

# DOSSIER DE PRÉSENTATION



**LE 1<sup>ER</sup> RÉSEAU SOCIAL  
CITOYEN LIBRE**

DE DROIT  
D'ACCÈS  
D'OPINION  
D'UTILISATION  
D'ÉVOLUTION  
(...)

**[PIXELHUMAIN.COM](http://PIXELHUMAIN.COM)**

# SOMMAIRE

► <b>PIXEL HUMAIN EN QUELQUES MOTS</b>	<b>3</b>
► <b>NOTION DE « CITOYEN »</b>	<b>4</b>
CITOYEN « USAGER » CITOYEN « ELECTEUR » CITOYEN « CONTRIBUABLE » CITOYEN « ETRE SOCIAL » CITOYEN « ACTEUR LOCAL »	
► <b>ETAT DES LIEUX</b>	<b>5</b>
CONTEXTE BESOINS EXPRIMÉS DIAGNOSTIC NAISSANCE DU PROJET ÉLÉMENTS DIFFÉRENCIANTS MOYENS À METTRE EN ŒUVRE	
► <b>PHILOSOPHIE</b>	<b>8</b>
► <b>EN PRATIQUE</b>	<b>9</b>
RÉSEAU D'INFORMATION RÉSEAU D'ACTION RÉSEAU D'INTERLOCUTEURS LOCAUX	
► <b>INTERETS &amp; BENEFICES POUR LE PROJET</b>	<b>12</b>
► <b>INTERETS &amp; BENEFICES POUR LE CITOYEN</b>	<b>13</b>
► <b>INTERETS &amp; BENEFICES POUR LE TISSU ASSOCIATIF LOCAL</b>	<b>14</b>
► <b>INTERETS &amp; BENEFICES POUR LES ENTREPRISES LOCALES</b>	<b>14</b>
► <b>INTERETS &amp; BENEFICES POUR LES COLLECTIVITÉS</b>	<b>15</b>
► <b>PLUS-VALUE PIXEL HUMAIN</b>	<b>16</b>
► <b>STORY BOARD : EXEMPLES DE CAS PRATIQUES</b>	<b>17</b>
1_ THÈME « TRANSPORT » 2_ THÈME « ALIMENTATION »	
► <b>UN PROJET D'ACTUALITÉ</b>	<b>19</b>

## PIXEL HUMAIN EN QUELQUES MOTS

La France traverse depuis quatre ans une crise sévère, qui a frappé l'ensemble de l'économie mondiale où la situation sociale, économique et environnementale s'est considérablement dégradée. En parallèle, beaucoup de citoyens ignorent le fonctionnement complexe, parfois inaccessible, des collectivités et le difficile arbitrage de l'intérêt général qui en découle. Mais la crise n'explique pas tout ; elle a joué comme un révélateur des **fragilités structurelles de notre société et de ses déséquilibres persistants**.

Il existe certes de nombreuses initiatives positives, tous domaines confondus, menées par des passionnés, des associations, des entreprises, et des administrations. Ces actions positives contribuent chacune à leur échelle à améliorer la société mais restent cloisonnées et ne répondent que partiellement à la problématique. **Il est temps de s'organiser et de se regrouper pour trouver de nouvelles orientations et solutions.**

**Et s'il existait un outil permettant de réunir toutes ces initiatives isolées ?**

**Et si chaque acteur pouvait faire partie d'une concertation globale ?**

Un outil dans lequel le citoyen dialoguerait avec les collectivités pour participer aux décisions qui le concernent le plus. Si cet outil permettait à ce même citoyen de connaître des voisins avec qui partager des intérêts communs, des associations locales qui proposent des initiatives sociales et solidaires, des entreprises et producteurs qui fabriquent localement les produits qu'il achète... **Bref connecter le virtuel et le réel, le Pixel et l'Humain.**

Le nom de cet outil s'appelle **le Pixel Humain, chaque acteur représentant un pixel qui une fois assemblés constitue, ensemble, l'image de la société**. Le nombre de pixels détermine le périmètre d'action autour d'un groupe de personnes, d'un quartier, d'une ville, d'un département, d'un pays...

A l'heure d'internet, de la simplification de la communication et du partage de l'information, tout est réuni pour fédérer et organiser cette dynamique.

**L'essence du Pixel Humain est de créer cette énergie collective et solidaire reliant tous types d'acteurs, tous domaines et objectifs confondus.**

A cet effet, le Pixel Humain souhaite être un catalyseur d'initiatives, **un réseau social, libre de droit et d'accès, traitant de thématiques d'intérêt général**. Cette plateforme internet de **concertation est destinée à réunir et faire interagir les citoyens, le tissu associatif local, les entreprises locales et les pouvoirs publics**. Les objectifs sont de permettre à tous ces acteurs de ne plus agir chacun de leur côté mais de :

- Se fédérer sur une plateforme commune
- Se rencontrer
- Simplifier les échanges
- Interagir
- Coopérer
- Consommer localement
- Ouvrir nos collectivités
- Promouvoir un développement durable

La finalité du Pixel Humain est d'**apporter aux collectivités les réflexions individuelles et de donner aux individus l'intelligence collective**.

“

DEPUIS QUELQUES ANNÉES, LA SITUATION SOCIALE, ÉCONOMIQUE ET ENVIRONNEMENTALE S'EST CONSIDÉRABLEMENT DÉGRADÉE. LA CRISE EST UN RÉVÉLATEUR DES FRAGILITÉS STRUCTURELLES DE NOTRE SOCIÉTÉ ET DE SES DÉSÉQUILIBRES PERSISTANTS. IL EST TEMPS DE S'ORGANISER ET DE SE REGROUPER POUR TROUVER DE NOUVELLES ORIENTATIONS ET SOLUTIONS. À L'HEURE D'INTERNET, TOUT EST RÉUNI POUR FÉDÉRER LES DIFFÉRENTES INITIATIVES POSITIVES MAIS ISOLÉES. L'ESSENCE DU PIXEL HUMAIN EST DE CRÉER CETTE ÉNERGIE COLLECTIVE ET SOLIDAIRE RELIANT LES CITOYENS, LE TISSU ASSOCIATIF LOCAL, LES ENTREPRISES LOCALES ET LES COLLECTIVITÉS. CETTE DYNAMIQUE TRAITERA DE THÉMATIQUES D'INTÉRÊT GÉNÉRAL, TOUTS DOMAINES ET OBJECTIFS CONFONDUS SUR UNE PLATEFORME INTERNET DE CONCERTATION ET D'INTERACTION.

”

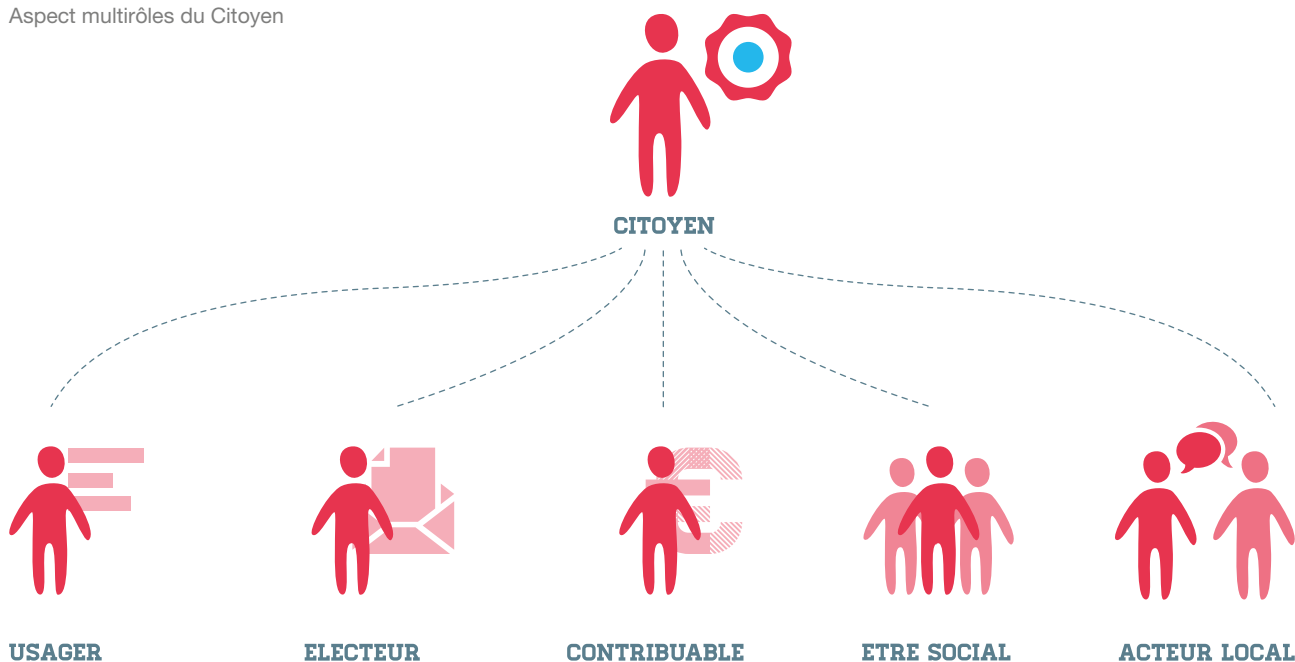
## NOTION DE « CITOYEN »

**La notion de « citoyen » se caractérise par son aspect multirôle et englobe plusieurs réalités.**

Un citoyen est à la fois un usager de la collectivité, un contribuable, un électeur, un acteur local ainsi qu'un être social. Le citoyen ne doit pas être réduit à un unique chapeau d'électeur. Il est avant tout un être dont les besoins sociaux doivent être pris en compte. De même, il est autant un usager profitant de la collectivité qu'un moteur de cette dernière par son rôle de contribuable et sa capacité à en être un acteur dans la construction et la décision.

