avoir en face de vous énormément de freins, tout à fait étonnants, il peut y avoir une espèce de position idéologique, très négative avec des gens qui peuvent rejeter et repousser tout du revers de la main. Ce n'est pas simple.

Avec les écologistes derrière, le jeu est de dire que tout panneau détruit ou non installé, est une victoire. Moi je pense que ça va contre le centre de l'histoire et qu'ensuite le réseau de 50 sucettes qui serait remplacé par 3 panneaux d'affichage bien positionnés, je ne vois pas où est la dérive sur un plan écologique. Je pense que c'est juste un combat d'arrière-garde et qui voudrait bien mieux s'intéresser à comment faire pour que ça soit utile, efficace, plutôt que de faire démonter par principe.

J'ai fait une étude avec Cap'Com en 2015, j'avais envoyé des questionnaires à plusieurs mailings et j'avais reçu des réponses. J'avais établi une petite enquête pour faire ressortir des chiffres, des observations, combien de mairies, quels sont les formats, la durée des messages qu'on met, l'efficacité.

Demain, il y a un problème majeur de circulation, les panneaux d'affichage dynamique peuvent tout de suite donner les bonnes instructions. Pour la défense de sécurité civile, les panneaux sont extrêmement forts et puissants, donc on peut même se mettre dans l'hypothèse autour d'une communication d'urgence, autour d'un attentat. On peut avoir de la mairie de Paris, d'un seul coup, des messages sur les panneaux du 11e arrondissement : attention restez chez vous, un tueur est dans la rue. C'est immédiat et très efficace.

Je remonte pour ma part l'origine de l'affichage dynamique aux gares et au début du trafic ferroviaire où il fallait pouvoir parfois afficher, tel train, telle destination. C'est l'arrivée de ce tableau avec des choses écrites à la craie où on voit s'inscrire les destinations et les quais. Et tout le début du travail de l'affichage dynamique, ce sont des panneaux de cette catégorie avec doucement des panneaux qui sont devenus télé à commande électrique, donc des panneaux avec des pastilles ou parfois c'étaient des rouleaux avec des lettres. On le voit toujours avec le logo « kayak » qui reprend ce système, avec le déroulement des lettres ABC, ça s'arrête sur la bonne lettre. Voilà, c'est donc pour faire de l'affichage dynamique, réécrire spontanément si possible, faire varier avec une véritable variabilité de l'affichage et c'était l'affichage variable. Il est devenu très vite quand on a pu le faire des pastilles électromagnétiques, puis des écrans, qui étaient des tubes cathodiques et puis aujourd'hui, des écrans LED.

Tout ça, c'est la genèse. On en a trouvé ensuite dans les aéroports, on peut aussi parler de l'affichage des résultats sur les stades, des affichages qui bougent et puis ça a été des premiers logiciels qui ont commencé à piloter ces choses-là. Ils ont été développés pour le transport aérien. Des logiciels qui permettent de changer rapidement, de mettre des messages : vol retardé, etc. Et puis c'est ça la base quand on commence à vouloir faire des affichages dynamiques.

Mais surtout ça a changé avec la numérisation. Il y a la portabilité des fichiers, des images, des vidéos, maintenant tout peut être dessus. On peut balancer des textes, des vidéos, des chiffres et puis ce mix se mélange, un agrégat de médias. Si l'on est intelligent et qu'on travaille dans la communication publique on se dit, mais c'est le moment de reprendre des contenus qui sont assez similaires à ce qu'on met sur les téléphones portables, c'est la même chose.

Je me suis heurté à des murs, quand j'ai fait mes conférences sur le sujet en 2007, je me suis retrouvé au festival international des médias audiovisuels corporate en 2007 ou 2006, j'ai présenté un réseau d'affichage dynamique dans une ville, mais tout le monde m'a regardé avec de grands yeux. Et bien sûr, je n'ai rien eu du tout parce qu'ils n'ont rien compris. J'étais en train de parler dans le désert, mais moi partout où je prends le tram je vois des infos, les signes astrologiques du jour, les photos Instagram du moment, les infos réseaux, les infos pratiques, les infos citoyennes et ça déroule là devant mes yeux. Je me dis : je l'avais écrit il y a 15 ans. Voilà, alors ça fait mal.

Mais vous êtes au bon moment, peut-être la bonne génération, vous allez peut-être pouvoir travailler tout ça.

Il y a de la théorie aujourd'hui, notamment pour la communication publique complètement en retard sur le sujet. Pour être efficace, il faut utiliser quel format par exemple, un message c'est combien de temps, est-ce qu'il faut que ça bouge beaucoup ou pas. On a des littératures incroyables sur tous les autres formats, mais alors en revanche là-dessus rien du tout.

La sémiologie est au cœur du projet aussi parce qu'il y a un contexte, un contenu.

Trouver des cas d'exemples, vous allez voir beaucoup de mal parce que les collectivités si elles le font, elles ne le disent pas, c'est honteux. Il y a une très mauvaise réputation du média et de temps en temps, il y a des gens qui balancent des moyens et on le voit notamment dans les réseaux de transports en commun. Ils ont bien des boucles, ils ont bien des contenus, mais c'est plus ou moins sous-traiter mais pas super bien porté. Il faudra sans doute aiguillonner correctement le réseau en disant, mais si vous faites bien des choses alors dites-nous.

On parle de Rennes, par exemple, moi j'ai vu des panneaux d'affichage dynamiques et j'ai discuté avec le directeur de Rennes et personne ne s'en occupe. Pourtant ils ont bien des panneaux d'affichage dynamique et ils ont bien fait des contenus. Il y a bien quelqu'un qui a dit : tiens, il faut qu'on fasse une image animée, on va faire ça sous quel format, on va alterner le logo avec quelques infos, etc. Il y a des gens qui déclinent les affiches dans des formats qui sont des formats animés, mais c'est plus facile à avouer que ce sont des bandeaux pour internet que de dire c'est pour une affiche qui est sur un écran sur la voie publique.

