

# Living Lab de Montréal

## Résultats de TranspoCamps

### Mémoire sur la Réduction de la Dépendance de la Ville de Montréal vis-à-vis des Énergies Fossiles



Ce document regroupe les idées, considérations et délibérations menées au cours de deux « TranspoCamps » organisés par le Living Lab de Montréal sur le thème de la mobilité durable à Montréal. Au total, plus de 200 participants ont contribué de leur temps et de leur énergie pour alimenter la réflexion commune sur comment améliorer la qualité de vie à Montréal, par le biais de la mobilité durable.

La mobilité durable a comme effet immédiat une réduction des émissions de gaz à effet de serre, par l'entremise de la réduction de l'utilisation des énergies fossiles.

Initialement, le projet de création du Réseau Inter-Lieux du Québec est également présenté brièvement, en vertu de son grand potentiel de réduction des émissions de GES.



## Contents

1	Réseau InterLieux du Québec - Avoir son bureau mobile sur demande, près de chez soi.....	5
	De quoi s'agit-il? .....	5
	Où? .....	5
	Quand est-ce que ça se passera?.....	5
	En quoi est-ce novateur?.....	5
	Quelles sont les retombées attendues? .....	6
	Qui sont les partenaires impliqués?.....	6
	Comment cela fera-t-il rayonner Montréal? .....	6
	Quels obstacles rencontrez-vous? .....	7
2	<b>Tous les modes de transports, une seule plateforme</b> .....	8
	<b>État des lieux – Bref survol</b> .....	8
	<b>Quelques enjeux</b> .....	8
	<b>Exemples discutés</b> .....	8
	<b>Quels modes de transports inclure ?</b> .....	8
	<b>Données</b> .....	8
	<b>Feedback / Plaintes</b> .....	9
	<b>Gouvernance</b> .....	10
	<b>Concurrence</b> .....	10
	<b>Pour l'utilisateur</b> .....	10
	<b>Bref récapitulatif</b> .....	10
3	<b># VéloMTL (Utilisation des données ouvertes du réseau cyclable de Montréal)</b> .....	11
	Objectifs de l'atelier : .....	11
	Objectif 1) .....	11
	Objectif 2) .....	11
	Objectif 3) .....	12
4	<b>Planification</b> .....	13
4.1	Raison pour prendre le transport en commun : .....	13
4.2	Quoi faire en attendant le transport :.....	13
4.3	Durant le transport : .....	13
5	<b>Plan 2020 de l'AMT</b> .....	16
6	<b>On s'interroge sur la gamification</b> .....	17
	L'expérience bixiwiki montre que les gens sont prêts à intégrer les nouvelles technologies dans leur démarches quotidiennes, sous la condition de la simplicité .....	17
6.1	Project actuel proposé pour Bixi : .....	17
7	<b>Paiement mobile du voyage intra-urbain</b> .....	19
	Participants: Stationnement Montréal, Desjardins, Alliance Mobility, Bespoke Mobility, Nuline, AMT. ....	19
8	<b>Aménagement urbain à l'échelle de l'arrondissement et transports</b> .....	21
	Dans le passé, l'aménagement a été effectué en fonction des pôles d'activités. ....	21
9	<b>Développement économique et transport : comment recréer la cité ?</b> .....	23
9.1	L'occupation du territoire .....	23
	Penser les villes en termes de « non transport ».....	23
	Briser les habitudes .....	23
	Encadrer le marché immobilier .....	23
	Favoriser la mixité des usages .....	23
	Influencer des comportements .....	24

