



BANQUE des  
**TERRITOIRES**



# **Les données au service de la revitalisation des centres-villes**

Retours d'expérience

# Sommaire

**Introduction** ..... 03

**01 Objectifs et méthodologie de l'appel à manifestation d'intérêt** ..... 04

Un appel à manifestation d'intérêt destiné aux villes du programme Action Cœur de Ville ..... 05

Les collectivités retenues dans le cadre de l'appel à manifestation d'intérêt ..... 07

Un accompagnement reposant sur une approche par les cas d'usage ..... 08

**02 Les enseignements de la démarche : la data, pour quoi faire ?** ..... 11

La data au service de l'attractivité commerciale ..... 12

La data au service des politiques de stationnement ..... 19

**Conclusion** ..... 27

Vers l'identification et la normalisation de données d'intérêt général ..... 28

Mettre la data au service des politiques locales ..... 29

# Introduction

Le programme Action Cœur de ville vise à donner aux villes moyennes les moyens de mettre en œuvre des projets de redynamisation de leur centre-ville. En tant que partenaire privilégié de ce programme national, **la Banque des Territoires se mobilise pour accompagner la réalisation des projets portés par ces territoires**, pour soutenir la rénovation des écoles, la requalification des espaces publics, le développement des commerces et des entreprises, le renforcement de la place de la nature en ville...

**La Banque des Territoires s'engage tout particulièrement sur les enjeux d'innovation**, convaincue que le numérique et les solutions de type "smart city" ne sont pas réservés aux métropoles, mais constituent une réelle opportunité pour les villes moyennes : en particulier, **la valorisation et la gestion des données par les collectivités locales permettent d'apporter des réponses aux problématiques récurrentes de ces territoires** et forment un réel outil en faveur du renforcement de leur attractivité.

# 01

## **Objectifs et méthodologie de l'appel à manifestation d'intérêt**



## Un appel à manifestation d'intérêt destiné aux villes du programme **Action Cœur de Ville**

Convaincus que les données sont un levier essentiel pour l'action des collectivités en matière de redynamisation des centres-villes, **OpenDataFrance** et la **Banque des Territoires** ont lancé, en octobre 2019, un appel à manifestation d'intérêt (AMI) auprès des villes du programme **Action Cœur de ville** pour aider prioritairement les villes moyennes dans leur démarche d'ouverture des données.

En effet, l'observatoire de l'OpenData des Territoires montre qu'à ce jour **seulement 10 % des communes dans la tranche 10 000 - 100 000 habitants ont ouvert leurs données en open data**, marquant un véritable décrochage par rapport aux collectivités de taille plus importante.

Partant de ce constat, l'appel à manifestation d'intérêt visait à **démontrer comment l'utilisation des données ouvertes permet d'apporter des réponses aux problèmes locaux** grâce à la mise en avant de cas d'usage et de réutilisation de données.

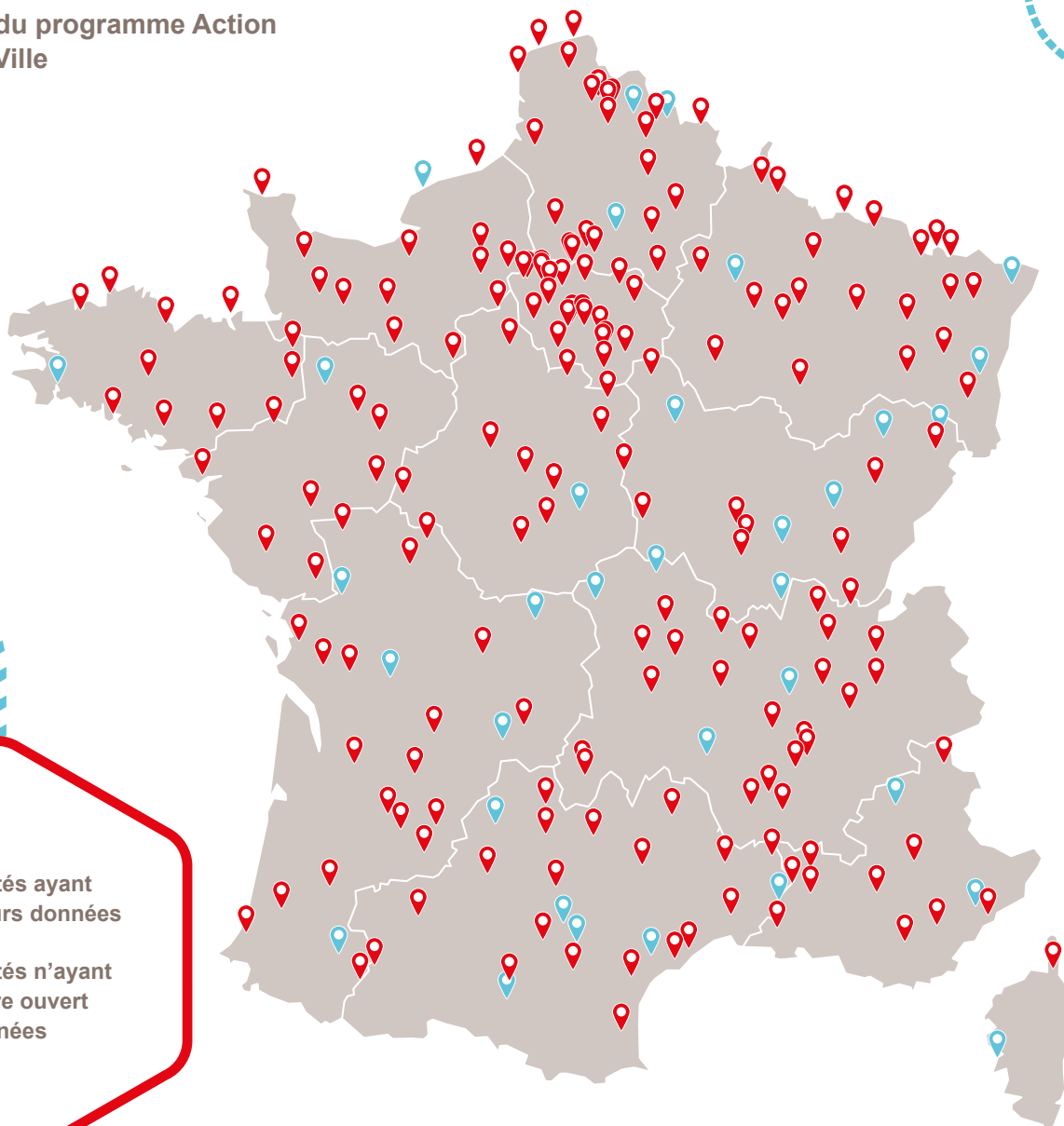


**OPENDATA**  
FRANCE



BANQUE des  
**TERRITOIRES**  
GROUPE CAISSE DES DÉPÔTS

L'ouverture des données dans  
les villes du programme Action  
Cœur de Ville



Collectivités ayant  
ouvert leurs données



Collectivités n'ayant  
pas encore ouvert  
leurs données

**L'appel à manifestation d'intérêt s'adressait aux collectivités souhaitant conduire des expérimentations :**

- > s'appuyant sur la réutilisation de données internes ou externes ;
- > contribuant à l'élaboration d'un service, basé sur les données ;
- > apportant une amélioration significative à des situations existantes.