Entretien n°2 : Julien Mourey

Coordination des directions de territoire chez Ville et Eurométropole de Strasbourg
Entretien téléphonique du 16/05/2022

Ce sont les équipes qui travaillent, dans les directions territoires qui sont elles-mêmes potentiellement utilisatrices de ces canaux de communication.

Mais néanmoins, je suis souvent l'interface avec les services de la communication et autres justement par rapport à ça.

Strasbourg est découpée en 7 grands quartiers et dans chacun de ces grands quartiers, il y a des équipes de 6 agents jusqu'à une quinzaine d'agents, en fonction des secteurs.

On a des quartiers sur lesquels il y a du renouvellement urbain donc on a des urbanistes opérationnels, etc.

Notre travail c'est de faire en sorte que les politiques publiques atterrissent en douceur sur le territoire et donc on va effectuer un travail d'acceptabilité, on va faire beaucoup de concertation, on va faire des réunions publiques, on va organiser des démarches d'ateliers de concertation avec les habitants.

Que ce soit sur des démarches de fonctionnement de la ville, on souhaite transformer une rue, mettre une piste cyclable à un endroit donc là on va être sûr de la gestion urbaine classique.

Et puis on va être aussi sur du développement social : c'est-à-dire sur tel secteur, il y a un besoin d'être plus en accompagnement avec les personnes seniors et développer des projets par rapport aux seniors.

On va aussi avoir des collègues dans notre équipe qui vont être sur ces démarches de mobilisation collective et là on parle aussi effectivement d'intelligence collective comme vous l'évoquiez avant. Nous, on est beaucoup sur des animations communautés.

On a maintenant de nouveaux métiers, c'est chargé de l'animation de la participation citoyenne donc ce sont des postes qui ont été créés, il n'y a pas longtemps, mais finalement on s'aperçoit que ces postes ils recouvrent déjà les métiers qu'on avait déjà en interne.

C'étaient des métiers qui faisait de la participation citoyenne sans le dire et on a des ressources en plus maintenant qui travaillent dans ce domaine et en particulier sur l'animation des assemblées de quartier, donc l'équivalent des conseils de quartier ou des conseils citoyens, les instances de participation des habitants. Le grand classique des grandes villes et pas que de grandes villes d'ailleurs, plein de collectivités dynamiques.

C'est notre cœur de métier. On est en relation avec les élus de quartier, 20 élus à Strasbourg. Nous ne sommes pas l'équipe de l' élu de quartier, néanmoins on est dans des interfaces très fortes avec eux sur la connexion de toutes les directions et tous les services de la collectivité et donc on va travailler sur des multithématiques, mais comme je vous le disais sur l'acceptabilité des politiques publiques.

Les enjeux de la communication de proximité est un gros sujet, c'est à dire comment on développe et on déploie des actions. Souvent les directions de la communication (Celles de Strasbourg), vont produire des outils de communications très massifs à l'échelle d'une ville. En revanche, quand il s'agit d'aller cibler un quartier comme vous l'évoquiez, c'est plutôt nous qui allons avoir parfois des lectures ou des canaux d'entrée.

Pour nous, le journal électronique d'information est un outil précieux qui est lu par les habitants. C'est un bon niveau de relais d'information.

Par exemple, on utilise beaucoup les classiques Flyers pour cibler les quartiers. Une de nos difficultés et comment nous on crée de la communication très réactive de territoire,

ce n'est pas toujours dans les clous de la charte de communication des uns et des autres, mais parce qu'on est plutôt dans une logique d'agilité d'essayer de trouver le bon relais. Mais qu'on a besoin de communiquer vite c'est bien aussi. On est un peu les vilains petits canards dans la maison par rapport à ça.

Par exemple, on a de vieux systèmes avec des commandes en ligne, mais pour nous ça nous va très bien parce que ça ressemble à des tweets. C'est très cadré sur le format, et l'on n'a pas besoin de quelque chose de trop complexe.

D'ailleurs, le passage sur un certain nombre de sites sur des panneaux LCD nous pose plus de questions parce que ce n'est pas forcément en adéquation avec la capacité des acteurs à produire des messages sympathiques et diffusables sur ce type de support.

Typiquement, ça fait partie des retours qu'on évoque avec les services de communication et les services publics qui aménagent ces panneaux avec « Decaux ». Certes c'est sympathique, c'est beau, c'est bien, mais pour être dessus il faut le visuel, et parfois la brocante du quartier, elle n'a pas son visuel qui est tout propre. Cependant, on a les infos de base ; ça se passe où, ça se passe à quelle heure, qui est invitée, ce que c'est ouvert, ce qui est une cible particulière, ça on arrive à le traduire.

Les limites de cet exercice, c'est que l'ensemble de la transformation de ces supports n'ont pas été faite en lien avec les équipes en territoire.

Nous à Strasbourg, il y a eu un souhait de changer ces panneaux, c'est plutôt entre la direction de la communication et de la direction de la voie publique. Mais nous, on n'a pas été sollicité. Ce qui fait que derrière, on est souvent un prescripteur de message à diffuser dessus et donc ce sont les premières alertes que j'ai faites, j'ai dit que le problème pour nous c'est que ça modifie maintenant la manière dont on va vous communiquer des informations qu'on peut diffuser et les équipes en territoire n'en n'avait pas conscience. C'est-à-dire que c'est une fois que les panneaux sont installés qu'on dit : non, mais avant tu sais ton message à 140 caractères, maintenant il ne sert plus à rien. Je peux plus diffuser ça et donc nous on se retrouve un peu planté maintenant avec ces systèmes. Alors nous on arrive à encore assouplir, vous parliez de canvas, c'est effectivement typiquement le genre d'outils qu'on peut déployer dans les équipes et encore ce n'est pas évident, parce qu'on n'a pas de licence pro typiquement. Sauf quand Pierre (Bergmiller) nous en met gentiment une à disposition, mais on n'en a pas dans les équipes et puis surtout les structures associatives avec lesquels on travaille ça peut potentiellement leur compliquer la tâche.