Par essence, la citoyenneté n'est donc pas passive et les différentes réalités de la notion de citoyenneté sont interconnectées

Aspect multirôles du Citoyen



### **CITOYEN « USAGER »**

Un citoyen est un administré ayant accès aux services fournis par les différentes collectivités des différents territoires auxquels il appartient. Du fait de la multiplication des interlocuteurs, la traçabilité, le suivi de l'information et de la décision se compliquent lorsque le citoyen décide d'interagir avec un partenaire public. Les citoyens ont besoin de plus de transparence, d'interactivité sur les services offerts et les missions des différentes collectivités.

### **CITOYEN « ELECTEUR »**

Le vote est un des moyens d'expression du citoyen qui permet d'élire des représentants. Ces mêmes représentants ou élus doivent rechercher l'intérêt général dans leurs actions quotidiennes. C'est un exercice difficile de part la complexité de la tâche et la nature de l'Homme, ce qui a pour effet parfois d'installer de la distance entre citoyens et élus. En résultent l'utilisation d'autres moyens d'expression comme la manifestation de rue, les pétitions ou la grève qui peuvent paralyser la société.

Un citoyen a besoin d'exprimer ses idées, mais surtout d'être entendu et que ses préoccupations, ses avis, ses projets... soient pris en compte.

### **CITOYEN « CONTRIBUABLE »**

Tout citoyen payant des taxes et impôts à la collectivité exprime le souhait de connaître de façon transparente la nature de l'utilisation des fonds publics, et même de débattre de leurs utilisations.

## CITOYEN « ÊTRE SOCIAL »

Chaque citoyen de part la prise en charge depuis son plus jeune âge de son éducation, de sa santé, de son environnement, des transports, de revenus minimums... engendre un ensemble de coûts supportés par la société. De plus l'Etat providence assure, grâce à un système de redistribution, le fonctionnement d'une justice sociale face aux insuffisances ou aux dérèglements des mécanismes du marché créant de la fragilité ou excluant certaines franges de la population. Le citoyen a besoin d'un certain confort, d'un bien-être social.

En même temps, la société actuelle dominée par l'économie de marché amène chaque citoyen à se renfermer sur lui-même et à adopter des réflexes individualistes et égoïstes, or un individu, un être social a besoin d'interactivité.

## CITOYEN « ACTEUR LOCAL »

Le citoyen participe à la vie de son territoire dans sa vie professionnelle, personnelle et/ou associative : en ce sens le citoyen est un producteur et un consommateur de biens, il agit chaque jour de part ses comportements sur la société dans son ensemble. Des actions communes en groupe peuvent bénéficier à la collectivité et en même temps réduire l'ensemble des coûts supporté par la société.

# ETAT DES LIEUX

## CONTEXTE

De nombreux pays, comme la France, traversent depuis quatre ans une crise sévère, qui a frappé l'ensemble de l'économie mondiale où la situation sociale, économique et environnementale s'est considérablement dégradée.

Les citoyens se sentent souvent isolés et impuissants à agir dans le contexte actuel car :

- La coopération internationale n'est pas encore en mesure de répondre aux enjeux de la société
- La transition énergétique n'a pas encore abouti
- La mondialisation des échanges induit des effets indirects au sein des pays les plus pauvres.
- Après la dette des pays les plus pauvres, la dette des pays les plus riches s'envole, entraînant derrière elle des périodes d'austérité
- La croissance économique est atone dans les pays les plus riches.

En parallèle, beaucoup de citoyens ignorent le fonctionnement complexe, parfois inaccessible, des collectivités et le difficile arbitrage de l'intérêt général qui en découle. Les différentes difficultés traversées par les citoyens ont forgé une société **à majorité individualiste**.

- Les citoyens manquent de cohésion sociale
- Les citoyens sont pour la plupart hyper-connectés, mais se sentent paradoxalement souvent isolés
- Les collectivités sont perçues comme une capsule fermée et parfois inaccessible soit par méconnaissance, défiance, ou défaut de transparence
- De plus en plus de citoyens s'éloignent de leurs devoirs civiques

La crise n'explique pas tout ; elle a joué comme un révélateur des **fragilités structurelles de notre société et de ses déséquilibres persistants**.



UN CITOYEN EST À LA FOIS UN USAGER DE LA COLLECTIVITÉ, UN CONTRIBUABLE, UN ÉLECTEUR, UN ACTEUR LOCAL AINSI QU'UN ÊTRE SOCIAL. LE CITOYEN NE DOIT PAS ÊTRE RÉDUIT À UN UNIQUE CHAPEAU D'ÉLECTEUR. PAR ESSENCE, LA CITOYENNETÉ N'EST PAS PASSIVE ET LES DIFFÉRENTES RÉALITÉS DE LA NOTION DE CITOYENNETÉ SONT INTER-CONNECTÉES !





## BESOINS EXPRIMÉS

Les besoins exprimés par la population sont les suivants :

- Nécessité d'un partage d'information entre concitoyens
- Nécessité d'expression, de participation et de prise en compte des avis des citoyens
- Avoir connaissance des événements se déroulant près de chez eux
- Désir de rencontrer d'autres personnes partageant les mêmes centres d'intérêt afin d'agir en groupe au travers d'initiatives positives pour la société
- Nécessité d'ouverture, de transparence et d'interaction des collectivités pour permettre une implication et une coopération plus importante de la population
- Désir d'être mis en relation avec les entreprises et les associations locales.

## DIAGNOSTIC

La situation globale actuelle nécessite une réponse urgente et d'importance.

Au quotidien, chaque individu de par ses choix de vie, son mode de consommation, son métier, influe sur la société. L'arbitrage des entreprises entre la création de richesse et la gestion durable des ressources naturelles de la planète impacte la société. Il en est de même pour nos institutions qui légifèrent et cherchent des solutions pour une croissance économique plus performante. Les relations de cause à effet sont donc multiples et concernent plusieurs acteurs.

La réponse ne peut se faire autrement qu'en apportant une réponse globale, complète et adéquate à une problématique universelle. Ce n'est qu'en réunissant tous les acteurs et en prenant le problème dans son entière dimension que des solutions durables sont envisageables. Proposer des objectifs à plusieurs niveaux s'avère nécessaire :

- Réunir en un lieu de concertation et favoriser l'interaction entre les différentes parties prenantes influentes de la société
- Redonner du pouvoir d'action et de décision aux citoyens
- Développer durablement chaque territoire
- Développer et favoriser les circuits de distribution.

