

La marche au cœur des mobilités : une démarche innovante

Véronique Michaud

DG Innovation et Développement Durable
Prospective et Conception Innovante

+33 1 58 78 23 86

+33 6 07 14 32 23

veronique.michaud@ratp.fr

La RATP aime la marche parce qu'elle aime la ville qui va avec...

La Prospective RATP s'est emparée de la marche. Avec la conviction que ses attributs constituent davantage que des atouts en résonance avec le développement durable et que son potentiel d'efficacité, de modernité et d'innovation est largement inexploité. Faute d'avoir été beaucoup exploré autrement que comme une cause à défendre ou un mode à sécuriser. Appliquées à cet objet plus complexe qu'il n'y paraît, souvent fuyant faute d'opérateur ou de concepteur uniques, les méthodes de conception s'avèrent efficaces et révèlent des ressources de la marche au service de la mobilité et des politiques publiques foisonnantes. Explications.

Le cycliste est un piéton vélocé. Et le passager du tram ? Un piéton qui fait une pause...

Au-delà du clin d'œil et de la tentation de chahuter un peu la hiérarchie traditionnelle des modes de déplacement, la formule n'est-elle pas une invitation à renouveler notre regard sur la mobilité et sur l'individu mobile ? Autrement dit, vélo, bus, métro, tramway... seraient autant de « bottes de sept lieues » du marcheur ? Ce n'est assurément pas la vision conventionnelle des systèmes de transport. Mais ce sont les lunettes qu'a choisi de chausser la prospective de la RATP en s'intéressant à la marche avec l'intuition que le piéton offre un point de vue privilégié sur la mobilité. Intuition confortée à l'issue du séminaire organisé en 2007 sur la « marche au cœur des mobilités », point de départ de notre travail sur la marche urbaine dans une optique de conception et d'innovation.

La marche, en effet, n'est pas seulement le ciment de tous les déplacements, le mode socle de la mobilité. C'est aussi une façon de renouveler la réflexion sur la mobilité urbaine parce qu'elle est partout et notamment dans les plis des systèmes de transport. Parce qu'elle nous renseigne sur la relation entre ville et transports et nous impose de sortir du seul registre du trafic et du déplacement.

Plus qu'un mode, plus qu'une fonctionnalité, la marche n'est-elle pas d'abord et surtout une qualité urbaine ? En tant que mode et amie de tous les autres modes, elle permet de repenser la mobilité et la ville qui va avec.

S'intéresser au marcheur nous force à voir combien nos représentations traditionnelles et nos schémas de pensée produisent des cloisonnements dans la conception des objets transport, qu'il s'agisse de produits, de services ou d'organisations. Combien le potentiel du piéton est considérable.

Devoir d'invention

Loin de toute posture nostalgique, la prise en compte de la marche, mode mineur en apparence, mais liant et lien entre tous les autres, peut devenir essentiel à tout choix stratégique d'aménagement urbain et de politique de déplacements.

Le défi à relever d'une mobilité durable impose plus que jamais des attitudes et des solutions novatrices, une nouvelle ingénierie de l'accessibilité urbaine – au sens large, pas seulement comme accès à la mobilité mais comme ressource des lieux - faisant appel à des disciplines variées et à des compétences issues non seulement du domaine des transports mais aussi

du design, de l'aménagement des espaces publics, de l'architecture, de la psychologie cognitive, de l'écologie de la perception... Le marcheur, acteur-mouvement par excellence, n'intéresse-t-il pas toutes ces disciplines ?

L'idée directrice de notre approche, c'est qu'autour de la marche, malgré sa modestie apparente et ses allures d'éternité, se dessine tout un champ d'innovations pour l'opérateur de mobilité. Et que la marche, à travers la question de la qualité des espaces publics, des démarches comme le code de la rue et les enjeux de la mobilité durable, figure aujourd'hui à l'agenda n'est pas étranger à la démarche de la Prospective RATP. Le piéton revient en effet dans le champ de préoccupation d'un certain nombre d'acteurs. Mais notre approche est différente. Il ne s'agit pas de défendre ou de réhabiliter la marche, il s'agit de l'appréhender comme un champ de conception

Méthodologie

Marcher, ce n'est pas seulement accéder à quelque chose, une destination, un autre mode de transport. C'est aussi une expérience multisensorielle, un espace-temps aux mille et une sensations !

Le marcheur configure en effet l'espace dans lequel il chemine. Il est non seulement en prise avec son environnement, il est un vecteur de sa production, de sa fabrication. Il recompose en marchant l'espace de son déplacement. L'enjeu consiste à amplifier cette production, ce potentiel de conception dont dispose le piéton en tant qu'acteur urbain total.

Après avoir voulu le canaliser pendant ces trente dernières années, il s'agit de redonner au piéton toutes ses capacités d'action grâce à une marche plus performante, plus agréable, plus confortable. Le piéton requiert de l'« open source » : il a potentiellement accès à toutes les ressources de la ville, il peut aussi surfer sur les différentes échelles du déplacement à pied, en transports collectifs ou encore à vélo.