Pour nous, c'est un support qui est important, d'ailleurs on milite à beaucoup d'endroits pour cette communication de proximité, mais qu'il faut être attentif finalement, parce que le mieux peut être l'ennemi du bien. À vouloir faire des messages trop sympathiques, on se prive un certain nombre d'acteurs qui pourraient être des vecteurs d'information au-dessus.

L'autre point par exemple qui est un point de détail, mais qui est important c'est que la localisation de ces panneaux-là, Nous n'avons pas été sollicité dessus, donc souvent les bons endroits où ça vaut le coup de poser ces panneaux d'information, nous on peut avoir un regard dessus. Pas un regard technique sur la capacité à brancher le système ou à l'installer, mais plutôt sur le point d'intérêt dans le territoire.

Par exemple, sur un panneau d'information qui est sur une place centrale d'un quartier, il est orienté sur les axes circulation, or le 2e côté du panneau qui est aveugle donne sur la place en elle-même.

Personnellement, je m'interroge vraiment sur le fait si ça ne valait pas le coup d'avoir un double panneau à ce moment-là parce que finalement cette place est très utilisée par les familles et les habitants du quartier pour déambuler, rester avec les enfants et les autres et je pense qu'ils seraient preneurs d'information qui serait à leur attention à ce moment-là.

Donc même la localisation ou la manière dont on le positionne ça peut être important.

Il y a d'autres enjeux, c'est plutôt ce que vous évoquiez, c'est comment les habitants du quartier sont saisis. Comment au-delà de l'information véhiculer, comment eux se saisissent de l'information à diffuser dessus. Et c'est vrai que ça ce sont des sujets, mais ça ce n'était pas trop difficile avec les services de la communication chez nous, en gros de se répartir un peu le travail entre eux, ils diffusent dessus la com institutionnelle qui a vocation à être à l'échelle de l'ensemble de la ville, voilà par exemple c'est la période des inscriptions scolaires donc on informe dessus.

Mais de nous laisser une disponibilité de ces panneaux pour informer sur les animations de proximité, des actions portées par les associations, les assemblées de quartier et des temps dédiés plus aux habitants.

Donc ça en général ça ne pose pas de difficulté.

Je ne saurais pas vous dire en termes de relais d'information aujourd'hui que ça représente comme capacité de faire venir, je ne serais pas dire combien de personnes l'ont vu sur le journal électronique d'information qui sont venus à un événement. On n'a pas forcément évalué.

Mais je sais qu'en tout cas pour nous c'est quelque chose qu'on utilise régulièrement en termes de diffusion d'infos et souvent ça nous est demandé par les habitants.

On voit bien que c'est quand même quelque chose qui est une des mailles, une des briques de la communication de proximité.

Après aujourd'hui je le mettrai quand même vraiment en regard de quelque chose qu'on s'est mal faire aussi, alors nous à Strasbourg peut être que d'autres collectivités y arrivent bien, c'est comment on utilise les réseaux sociaux parce qu'aujourd'hui finalement le journal électronique d'information du quartier c'est un peu aussi la bonne page Facebook du quartier qui est connu de tout le monde alors ce ne sont sans doute pas les mêmes cibles.

L'avantage des JEI c'est quand même que là on peut toucher tout le monde. On lutte contre la fracture numérique entre guillemets c'est-à-dire qu'effectivement les personnes âgées qui vont fréquenter le quartier qui n'est pas sur le bon réseau du quartier le verront quand même, donc il y a quelque chose de très grand public et disponible à tout le monde, donc ça c'est plutôt positif.

Ce que je retiens c'est que ces journaux et moi-même d'ailleurs en arrivant dans les directions territoriales c'est quelque chose qui me semblait un peu anecdotique et en fait je m'aperçois à quel point c'est une des briques importantes. Je retiens encore une fois ce n'est pas tant la qualité de la forme, mais la qualité du fond qui va être intéressante et importante. On peut véhiculer des informations très simples et c'est un bon relais.

Une démarche qu'on a menée pendant le confinement et qui depuis s'est réalisée à Strasbourg et dans beaucoup d'autres territoires, c'est qu'à un moment donné, on cherchait à trouver des moyens de faire de la communication proximité.

D'un coup, il y a un collègue qui propose qu'on fasse appel à des crieurs de rue.

Le crieur de rue finalement il peut porter un message, il peut porter une information de manière un peu différente et alternative, donc on a déployé ça et ça s'est fait dans beaucoup de villes en France, mais c'est vrai que nous on a pris des prestations de crier publics pour aller porter des messages. On s'est basé sur les logiques d'animation de proximité, les animations d'été il y a 2 ans ou on était très embêté sur les canaux de communication qu'on pouvait utiliser puisqu'ils étaient tous verrouillés, même posé des flyers ça pose des questions parce que ça se fait de la main à la main.

Donc la criée est devenue un des supports qu'on a utilisés. Ce qui était très intéressant c'est qu'au départ, c'était notre idée à nous, mais entre-temps on s'est un peu renseigné, on s'est même formé à la criée publique. On a demandé à des crieurs de venir nous montrer ce qu'il faisait et donc l'idée c'était de nous dire non, mais nous ce qu'on prend c'est qu'on porte des messages, on propose aux habitants d'exprimer quelque chose et nous on va le porter à un endroit. On peut le thématiser, on peut l'agrémenter aussi d'informations institutionnelles. À la base ce n'est pas ça notre job.