**Il permettait aux villes retenues de bénéficier d'un double accompagnement :**

- > un appui individuel, prenant la forme de missions de conseil financées à 100 % par la Banque des Territoires et réalisées par les cabinets Metapolis, Chronos et Spallian ;
- > la participation à des groupes de travail destinés au partage de bonnes pratiques et de retours d'expérience.



## Les collectivités retenues dans le cadre de l'appel à manifestation d'intérêt

Une quinzaine de candidatures ont été reçues et onze collectivités ont été finalement retenues.

Deux principaux cas d'usage se sont dégagés des dossiers de candidature :

01 

L'ATTRACTIVITÉ COMMERCIALE

02 

LE STATIONNEMENT ET LA MOBILITÉ

Les collectivités retenues ont été réparties en deux groupes de travail :



 Thématique "ATTRACTIVITÉ COMMERCIALE"

 Thématique "STATIONNEMENT ET MOBILITÉ"





## Un accompagnement reposant sur une approche par les **cas d'usage**

L'accompagnement individuel s'est appuyé sur une **approche centrée sur les cas d'usage** : celle-ci prend pour point de départ l'**analyse des questionnements des villes en matière de politiques publiques** avant de **chercher les données nécessaires pour y répondre et d'engager une réflexion sur la gouvernance de la donnée** au sein de la collectivité.

### **L'accompagnement individuel a permis aux villes de travailler sur :**

- > **la compréhension du contexte local, des enjeux de la politique publique** concernée et la définition de la problématique du cas d'usage ;
- > **la production d'un livrable**, qui prend souvent la forme d'un cahier des charges décrivant le cas d'usage, dessinant les contours du service attendu et identifiant les jeux de données mobilisables ;
- > **le lancement de la démarche de prototypage de services numériques** répondant à ce cas d'usage.

**Les villes du groupe de travail "Stationnement et Mobilité"** avaient d'ores et déjà identifié de nombreux jeux de données. **L'accompagnement s'est très vite traduit par une plongée dans les données susceptibles d'apporter des réponses aux problématiques identifiées et par un travail de construction des indicateurs et une datavisualisation.**

Il s'agissait :

- > d'identifier les données disponibles ;
- > de déterminer si celles-ci devaient être retravaillées ;
- > de voir comment celles-ci pouvaient être interprétées et utilisées, en identifiant plusieurs méthodologies de traitement des données et de construction d'indicateurs, pour répondre aux problématiques identifiées sur le territoire.



**Dans le groupe de travail “Attractivité commerciale”,** l’approche retenue était plus ouverte. **Les problématiques traitées par les villes supposaient moins d’exploiter des jeux de données déjà disponibles que d’identifier des données nécessaires à leurs enjeux.** Dès lors, les missions d’accompagnement ont accordé une place très importante à :

- > la sensibilisation aux grands enjeux de la donnée territoriale et à l’organisation de sessions de travail autour des problématiques et besoins du territoire ;
- > l’organisation d’ateliers, centrés sur le prototypage des futurs services et sur la réflexion au sujet de la gouvernance du projet ;
- > la production de cahier des charges, précisant les problématiques auxquelles devait répondre le service, le type d’outil envisagé, les indicateurs et les données qui les constituent, les croisements de données ainsi que les premières maquettes du service.

**La nature des démarches engagées par les collectivités était différente d’un territoire à l’autre :**

- > certaines collectivités inscrivaient la démarche dans une réflexion large sur leur stratégie data ;
- > d’autres ont vu l’accompagnement comme une opportunité pour approfondir des projets déjà engagés, tant sur les questions de commerce que de mobilité.

# GRAND POITIERS

## Accompagner l'émergence d'une vision stratégique et transverse de la donnée



### ENJEUX

- > faciliter la construction d'une vision stratégique et transverse pour améliorer l'acquisition et la pérennisation des données en interne ;
- > explorer de nouveaux modèles de collecte de données grâce aux échanges d'expérience avec d'autres collectivités.



### RETOMBÉES

- > accélération de la mise en place d'une véritable stratégie data, fondée sur trois piliers :
  - la définition et la mise en œuvre d'une gouvernance de la donnée partagée ;
  - l'accompagnement de la mise en œuvre du plan d'actions de la stratégie de la donnée et la conduite de projets data ;
  - l'animation de la culture de la donnée interne à l'organisation mais également externe notamment en sensibilisant le monde de l'éducation à la donnée.



### DÉMARCHE

L'AMI a permis d'apporter des pistes de réflexion nécessaires à alimenter la stratégie data en cours d'élaboration au sein de la Communauté Urbaine.

- > production d'une note de proposition relative au partage et à la valorisation de données considérées comme structurantes pour le pilotage des politiques d'attractivité à l'échelle de la Communauté Urbaine ;
- > propositions de pistes d'actions sur 2 ans comprenant :
  - la constitution d'une feuille de route ;
  - la mise en place d'un dispositif de pilotage transverse pour lancer les actions ;
  - la mise en œuvre des premières évolutions organisationnelles.

À cette fin, la ville de Poitiers a lancé un appel d'offres pour réaliser cette stratégie au printemps 2021.



# 02

## **Les enseignements de la démarche : la data, pour quoi faire ?**



## La data au service de **l'attractivité commerciale**

Dans le groupe “attractivité commerciale”, l'ensemble des cas d'usage renvoie à un sujet commun : **la mise en place d'outils d'observation et de planification des implantations commerciales, et plus spécifiquement la création d'observatoires locaux de commerce.**

**Ces observatoires permettent de répondre simultanément à plusieurs objectifs :**

- > l'acquisition de connaissance sur un territoire ;
- > la création d'une dynamique partenariale autour de la coproduction et du partage d'information ;
- > la fourniture d'une aide à la décision politique.

## Quelles données pour quels enjeux locaux ?

Les besoins exprimés par les différentes villes témoignent de l'existence de préoccupations partagées.

La mise en place d'observatoire du commerce permet de :

- > **connaître l'offre de commerces et de services du territoire** grâce :
  - aux données publiques comme le répertoire SIRENE de l'INSEE ;
  - aux bases de données locales en open data ;
  - aux données produites par les opérateurs privés (chambres consulaires, agences immobilières, fédérations professionnelles).
- > **analyser les pratiques, attentes, comportement des usagers en matière de consommation, mais également en matière de fréquentation** des centres-villes grâce :
  - aux données de flux issues des compteurs installés en centre-ville, des données de géolocalisation, des données des réseaux mobiles...
  - aux enquêtes menées auprès des habitants.
- > **évaluer l'impact des politiques de redynamisation commerciale** ou encore de l'organisation d'événements, grâce à la mise en place et au suivi d'indicateurs dynamiques basés sur la data.
- > **attirer les porteurs de projet et les grandes enseignes.**  
Il s'agit notamment de chercher à optimiser l'implantation de nouvelles activités à travers la diffusion :
  - des données sur l'offre commerciale et de services ;
  - des données de flux permettant de saisir les usages des visiteurs du centre-ville.