## NAISSANCE DU PROJET

C'est la rencontre entre quatre personnes, lors de l'événement "StartUp Weekend" à Saint-Denis en octobre 2012, qui a véritablement lancé l'initiative. **C'est en se rencontrant, en s'apercevant que nous partagions les mêmes centres d'intérêt, le même sentiment de nécessité d'urgence d'agir et de se regrouper, de se sentir utile pour la société, comme le propose d'ailleurs désormais le projet, que nous nous sommes regroupés et fédérés autour d'un projet commun : le Pixel Humain.**

Les fondateurs du projet sont :



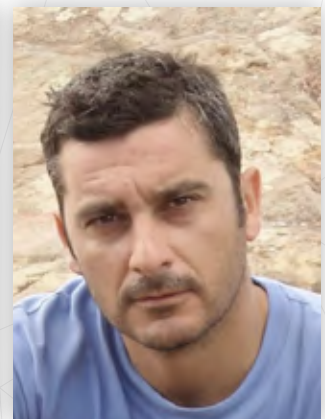
**Sylvain BARBOT**  
Développeur web  
Architecte technique



**Tibor KATELBACH**  
Développeur web  
Chef de projet sénior



**Stéphanie LORENTE**  
Directrice Artistique Print &  
web - Auteur Photographe



**Jérôme GONTIER**  
Ingénieur informaticien  
& titulaire d'un Master  
II en Environnement et  
développement durable

## ÉLÉMENTS DIFFÉRENCIANTS

**Il n'existe pas de projet correspondant au projet Pixel Humain sur le territoire de la Réunion.** Dans le reste du monde, comme en métropole, des initiatives positives existent, nous ne sommes pas seuls sur le marché, ce qui prouve que ce type de projet répond à un réel besoin. Nous pouvons par exemple citer :

- [parlement-et-citoyens.fr](http://parlement-et-citoyens.fr)
- [democratieouverte.org](http://democratieouverte.org)
- <http://ggouv.fr/>
- <http://www.nouvelledonnie.fr/>
- <http://www.tinkuy.net/>
- <http://newmanity.org/>

**Les solutions existantes sont intéressantes, mais ne répondent pas en globalité aux problématiques de la société. Les projets traitent des problématiques de façon ciblée dans un contexte donné et/ou pour une population donnée. Ils restent limités soit :**

- À un territoire précis, alors que les problématiques de société existent partout dans le monde
- À un type d'acteurs : soit le projet s'adresse aux citoyens seuls, soit fait interagir deux parties prenantes, les citoyens et une partie des collectivités, etc...
- À une thématique particulière : il existe des projets sur l'environnement, sur le social, sur la santé etc... qui malgré leur intérêt ne s'adressent qu'à une niche de personnes alors que la vision pourrait être globale
- À un accès payant ou un droit de propriété alors que ce type d'initiative d'intérêt général pourrait être gratuit, libre de droit, d'accès, d'opinion, d'utilisation et d'évolution, car nous sommes tous bénéficiaires des biens publics
- À une réponse partielle pour la société en ne s'adressant qu'à un public particulier, un territoire particulier ou intervenant dans des domaines particuliers. Les réponses données sont propres à chaque contexte, ce qui engendre une multitude d'outils et limite la fédération d'une communauté globale

### MOYENS À METTRE EN OEUVRE :

Le projet entend répondre aux différents besoins exprimés ci-dessus, d'autant plus que la société dans son ensemble prend conscience de la nécessité d'un développement humain et d'une cohésion sociale.

Il manque un outil fédérateur et ouvert à tous qui permette aux personnes de se rassembler et d'agir. Un site internet de type réseau social peut répondre à ce besoin car :

- L'information se propage rapidement
- Les répercussions sont instantanées
- La visibilité est plus importante
- Nous disposons de moyens d'actions virtuels très influents qui permettent de nous rassembler facilement pour avoir plus de poids
- Il nous permet également de collaborer plus facilement, quelque soit notre localisation dans le monde et de donner une véritable portée aux actions terrains, d'une part en mobilisant plus de monde, et d'autre part en relayant l'action.

Le projet Pixel Humain entend mettre les moyens nécessaires pour répondre aux attentes des citoyens et proposera également un produit de **qualité, sécurisé, fiable** dont les **résultats** seront visibles concrètement. Voir ci-dessous pour plus de détails.

“

IL N'EXISTE PAS DE PROJET CORRESPONDANT AU PROJET PIXEL HUMAIN SUR LE TERRITOIRE DE LA RÉUNION. AILLEURS DES INITIATIVES POSITIVES POUR LA SOCIÉTÉ EXISTENT, CE QUI PROUVE QUE DES PROJETS D'INTÉRÊT GÉNÉRAL RÉPONDENT À UN RÉEL BESOIN. ELLES CONTRIBUENT CHACUNE À LEUR ÉCHELLE À AMÉLIORER LA SOCIÉTÉ MAIS RESTENT CLOISONNÉES ET NE RÉPONDENT QUE PARTIELLEMENT À LA PROBLÉMATIQUE. OR LA RÉPONSE AU CONTEXTE ACTUEL DOIT ÊTRE PERÇU DE MANIÈRE GLOBALE ET COMPLÈTE.

UN OUTIL, COMME LE PIXEL HUMAIN, PERMETTANT DE CENTRALISER LA PLUPART DES DÉMARCHES DES DIFFÉRENTS ACTEURS EST UN PLUS. IL APPORTE UNE VISION UNIQUE, GLOBALE ET COMPLÈTE AUX DIFFÉRENTES THÉMATIQUES QUI INFLUENT SUR LA SOCIÉTÉ. DES MOYENS SERONT MIS EN OEUVRE POUR PROPOSER UN PRODUIT DE QUALITÉ, SÉCURISÉ, FIABLE ET DONT LES RÉSULTATS SONT VISIBLES CONCRÈTEMENT.

”

### La philosophie du projet Pixel Humain est simple.

Le projet souhaite **être utile et rendre service aux citoyens et à la société** selon plusieurs axes :

- **Structure** : projet porté par une association à but non lucratif.
- **Éthique** :
  - le Pixel Humain (PH) est neutre, apolitique et n'appartient à aucune religion.
  - le projet apporte aux collectivités les réflexions individuelles et de donner aux individus l'intelligence collective afin de modéliser une société à leur image.
- **Civisme** : fédérer les citoyens et leur redonner une part active d'actions et de prise de décision dans le projet commun que représente la vie en société.
- **Concertation** : rassembler et faire interagir sur une plateforme d'échange, les acteurs majeurs qui ont un impact sur la société.
- **Démocratie directe** : agir de concert, coopérer sur les initiatives retenues par le plus grand nombre.
- **Pouvoir** : fédérer et agréger les avis, débats, projets, initiatives des citoyens.
- **Social** :
  - mettre en avant des qualités intrinsèques aux individus en créant du lien social ; une personne plus rationnelle, solidaire, ouverte, altruiste, participative, consciente d'une nécessaire cohésion sociale.
  - améliorer la qualité de vie, le bien-être et la santé.
- **Prisme de l'économie** :
  - favoriser et développer l'économie locale par des circuits courts de distribution.
  - mettre en avant la Demande pour une possible adaptation de l'Offre.
- **Identification** : les utilisateurs s'approprient le projet, l'alimentent, le font vivre, le font évoluer, afin qu'il devienne le reflet de leur vision.
- **Accessibilité** : un projet d'intérêt général gratuit paraît juste car les bénéfices des actions entreprises par les utilisateurs seront partagées par tous.
- **Support** : le support informatique est de nos jours le plus adapté, il permet de créer des outils interactifs et intuitifs. Dans la première version du projet l'accès se fera sur un site internet, mais très vite des solutions applicatives sur mobile seront mises à disposition. Une attention particulière sera également apportée par le Pixel Humain aux personnes n'ayant pas un accès à internet.
- **Fonctionnalités** : proposer des outils et fonctionnalités simples et innovantes.
- **Propriété** : fournir un projet open source sans droit de propriété et évolutif qui appartienne à tous.
- **Bien public** : produire de la valeur ajoutée sociétale, agir dans l'intérêt de tous, protéger, améliorer l'environnement avec lequel nous vivons.
- **Leg** : développer durablement le territoire de vie.
- **Collaboration** : le projet est ouvert à tout partenariat possible pour favoriser l'intérêt du projet.

“

LA PHILOSOPHIE DU PIXEL HUMAIN EST D'OFFRIR UN PROJET UTILE ET ADAPTÉ À LA SOCIÉTÉ, PORTÉ PAR UNE ASSOCIATION À BUT NON LUCRATIF.  
LE PROJET SE VEUT SIMPLE, COMPLET, NEUTRE, APOITIQUE, LOCAL, GRATUIT, COLLABORATIF, INNOVANT ET OPEN SOURCE...  
BREF UN VÉRITABLE OUTIL DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET LOCAL

”



## EN PRATIQUE

**Pour favoriser ce développement humain et permettre une vie en communauté plus harmonieuse, durable avec des prises de position plus éclairées,** la structure souhaite proposer un site internet fait d'échanges et de concertations avec des outils facilitateurs.

Ces outils permettront aux personnes intéressées par des thématiques similaires de pouvoir se rencontrer et se rassembler pour agir, et proposer leur vision de la société. Le principe est simple, la structure met à disposition une plateforme où les personnes s'inscrivent, se géolocalisent, définissent leurs centres d'intérêt. Les centres d'intérêt sont découpés en thématiques d'intérêt public ou relatives à un thème de société.

Les utilisateurs peuvent alors rechercher et trouver, près de chez eux, d'autres personnes intéressées par la même (ou les mêmes) thématiques qu'eux. Ils créent ainsi leurs réseaux grâce au site, où ils se rencontrent, discutent, échangent, agissent, collaborent, créent des événements, des actions terrains, s'échangent des services et donnent leurs avis.