Mais alors qu'elle est la liberté qu'on laisse, parce que finalement quand on fait une criée publique, on voit très souvent le crieur dire je vais faire une criée dans 1 h, entre-temps déposez moi vos messages que je vais porter à la connaissance de tout le monde avec une forme de variation en fonction du crieur. Mais on pourrait très bien se dire qu'il y a des messages qui peuvent être portés comme sur les web radios d'ailleurs, qui peuvent être portés à la liberté du public, on laisse un temps d'expression et puis ponctuellement une fois par semaine pendant 1 h les messages qui s'affichent sont plus des messages institutionnels, mais des messages complètement habitants qui ont envie de relayer quelque chose.

Alors il y a bien sûr une régulation a apporté, histoire de ne pas dévié, néanmoins on pourrait lui donner et ça rejoint à ce que ce que vous dites, raconter la ville autrement et

aujourd'hui je pense qu'on est encore à des années lumières, mais on pourrait aller vers ce genre de choses parce que je pense qu'il y a quelque chose qui donnerait quelque chose d'interfacé avec la vie d'un quartier qui inciterait les gens à le lire.

Je m'interroge beaucoup et ça pose beaucoup de soucis dans une administration, c'est sur le fait de véhiculer des messages dans plusieurs langues. On le fait très bien avec des touristes, en revanche on l'accepte beaucoup moins pour ses habitants quand ils ne parlent pas bien le français. Finalement, ça pourrait être un vecteur de communication très intéressant qui serait encore une fois sur des informations simples, on ne cherche pas à faire quelque chose de complexe, de complet, mais au moins on donnerait à voir et se dire qu'on a la capacité d'afficher des messages en arabe, en turc, en russe ou dans d'autres langues qui ne sont pas mal pratiquées dans nos quartiers.

Alors ça défrise, mais ça pourrait être des pistes à mon avis intéressantes à questionner.

Quand on a travaillé avec les crieurs, je pense que ce sont quand même les limites et les points à travailler pour justement faire en sorte que ça puisse se faire dans de bonnes conditions. Par exemple, les crieurs nous disaient à un moment donné : attention là, vous êtes en train de faire une communication institutionnelle, nous on ne veut pas y perdre notre âme de faire que de la com institutionnelle. Je pense dans l'autre sens, ce sont aujourd'hui des supports très institutionnels les journaux électroniques et donc d'en faire quelque chose de différent, ça pose beaucoup de questions et il va y avoir beaucoup de freins de la part des services porteurs. Par exemple, la passerelle que moi je fais entre la criée publique et les JEI va servir à un service, mais qu'un. Tu peux parce que c'est d'autres supports, d'autres médias et d'autres manières de communiquer, le construire autrement. Mais faudrait donner à voir, rassurer les services, cadrés, je pense d'un point de vue formel.

Pour dissocier on pourrait écrire d'une certaine couleur quand c'est un message institutionnel et écrire d'une autre couleur quand c'est un message porté librement par des habitants ou porté par un collectif, mais qui est de fait plus citoyen. Ceci permettrait de créer un code. Le support en lui-même permettrait un peu comme quand on regarde les pubs à la télé, quand il y a les élections et qu'on a marqué en dessous : ce message est à caractère entre guillemets politique. On cadre et on dit bien ce qui se passe. Ce n'est pas un reportage du journal télé, c'est bien un message publicitaire et je pense qu'il y a des choses à créer comme ça pour permettre justement de faire un peu plus d'hybridation, de mixte entre ces éléments là et puis aussi de casser les frontières. Parce que nous par exemple, en tant que collectivité on est très souvent victimes aussi des frontières à partir du moment où je dis je suis fonctionnaire, d'un coup je vois les regards des gens se transformer. Je pense que quand on commence à discuter avec des artistes, avec des collectifs, avec des habitants, au bout d'un moment ils vont se rendre compte que je suis autant fonctionnaire qu'habitant du quartier dans lequel vous êtes. Je peux aussi m'exprimer en tant qu'habitant. Il y a des choses à créer et je trouve que ces supports-là peuvent être des vecteurs justement de mixité et d'hybridation. Je parle d'hybridation, c'est peut-être un peu fort, mais en tout cas c'est ce genre de chose.

Ça fait partie de nos enjeux, moi j'entends souvent des collègues qui disent : il vaut mieux faire participer des habitants, vaut mieux faire de l'interaction. Je le vois avec des équipes avec lesquelles je travaille, ce sont des ultras spécialistes de la concertation. Mes collègues sans s'en rendre compte, quand ils vont dialoguer avec des habitants au pied d'immeuble, ils font de la concertation. Ils ajustent leurs politiques publiques, ils ajustent le choix des arceaux à vélo qu'on va mettre ici. Dans le dialogue qu'on va avoir finalement la personne va nous expliquer pourquoi c'est pénalisant pour elle et donc on va le déplacer de 5m et c'est ce qu'on fait en permanence.