Au-delà d'un usage interne à la collectivité, l'observation commerciale peut également se traduire par la production d'outils à destination externe, qui pourraient servir à :

- fournir des informations aux usagers du centre-ville (visiteurs, touristes) ;
- accompagner les politiques en faveur de l'implantation de nouveaux porteurs de projets en centre-ville.

Ces besoins révèlent des attentes qui vont bien au-delà de la connaissance du tissu commercial local. Ils témoignent également de la nécessité de connaître les usages des centres-villes, notamment par les flux.

# THIONVILLE SAINT-AVOLD

## Accélérer le développement de l'observatoire du commerce



### ENJEUX

Mettre à disposition des décideurs locaux un outil de pilotage de l'immobilier commercial permettant de fournir :

- > une base de connaissance avec des données facilement actualisables et historisées ;
- > un outil de marketing territorial pour attirer des porteurs de projet et lutter contre la vacance ;
- > un outil de suivi, d'évaluation de la politique de revitalisation du centre-ville pour les élus et acteurs du développement commercial.



### DÉMARCHE

L'AMI a permis d'accélérer une démarche déjà engagée et portée par l'agence d'urbanisme d'agglomérations de Moselle (l'AGURAM) :

- > conception et développement de l'observatoire de l'immobilier commercial par l'entreprise Makina Corpus pour les villes de Thionville et de Saint-Avold appuyées par l'AGURAM en amont de l'AMI ;
- > prototypage et stabilisation de l'outil open source avec un long travail de compilation, précision et vérification des données avant leur publication ;
- > création d'une application web qui permet de croiser les données et de les visualiser sous forme de carte ;
- > amélioration de l'outil en cours de création avec la mise en place d'une méthodologie et d'une gouvernance autour de la donnée (ouverture à d'autres types de données, croisements innovants).

### DONNÉES CONCERNÉES

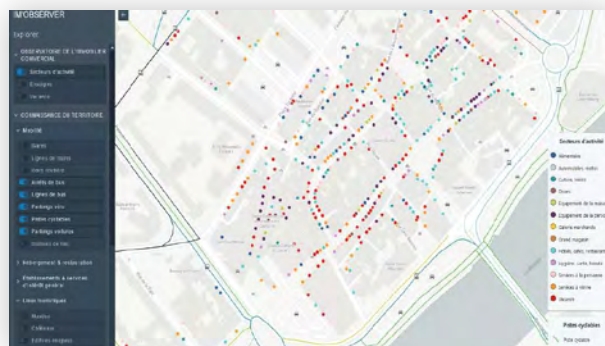
- > offre de commerces et vacance commerciale ;
- > données sur l'animation commerciale ;
- > équipements et services municipaux ;
- > données socio-démographiques ;
- > données de flux de personnes et de fréquentation ;
- > attentes de la population ;
- > projets urbains planifiés.



### RETOMBÉES

- > une meilleure compréhension de l'existant et des possibilités commerciales ;
- > l'émergence d'un écosystème d'acteurs locaux engagés dans une démarche open data autour de l'outil IM'Observer ;

Des retombées pour les services de l'agglomération mais aussi pour les plus petites communes autour qui peuvent désormais mieux planifier leurs projets d'aménagement.



# AVIGNON

## Analyser les parcours marchands en s'appuyant sur les données de flux



### ENJEUX

Approfondir sa stratégie de revitalisation basée sur la donnée en s'appuyant sur les données de flux et de fréquentation pour connaître les parcours marchands.



### DÉMARCHE

- > identification des croisements de données pertinents pour comprendre la dynamique commerciale en centre-ville ;
- > priorisation des indicateurs via la réalisation d'un atelier de prototypage interne avec plusieurs directions métiers de la collectivité pour maquetter des indicateurs et les prioriser en fonction de leur pertinence.

### DONNÉES CONCERNÉES

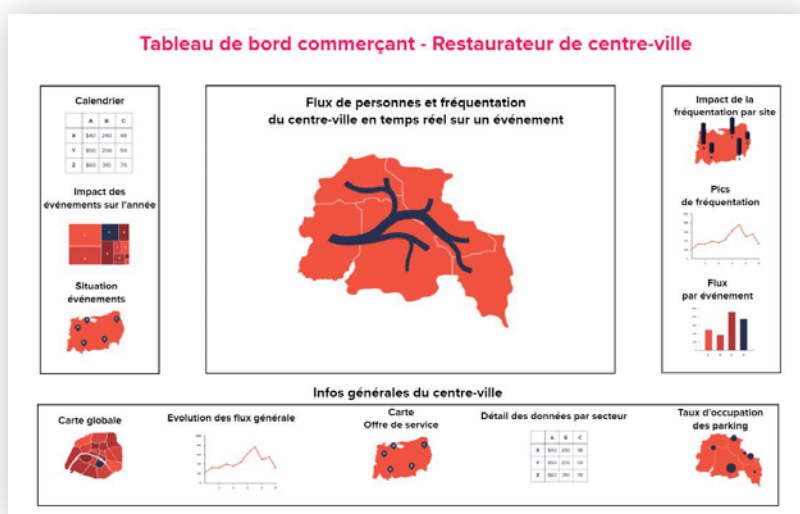
- > données de flux collectées par les opérateurs téléphoniques ;
- > données sur la fréquentation des commerces et des événements et animations issues de solutions de comptage/capteurs ;
- > offre de commerces et de services (lieux, horaires d'ouverture...).



### RETOMBÉES

Ces données peuvent servir d'outil d'aide à la décision en permettant de :

- > visualiser les flux et la fréquentation pour mieux promouvoir l'attractivité de la ville et accompagner les commerçants ;
- > améliorer la connaissance du profil des personnes fréquentant Avignon ainsi que leurs modes de consommation ;
- > adapter l'offre de commerces et de services en ville en fonction des types de public et de leurs aspirations.





# SAINT-NAZAIRE

## Attirer les porteurs de projet grâce aux données publiques sur le commerce et la fréquentation du centre-ville



### ENJEUX

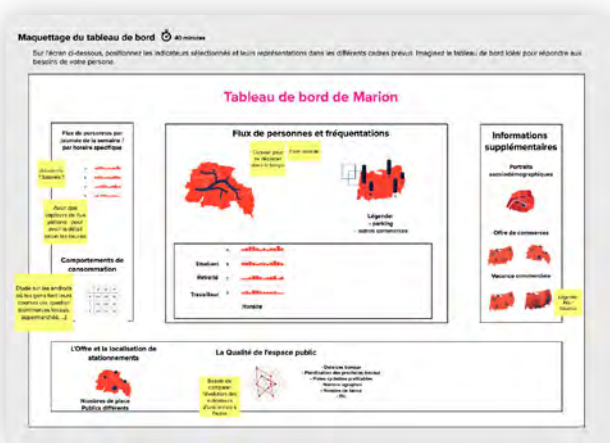
- > définir les données essentielles du commerce et des usages innovants en lien avec l'observatoire du commerce de la ville ;
- > approfondir la stratégie de valorisation de la data et exploiter de nouvelles sources de données publiques ou privées pour promouvoir le centre-ville auprès des acteurs du territoire et attirer les investisseurs et porteurs de projets.