**Le lien social est ainsi favorisé sous 3 axes d'interactions :**

### UN RÉSEAU D'INFORMATION

En fonction de leurs thématiques favorites, les utilisateurs tissent des liens au travers des réseaux. Ils accèdent et collaborent au partage d'une information vérifiée, alimentée, validée et adaptée au lieu de vie de l'utilisateur. Les utilisateurs prennent ainsi connaissance de ce qui se passe près de chez eux, des animations, des événements, des actions, des problématiques, des solutions et des enjeux relatifs aux thématiques qui concernent les différentes parties prenantes du territoire. Les informations et les résultats agrégés sont présentés de manière interactive et ergonomique.

### UN RÉSEAU D'ACTION

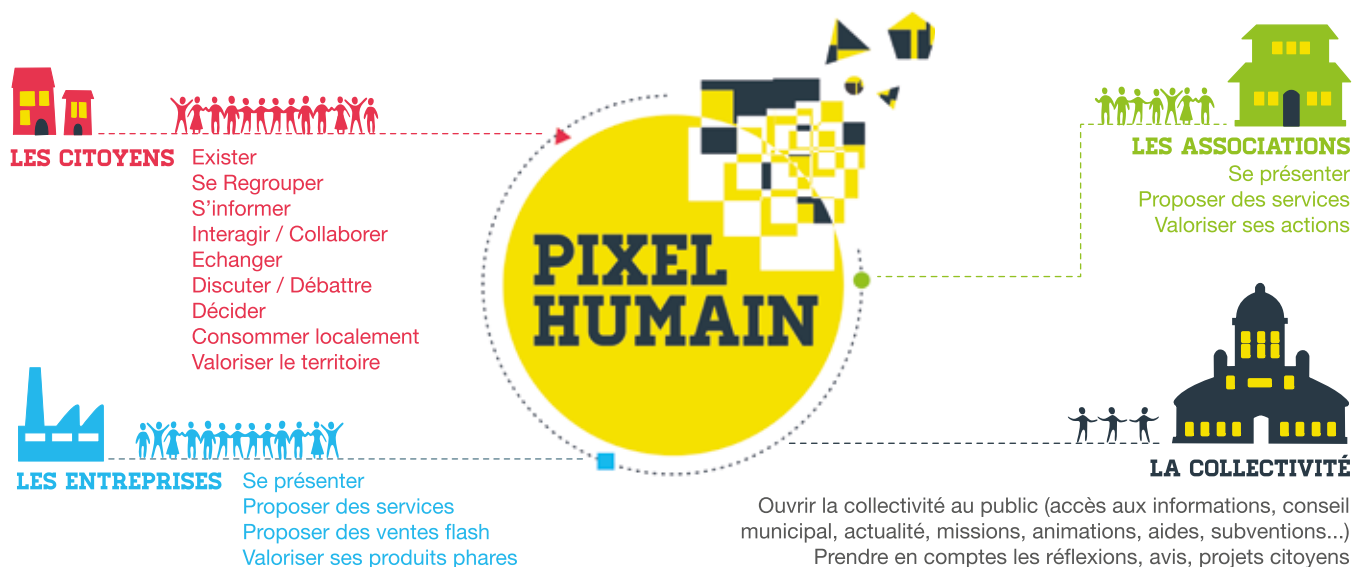
Les réseaux sont créés localement. Les membres créent et participent à des événements, à des actions, ils utilisent des outils facilitateurs, changent de comportement, participent à des débats citoyens et donnent leurs avis. Le site permet d'agrégier les actions, événements, débats et avis exprimés. Il facilitera ainsi une interface avec les collectivités et l'activité économique.

Le périmètre d'action est fonction du nombre de participants à l'action. Il est principalement autour d'un groupe de personnes, d'un quartier, d'une ville, d'un département, d'une région mais peut l'être aussi autour d'un pays.

### UN RÉSEAU D'INTERLOCUTEURS LOCAUX

#### Les Acteurs du Pixel Humain

Une plateforme de concertation et d'interaction



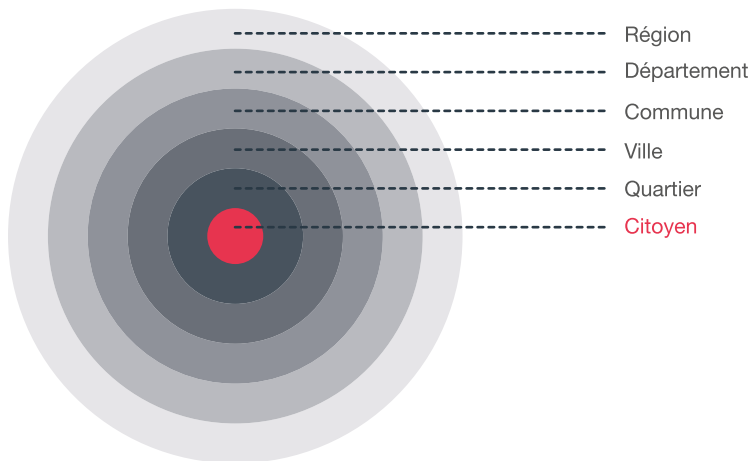
Les membres prennent connaissance facilement de leurs possibles interlocuteurs avec une mise en relation facilitée par le site :

- les collectivités associées au Pixel Humain
- un annuaire interactif d'associations et d'entreprises locales.

**Il sera possible ainsi d'interagir avec les autres parties prenantes du projet :**

- Avec les collectivités grâce à **une interface directe et bi-directionnelle**.
  - Dans le sens descendant des collectivités vers les citoyens une ouverture des institutions publiques sera opérationnelle pour plus de transparence : informations pratiques, missions, activités présentes sur le territoire, budgets alloués, aides et subventions disponibles, etc...).
  - **Dans le sens ascendant des citoyens vers les collectivités** une interactivité sur des questions, des avis exprimés, des actions, des projets, d'intérêt général, qui auront au préalable été agrégés et compilés et modérés par le Pixel Humain.
- Avec les entreprises locales et le tissu associatif local, le projet met à disposition de ses concitoyens, **un Système d'Information Géolocalisée de services**, en relation avec leurs centres d'intérêts, à proximité de chez eux. Ils peuvent ainsi accéder à une présentation détaillée de ces services de proximité et être facilement mis en relation afin de favoriser les circuits courts de distribution et développer l'économie locale.

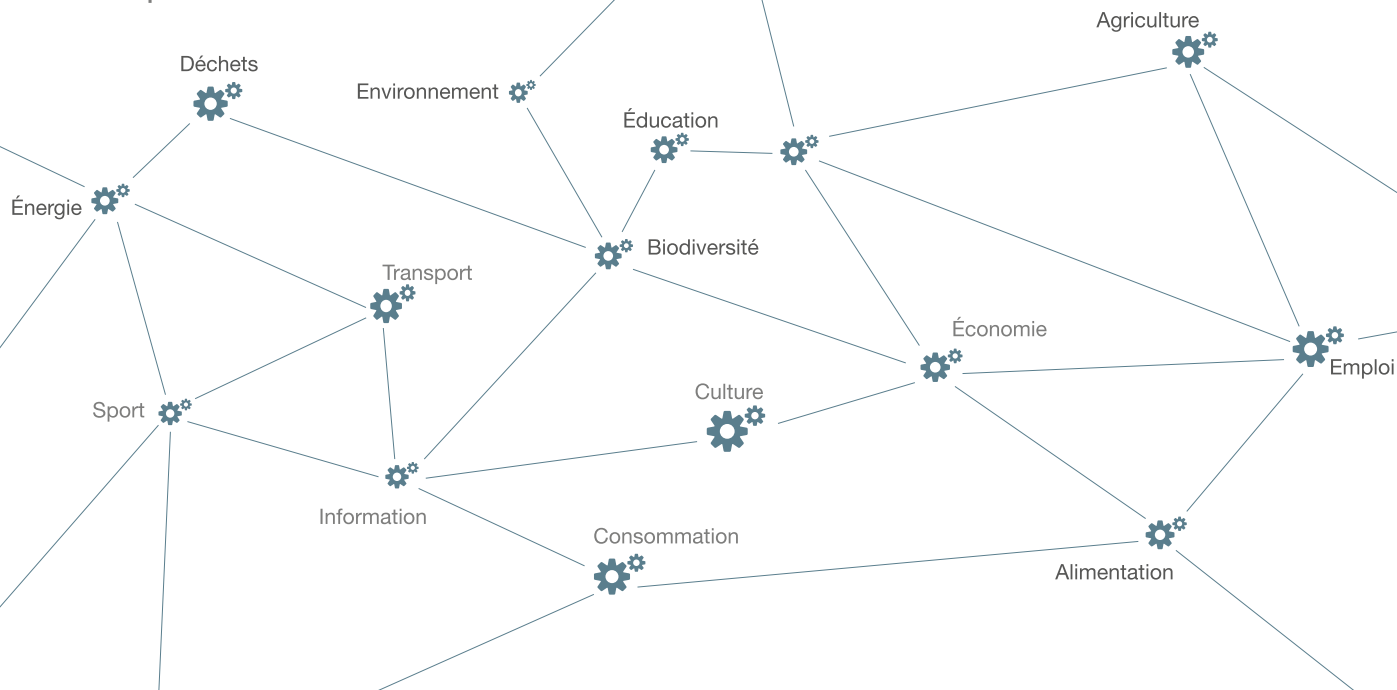
**Un système d'informations géolocalisées**