Aujourd'hui, je pense en revanche qu'il y a un mépris sur la manière dont fonctionnent les services publics, c'est-à-dire qu'on est déjà à l'échelle de pas mal de choses en termes de concertation, cependant les exigences aujourd'hui en attente de politiques publiques qui soient bien façonnées par rapport aux attentes des habitants, elle est beaucoup plus forte qu'il y a quelques années. Quand la place de stationnement vous embêtait parce qu'elle était devant chez vous, il n'y a personne qui réagissait. Aujourd'hui, c'est plus possible de laisser ça passer, et donc on va être sur une forme aussi d'insatisfaction permanente avec la prise en compte de la rotation dans la ville. On fait des concertations avec des habitants, ils ne participent pas tous, mais 6 mois après les habitants qui sont dans le quartier, il y en a d'autres qui sont arrivés entre-temps. Il y a d'autres événements qui sont apparus, il y a d'autres projets, il y a une multiplicité de projets et donc cette complexité-là qui doit être présente. Moi j'irais bien sur le côté déjà aussi de relisser le rôle des équipes, le classique image du fonctionnaire de comprenez comment nous on essaie de travailler aussi. On essaie de faire dans la bonne intelligence, mais parfois les gens nous reprochent certaines choses. J'ai envie de leur dire : imaginez la complexité de prendre en compte le regard de toutes les parties prenantes pour créer un projet, c'est un travail en soi et je ne dis pas qu'il ne faut pas le faire. J'encouragerais volontiers les habitants qui souhaitent faire de la concertation et qui souhaitent être concertés pour un projet, d'organiser une concertation un jour pour voir comment ça s'organise. J'ai envie de dire : vous nous demandez d'être très reconnaissant des paroles de chacun et ce que vous même dans les gros projets à vous, vous êtes porteur de ça.

On a un très bon exemple là-dessus, c'est qu'à Strasbourg, on a développé des Strasbourg ça pousse, alors Strasbourg ça pousse c'est le fait de redonner un petit lopin, un pied d'arbre pour chez soi, les habitants peuvent s'en saisir et faire pousser des plantes. À partir du moment où des habitants sont portés volontaires pour faire un Strasbourg ça pousse, nous on avait des services qui disaient Ok banco, on y va. Et nous au niveau des territoires on disait attention l'habitant veut faire son projet, il est volontaire, mais est-ce qu'il a concerté avec les habitants autour ? Et là en revanche quand on rentre là-dedans on s'est rendu compte qu'en fait souvent, c'était un projet très individuel qui n'était pas porté par un collectif d'habitants. Un habitant était favorable à supprimer 3 places de stationnement, mais les 10 autres à proximité n'étaient pas du tout favorables. Ce qui était intéressant, c'est de s'apercevoir qu'en initiant des démarches, alors parce qu'elles sont citoyennes on se dit qu'elles sont vertueuses, mais elles ne sont pas plus dans une forme

de concertation et une recherche de consensus ou de consentement que celles que nous on porte. Voir même, elles le sont beaucoup moins.

Je trouve ça assez passionnant à observer. Ce que l'on dit nous dans les démarches de travail avec les habitants, il faut plus les former aux techniques de concertation et le fait qu'ils abandonnent aussi leurs idées à eux puisque nous c'est le principe quand une collectivité porte un projet et qu'elle fait de la co-construction, de la concertation un projet, c'est qu'elle s'efface au regard des besoins des habitants et des souhaits des habitants. On organise une séance de travail créative finalement on ne sait pas ce qui va en sortir à la fin et ce qui se retirera à la fin, c'est ça qu'on doit porter, ce n'est pas l'idée préconçue qu'on avait au départ. Donc est-ce que les habitants sont prêts à ça, pas tous.

C'est savoir à quel point la communauté en auto concertants d'une manière peut être induite ou autre pourrait y arriver. On a peu de preuves de ce qui pourrait exister puisque les démocraties participatives de quartier ce sont des gens déjà convaincus tant mieux, mais ce n'est pas forcément la présentation de tout le quartier. C'est une difficulté énorme. Convaincue oui ou frustré de ne pas avoir voix au chapitre. On a quand même beaucoup de gens qui participent aux séances de concertation qui ne sont pas du tout dans des approches de concertation, ils sont là pour faire passer leur message, leur volonté, et ils saisissent ces instants. C'est ce qui est très bien, mais, ce n'est pas ça qui construit une vision collective.

Entretien n°3 : Pierre Bergmiller

Responsable de la communication numérique de la ville et de l'Eurométropole de Strasbourg.

« La logique de comment intégrer l'affichage dynamique dans une intelligence collective, on n'est pas du tout avancé là-dessus pour plusieurs raisons.

Il y a une première raison, déjà politique, c'est que l'affichage dynamique sur les écrans numériques ce n'est pas très écologique. C'est déjà un problème de fond qu'il faut identifier. Dans un temps, on se pose la question du climat qu'on soit écologiste ou pas d'ailleurs ça n'a rien à voir avec l'orientation politique, mais l'orientation politique a quand même un poids. On peut se poser la question de mettre en place des écrans numériques, est ce que ça comporte derrière comme impact.

Ça peut paraître étrange que je vous parle de ça alors qu'on a beaucoup des panneaux installés sur le territoire par la société en l'occurrence « Decaux ». Mais le marché avec la société « Decaux », il a été lancé avant le changement politique et donc pas les équipes politiques écologistes qui est en place, elle ne peut pas remettre en cause un marché qui a été élaboré sous l'ancienne mandature. Et c'est compliqué puisque des groupes comme le R.A.P (la résistance à l'agression publicitaire), que vous avez sans doute également

identifié ne comprennent pas. Je ne suis pas rentré dans ce jeu-là parce que ce n'est pas mon périmètre.

Il y a une expérience non numérique qui a été menée à Strasbourg et dans d'autres villes, ce sont les fameux cendriers transparents où on écrase des cigarettes. Cela permet de se rendre compte du nombre de cigarettes que les gens balancent dans la nature. Il y a ce type de dispositif qu'on peut appeler des nudges et qui se multiplient aussi. On a un peu du mal dans le secteur public à le prendre en compte. »

« Pour dresser la manière dont on fonctionne à Strasbourg sur l'affichage dynamique, on vient de renouveler le marché avec « Decaux », on est en train de remplacer les anciens panneaux qu'on appelait les JEI (journaux électroniques d'information) avec de grandes lettres jaunes par des électroniques LCD. Le déploiement n'est pas encore totalement terminé, il se termine là ce printemps sur l'ensemble du territoire. Ce sont plusieurs dizaines de panneaux. Cela concerne à la fois des écrans qui sont dans les abribus et des écrans qui sont totalement autonomes sur de grands mâts, il y a une multiplicité d'écrans. Aujourd'hui le marché est représenté par 2 grandes sociétés qui sont « Decaux » et « Clear Channel ».