Partager une vision .....	24
Favoriser la participation citoyenne .....	24
Ressources mentionnées .....	24
10 7 pistes pour rendre la marche aussi cool que le vélo .....	25
10.1 1. S'inspirer du vélo : .....	25
10.2 2. Faire ressortir les avantages cool de la marche : .....	25
10.3 3. Faire marcher les créatifs .....	25
10.4 4. Miser sur le « rebelle » et le spontané de la marche : .....	26
10.5 5. Faire du « pop up urbanism » : .....	26
10.6 6. Créer des réseaux sociaux – rendre les données ouvertes : .....	26
10.7 7. Penser l'espace public comme un terrain de jeux, le rendre ludique .....	26
10.8 Conclusion .....	26
11 Planification des transports collectifs et participation citoyenne .....	28
12 How do you make buses more attractive to suburban commuters? .....	29
13 Civisme et cohabitation Vélos-Autos-Piétons: des idées d'améliorations .....	30
14 Le Bixi, ça sert à quoi ? .....	31
14.1 Changement d'habitudes, perceptions .....	31
Améliorations .....	31
Cohabitation Bixi – voiture .....	31
15 Développement d'applications Web et mobile .....	32
15.1 Trois idées sont ressorties en début d'atelier : .....	32
15.2 Exemple d'App mobile déjà existantes: .....	32
15.3 Fatigue des Apps .....	33
16 L'écoute .....	34
16.1 Comment accueillir les suggestions et commentaires des citoyens ? .....	34
Cueillette .....	34
Chaîne (ou écosystème) de la communication .....	34
Écouter et donner un retour .....	34
17 Quelles sont les conditions pour amener encore plus d'enfants à la mobilité active ? .....	35
Conditions pour leur faire adopter plus souvent le transport actif : .....	35
Pourquoi n'y a-t-il pas plus d'enfants qui vont à vélo ou à pied à l'école ? .....	35
Solutions VÉLO .....	35
Solutions MARCHÉ .....	36
Solutions TRANSPORT ACTIF en général .....	36
Cocktail Transport .....	36
17.1 CONCLUSION .....	36
18 Covoiturage quotidien .....	37
19 Gamification des transports et motivations pour changer notre comportement .....	38
19.1 Tour de table des participants .....	38
19.2 Interrogation sur la manière de rapprocher la Vie réelle et les jeux .....	38
19.3 Reprise de deux points .....	38
19.4 Précision sur le fait .....	39
19.5 Les motivations des participants .....	39
20 La Promesse du Voyage vs le Défi de la Destination .....	41
20.1 SYSTÈME .....	41
20.2 SUCCÈS .....	41
20.3 STRATÉGIE .....	41

20.4	ACTIONS .....	42
20.5	OUTILS .....	42
21	Comment faire un spot publicitaire du transport en commun aussi sexy qu'un spot de voiture ? ..	43
22	Consultation citoyenne 2.0.....	44
22.1	Design collectif d'une APP permettant un dialogue continu entre Ville, Citoyens, Transports...	44
	Idées de "features" propres à l'application : .....	44
	Idées de sujets sur lesquels les citoyens voudraient s'exprimer : .....	44
	Idées des représentants des villes + organisations de transport : .....	44



## 1 Réseau InterLieux du Québec - Avoir son bureau mobile sur demande, près de chez soi

Un Tiers-lieu est un espace de travail situé entre le domicile et le bureau. Le **Réseau InterLieux du Québec** vise à rassembler un grand nombre d'espaces libres pour les transformer en espaces de travail collaboratif pour tous. La Caisse Desjardins De Lorimier-Villeray s'est offerte pour démarrer le projet pilote.

À l'aide d'une carte à puce ou d'un cellulaire, on réserve son siège et tous les services professionnels mis en commun : espaces et meubles de bureau ergonomiques, éclairage ajustable, vidéoconférence de qualité, salle de réunion et de créativité, isolement téléphonique, imprimante multi-fonctions, machine à café, etc.

Le Réseau des Tiers-lieux s'adresse autant aux employés d'entreprises qu'aux travailleurs autonomes, fonctionnaires, consultants, entrepreneurs, pigistes, etc.

### De quoi s'agit-il?

En 2014-2015, la Caisse Desjardins De Lorimier-Villeray collaborera avec le Living Lab de Montréal pour réaliser un essai pilote dans les locaux libres de la Caisse, au second étage du 8164, rue St-Hubert.

Cet espace de travail professionnel d'une capacité de 5 places sera offert à tous, sur réservation et à prix modiques. La location d'un fauteuil peut aller d'une demi-journée à 5 jours par semaine selon la disponibilité.

Ce projet pilote permettra de démontrer le mode de gestion d'un centre de télétravail fonctionnant en réseau et d'ajuster l'offre de service selon les demandes de la clientèle intéressée.

Un second centre de télétravail ouvrira ses portes dans la région de Montréal en 2015.

### Où?

L'ensemble de la région métropolitaine (CMM)

### Quand est-ce que ça se passera?

Dans les deux prochaines années (2014-2016)

### En quoi est-ce novateur?

Aborder la transformation de la ville par l'espace de travail, l'Internet haute-vitesse et la transition numérique est un mouvement important. Pour le réussir, peu d'endroits au monde disposent d'un mouvement coopératif comme au Québec.