## Les thèmes abordés seront d'intérêt général

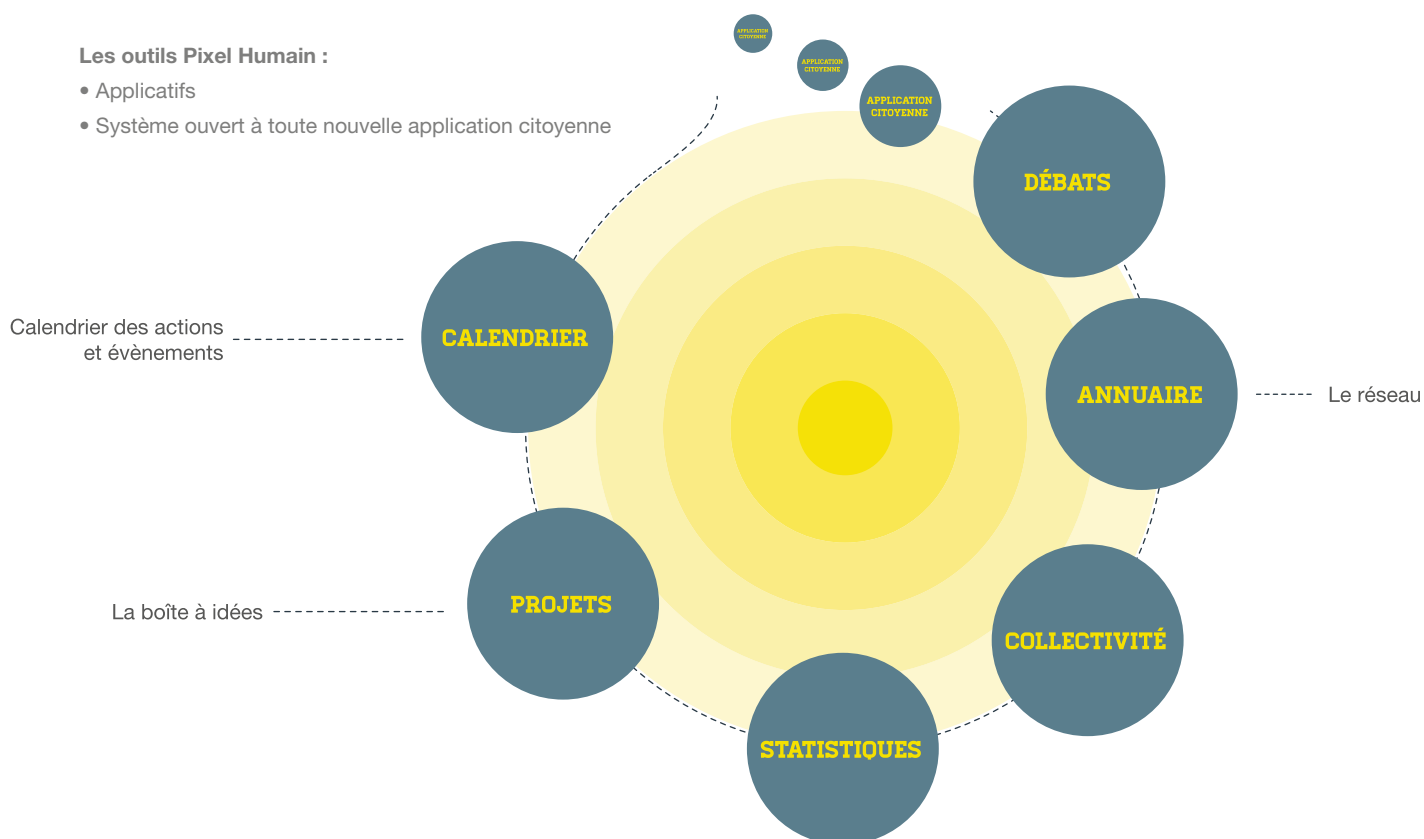
Les thématiques seront accompagnées d'informations citoyennes adaptées au lieu de vie de chacun, de solutions éclairées et de statistiques évoluées. Certaines thématiques seront accompagnées d'outils d'aide : co-voiturage, circuits courts de distribution, outil de calcul d'empreinte carbone d'un caddie, plateforme d'échange de services, etc...

### Des thématiques d'intérêt Général



### Les outils Pixel Humain :

- Applicatifs
- Système ouvert à toute nouvelle application citoyenne



## INTERETS & BENEFICES POUR LE PROJET

INTERETS DIRECTS	BÉNÉFICES DIRECTS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Le projet traite de sujets actuels de société : ex protection de l'environnement, changement climatique, l'éducation, la santé etc...</li><li>• Le projet mesure et valorise les actions et les interactions entre parties prenantes</li><li>• Le projet est reproductible géographiquement sur différents territoires.</li><li>• Le projet est évolutif</li><li>• Le projet développé sur un territoire constitue en lui même une étude de la population</li><li>• Garantit une relation gagnant/gagnant entre concitoyens, entre un consommateur et des services locaux et entre un citoyen et sa collectivité.</li><li>• La participation des collectivités donne tout son sens au projet.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Les thématiques d'intérêt général sont structurées</li><li>• Le projet est un projet de développement durable local : le projet crée des emplois, génère de l'activité économique, du lien social, du bien être, améliore la qualité de vie, l'environnement.</li><li>• Le projet facilite la concertation, les initiatives positives pour la société et encourage cette dynamique.</li></ul>
INTERETS INDIRECTS	BÉNÉFICES INDIRECTS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Intérêt pour la vie politique de sa cité (sens premier du terme).</li><li>• Projet à l'image de la société souhaitée par les utilisateurs.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Création de lien social.</li><li>• Amélioration de la santé, de la qualité de vie, du bien-être.</li><li>• Amélioration de l'environnement avec lequel il vit.</li></ul>

## INTERETS ET BENEFICES POUR LE CITOYEN



INTERETS DIRECTS	BÉNÉFICES DIRECTS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès gratuit à une plateforme évolutive et open source.</li> <li>• Un seul outil qui centralise la plupart de ses démarches d'intérêt général avec différents points d'entrée : thème, géographique, mot clés</li> <li>• Connaissance de ce qui se passe près de chez soi</li> <li>• Acteur sur des initiatives positives pour la société</li> <li>• Avis pris en compte et coopération</li> <li>• Valorisation et gamification des initiatives positives entreprises pour la société</li> <li>• Accès à des outils simples et innovants, facilitateurs de démarches</li> <li>• Interaction avec autres parties prenantes : <ul style="list-style-type: none"> <li>• réseaux</li> <li>• partage d'information</li> <li>• accès à des données structurés</li> <li>• participations à des actions, débats, événements, projets d'intérêt général</li> <li>• Echange de services non payants entre concitoyens</li> <li>• mise en relation avec des services de proximité : entreprises locales, tissu associatif.</li> <li>• participation à l'évaluation de la qualité de ces services</li> <li>• découverte et interaction avec l'activité de sa ville, ses collectivités</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Création de lien social</li> <li>• Les résultats des actions entreprises sont mesurés et visibles</li> <li>• Augmentation du pouvoir d'achat</li> </ul>
INTERETS INDIRECTS	BÉNÉFICES INDIRECTS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Renforcement du sentiment d'utilité. Si aujourd'hui, un citoyen peut participer à l'élaboration des décisions au niveau de sa commune, il lui semblera plus légitime d'exprimer plus tard les mêmes attentes au plan national.</li> <li>• Amélioration de la santé, de la qualité de vie, du bien-être.</li> <li>• Amélioration de l'environnement avec lequel il vit.</li> </ul>



## INTERETS ET BENEFICES POUR LE TISSU ASSOCIATIF



INTERETS DIRECTS	BÉNÉFICES DIRECTS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès gratuit à une plateforme évolutive et open source.</li> <li>• Vitrine de l'activité associative</li> <li>• Evènements, actions facilités</li> <li>• Accès à des outils simples, innovants</li> <li>• Interaction avec autres parties prenantes : <ul style="list-style-type: none"> <li>• réseaux</li> <li>• partage d'information</li> <li>• participations à des actions, débats, événements, projets d'intérêt général</li> <li>• mise en relation avec des services de proximité : entreprises locales, tissu associatif.</li> <li>• découverte et interaction avec l'activité de sa ville, ses collectivités</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Structuration du tissu associatif local</li> <li>• Communication accrue</li> </ul>
INTERETS INDIRECTS	BÉNÉFICES INDIRECTS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Collaboration possible entre structures ayant les mêmes objectifs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efficience de l'objectif de l'association.</li> <li>• Création de lien social</li> </ul>