C'est la Direction de l'Aménagement Urbain, direction plus technique qui a mis ça en œuvre et qui a piloté le marché. Donc à ma connaissance, à part les abribus, il n'y a pas d'écrans accessibles aux usagers. »

« On avait fait une expérience d'écran interactif avec « Decaux » il y a 3/4 ans.

À l'extérieur, on a fait une expérience d'un panneau sur les quais de Strasbourg. Les quais des pêcheurs qui ont été piétonnisés récemment et qui se situent en face de la cathédrale. Sur ces quais, on avait l'occasion à titre expérimental d'installer un panneau « Decaux » où on diffusait un certain nombre de contenus. Ces panneaux étaient interactifs, je n'ai pas les statistiques sous la main, mais pour vous donner quelques retours par rapport à ce panneau, la première difficulté c'était de fournir et de produire des contenus pour alimenter le panneau sur un sujet qui est très localisé. Fournir des contenus généralistes c'est assez simple, on balance n'importe quelle campagne pour le marché de Noël, le tri des déchets, que sais-je, on envoie n'importe où. Mais à partir du moment qu'on a des panneaux numériques localisés et qu'on veut parler d'un sujet local qui concerne les gens, il faut produire des contenus et c'est extrêmement compliqué et chronophage. On a eu cette première difficulté pour produire des contenus localisés.

Exemple, on nous a dit que ça serait bien de mettre une cartographie avec les commerçants du coin. Je veux bien, mais il faut fournir la liste des commerçants et dès qu'un commerçant ferme ou un commerçant ouvre, il faut la mettre mise à jour. Ensuite, moi je dois produire cette cartographie en évitant d'utiliser Google Maps, on essaie de garder les données et d'éviter les GAFAM le plus possible. Donc c'est un vrai travail de produire ces contenus, de les mettre à jour, et de récupérer les données. Nous, on a par exemple une devise dans mon service « C'est pas de bras pas de chocolat ». Si l'on n'a pas de contenu, on ne peut pas produire d'outil et c'est le problème éternel de ce type de

numérique et en particulier de ce type de panneau quand c'est localisé. Donc cette expérience nous a appris que « ok » c'est difficile de produire des contenus.

2e sujet, attirer les gens, leur donner envie d'interagir. Une autre difficulté, on a eu du mal à les attirer donc il faut trouver des astuces, des choses qui clignotent, qui donnent envie, etc.

Mais du coup dans un quartier, 3e problème qui survient, les architectes des Bâtiments de France et le besoin de protéger. Il faut négocier avec la BF, pour qu'il y ait une dérogation dans la mesure où c'est expérimental et donc temporaire.

Du coup, l'expérience est concluante parce qu'elle nous a donné plein d'enseignements, mais qui sont plus des freins dans la mise en œuvre. »

« Vous parlez de quartier, pour nous, c'est la prochaine étape. Dans ce déploiement de panneaux électroniques qui est en train d'être réalisé, il y a donc les panneaux « Decaux » qui sont dans les abribus qui vont mélanger, mixer des publicités.

C'est ce qui finance le dispositif, on va alterner avec de l'information communale où métropolitaine. Là-dessus, on n'a pas trop de difficultés, on a maintenant le réflexe de demander aux agences de communication dès qu'elles fournissent une affiche print ou un visuel d'une campagne de communication, de fournir les modèles numériques correspondants, avec toute la batterie de modèle pour les réseaux sociaux, pour les sites web, pour les panneaux d'affichage numérique, pour les écrans d'accueil en mairie, pour les stories Instagram, etc. On demande aux agences de communication de nous fournir les formats numériques pour tout support. Il n'y a pas de difficulté parce que la campagne existe.

En revanche, il y a un déploiement qui est en cours de ces panneaux numériques pour de l'information locale. Elle reste sur des mâts. Les directions de quartier, les instances qui sont en interaction avec le quartier nous disent qu'ils aimeraient utiliser ces médias pour de l'information localisée. Et là se pose de nouveau le problème de la production des contenus, c'est que moi, j'ai juste un réalisateur vidéo graphiste qui fait tout, donc je ne vais pas lui demander de faire un beau visuel pour la fête des quartiers, le don du sang, le centre culturel du secteur, etc. Je ne vais pas le mobiliser parce que sinon il ne va faire plus que ça.

Mon idée c'est qu'on peut proposer aux directions de territoire des templates prêt à l'usage, des modèles simples, alors peut-être sur canvas probablement, pour ceux qui ne sont pas très agiles sur Photoshop. Ensuite il se génère automatiquement les visuels pour l'affichage localisé dans leur quartier.

Ensuite s'ils veulent faire de l'intelligence collective, je pense qu'ils vont inventer eux-mêmes. Est-ce qu'ils sont assez créatifs ? Ça va dépendre d'un quartier à l'autre pour inventer des modèles pour inciter les gens, les inviter, les accrocher.

Sur les lieux, la personnalité des élus de quartiers va peser donc le message et l'écriture sera différente forcément.