### DÉMARCHE

Priorisation des données permettant :

- > de caractériser l'attractivité de certaines zones à partir de l'offre non commerciale (qualité des espaces publics, infrastructures, loisirs disponibles...) ;
- > d'améliorer la connaissance des pratiques et des comportements de consommation pour répondre aux usages actuels et aux besoins.



### DONNÉES CONCERNÉES

- > portrait sociodémographique ;
- > données locales sur l'offre de services (espaces publics, infrastructures, loisirs, culture, tourisme...)
- > offres de commerce ;
- > données de flux et de fréquentation.



### RETOMBÉES

Pour la collectivité :

- > la construction d'une image commerciale de la ville attractive pour les porteurs de projets et les enseignes locomotives ;
- > une meilleure connaissance des publics qui fréquentent le territoire permettant d'orienter les actions de communication en fonction des besoins et d'optimiser l'implantation de nouveaux commerces.

Pour les porteurs de projets :

- > l'analyse de l'adéquation entre l'offre et les besoins des usagers ;
- > l'évaluation du potentiel d'une zone en vue d'une implantation ;
- > la qualification des usages, comportements et attentes et la satisfaction de la population.

Les données qui ont été priorisées dans le cadre de l'AMI sont intégrées à la feuille de route open data de l'agglomération. Un outil de gestion et d'observation du commerce est en cours d'élaboration.



## Quelles sources de données mobilisables ?

Les différentes solutions de pilotage de l'activité commerciale étudiées ont permis de faire le constat de la très forte disparité des sources de données nécessaires, répondant à un double enjeu :

### > un enjeu d'obtention de données existantes :

- des données publiques, disponibles au niveau national, par exemple, l'identification des entreprises et artisans issus du répertoire SIRENE ;
- des données disponibles au niveau local, issues de la collectivité, en open data dans certains cas (localisation des équipements, des places de stationnements, des projets de zones de travaux....) ;
- des données produites par des opérateurs privés (chambres consulaires, agences immobilières, fédérations professionnelles), dans une logique de non partage plus ou moins assumée.

### > un enjeu de production de données locales :

- des données crowdsourcées, par exemple sur les référentiels comme OpenStreetMap ;
- des données issues d'enquêtes de terrain ou de relevés locaux, par exemple l'identification des cellules vacantes.

Concernant la connaissance des comportements des usagers, celles-ci peuvent s'appuyer en outre sur :

- > des enquêtes auprès des habitants de la zone de chalandise, diffusables, par exemple, via les réseaux sociaux ;
- > des données issues des marketplaces locales ou de cartes de fidélité mutualisées susceptibles d'éclairer les habitudes de consommation ;
- > des données relatives à la mesure de la fréquentation (Cf. guide "Compter les flux, comprendre les déplacements dans les territoires"). Celles-ci reposent sur une multiplicité de sources de données mobilisables, obtenues soit par comptage de terrain (compteurs installés en centre-ville par exemple), soit par l'acquisition de données tierces, issues principalement des téléphones mobiles (soit données issues des réseaux mobiles, soit données de géolocalisation).

Plus largement, l'attractivité du centre-ville ne se mesure pas uniquement à l'aune de l'offre de commerce : d'autres données peuvent ainsi être mobilisées, portant par exemple sur les points d'intérêt touristiques et patrimoniaux en centre-ville, sur les équipements et les services publics, ou encore sur les solutions en matière de mobilité et de stationnement.

# BELFORT

## Analyser l'attractivité du centre-ville en intégrant des données de flux dans un système d'information géographique (SIG)



### ENJEUX

Affiner la connaissance des pratiques et des comportements dans le centre-ville et adapter les politiques de revitalisation commerciale en fonction des besoins identifiés à partir des données de flux.

### DONNÉES CONCERNÉES

- > données de flux issues des capteurs fixes ;
- > données de flux issues des réseaux mobiles ;
- > données de géolocalisation.



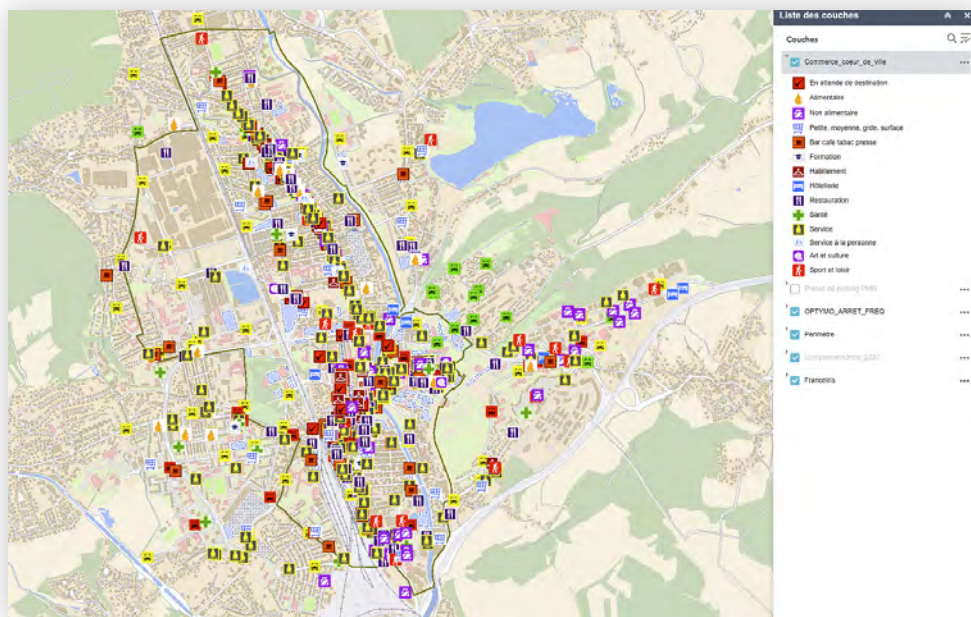
### DÉMARCHE

- > réflexion sur les indicateurs pertinents pour analyser la dynamique commerciale ;
- > amélioration de l'outil existant de SIG et open data de la collectivité (la solution ArcGis d'ESRI) pour permettre la mise en œuvre des indicateurs imaginés via :
  - l'intégration au SIG des vues immersives et panoramiques (360°) du centre-ville, issues de la solution Cyclomedia ;
  - l'intégration de données MyTraffic sur la plateforme ESRI utilisée par la collectivité.



### RETOMBÉES

- > une connaissance plus fine du territoire (identification de la visibilité d'un emplacement, du profil de visiteurs, mesure et suivi du nombre de visiteurs...)
- > une contribution à la commercialité du centre-ville via une aide à la décision auprès des commerçants et autres acteurs publics et privés qui souhaitent s'installer à Belfort ;
- > des politiques locales adaptées en fonction des besoins identifiés ;
- > un suivi des résultats des actions locales engagées.