Le marcheur augmenté

Les solutions pour accroître ce potentiel du marcheur résident dans les aménagements physiques (aire piétonne, zone de rencontre, trottoirs traversants, passerelles piétons et vélos, etc.) ainsi que les accessoires de la marche, y compris les accessoires embarqués du marcheur (portables avec GPS, codes barres en deux dimensions permettant de se connecter en temps et lieux réels pour accéder à de l'information et des services personnalisés, à de l'infomobilité, etc.). Elles contribuent toutes à renforcer le statut du piéton, à amplifier ses possibilités et ses opportunités, à accroître son potentiel de mouvement et d'accès aux ressources de la ville. Elles lui redonnent du pouvoir, pour faire jeu égal avec les autres modes, ainsi que le pouvoir d'agir sur son environnement.

Ces nouveaux aménagements de l'espace public et ces nouvelles ressources distribuées favorisent une renaissance de la marche. L'intérêt de nouveaux opérateurs contribue aussi à cette renaissance, à cette montée en grade. Il est intéressant de constater que le GPS s'individualise de plus en plus et quitte l'habitacle de la voiture pour équiper le marcheur.

L'enjeu de cette amplification, de cette « augmentation » du marcheur et de l'accessibilité des espaces consiste ainsi à lui procurer individuellement et collectivement de l'intelligence, de la capacité à se dérouter et à dérouter les modèles et les représentations traditionnelles. Ce nouveau « pedestrian empowerment » implique aussi que ville et transports parlent ensemble : la marche est, en effet, un excellent objet de dialogue et de coopération entre les acteurs.

La marche agira « au cœur des mobilités » si cette amplification du marcheur ne se cantonne pas à quelques gadgets visibles. La démarche de « conception innovante » vise au contraire à définir de nouveaux produits. C'est la troisième et ultime phase de notre action. Les orientations conceptuelles ont permis de concevoir des « concepts produits marche » qui s'offrent d'ores et déjà à l'expérimentation. Ils constituent les pistes privilégiées

d'un programme d'actions le plus souvent en partenariat avec la Ville, la Région ou d'autres acteurs urbains qui s'articulent, dans un premier temps, autour de trois axes d'action : la marche dans le métro, les correspondances par la ville et l'invention d'itinéraires et les stations de la marche.

- Premier axe d'expérimentation, **la marche dans le métro.**

Combien de kilomètres marche-t-on dans le métro, par an, par mois, par jour ? Quelles sont les vitesses de marche ? Comment marche-t-on ensemble ? Y a-t-il un flâneur du métro comme le flâneur de Paris ? Tous les voyageurs sont des marcheurs... Or, il y a un déficit de connaissance de la réalité de la marche en général (les outils statistiques minimalisent les modes de rabattement à pied, à vélo car, par convention, on ne garde que le mode dominant dans les résultats des grandes enquêtes déplacements) et de son rôle dans l'intermodalité en particulier. Il nous apparaît qu'il faut pallier cette lacune de connaissances sur la marche, notamment dans le métro, espace piéton par excellence. Avec des données quantitatives : combien de temps, de pas, de marches... ? Et qualitatives : quels sont la perception et le vécu de la marche dans le métro ?

Mais aussi parce que le métro, en tant que lieu artificiel et clos, est un espace dont on peut a priori contrôler l'ambiance. Le métro « réenchanté » pourrait dès lors offrir des ambiances ou les conditions d'une expérience particulière de la marche, au moyen d'aménagements inattendus (une forêt en station ?), en permettant d'expérimenter un mode ambulatoire (pourquoi pas un parcours santé, une marche tonique, rapide, bonne pour la santé au long d'un couloir, sur un revêtement de sol innovant ?).

Aujourd'hui, on s'intéresse davantage à la station (au quai) qui vise pourtant davantage à mettre en scène le train qu'à rendre l'attente agréable. Le couloir est un peu le « refoulé » du réseau souterrain !

Quel est le rôle de l'opérateur de mobilité entre gestion de l'attente (sur les quais) ou de la circulation dans les espaces) et 'tradition' d'accélération de la marche comme mode de correspondances. La marche dans les couloirs du métro doit-elle rester une simple parenthèse ?

- Second axe d'expérimentation : **les correspondances par la ville**

La richesse du réseau, ce sont ses correspondances. La performance d'un réseau se mesure à son degré de connectivité

La « correspondance par la ville » consiste à proposer aux clients sortants une alternative aux correspondances en sous-sol pour passer d'une ligne à une autre ou point de la ligne à un autre (par exemple sur la boucle de la ligne 10). Ces trajets peuvent être plus rapides ou plus agréables et permettent de tisser un lien plus fort entre le réseau et la ville. Ils augmentent ainsi la puissance de connectivité du réseau métro et ses usages.

Les correspondances « classiques » sont normatives. La correspondance par la ville est imaginative : elle est plus riche, agents et voyageurs concourent à leur invention populaire. La ville devient une ressource du métro...