## INTERETS & BENEFICES POUR LES ENTREPRISES LOCALES



INTERETS DIRECTS	BÉNÉFICES DIRECTS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès gratuit en fonction de critères à une plateforme évolutive et open source.</li> <li>• Vitrine de l'activité de l'entreprise avec fiche signalétique personnalisée</li> <li>• Niche de clients locaux, catégorisés par centres d'intérêt.</li> <li>• Accès à des outils simples, innovants et facilitateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Communication accrue</li> <li>• L'offre de service liée à une thématique est structurée, centralisée</li> <li>• Retombées économiques</li> </ul>
INTERETS INDIRECTS	BÉNÉFICES INDIRECTS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorisation de l'éthique et conscience de entreprise</li> <li>• Etude de la demande de la population</li> <li>• Possibilité de s'adapter à la demande</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toute action menée dans l'intérêt général est bénéfique pour la société et bénéficie indirectement à l'activité économique : baisse du coût des intrants, etc...</li> <li>• L'entreprise profite de la crédibilité du site</li> </ul>

## INTERETS & BENEFICES POUR LES COLLECTIVITÉS



INTERETS DIRECTS	BÉNÉFICES DIRECTS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le projet est une vitrine des administrés</li> <li>• Valorisation et structuration du territoire par les personnes qui y vivent et le connaissent le mieux. Les différents acteurs du territoire référencent et garantissent la qualité des informations suivantes classées par thématique. Seront ainsi valorisés et structurés : <ul style="list-style-type: none"> <li>• l'activité, les animations</li> <li>• les entreprises locales</li> <li>• le tissu associatif local</li> <li>• les activités ludiques et le tourisme local</li> <li>• les richesses du territoire</li> <li>• les compétences et le savoir-faire local</li> </ul> </li> <li>• La mesure de l'activité du territoire</li> <li>• Le projet est évolutif et en mesure de prendre en compte d'autres besoins, avec une approche innovante, adaptée et actualisée.</li> <li>• Le projet est participatif et coopératif. Rechercher la participation de chacun et la concertation de tous, c'est développer la capacité des institutions locales à prendre en compte la complexité des opinions et des situations afin de mieux décider.</li> <li>• Transparence / Open Data / Crowd Sourcing : respect des nouvelles directives européennes en matière de partage d'informations citoyennes.</li> <li>• Interaction avec les autres parties prenantes dans la recherche de l'intérêt commun</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Territoire structuré : liste des entreprises locales, des associations, activités (touristiques, culturelles...), animations... du territoire.</li> <li>• Communication et écoute accrues.</li> <li>• Participation et coopération des administrés à l'intérêt général.</li> <li>• Meilleure prise en compte des besoins de la population</li> <li>• Toute action réalisée dans l'intérêt général par les citoyens n'est plus à mener par les pouvoirs publics.</li> <li>• Développement durable et local du territoire.</li> <li>• Création d'emploi.</li> </ul>
INTERETS INDIRECTS	BÉNÉFICES INDIRECTS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le Projet Pixel Humain est d'intérêt général et représente un faible coût par rapport aux retombées possibles pour le territoire.</li> </ul>	

## ➤ PLUS-VALUE DU PROJET PIXEL HUMAIN

Le projet Pixel Humain est porté par l'association Open Atlas.

Il apporte une vision unique, globale et complète aux différentes thématiques qui influent sur la société.

En effet :

- Il est gratuit et accessible au plus grand nombre.
- Il est simple, fédérateur et transparent.
- Il réunit sur une plateforme de concertation toutes les parties prenantes indissociables de la société (citoyens, associations, entreprises et pouvoirs publics)
- Il permet la prise en compte de façon globale des thématiques d'intérêt général au sein d'un réseau social, ce qui n'existe pas.
- Il centralise la plupart des démarches d'intérêt général avec différents points d'entrée : thème, géographique, mots clés
- Il permet à ces différents acteurs d'interagir entre eux en favorisant les actions de groupe au lieu d'actions individuelles.
- Il est à géométrie fractale. L'interaction commence entre deux individus au sein d'un réseau. Cette même interaction peut être étendue à différentes thématiques et groupes d'individus avec des résultats visibles à différentes échelles; à l'échelle d'un groupe de citoyens, d'un quartier, d'une ville, d'une commune, d'un département, d'une région... Cette interaction permet au projet de s'étendre et créer du lien social.
- Il permet de valoriser et structurer les offres locales de services.
- Il permet de mesurer la capacité à interagir et évaluer la qualité, des différents acteurs.
- Il garantit une relation gagnant/gagnant entre concitoyens, entre un consom'acteur et des services locaux et entre un citoyen et sa collectivité.
- Il favorise et développe les circuits courts de distribution
- Il est reproductible géographiquement sur plusieurs territoires du fait :
  - des caractéristiques fractales du projet
  - d'une vision du projet à l'échelle locale
  - des besoins similaires qui émanent des citoyens partout dans le monde, de leur volonté de changement et de leurs projets, conscience pour une société plus vertueuse.
- Il a une force, une influence et une portée de part :
  - l'agrégation et la prise en compte des avis exprimés.
  - le nombre de territoires couverts
  - le nombre d'utilisateurs du Pixel Humain
- Il est novateur dans l'approche sociale et techniquement innovant :
  - il est open source et évolutif.
  - il possède un design novateur.
  - il propose un espace ouvert, ludique, simple, interactif, structuré et agrégé de débat.
  - il intègre une interface directe et bidirectionnelle entre les citoyens et les collectivités.
- Enfin, il représente un investissement faible comparé aux retombées directes et indirectes des résultats du projet pour la société

Ce sont ces composantes et les moyens mis en oeuvre par l'équipe du projet, qui réunies, permettront **d'avoir des résultats concrets et positifs pour la société, sur notre environnement et notre qualité de vie.**

“

LE PROJET APORTE UNE VISION UNIQUE, GLOBALE ET COMPLÈTE DE COOPÉRATION CITOYENNE . IL EST GRATUIT, SIMPLE, FÉDÉRATEUR, NOVATEUR ET INNOVANT. IL EST REPRODUCTIBLE GÉOGRAPHIQUEMENT ET REPRÉSENTE UN INVESTISSEMENT FAIBLE COMPARÉ AUX RETOMBÉES DIRECTES ET INDIRECTES DES RÉSULTATS DU PROJET POUR LA SOCIÉTÉ.

”

## STORY BOARD : EXEMPLES DE CAS PRATIQUES

### 1\_ THÈME « TRANSPORT » : POUR UN MODÈLE DE TRANSPORT PLUS VERTUEUX

La thématique des transports est ouverte avec par exemple pour information partagée

*"la voiture est responsable de 40% des émissions de CO2 anthropiques"*

Des solutions pour traiter cette problématique sont mises en ligne.

**Un réseau d'utilisateurs s'est créé** sur le Pixel Humain autour de cette thématique :

**Des citoyens changent de comportement et agissent en mettant en application certaines solutions :**

- Utilisation de la voiture :
  - conduite plus souple
  - entretien plus régulier du véhicule
  - utilisation plus modérée de la climatisation
  - achat de voiture plus respectueuse de l'environnement auprès de fournisseurs locaux
- Annulation de trajets superflus :
  - renoncement à certains trajets
  - télétravail à domicile
  - visio-conférence dès que possible
- Utilisation occasionnelle d'alternatives moins polluantes
  - vélo
  - moto
  - transports en commun
- ....

**Des citoyens utilisent l'application gratuite sur PC et téléphone de co-voiturage** mis à disposition par le Pixel Humain

**Plusieurs citoyens participent au débat citoyen autour du transport à la Réunion :**

- 5000 personnes pensent qu'il faudrait des parkings sécurisés pour faciliter le co-voiturage
- 3000 personnes sont favorables à la mise en place de transport en commun pour desservir les gros employeurs de l'île
- 2000 personnes souhaiteraient des horaires aménagés pour fluidifier le trafic

Les résultats des débats agréés sont communiqués aux collectivités et entreprises locales afin de trouver des solutions, consentements.

**Les collectivités ont donné un retour sur les points suivants :**

- Attente de chiffres probants sur le co-voiturage avant d'évoquer la mise en place de parkings sécurisés car l'investissement est lourd et les résultats non garantis
- La mise en place de transports en commun pour desservir les gros employeurs est à l'étude

**Des négociations au cas par cas sont ouvertes** entre employés et employeurs pour le télétravail, les visio-conférences et l'aménagement de certains horaires de travail.