## La data au service des politiques de stationnement

Dans le groupe “stationnement et mobilité”, les cas d’usage ont porté sur la préfiguration de nouveaux services portant sur **l’amélioration de la gestion du stationnement au sein des collectivités et sur l’amélioration de l’information des usagers.**

### Quelles données pour quels enjeux locaux ?

Dans le groupe de travail consacré à la mobilité et au stationnement, sont apparus des questionnements récurrents sur la place de la voiture en centre-ville et en particulier sur les aspects suivants :

- > l’optimisation de la lutte contre les infractions en matière de stationnement en voirie (non-respect du stationnement alterné, stationnement en dehors des places/horaires autorisés, stationnement sur trottoir...) grâce aux données sur les infractions de la police municipale (Saint-Quentin) ;
- > l’encouragement au report modal de la voiture, par la promotion des modes doux (Digne-les-Bains) grâce à l’information des usagers sur l’offre de mobilité douce et de transport au commun ;
- > la lutte contre le phénomène de “voitures ventouses” et l’amélioration du taux de rotation de véhicules en stationnement (Soissons, La-Roche-Sur-Yon, Tulle) grâce aux données de stationnement issus des horodateurs.

Pour chacun de ces aspects, les données peuvent être mobilisées tant au stade de la compréhension et de la mesure des phénomènes qu’au stade de l’identification des leviers d’action.

Les services envisagés dans le cadre de l'expérimentation sont de deux ordres :

- > **les services à vocation interne** : les données analysées ont ainsi vocation à alimenter des outils de pilotage interne destinés à aider à l'optimisation de la gestion du stationnement, afin de faciliter la lutte contre les infractions ou d'analyser l'état du stationnement à l'échelle du centre-ville ;
- > **les services à vocation externe, tournés vers l'information des usagers** : intégration de données relatives à la mobilité dans une application numérique portant sur la connaissance du commerce local, publication de jeux de données sur un portail open data, d'informations sur l'état du stationnement sur le site web de la collectivité ou sur des panneaux d'affichage numérique (La Roche-Sur-Yon, Tulle, Digne-les-Bains).

De fait, la réflexion sur les données relatives à la mobilité et le stationnement s'est très largement orientée vers la mise en œuvre d'actions visant aux changements de comportements. Les données sont utilisées à des fins :

- > d'informations des usagers ;
- > d'aide à la décision pour mettre en place des politiques appropriées, par exemple :
  - en adaptant la durée du stationnement autorisée sur certaines zones ;
  - en piétonnisant certains axes, en modifiant la tarification ;
  - en adaptant l'usage de certaines places ou encore en mettant en place différentes formes d'incitations, financières ou non.

Les travaux engagés auprès des villes de ce groupe ont permis d'identifier un certain nombre de jeux de données déjà aux mains des collectivités et dont l'exploitation peut servir soit à l'optimisation des politiques de gestion de stationnement, soit à la communication auprès des usagers dans la perspective d'inciter aux changements de comportements.

# SAINT-QUENTIN

## Améliorer le contrôle des infractions au stationnement



### ENJEUX

Utiliser les données dont la ville dispose pour qualifier l'état du stationnement en centre-ville et améliorer la lutte contre les infractions des usagers qui ne respectent pas les différentes zones de stationnement.



### DÉMARCHE

L'analyse de l'AMI a porté uniquement sur la question des données relatives aux infractions.

- > identification des données existantes et des données prochainement disponibles issues des capteurs et des caméras sur voirie installés dans le cadre du projet européen SCIFI (Smart City Innovations Framework Implementation) ;
- > exploration de plusieurs méthodes possibles pour mobiliser ces données afin d'optimiser la détection des infractions :
  - méthodologie basée sur l'utilisation de données historiques pour détecter les facteurs tels que le jour de la semaine, l'heure liés à des infractions plus récurrentes ;
  - méthodologie basée sur la modélisation prédictive pour obtenir la probabilité d'infraction en fonction de plusieurs variables ;
  - méthodologie basée sur la production de données en temps réel qui alertent la police dès qu'une infraction a lieu.

### DONNÉES CONCERNÉES

#### DONNÉES TRAITÉES DANS L'AMI

- > données sur les infractions au stationnement verbalisées issues de la police municipale.

#### DONNÉES DISPONIBLES

- > données de mobilité en open data ;
- > données des horodateurs ;
- > données relatives au paiement des places payantes sur voirie via smartphone (Flowbird).



### RETOMBÉES

La valorisation de ces données doit permettre :

- > d'optimiser l'intervention de la police municipale pour verbaliser les infractions ;
- > de développer l'information des voyageurs sur les places de stationnement disponibles.



SAINT  
QUENTIN



BANQUE des  
TERRITOIRES

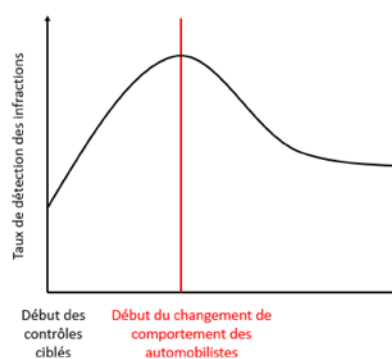


PENATA  
FRANCE



C:RONOS  
DES FUTURS EN COMMUN

Figure 3: Evolution prévue du taux de détection des infractions suite à la mise en place de contrôles ciblés



# SOISSONS

## Inciter aux changements de comportements et limiter le recours à la voiture individuelle



### ENJEUX

S'appuyer sur les données de mobilité pour inciter le changement de comportement afin de :

- > diminuer la part modale de la voiture au profit des mobilités douces ;
- > apporter des solutions aux problématiques des voitures ventouses et de surutilisation de certains parkings.



### DÉMARCHE

L'accompagnement a porté principalement sur l'analyse des données issues des capteurs de stationnement par analyse d'image, fournies par Parking Map (les capteurs ne sont pas placés sur les places de stationnement mais en hauteur sur des mâts ou des façades).

- > construction d'indicateurs, à partir des données exploitables, produits dans un tableau de bord pour observer le taux d'occupation, la durée de stationnement (pourcentage de voitures ventouses), le taux de rotation des véhicules...
- > état des lieux des données existantes et qualification des indicateurs qu'elles permettraient de construire ;
- > production d'une base de connaissance de cas d'usage dans lesquels les données de mobilité sont utilisées à des fins similaires à celles de la ville de Soissons ;
- > construction d'indicateurs, à partir des données exploitables, produits dans un tableau de bord pour observer le taux d'occupation, le temps de stationnement en temps réel, le taux de rotation des véhicules...

### DONNÉES CONCERNÉES

#### DONNÉES TRAITÉES DANS L'AMI

- > les données issues des 1000 places de stationnement connectées.

#### DONNÉES DISPONIBLES

- > données de mobilités (emplacement des arrêts de bus, prix des carburants...) en opendata ;
- > données sur les flux de piétons produites par Mytraffic.



### RETOMBÉES

- > valorisation des données de stationnement dans une logique d'aide à la décision et de pilotage des politiques publiques ;
- > réflexion engagée au niveau de la commune pour construire un observatoire du stationnement basé sur la solution de portail opendata Opendatasoft.