Voilà vers quoi on s'oriente, des modèles tout prêts à priori canevas et ensuite ils font leur communication de quartier. Mais il va se poser un autre problème ce sont les outils de planification de ces panneaux numériques. Ils ont un back-office. Il faudra aussi qu'on les forme et qu'on leur donne des droits ciblés. »

« Il y a une décision qui n'est pas encore prise, comment est-ce qu'on va gérer les droits pour un quartier. Est-ce qu'on affecte les droits à une personne précise et ils se partagent les codes d'accès ? Moi-même, je n'ai pas mis le nez encore dans l'outil et je ne le connais pas, et puis ce n'est pas moi qui vais le gérer au quotidien. Donc la question qui va se poser, c'est la gestion fine des droits quartiers par quartier, qui a le droit de publier sur tel panneau ou sous tel groupe. Il va falloir qu'on réfléchisse, on est au début de quelque chose. »

« Ce qu'on envisage de faire sur les panneaux numériques c'est qu'on récupère en flux open data les indices de qualité de l'agence régionale de gestion de la qualité de l'air. On l'envisage parce que le système « Decaux » permet d'afficher ce type de données. Ensuite peut-être que l'on pourrait être amené à afficher d'autres types de données : l'état du trafic, l'occupation des parkings, etc. »

« Je ne sais pas si on peut le faire parce qu'on a encore beaucoup de travail, c'est de créer des cartes qui s'appellent « autour de moi ». Ça existe d'ailleurs dans notre portail qui s'appelle mon Strasbourg, vous pouvez aller sur le portail mon Strasbourg où créer un compte. Dans ce portail on peut générer un certain nombre de services, faire des démarches en ligne, s'interconnecter avec votre compte des médiathèques, etc.

On peut générer une carte « autour de moi ». Aujourd'hui par exemple, on peut pratiquement dans notre système d'information web qui est lié aux systèmes d'information géographique et à l'open data, générer une carte géolocalisée « autour de moi ». Qu'est-ce que j'ai : l'école, la piscine, la mairie, les pistes cyclables. On est en mesure de le faire et on pourrait très bien sur ces panneaux localisés dans les quartiers, générer une carte qui s'affiche avec tout ce qui a autour du panneau en question. Pour montrer aux gens l'offre qui existe sur un territoire. On ne va pas le faire, c'est une idée, j'ai vraiment d'autres choses à faire et je ne suis pas sûr de le faire à moins qu'on me donne des moyens, en prenant le risque dans certains quartiers de n'avoir rien. Il y a des disparités qui sont criantes dès qu'on les représente sur une carte.

Sur cette carte, le choix qu'on a fait, on n'a pas remonté toutes les données donc si vous allez sur un autre quartier vous avez l'orangerie, le jardin botanique, la mairie quartier avec le temps d'attente, des sites remarquables.

On peut générer ce type de carte et éventuellement les afficher sur un panneau numérique. Ensuite, il faudrait qu'on définisse qu'est-ce qu'on met parce qu'on a également des piscines, des parkings, etc. C'est un choix éditorial : qu'est-ce qu'on veut mettre. On a pour des raisons politiques forcément envie de mettre en valeur les parkings. On pourrait

effectivement générer des cartes à la volée pour y mettre des toilettes publiques parce qu'on a les données. Tout est référencé dans notre système d'information géographique enrichi de données qui viennent du web, des descriptions enrichies de données qui viennent de logiciels métier, le temps d'attente, le temps d'occupation du parking et ensuite on peut l'afficher sur une cartographie. »

« Au départ, quand on avait simplement les panneaux à lettres jaunes ou blancs, les journaux électroniques à lettre, on a décidé d'envoyer 2 types de messages. Des messages que la direction de la communication veut mettre du style : attention le marché de Noël a commencé, privilégiez les parkings relais, attention pollution ne faites pas de sport dehors, des messages du service public où attention c'est le week-end de Pâques, la collecte des déchets et reporté, etc. Ensuite il y avait 2 types d'informations locales par quartier qui peuvent être envoyés. À la direction de la communication de manière centrale, on envoie des messages sur l'ensemble des panneaux et les directions de quartier de territoire peuvent nous commander, mais ils n'ont pas la main dessus. »

« Parfois, il y a même des associations de quartiers qui nous écrivent directement à la direction de la communication. On a par exemple une fête du centre socioculturel et moi je renvoie toujours à la direction de quartier qui fait le tri. Il me dit ce que je dois mettre. J'ai défini une règle, il y a plus de 10 ans, que j'ai mis à jour récemment, j'ai dit moi je ne décide pas dans quel quartier on met tel événement. C'est à vous de décider par rapport à votre stratégie de quartier.

Il y a la fête de quartier, le grand classique, il y a une réunion de concertation sur l'aménagement de la place du quartier. Par exemple, il y a l'écu de quartier qui tient une permanence. Il y a le centre socioculturel qui fait une braderie au bénéfice de telle ou telle structure. Il y a un don du sang spécifique dans le quartier à tel moment parce que le EFS manque de sang. C'est très pratique local social. C'est ce type d'information qui est en général diffusée dans les quartiers et ça va rester ça. »

« Julien Mourey, il m'interroge sur le choix d'implantation des panneaux et ça c'est intéressant.

J'ai ma propre théorie aussi sur un certain nombre de sujets liés au numérique, je ne l'ai pas inventé, je la sens, je la ressens, je la relate, c'est que le numérique alimente le présentiel et le présentiel alimente le numérique. Je l'ai constaté par rapport au réseau professionnel, j'ai commencé ma carrière professionnelle où le numérique n'existait pas. Je faisais du réseautage déjà dans différentes structures organisation professionnelle, collectif, club de la presse et autres, et maintenant les réseaux numériques se rajoutent, mais ne se substituent pas. L'un alimente l'autre. C'est-à-dire qu'un moment donné, on se rend compte qu'on ne peut pas se voir tout le temps, donc c'est bien d'avoir du numérique pour garder le lien et en même temps on se rend compte qu'en discutant dans le numérique, il y a des moments, il faut qu'on se voie dans la vraie vie pour discuter des choses. Il y a une sorte de boucle vertueuse à soigner entre l'un et l'autre.