**Des événements de sensibilisation sont mis en place :**

- Communication sur les bouchons lors de l'effondrement du pont de la rivière St-Etienne "pont bouchon gratiné!"
- Agoras, café repaire

**Un groupe de 20 utilisateurs souhaite mettre en place un projet "Pedibus" sur 2 villes pilotes** d'accompagnement des jeunes écoliers à pied par du personnel encadrant. La mise en relation du projet "Pédibus" entre les porteurs du projet et les collectivités est facilitée par la plateforme du Pixel Humain. Des emplois seront créés par cette initiative citoyenne.

## **2\_THÈME « ALIMENTATION » : CONSOMMER DES PRODUITS PLUS SAINS, DE MEILLEURE QUALITÉ, PLUS MODÉRÉMENT, PLUS DURABLEMENT ET LOCALEMENT. LUTTER CONTRE LE GACHIS ALIMENTAIRE.**

La thématique de l'alimentation est ouverte avec par exemple pour information partagée

*"Près de la moitié de la nourriture mondiale est gâchée chaque année"*

Des solutions pour traiter cette problématique sont mises en ligne.

Un réseau d'utilisateurs s'est créé sur le Pixel Humain autour de cette thématique

**Des citoyens changent de comportement et agissent en mettant en application certaines solutions :**

- Achat de produit saisonniers
- Consommation plus modérée de produits d'origine animale.
- Quantité de produits alimentaires achetés plus en adéquation avec la consommation réelle
- Plus d'attention portée sur l'origine des produits, leur contenu, leur provenance.
- Ramassage de fruits chez des particuliers.
- Des personnes s'échangent des confitures confectionnées avec des fruits et légumes abîmés.
- Des personnes mettent en barquette leur surplus de nourriture qu'ils échangent ensuite.

**De nombreux citoyens font appel aux associations locales** pour

- Développer leur potager
- Se sensibiliser aux pratiques plus proche de la nature

**Des citoyens utilisent l'application gratuite sur PC et téléphone NOTEO** qui permet de noter les produits de grande consommation suivant leur impact sur la santé, l'environnement, le social et la santé. NOTÉO est référencé par le Pixel Humain.

**Le débat citoyen autour de l'alimentation à la Réunion remporte un vif succès** : plus de 300 000 personnes souhaitent changer la réglementation sur les aliments

- suppression de la DLUO
- traçabilité des produits depuis l'origine des intrants
- recalcul de la date de péremption des produits
- prix des produits dégressifs à mesure à l'approche de l'échéance de la date de péremption
- Valorisation des produits destinés aux déchets pour
  - donner une autre vie à ces aliments : restauration sur place, oeuvres caritatives
  - production énergie

**Les résultats des débats agréés sont communiqués aux collectivités et aux entreprises locales** afin de trouver des solutions, consentements.

**Les collectivités souhaitent porter le débat au niveau national.**

La grande distribution se dit prête à prendre en compte la demande des citoyens. Elle sera également gagnante à plusieurs niveaux.

les dons aux oeuvres caritatives donnent droit à des crédits d'impôts

la quantité de déchets et leur gestion, donc de perte financière sera moins importante.

Les clients seront par effet induit gagnants aussi car les pertes sont généralement répercutées sur le prix des produits.

possibilité de créer des restaurants avec utilisation des produits périmés avec agrément des clients.

**Des événements de sensibilisation sont mis en place :**

- Mise en avant d'aliments normalement périmés ou non dans la "norme" actuelle de l'esthétique, lors de repas partagés, ouverts à tous, entre des personnes des différentes parties prenantes.
- Agoras, café repaire

**Plusieurs projets prennent forme au sein de plusieurs réseaux :**

- Des associations se créent pour récolter les aliments non commercialisés chez les producteurs etc...
- Les collectivités subventionnent ces initiatives
- Des entreprises sont prêtes à prendre le marché de la valorisation des déchets organiques avec la création d'emplois à la clé.

**Hausse de l'activité économique locale :**

- Les producteurs locaux sont valorisés et plus recherchés grâce aux circuits courts de distributions mis en place au sein du Pixel Humain.
- Achats de pots, conserves etc...
- Achats de produits et matériel de jardinage



## “INVENTONS UNE CYBERDÉMOCRATIE POUR ACCOMPAGNER LA CIVILISATION DU NUMÉRIQUE”

[HTTP://WWW.LEMONDE.FR/IDEES/ARTICLE/2013/06/03/INVENTONS-UNE-CYBERDEMOCRATIE-POUR-ACCOMPAGNER-LA-CIVILISATION-DU-NUMERIQUE\\_3423259\\_3232.HTML](http://www.lemonde.fr/idees/article/2013/06/03/inventons-une-cyberdemocratie-pour-accompagner-la-civilisation-du-numerique_3423259_3232.html)

LE MONDE | 03.06.2013 à 21h12

**Comment changer d'ère et préparer l'avenir quand tout semble morose et compliqué ? Quand les structures sociétales, complexes, semblent organisées pour résister au changement,** dignes du phénomène, bien connu en biologie, qu'est l'homéostasie (du grec homeos, «même», et stasis, «état de rester») ? N'est-il pas temps de changer de paradigme pour épouser enfin le monde d'après ? La société informationnelle qui s'installe depuis l'avènement d'Internet en 1995 bouscule nos sociétés industrialisées.

Les indicateurs économiques, sociaux et environnementaux si redoutés lors du Sommet de la Terre de Rio (1992) sont maintenant dépassés. Comme le dit Michel Serres : « Ce n'est pas une crise, c'est un changement de monde. » Force est de constater que nous sommes déjà dans le mur, et que nous devons nous en extirper. Pour survivre, nos organisations doivent évoluer : Etats, villes, entreprises, universités, syndicats, associations sont condamnés à sortir de l'homéostasie pour s'adapter, se fluidifier, s'horizontaliser. Le pouvoir pyramidal doit laisser place à des organisations plus transversales. Ces mutations sont déjà en marche : il suffit désormais de les saisir et de les accompagner pour en amplifier la résonance.

Sur le plan sociétal et politique, **l'émergence de l'intelligence collaborative offre l'opportunité d'équilibrer la société plus efficacement** : en trouvant un compromis entre la régulation par le haut et la cocréation par le bas. Dans ce nouveau **contexte participatif et contributif**, il est nécessaire de réfléchir aux relations entre les citoyens et l'Etat, pour **inventer une cyberdémocratie et engager un dialogue sincère entre le politique et le citoyen**. Nous sommes à l'aube d'un véritable contre-pouvoir.

**Mais comment mettre à jour un système rigide ?** L'écosystème numérique dans lequel nous évoluons nous change autant que nous le modifions. Nous sommes devenus des femmes et des hommes «augmentés». Mais sommes-nous plus heureux ou plus sages pour autant, dans le «lifestreaming», ce temps réel du nouvel Internet ? En surfant la vie avec les réseaux sociaux, les SMS, le mur de Facebook, ou les fils Twitter, sommes-nous conscients de construire une communauté, ou sommes-nous «seuls ensemble», comme le décrit dans son livre *Alone Together* la sociologue du MIT Sherry Turkle ?

Les plus jeunes n'ont connu que la connexion à des réseaux virtuels. Aujourd'hui, ils lancent des services corévolutionnaires et appliquent au réel les logiques du Web : connectés et souvent sensibilisés aux enjeux de la planète, ils conçoivent, pour certains, leur quotidien dans une optique de partage.

Mobilité, éducation, travail, équipement, alimentation, autant de secteurs où ils prouvent qu'on peut optimiser ce qui est trop souvent inutilisé. Ils défendent l'usage avant la propriété, s'identifient à de multiples communautés et utilisent l'intelligence connective et collaborative pour donner du sens à leur vie individuelle et communautaire. Une approche qui privilégie la pratique solidaire de l'intelligence collective à l'exercice solitaire du pouvoir électif.

**L'entreprise doit comprendre et accompagner ce changement**, prendre autant soin des hommes qu'elle emploie que de sa prospérité, tout en maintenant son image, sa marque, et l'ensemble des relations avec ses parties prenantes. Plus transparente, plus responsable, elle doit également être plus à l'écoute et se libérer pour devenir cocréative et véritablement assurer sa continuité dans le changement.

**Les politiques doivent aussi accompagner ces mutations.** Plutôt que de promettre, en vain, «le changement sans risque» ou «la rupture», pourquoi ne pas reconnaître que leur temps décisionnel échoue parfois à

s'enrichir des apports issus d'une complexité qu'ils ne maîtrisent pas toujours, faute d'outils ? L'analyse, l'approche séquentielle et linéaire propre à nos raisonnements cartésiens, reste ouverte aux futurs souhaitables qui se dessinent aujourd'hui.