Taux de rotation - 13 zones

1 - Esplanade du Mail - Taux de rotation horaires							2 - Place Dauphine - Taux de rotation horaires										
Heure	Libre	Occupé	Libre	Occupé	Libre	Occupé	Heure	Libre	Occupé	Libre	Occupé	Libre	Occupé				
06:00	8,8	1,45	0,1	0,08	1,97	0,08	0,26	0,44	0,00	0,28	0,12	0,17	0,08	0,04	0,04	0,01	0,41
06:30	0,71	0,25	0,47	0,29	1,07	0,25	0,23	0,44	0,00	0,23	0,09	0,17	0,11	0,01	0,21	0,42	0,44
07:00	0,87	0,27	0,42	0,36	1,59	0,27	0,23	0,27	0,00	0,45	0,23	0,19	0,14	0,14	0,21	0,41	0,44
07:30	0,84	0,27	0,42	0,39	1,95	0,47	0,27	0,42	0,00	0,61	0,22	0,20	0,11	0,11	0,28	0,46	0,28
08:00	0,87	0,27	0,39	0,39	1,59	0,59	0,41	0,41	0,00	0,64	0,24	0,26	0,16	0,11	0,39	0,21	0,48
08:30	0,81	0,44	0,29	0,28	1,97	0,74	0,44	0,48	0,00	0,65	0,19	0,28	0,16	0,23	0,37	0,23	0,28
09:00	0,29	0,76	0,41	0,26	1,44	0,52	0,26	0,28	0,00	0,22	0,17	0,19	0,22	0,12	0,12	0,24	0,28
09:30	0,62	0,39	0,29	0,01	1,46	0,79	0,26	0,28	0,00	0,14	0,12	0,12	0,12	0,12	0,22	0,26	0,41
10:00	1,01	2,41	2,29	2,29	3,36	1,17	0,28	2,29	0,00	0,74	0,16	0,19	0,16	0,11	0,24	0,21	0,57
10:30	2,32	2,32	4,21	3,36	4,96	1,41	1,47	2,29	0,00	0,77	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,26	0,46
11:00	1,59	2,24	4,21	3,42	3,37	1,17	0,19	3,38	0,00	0,81	0,12	0,16	0,12	0,12	0,12	0,24	0,42
11:30	1,14	2,37	4,02	3,48	1,22	0,16	1,14	3,38	0,00	0,81	0,12	0,16	0,12	0,12	0,12	0,24	0,42
12:00	2,24	2,34	4,02	4,18	1,18	2,24	1,42	2,24	0,00	0,88	0,12	0,14	0,12	0,12	0,12	0,24	0,42
12:30	2,29	2,37	4,18	4,18	1,18	1,18	1,42	2,24	0,00	1,08	0,12	0,14	0,12	0,12	0,12	0,24	0,42
13:00	2,24	2,34	4,09	4,09	1,18	1,17	1,14	2,24	0,00	0,74	0,12	0,14	0,12	0,12	0,12	0,24	0,42
13:30	2,21	2,49	4,06	4,11	1,42	1,18	1,24	2,24	0,00	0,71	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,24	0,42
14:00	2,21	2,27	2,42	1,18	1,52	2,59	0,38	3,38	0,00	1,02	0,12	0,16	0,12	0,12	0,12	0,24	0,42
14:30	0,95	1,39	0,36	4,28	1,34	1,26	0,18	1,97	0,00	0,75	0,12	0,16	0,12	0,12	0,12	0,24	0,42
15:00	1,57	1,68	1,21	1,21	2,06	0,65	0,18	1,39	0,00	0,67	0,12	0,16	0,12	0,12	0,12	0,24	0,42
15:30	0,71	1,38	1,01	0,73	2,32	0,63	0,18	1,05	0,00	0,22	0,12	0,16	0,12	0,12	0,12	0,24	0,42
16:00	0,87	0,73	0,16	0,28	1,44	0,47	0,02	0,28	0,00	1,41	0,12	0,14	0,12	0,12	0,12	0,24	0,42
16:30	0,81	1,13	0,16	1,18	1,18	0,14	0,14	0,44	0,00	1,02	0,12	0,14	0,12	0,12	0,12	0,24	0,42
Taux de rotation hor.	3,86	5,39	4,72	5,82	6,76	5,48	6,83	6,57	Taux de rotation hor.	4,32	3,76	2,59	4,16	4,38	3,39	2,38	3,73

Pourcentage de stationnements de courte durée

Número zone	Nom Zone	Moins de 5 mins	De 5 mins à 10 mins	De 10 mins à 15 mins	Total courte durée
1	Esplanade du Mail	42%	14%	6%	62%
2	Place Dauphine	42%	14%	6%	62%
3	Place de l'Evêché	40%	18%	10%	68%
4	Place de l'hôtel de Ville	30%	17%	10%	57%
5	Place Fernand Marquigny	40%	18%	10%	67%
6	Place Mantouev	6%	9%	9%	24%
10	Rue Jean de Dormans	33%	14%	9%	56%
11	Rue Saint Martin	29%	22%	11%	61%
13	Square Bonenfant	13%	21%	12%	46%
	Moyenne	33%	16%	9%	58%



# DIGNE-LES-BAINS

## Diffuser l'information sur la mobilité pour renforcer l'attractivité du centre-ville



### ENJEUX

Enrichir l'application Digne&Co de la ville consacrée à l'attractivité commerciale, avec des informations sur la mobilité et le stationnement pour mieux informer les usagers.

### DONNÉES CONCERNÉES

- > données statiques sur les lignes de bus (itinéraire, arrêt de bus) et en temps réel (suivi des trajets) ;
- > données de stationnement issues des horodateurs ;
- > données de localisation des bornes de recharge ;
- > données sur les pistes cyclables.



### DÉMARCHE

L'accompagnement visait à produire un cahier des charges pour l'inclusion de données proposant des informations relatives à la mobilité sur le territoire dans l'application mobile d'animation commerciale Digne&Co, proposée par Hexa Solutions.

L'évolution de l'application est envisagée en trois étapes :

- > intégration des données existantes (cartes des pistes cyclables, localisation des bornes de recharges pour véhicules électriques, horaire théorique des bus, emplacement des horodateurs...) ;
- > création de données manquantes (arrêts de bus, itinéraire des lignes de bus) en s'appuyant notamment sur OpenStreetMap ;
- > enrichissement de l'application de données en temps réel notamment sur le stationnement et le suivi des trajets des bus en temps réel.



### RETOMBÉES

L'objectif recherché est double :

- > d'une part, stimuler l'attractivité commerciale du centre-ville en renforçant l'usage des mobilités actives et la part modale des transports en commun ;
- > d'autre part, informer les usagers du centre-ville sur les différentes offres en matière de mobilité et inciter à un changement de comportement.



## Quelles sources de données mobilisables ?

Les analyses réalisées dans le cadre de l'appel à manifestation d'intérêt ont permis l'identification d'un très grand nombre de jeux de données, dont certaines ont fait l'objet d'une analyse plus spécifique.

- > données "fixes" : arrêt de bus, pistes cyclables, horodateurs ;
- > données issues des horodateurs connectés et de l'application de stationnement ;
- > données issues du système de gestion des parkings ;
- > données relatives aux infractions verbalisées détenues par la police municipale ;
- > données en temps réels relatives à l'occupation d'une zone de stationnement ("stationnement intelligent").