J'ai remarqué que des gens qui disent : je vais monter un réseau de soucis, de tel métier de telle profession, et on va utiliser un groupe WhatsApp, de zoom, etc. À un moment donné les gens ils viendront plus, ils vont s'épuiser, il faut de temps en temps avoir de vrais rendez-vous, donc je ne sais pas si ça s'applique à votre travail, mais à moment donné l'un enrichit l'autre. Aujourd'hui, tout le monde n'a pas compris, ne sait pas mettre en œuvre l'articulation de l'un avec l'autre. Pour moi, c'est une chose fondamentale.

On s'en est rendu compte dans le réseau Cap'Com, dont je fais partie du comité de pilotage et Yves Charmont est le directeur, pendant la crise sanitaire on faisait les conférences en visio, nous n'avions pas le choix et ça a permis de garder le lien et on était content. Maintenant, Cap'Com a décidé, je trouve que c'est une bonne, de temps en temps en visio, de temps en temps en vrai. C'est à dire, il y a des moments où on privilégie le vrai, on va tous à Paris, et il y a des moments où la visio suffit. Par exemple le dernier auquel j'ai participé le mois dernier, c'était en visio, le suivant qui sera au mois de mai il sera à Paris. »

« L'autre question qui s'est posée à nous récemment dans le cadre des programmes de renouvellement urbain dans certains quartiers, des personnes du service renouvellement urbain sont venus vers nous à la direction de la communication et se sont dit : on a besoin de communiquer davantage avec les habitants du quartier autour du projet de renouvellement urbain. C'est extrêmement compliqué d'abord parce que les gens dans certains quartiers ne se sentent pas légitimes, ce n'est pas l'expression, mais se définissent comme de petites gens modestes. Donc c'est difficile de les embarquer dans des projets de redéveloppement urbain. Il faut trouver des billets, des choses qui les intéressent qui n'ont pas proprement le lien avec le renouvellement urbain. »

« La 2e chose qui m'avait marqué c'est que dans certains quartiers, les gens sont très actifs sur des groupes Facebook fermés ou sur des groupes WhatsApp ou voir télégram, mais le problème c'est que c'est invisible, c'est ce qu'on appelle une Dark social les réseaux sociaux cachés auxquels les communicants n'ont pas accès. Donc on s'est posé la question, est-il possible de mettre en œuvre une stratégie où certaines personnes élus ou agents de la collectivité pourrait se faire accepter et inviter dans un groupe, tout en respectant des règles de fonctionnement de ce groupe, pour un moment donné interagir avec les gens, discuter avec eux, voir un petit peu le ressenti, éventuellement faire passer des informations. Il y a par exemple une réunion publique la semaine prochaine sur le stade, sur l'éclairage. On s'est dit ça serait bien de faire ça, mais aujourd'hui, on ne sait pas faire. Ce sont des perspectives qui se posent. »

Table des matières

ABSTRACT	2
REMERCIEMENTS :	3
SOMMAIRE	4
INTRODUCTION	5
PARTIE I : L'ECRAN URBAIN AU SERVICE DE LA MODELISATION DES ECHANGES AU SEIN DU QUARTIER	12
I. LA VILLE, UN ESPACE DE COMMUNICATION	13
A) <i>Une géographie sociale de l'espace</i>	13
B) <i>Un espace hybride entre physique et virtuel</i>	16
<i>Conclusion du chapitre I :</i>	17
II. UN DISPOSITIF MEDIATIQUE : L' « UBIMEDIA »	17
A) <i>Un média localisé et de proximité</i>	18
B) <i>Un média qui « augmente » l'espace social du quartier</i>	19
C) <i>Un média rendant « sensible » l'espace à l'échelle du quartier</i>	21
D) <i>Un média social localisé</i>	23
<i>Conclusion du chapitre II :</i>	25
III. LA VILLE « INTELLIGENTE », LES ESPACES D'INTELLIGENCES URBAINES	26
A) <i>Fondement des « Smart city »</i>	26
B) <i>La mise en donnée du monde</i>	27
<i>Conclusion du chapitre III :</i>	29
IV. QUAND LE DISPOSITIF PARTICIPE A L'ECRITURE DE LA VILLE	29
A) <i>L'écriture dans l'espace public</i>	29
(1) <i>L'affiche dans l'espace public</i>	30
B) <i>L'écriture portée par le dispositif</i>	32
CONCLUSION DE LA PARTIE I :	34
PARTIE 2 : ORGANISATION ET EFFETS DES OPERATIONS DE MEDIATION	36
I. ORGANISATION ET ENGAGEMENT PARTICIPATIF	37

A) <i>Trivialité des acteurs, contrat et régulation conjointe</i>	37
B) <i>Média et engagement citoyen : Le « crowdsourcing urbain » la culture du faire</i>	39
C) <i>Modèle participatif et médias communautaires :</i>	41
(1) <i>Parallèle avec les radio-participatives</i>	41
(2) <i>Parallèle avec les web TV participatives et citoyennes</i>	43
D) <i>Économie comportementale : Induire un comportement</i>	44
<i>Conclusion du chapitre I :</i>	47
II. APPROPRIATION DE L'OBJET, DE L'ESPACE ET APPARTENANCE SOCIALE.....	47
A) <i>Inertie sociale et configuration du territoire</i>	47
B) <i>La création d'une « tribu affectuelle »</i>	49
C) <i>Expérience partagée et mémoire collective</i>	52
D) <i>Forme du dispositif de médiation</i>	53
CONCLUSION DE LA PARTIE II :	56
CONCLUSION DU MEMOIRE :	57
BIBLIOGRAPHIE	61
ANNEXES	67
A) <i>Annexes n°1 — City of Memory — 2006</i>	67
B) <i>Annexes n°2 — CityWall — 2007</i>	67
C) <i>Annexe n°3 — Entretiens</i>	69
<i>Entretien n°1 Yves Charmont</i>	69
<i>Entretien n°2 : Julien Mourey</i>	73
<i>Entretien n°3 : Pierre Bergmiller</i>	80