Ces itinéraires de "correspondances par la ville" pourraient mis en place conjointement entre la RATP et la ville de Paris et une communication et signalétique appropriées pour

- un meilleur service aux clients sortants
- la création d'un lien plus étroit entre les agents en station et le quartier, façon de mettre en acte « Aimer la ville »

Une expérimentation sur la ligne 10 est en cours de cadrage. Il s'agit de proposer des itinéraires alternatifs à nos correspondances par le métro ou le bus qui permettent de gagner du temps ou qui présentent un agrément ou un intérêt afin de:

- rejoindre plus rapidement un autre point du réseau en marchant quelques centaines de mètres plutôt qu'en utilisant les correspondances par le métro ou RER

- arriver plus vite à sa destination
 - découvrir un quartier, une curiosité, profiter de l'offre culturelle et/ou marchande.
- Elle est inscrite au Plan produit de l'entreprise.

Cette approche permettra aussi de nouer ou renouer des liens entre le quartier, les voyageurs et les agents (associés au choix de ces itinéraires) qui en seraient davantage encore qu'aujourd'hui les guides avisés.

De la correspondances par la ville à l'invention d'itinéraires

Entre les lignes, il y a les itinéraires. Marcher, c'est la liberté totale et c'est aussi la routine. L'itinéraire est une ressource, une richesse qu'on peut partager : un détour, un raccourci, un circuit thématique...

Il en existe un nombre infini ou presque. Mais un même individu n'en connaît souvent qu'un petit nombre. Objectivables, ils ont de la valeur (itinéraires à thèmes, écoresponsables, etc.)

Il existe aussi une commensalité de l'itinéraire : les commerces peuvent être des acteurs de l'itinéraire. Les riverains des partenaires.

L'itinéraire ne se limite pas au linéaire mais implique le territoire dans lequel il s'inscrit et qui l'englobe.

Chacun peut inventer des itinéraires mais l'opérateur peut les rendre partageables en mobilisant son savoir-faire dans la gestion de réseaux

- Troisième axe d'expérimentation : **les stations de la marche**

Marcher, c'est aussi s'arrêter. Le piéton circule et stationne, occupe des lieux pour se reposer, s'y ressourcer, sans en perturber le fonctionnement. L'idée des « stations commensales » issue des ateliers de conception suggère que des espaces existants (commerces, équipements publics, restaurants, etc.) pourraient être requalifiés et accueillir des « stations piétonnes ». Un réseau de point pourrait mailler le territoire et constituer un ensemble de relais sur des itinéraires piétons ou hors de ces itinéraires. Ces « points marche » qui pourraient très bien être amovibles ou portables pour aller au plus près des besoins des piétons, pourraient aussi être vendus, comme les pixels de la « One million dollar homepage » ou bien franchisés, avec un système de notation par un organisme indépendant (cf. les étoiles du guide Michelin) ou par les piétons eux-mêmes (cf. Web 2.0.).

Et pour aller plus loin :

La marche aux marches de l'Île-de-France...

Les territoires périurbains sont souvent des lieux peu favorables à la marche et plus généralement aux modes doux. Pourtant, la marche et le vélo sont des modes adaptés aux déplacements de proximité en grande couronne comme en centre-ville et pertinents pour le rabattement sur les gares et pôles d'échanges si les cheminements piétons et les itinéraires cyclables sont bien conçus. Par ailleurs, la marche procède en grande couronne d'une valorisation évidente des territoires. Sur des terrains d'expérimentation comme de nouvelles réalisations de transport en site propre, il s'agira d'observer comment se modifient les habitudes de déplacements, d'étudier comment les zones de chalandises des stations se mettent en place, comment les espaces évoluent et de nouvelles habitudes s'installent.

Pour conclure...

Les modes doux – ou modes actifs – ne sont pas seulement des modes vertueux au service de la mobilité durable et de la reconquête de la ville. Leurs atouts résident aussi et surtout dans leur potentiel d'innovation. Vélo'v à Lyon depuis mai 2005, Vélib' à Paris depuis juillet 2007 en ont fait la démonstration spectaculaire. Le succès, l'appropriation du service, le changement de comportement (on assiste à des changements modaux radicaux, inédits avec les transports publics même lors de la réintroduction du tramway dans une ville) s'expliquent en grande partie par l'innovation de ces systèmes (non seulement technologique mais aussi et surtout innovation de service). Et qui aurait pensé il y a encore un an que Vélib' accélérerait la démarche métropolitaine ? La marche dispose également de nombreux foyers d'innovations autour des équipements du marcheur, des stations, des espaces publics, des espaces du métro, de la coopération entre les acteurs urbains. On commence aujourd'hui à les explorer et à redonner à la marche quelques lettres de noblesse... Parions que l'extension du domaine du marcheur bouleversera la mobilité du 21^{ème} siècle comme la voiture a façonné la ville du 20^{ème} !