



FOCUS

# Jungle urbaine

Le « vivre ensemble durablement » est dans l'air... des villes. Les métropoles se réapproprient avec plus de cohérence des espaces publics longtemps dominés par le flux automobile. Confort des usagers, mobilité connectée, accessibilité, mobilier intelligent... à l'ère du numérique, le paysage urbain est en quête d'identité.

PAR NATHALIE NORT

« Jusqu'ici le mobilier urbain a été essentiellement pensé de manière fonctionnelle et technique : répondre aux exigences de tenue dans le temps, de résistance aux diverses agressions auxquelles il est soumis dans l'espace public (chocs, intempéries, vandalisme...), ainsi qu'aux différentes normes qui régissent son implantation. Cette approche limitée de l'élément urbain l'a réduit à n'être qu'un simple objet "sans âme" loin des attentes de confort et de qualité couramment ciblées dans nos espaces domestiques », commente Marc Aurel, designer spécialiste en mobilier urbain qui, lui, travaille aussi bien le béton, le bois et la feuille d'aluminium que la céramique. Dépourvus d'émotion, inhospitaliers, voire inaccessibles, ces objets aux formes devenues si familières, ces équipements censés nous abriter, nous protéger n'offrent plus qu'un service réduit à son strict minimum. De même que de nouvelles contraintes apparaissent avec les mutations sociales (le banc, parce qu'il sert de pause aux sans-abris, déserte la ville au profit du siège individuel), la ville bouge et se transforme sans cesse, régule ses flux et diversifie son offre face au tout-automobile. La mise en œuvre de systèmes de vélos en libre-service dans presque quarante villes en France en est le plus bel exemple. Un succès inédit qui offre aux collectivités la possibilité d'inscrire

**En haut :**  
 Les sièges de la collection  
 « Nymphéa » de Marc Aurel aux  
 formes élégantes et « végétales »,  
 inédites dans le mobilier urbain.



leurs choix comme vecteur d'identité et de communication. De la Sanisette au panneau déroulant en passant par la sucette, depuis l'implantation en 1964 des dix premiers Atribus sur les quais de Saône à Lyon, les collectivités doivent à Jean-Claude Decaux tous leurs supports d'affichage. « *Son génie a été de faire croire aux collectivités que le mobilier urbain ne leur coûtait rien* », commente un élu de Marseille. Rien n'a tellement changé depuis les origines de la colonne Morris parisienne sous Napoléon III, où les compagnies d'affichage prenaient en charge les frais de construction et d'entretien contre l'autorisation donnée par la ville de poser leurs panneaux. Concessionnaire, JCDecaux installe à ses frais des Atribus et obtient, en échange, l'exclusivité de leur exploitation publicitaire. Peu à peu, ses contrats s'étendent à la plupart des villes françaises, le concept s'exportant ensuite à l'international. Aujourd'hui, si l'américain Clear Channel fait vaciller la position de quasi-monopole mondial du « roi du macadam » en s'engageant à son tour dans la bataille des vélos en libre-service et de la publicité dans les aéroports, JCDecaux reste le leader du mobilier urbain publicitaire, implanté dans 55 pays avec un chiffre d'affaires pour 2013 à 2676 millions d'euros. A son récent tableau de chasse, le rachat à 85 % d'Eumex, groupe spécialisé dans le mobilier urbain sur le continent latino-américain.

### Du mobilier « augmenté »

Acteur majeur d'un urbanisme mondialisant, le groupe d'affichage publicitaire cherche aussi à valoriser son rôle prescripteur dans l'espace public, puisqu'il interroge les designers les plus en vue pour répondre aux appels à projet des 3600 villes du monde où il est présent. A Paris, en 2012, au même titre qu'un Atribus pilote signé Patrick Jouin à Bastille, l'*Escale numérique* du rond-point des

**En haut :**  
En février 2012, l'*Escale numérique* de Mathieu Lehanneur pour JCDecaux proposait aux promeneurs des Champs-Élysées un abri « connecté » sous un toit végétalisé, pour se reposer, discuter, s'informer.