**Est-il possible de changer d'ère dans un tel contexte ?** Les Français sont familiers d'une méthode, radicale : la révolution. Au-delà d'un certain seuil de frustration, d'exaspération, d'indignation, le système éclate et entraîne des changements brutaux. Sans aller jusqu'à de tels extrêmes, les périodes de crise facilitent l'acceptation sociétale des grandes réformes. On dit les Français réfractaires au changement ; et s'ils étaient, au contraire, prêts à changer ?

**Pour désirer l'avenir, il est nécessaire de le comprendre et d'accepter que le changement sans risque n'existe pas.** Comme un cristal qui fond ou se brise, et donc bouleverse sa structure, nos organisations ou systèmes politiques doivent être capables de se réformer de l'intérieur et en profondeur, au-delà des habitudes et des avantages acquis. En ce sens, il faut s'inspirer de la NetGen (Génération Internet), qui pratique le «lifestreaming», le «flow». Cette génération accepte l'instabilité dynamique (comme le surfeur sur la vague), le passage d'une situation à l'autre, le zapping des idées, des thèmes, des relations interpersonnelles.

Dans le nouvel Internet, passé, présent et futur sont simultanés. C'est l'ère de l'immédiateté. Ce qui motive cette génération, c'est le temps réel associé à l'IRL (in real life). **Pour que les Français changent, il faut les aider à passer d'une relation fondée sur des rapports de force – qui conduit à la concurrence, à la compétition et à l'individualisme – à une situation de rapports de flux, privilégiant l'échange, le partage, la solidarité et l'empathie.** Un changement profond qui contribuera à donner plus de sens à la vie.

Joël de Rosnay (scientifique, prospectiviste, conseiller de la présidence d'Universcience) et Anne-Sophie Novel (journaliste ) Joël de Rosnay et Anne-Sophie Novel

## “VILLES 2.0 : LA VILLE COMME PLATE-FORME D'INNOVATIONS OUVERTES”

[HTTP://WWW.INTERNETACTU.NET/2008/02/28/VILLES-20-LA-VILLE-COMME-PLATE-FORME-DINNOVATIONS-OUVERTES/](http://www.internetactu.net/2008/02/28/villes-20-la-ville-comme-plate-forme-d-innovations-ouvertes/)

L'irruption dans le jeu urbain des acteurs et des pratiques du web 2.0 est déjà une réalité. L'exemple le plus spectaculaire réside dans la prolifération de données géolocalisées sur nos écrans d'ordinateurs et de téléphones mobiles, et notamment de ces nouvelles cartographies qui mixent des données pour **mieux représenter, lire, discuter, gérer, utiliser la ville**. Ces cartes n'appartiennent plus seulement aux acteurs publics et aux entreprises. **L'usager-citadin-citoyen commente, interpelle, évalue, annote, raconte**, photographie et filme la ville sous tous les angles, partageant et diffusant cette production personnelle ou collective via ses plate-formes de blogs et les sites sociaux.

**Ce lien dense et constant entre l'existence physique et numérique de la ville, et la participation accrue des citoyens qu'il favorise, obligent les acteurs traditionnels de la ville à réexaminer le fonctionnement de la « fabrique des services urbains »,** c'est-à-dire la manière dont sont conçus les services aux usagers, électroniques comme physiques.

### Obligation d'innover

La ville a obligation d'innover. Pour sa compétitivité et celle de ses entreprises, pour répondre aux nouvelles attentes des citoyens, pour résoudre les tensions qui la traverse. Mais l'innovation a changé : elle est devenue plus rapide, plus intensive, plus multiforme, plus coopérative, et les utilisateurs y jouent un rôle croissant. Elle doit s'adapter aussi aux changements de la société. L'individualisation des modes de vie implique un degré de personnalisation et de contextualisation des services hors de portée d'un acteur unique.

Tout cela représente à coup sûr un défi pour les acteurs traditionnels de la ville. Comment faire de la ville une plateforme ouverte à toutes les innovations et tous les acteurs, favorisant la mutualisation et la circulation des données et des ressources pour créer des services innovants et utiles ? Comment prendre en compte cette nouvelle implication des citoyens (avec ses limites : elle s'exprime plus aisément dans le quotidien, dans l'intervention individuelle, que dans la participation consciente à des projets collectifs) dans la conception et le fonctionnement des services urbains ?

Pour cela, il nous faut imaginer et expérimenter d'autres manières de répondre à des besoins collectifs urbains, qui s'appuient plutôt sur le partenariat, la co-crédation et l'innovation collaborative. Les modèles d'innovation caractéristiques de l'internet et du "web 2.0 (données mutualisées, interfaces de programmation ouvertes, intervention des utilisateurs dans la conception et la production des services...) fournissent des pistes utiles, même s'il faut bien sûr les adapter. Il faut en particulier identifier les ressources et conditions de réussites de cette ville comme plate-forme : qu'est-ce qu'on peut partager, sous quelles conditions ? Quelles sont les infrastructures nécessaires, qui les exploite ? Qui les installe ? Quelles sont les conditions d'accès ? Que doit-on attendre de chacun et avec quelles contreparties ?...

**Une ville comme plateforme d'innovation ouverte c'est mettre en place des dispositifs qui favorisent la floraison d'idées neuves, de projets et d'expérimentations, d'innovations de terrain :** nouveaux services ou nouveaux outils à disposition des habitants, adaptation des services à des publics particuliers que les grands acteurs ne peuvent pas connaître, agencements inventifs de composants jusqu'alors disjoints, nouveaux modes d'accès et de délivrance des services... C'est aussi une ville qui donne à tous (associations, petites et grandes entreprises, acteurs publics, individus) la possibilité d'imaginer et d'innover dans des conditions claires, simples, transparentes et qui encouragent les partenariats. C'est enfin une ville ouverte aux détournements, à l'intervention active ou fortuite des utilisateurs eux-même.

### Conditions de succès

Des ateliers menés par le programme Villes 2.0 ressortent trois conditions de succès pour le développement de cette ville comme plate-forme d'innovation ouverte :

**Le partage et l'ouverture des données. Ils sont la condition indispensable pour stimuler et nourrir l'innovation la plus large.** Il faut pouvoir accéder aux données des systèmes d'informations géographiques territoriaux, aux horaires des transports publics, des équipements publics, des événements culturels et sportifs, aux données budgétaires et financières, aux études commandées par les acteurs publics, aux données temps réel sur la disponibilité des places de parking, l'arrivée du prochain bus ou métro... Mais le partage de ces données, publiques, mais également privées, se heurte à des obstacles culturels, réglementaires, politiques et économiques. Pour progresser, il va falloir fournir des éléments permettant aux acteurs de mieux apprécier l'intérêt et les modalités d'une plus grande ouverture des données. Certes, l'abondance des données disponibles en ligne, ainsi que des exemples tels que le succès de Google Maps face à ses concurrents plus fermés, montrent les risques qu'une rétention excessive fait courir aux acteurs (et aux villes). Mais cela ne suffit pas. Il faut également définir des conditions d'accès et d'exploitation des données, des règles en matière de réciprocité ou, de propriété. Il faut aussi tenir compte du fait que, l'information devenant un actif stratégique, la partager peut modifier la position d'un acteur sur son marché.

**La mise à disposition d'infrastructures de services mutualisées.** Beaucoup de services urbains fonctionnent aujourd'hui en "silos" alors qu'on aurait tout intérêt à mieux associer les transports au commerce, à mieux exploiter des espaces d'accueil en adaptant les services qu'ils rendent au moment de la journée ou de la semaine, à agencer différents services publics et privés pour répondre à des besoins complexes, etc. L'information est au coeur de ce décloisonnement. Pour faire le lien entre les services, les contenus et les utilisateurs, de nouvelles infrastructures doivent être créées. Certaines sont classiques et "dures" (réseaux, noeuds d'interconnexion, serveurs, lieux d'accès), d'autres sont "molles" : des bases de données communes, des fonds de carte, des données de géo-localisation, des dispositifs d'identification, des annuaires, des vocabulaires...

**L'implication des usagers.** Il s'agit de mieux intégrer les citoyens dans la conception même de nouveaux services, afin qu'ils participent dans l'avenir à leur production et leur évolution, qu'ils imaginent des moyens de les améliorer, qu'ils les agencent eux-même plus intelligemment autour de leurs propres besoins.

Pour permettre à tous de mieux s'emparer de ce défi du programme villes 2.0, son équipe se fixe deux objectifs concrets consistant à produire un cahier des charges de la ville comme plate-forme d'innovation ouverte et à identifier des projets concrets (opérationnels ou collectifs) pouvant répondre à ces caractéristiques, pour les aider à se faire connaître et à se réaliser.

Vous êtes les bienvenus !

Thierry Marcou, Fabien Eychenne, Daniel Kaplan

Merci pour votre attention  
et l'intérêt que vous pourrez porter au Pixel Humain

---

**PIXELHUMAIN.COM**