Ainsi, Montréal comme métropole intelligente, sensible et ouverte regroupe autour d'elle les ressources nécessaires à cette transformation. Gérer des réseaux complexes comme les villes ressort de la maîtrise de la mobilité en réseau. Le Réseau lui-même est mobile.

Montréal supporte ainsi la pénétration d'Internet haute-vitesse en région et en banlieue, et favorise les services de proximité autour de ces Tiers-lieux. Montréal démontrerait une maîtrise unique de ces flux économiques.

### **Quelles sont les retombées attendues?**

Le télétravail fluidifie les transports et décongestionne de façon importante la ville de Montréal. Elle deviendrait plus attractive pour ses résidents, pour les gens obligés de venir travailler soir et matin, et pour les organisations internationales. Les sièges sociaux de grands groupes recherchent les villes les plus créatives pour offrir qualité de vie, créativité et innovation.

Montréal permettrait à de nombreux employés d'entreprises, travailleurs autonomes et entrepreneurs d'avoir un équilibre travail-famille. Moins de CO2 pour les gens, les entreprises, la ville, et plus d'économies car l'essence coûte cher.

Fidéliser les meilleurs employés et attirer les plus grands talents qui utilisent la technologie pour être au vert, être mobiles et libres.

### **Qui sont les partenaires impliqués?**

Le Living Lab de Montréal est partenaire de :

La Caisse Desjardins De Lorimier-Villeray Bureau-Mobile (Strasbourg) NGIN Workplace (Boston) Trafic Design (Montréal) Bureauvision Kaba-ILCO C for Care Microsoft Canada

En région, le projet pilote intéresse aussi :

Des travailleurs autonomes en quête d'espace à partager Des espaces de co-travail existants Des incubateurs, accélérateurs, technopoles, etc.

Le Living Lab de Montréal a aussi reçu le soutien de :

La Caisse d'économie solidaire Desjardins Le Réseau d'investissement social du Québec (RISQ)

### **Comment cela fera-t-il rayonner Montréal?**

Quand on voit comment Amsterdam a transformé ses transports en offrant davantage de télétravail aux gens, Montréal pourrait faire de même en Amérique du Nord et transformer la ville dominée par les voitures. Montréal serait en mesure d'orchestrer cette nouvelle économie, devenant la tête de pont de cette mise en réseau.

La ville intelligente égale ici LES villes intelligentes.

De nombreuses villes chinoises et sud-américaines y verraient un modèle inspirant de cellules urbaines résilientes. Services bancaires et services de santé de première ligne vont y côtoyer les satellites universitaires au sein d'une population mobile et entrepreneuriale.

## Quels obstacles rencontrez-vous?

Faire réaliser la faisabilité immédiate de ce projet. Il s'agit d'optimisation des ressources. Faire prendre conscience de notre patrimoine immobilier, les actifs civiques.

Pour Montréal, avoir l'audace nécessaire pour se présenter comme une ville intelligente et ouverte qui mise sur l'économie de réseau et non pas seulement sur l'économie territoriale, l'ingénierie et la planification urbaine des grands groupes qui équipent les autres villes du monde.

## 2 Tous les modes de transports, une seule plateforme

Il existe déjà plusieurs plateformes qui donnent accès à l'un ou l'autre des modes de transport à Montréal. Et si il n'y en avait qu'une qui intégrerait de manière géolocalisée, en temps réel, tous les modes de transport : Communauto, Bixi, covoiturage, train, autobus, métro, taxi et nos pieds ?

### État des lieux – Bref survol

- Autobus, pas encore localisés par GPS
  - À Laval, oui (Selon la STL, elles sont disponibles depuis lundi et selon ce site: <http://www.stl.laval.qc.ca/lang/fr/donnees-ouvertes/fichiers/>, le format n'est pas GTFS-realtime mais un format XML "NextBUS" qui contient les positionnement exact des autobus)
- Technologiquement, c'est très réalisable
- Google General Transit Feed Spécification Realtime (GTFS-realtime) : un bon exemple l'AMT mentionne d'ailleurs que selon les spécifications GTFS-realtime, il est possible de transmettre le positionnement exact. Encore faut-il que l'information soit disponible.)
- Bixi offre déjà des données du genre : le nombre de vélos qui restent