SYLVAIN MONTEL

Champs-Élysées, du designer Mathieu Lehanneur, cumulait en une oasis urbaine toit végétalisé, connexion wi-fi, assises pivotantes pour s'isoler ou discuter entre utilisateurs, prises pour les appareils électroniques, écrans multifonctions... « Il y a une véritable attente des usagers pour ces écrans tactiles qui diffusent du contenu sur leur quartier ou de l'information en temps réel, note Albert Asséraf, directeur général stratégie, études et marketing chez JCDecaux. *L'espace public est pour le designer un lieu de visibilité.* »

### Développement durable et nouvelles typologies

Le mobilier urbain peut aussi se faire outil citoyen : imaginé par les graphistes Ich&Kar et la scénographe Clémence Farrell, « Chut ! » est un outil de sensibilisation à la tranquillité des riverains destiné aux fêtards sortant des bars de la rue Jean-Pierre Timbaud à Paris. Signées Jean-Michel Wilmotte, les nouvelles corbeilles Bagatelle viennent de rejoindre les bornes en fonte Vélib', dessinées par l'agence Patrick Jouin, sur les trottoirs de la capitale. Une étude Unifa menée en 2012 (sous l'égide des Industries françaises de l'ameublement) auprès d'une soixantaine de villes françaises confirmait les attentes de celles-ci en termes de développement durable et de nouvelles typologies du mobilier urbain. Des bornes de charge pour voitures électriques et pour smartphones, de l'éclairage public solaire, du mobilier favorisant l'ambiance sonore, de nouvelles aires de jeux et, bien sûr, des îlots combinant sièges, corbeille, cendrier et informations dans une volonté de transversalité des éléments. La station de bus expérimentale *Osmose*, conçue pour la RATP par le designer Marc Aurel (avec



© ICH&amp;KAR

En haut : La station expérimentale *Osmose*, conçue par Marc Aurel, sur le boulevard Diderot, à Paris.

Ci-dessus et sur la page de droite : « Chut ! », des graphistes Ich&Kar et de Clémence Farrell : une invitation à respecter les riverains de la rue Jean-Pierre Timbaud à Paris.



Metalco et Philips) et installée depuis mai 2012 sur le boulevard Diderot à Paris, s'inscrit dans une logique de design avancé où, à l'instar du secteur automobile, le but est d'explorer le domaine avant de produire. Récompensée d'un Janus de la prospective et d'une Etoile de l'Observateur du design entre autres prix internationaux, *Osmose* ne se devait pas d'être seulement confortable ou spacieuse (parois chauffantes en photovoltaïque, sièges en céramique) et harmonieuse (ambiance lumineuse, parois musicales, marquise à la Guimard...), elle se voulait aussi connectée (tickets en automate, wi-fi gratuit, écrans tactiles ou interactifs...) et conviviale (kiosque pour le café, troc de livres, vélos électriques). D'abord largement plébiscité par les usagers, cet « Abribus du futur », initialement installé pour six mois, a néanmoins perdu de sa superbe faute d'entretien et de suivi des fonctionnalités proposées. « Une lacune qui devrait être réparée dès le printemps et augmentée de nouveaux services », promet Yo Kaminagai, chargé du design et des projets culturels à la RATP.

L'expérimentation a toutefois permis à Marc Aurel de prolonger sa mission de scénographe urbain de premier plan (depuis 1996, il collectionne les interventions en France, au Maroc ou à Dubaï, entre autres) puisque, grâce à son design, JCDecaux vient d'être reconduit dans le renouvellement du parc d'Abribus parisiens à l'horizon 2015. Soit quelque 2 000 abris « intelligents », moins énergivores, équipés notamment en ports USB et en systèmes d'annonces vocales pour malvoyants. A charge également pour l'auteur des quelque 20 stations du tramway francilien T6, prochainement construites, de constituer le groupe de réflexion qui « positionnera la RATP comme expert incontournable des questions de mobilité ». La série « Plus belle la ville ! » ne fait que commencer.



En haut :  
Marc Aurel confirme sa position d'expert en mobilier urbain avec ces fauteuils en métal et assise en céramique, dans le centre historique de Dubaï, Bastakiya.