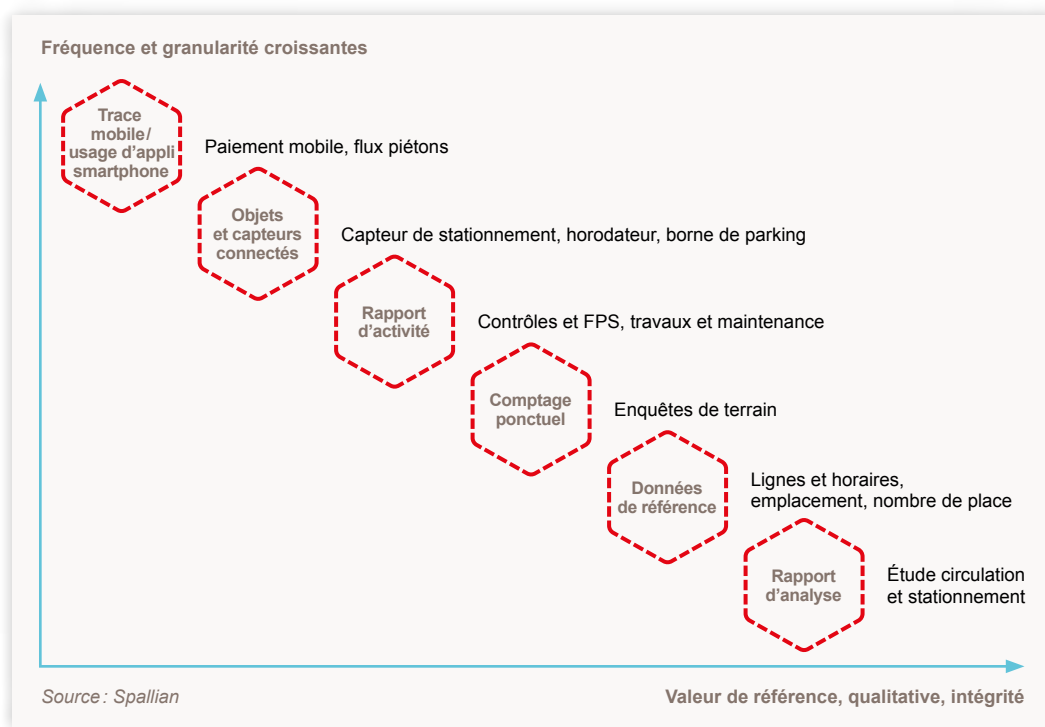
**Le travail sur les données de mobilité suppose donc l'exploitation de données de natures très diverses** : certaines sont des données fixes, d'autres sont des données dynamiques.

**Elles ont un niveau de précision temporelle et géographique variable et ne permettent pas toutes le même usage :**

si l'exploitation de l'historique de certaines données permet de construire un cadre de référence pour l'action publique, l'utilisation des données en temps réel, collectées par un système de stationnement intelligent, permet un suivi beaucoup plus fin.



Les usages possibles des différentes données peuvent être synthétisés par le schéma suivant :



Si certaines données sont détenues directement par la collectivité (ex : données relatives à la verbalisation, zonage des stationnement), la plupart d'entre-elles sont fournies par des opérateurs privés, agissant pour le compte des collectivités (données issues des horodateurs, des parkings, du paiement par téléphones mobiles). Dans ce dernier cas, elles doivent donc être considérées comme appartenant à la collectivité et des clauses juridiques, portant notamment sur les conditions de partage de données (Cf. “Guide des bonnes pratiques contractuelles et recommandations pour la mise en place d’une gouvernance de la donnée territoriale”) peuvent aider la collectivité à les récupérer.

# TULLE LA ROCHE-SUR-YON

Utiliser les horodateurs connectés pour informer les usagers sur l'état du stationnement



## ENJEUX

Évaluer l'occupation des places de stationnement en cœur de ville grâce à la construction d'indicateurs sur la base des données issues des horodateurs.



## DÉMARCHE

- > recensement et qualification des données existantes issues des horodateurs connectés ;
- > construction d'une méthodologie de production d'indicateurs reproductibles ;
- > test des indicateurs à l'appui de data visualisations (cartographies, graphiques) permettant d'identifier et corriger les biais de l'utilisation des données de paiement : abonnements, stationnements gratuits, stationnement illicites...
- > développement par Spallian d'un algorithme capable de calculer le taux d'occupation pour chaque association tranche horaire-horodateur d'une commune donnée.

### À Tulle

Ces données sont utilisées à des fins d'aide à la décision dans la définition de la politique de stationnement.

### À La Roche-Sur-Yon

Il s'agit d'améliorer la lisibilité pour les usagers au travers d'une double démarche de communication sur la qualité du stationnement et d'une diffusion de ces jeux de données en open data.



## DONNÉES CONCERNÉES

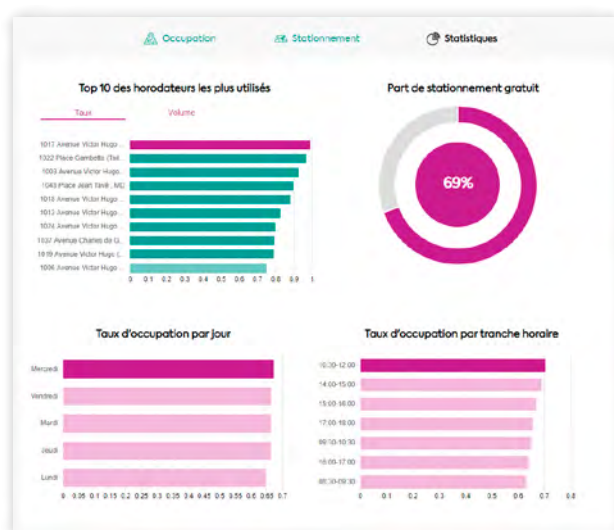
- > données sur les disponibilités en temps réel des parkings payants ;
- > données de zonage des différents secteurs de stationnement ;
- > données sur les travaux impactant la circulation et le stationnement en open data à La Roche-Sur-Yon ;
- > le réseau de transport urbain en open data à Tulle.



## RETOMBÉES

Le traitement des données réalisé dans le cadre de l'AMI peuvent permettre aux collectivités :

- > de disposer de statistiques sur le stationnement (tableau de bord) et d'exemples de datavisualisation ;
- > d'informer les usagers sur la situation de stationnement ;
- > de les réorienter vers des parkings relais, des mobilités douces et les transports en commun lorsque le stationnement en centre-ville est difficile, par la mise en place d'une signalétique adaptée.



# Conclusion



## Vers l'identification et la normalisation de données d'intérêt général

Les projets accompagnés dans le cadre de l'appel à manifestation d'intérêt témoignent de la diversité des usages possibles des données au service des politiques de redynamisation des centres-villes. Plus largement, les projets soulignent la diversité des données mobilisables, qu'elles soient d'ores et déjà à la disposition des acteurs publics, ou qu'elles nécessitent d'engager un important travail de partenariat et de collecte.

Toutes ces données ne sont pas en open data et une part importante des projets vise à construire des outils de pilotage internes aux collectivités mobilisées. Pour autant, l'objectif d'identifier des données prioritaires apportant un atout local pour la mise en œuvre d'applications ou de services est encore partiellement atteint et doit permettre d'ouvrir de nouveaux chantiers en faveur de l'identification d'un socle de données commun et de la normalisation de leur format.

En particulier, dans le domaine du commerce, l'importance de la production de données par enquêtes et relevés de terrain invite à proposer des formats de données normalisés de plusieurs jeux de données qui constitueront le référentiel nécessaire à alimenter des observatoires. Le travail effectué ouvre ainsi des perspectives nouvelles en faveur de la publication de nouveaux standards, comme pour les données sur les emplacements commerciaux ou sur les commerces, destinés à répondre aux problématiques des collectivités.



## Mettre la data au service des politiques locales

Les apports de l'appel à manifestation d'intérêt sont également méthodologiques. Les missions réalisées ont permis d'élaborer des méthodes d'accompagnement des collectivités locales dans l'usage de la data. Ces méthodes sont susceptibles de répondre à la fois aux préoccupations des collectivités faisant leurs premiers pas, ayant un fort besoin de sensibilisation et d'acculturation sur les enjeux de la donnée, aussi bien qu'aux collectivités ayant déjà engagées une réflexion stratégique plus aboutie.

Ces méthodes invitent ainsi à :

- > privilégier une réflexion ayant pour point de départ l'analyse des objectifs poursuivis dans le cadre des politiques publiques ;
- > s'appuyer sur des équipes "mixtes" au sein de la collectivité mobilisant à la fois des experts "métiers" et des personnes ressources sur les questions de données ;
- > réaliser un état des lieux des données nécessaires pour répondre aux objectifs de politiques publiques recherchés ;
- > dessiner une feuille de route intégrant notamment :
  - des perspectives sur les modalités de partage et de gouvernance des données au sein de la collectivité, mais également entre la collectivité et ses différents partenaires ;
  - des orientations en matière de choix technologiques nécessaires à la conception de nouveaux services.

L'appel à manifestation d'intérêt vient donc enrichir l'appui proposé par la Banque des Territoires aux collectivités locales sur la mise en place de la data, qui peut notamment apporter un accompagnement personnalisé sur les sujets data auprès des collectivités des programmes Action Cœur de Ville et Petites Villes de demain.

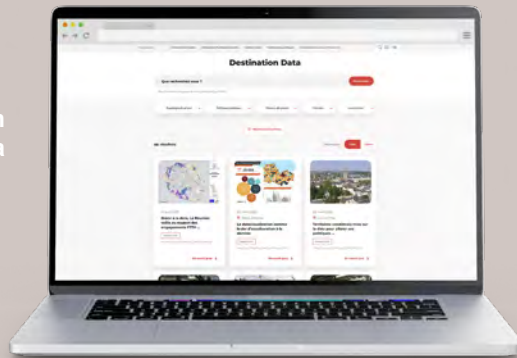
# Pour aller **plus loin**

La Banque des Territoires propose de nombreuses ressources destinées aux collectivités locales pour les accompagner dans leur réflexion et dans leurs projets autour de la data.

Sur la plateforme [www.banquedesterritoires.fr](http://www.banquedesterritoires.fr) se trouvent également :

➤ des retours d'expérience sur **“Destination Data”** ;

Destination  
Data



➤ des conseils pratiques à travers **des guides et des études** dédiées aux sujets data, permettant notamment l'approfondissement de certaines problématiques.




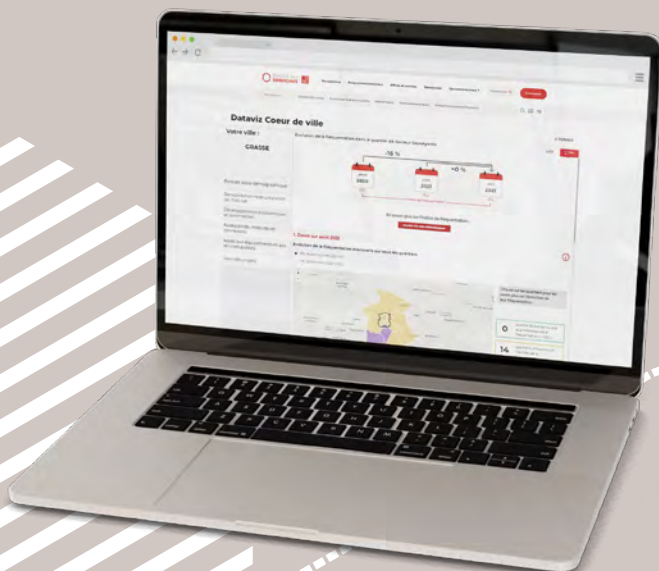
Compter les flux,  
comprendre les déplacements  
dans les territoires

Données personnelles :  
le modèle d'après

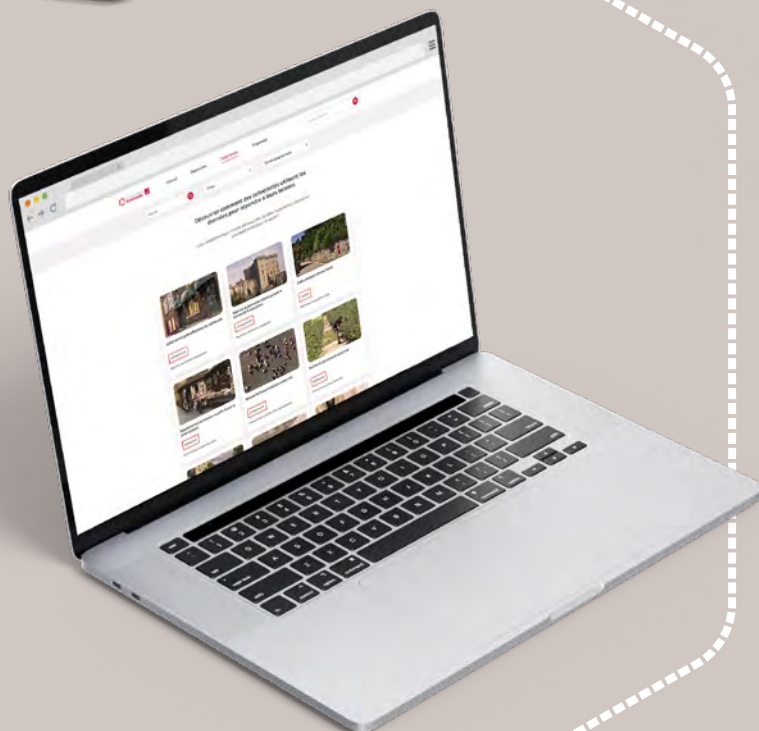
Gestion  
des données :  
Quels outils  
et quelle stratégie  
pour les territoires ?



 **des services de datavisualisation** destinés aux villes des programmes Action Cœur de Ville et Petites Villes de Demain, permettant de découvrir des données utiles pour comprendre les enjeux de ces territoires.



Dataviz Cœur de ville



Dataviz Petites Villes de Demain



BANQUE des  
**TERRITOIRES**



[banquedesterritoires.fr](https://banquedesterritoires.fr)



@BanqueDesTerr