### Quelques enjeux

- Disponibilité des données : la première étape
- Format des données : pas toujours les mêmes, ce qui complique le tout (Exemple : les données de la STL sont en GTFS pour les horaires mais en format NextBUS XML pour le temps-réel)
- Gouvernance : un casse-tête
- Concurrence : entre les différents modes de transport, enjeux de marketing...
- Mauvais usage potentiel : Ex : terrorisme – peut-être plus problématique aux États-Unis

### Exemples discutés

- ZoneCone/NaviCone : Info-Travaux Ville de Montréal : Format XML des données assez analogique. Pattern matching via les descriptions (free text) : rendues publics pour les chantiers. En revanche, ils doivent ensuite reformater l'info pour l'utiliser.
- Inde : Ça existe de façon similaire en Inde, ils ont le pourcentage de chance d'arriver à l'heure. Sur toutes les lignes. C'est géré par les compagnies de train. Le chauffeur signale qu'il est arrivé à telle heure... Ou bien automatiquement.
- France : Il existe un projet qui souhaite inclure le réseau de tramway, véhicules électriques, etc. Ça demande beaucoup d'effort de la part de ceux qui développent les services, mais aussi de la part des autorités locales.

### Quels modes de transports inclure ?

- Le but sera d'aller d'un point A à un point B : rester plus local ?
- Et pour les avions ? Une utilité pour les touristes ?
- Pour les compagnies aériennes, cette info est déjà disponible aux endroits prévus
- L'outil serait définitivement pertinent pour les trains.

### Données

- 2 types de données :
  - Premier type : inventaire

- Des données opérationnelles qui sont extrêmement fiables. Exemple : les infrastructures
- Deuxième type : des données évolutives et qui relève du comptage. Exemple : l'historique des statistiques d'achalandage aux intersections
  - On compte par exemple des données pour telle ou telle intersection pour vérifier si le délai de chaque lumière est suffisant.
  - À ce moment, les données sont exactes, mais elles évoluent constamment. On doit donc faire une nuance : données passées vs situation actuelle.
  - La ville est responsable de préciser la nature des données et le créateur, mais ensuite, reste à voir ce que les gens en feront.
- Comment est-ce que les données vont être utilisées ?
  - Mesures de validation ?
  - Il y a tellement de données, c'est impossible d'avoir quelqu'un qui vérifie en permanence à quel point elles sont exactes.
- Récolte :
  - Si on va sur un site web, via un scraping (un robot qui va chercher l'info sur les sites internet automatiquement), ce n'est pas une bonne solution, car on augmente la lourdeur de l'achalandage, on peut ralentir le système et ce n'est pas une option pour l'obtention de données temps-réel (comme la position de véhicules). Le "scraping" est un "pansement". La vraie solution est l'ouverture des données.

## Feedback / Plaintes

- Si l'utilisateur peut, de l'application, loger une plainte, on pourrait créer un canal de communication qui soit bidirectionnel.
- Que les gens voient, par exemple, que les autres sont insatisfaits d'une situation Y et qu'ils puissent ainsi ajouter leur mécontentement.
- Amélioration continue du service par feedback et crowdsourcing...
- S'il y a un feedback usager important, ça met de la pression sur l'administration d'un point de vue effectif (capacité à répondre à tous ces commentaires).
  - Pas nécessairement un à un, mais au moins pouvoir cibler les zones problématiques. Chaque personne qui se déplace a un impact sur le réseau de transport de la ville, il faut penser à chaque individu.
- Actuellement : Il existe actuellement le service 311, un moyen non-numérique, qui permet d'améliorer le service.
  - Il faudrait peut-être trouver un moyen de numériser toutes ces données.
- Enjeux :
  - Suivi :
    - Quand le problème est réglé, qui l'enlève ?
  - Problèmes superficiels VS importants :
    - Après combien de plaintes faut-il inscrire le problème ?
  - Véracité :
    - Disons que cinq personnes font une blague sur un problème qui n'est pas réel, doit-on aller vérifier pour s'assurer que c'est vrai et à quel point ?
    - Une fois que l'information est validée par plusieurs personnes, les rapporteurs d'information vont acquérir une certaine fiabilité. Comme un vendeur sur Ebay.
    - Après avoir prouvé que telle ou telle personne est digne de confiance, on peut ensuite arrêter de vérifier ses plaintes et les saisir directement. Création de différentes catégories...
    - Avec Yves Désautels, c'est déjà un peu le cas; certaines personnes le contactent directement pour l'informer de certains problèmes.
    - Les personnes d'un secteur où un problème (autobus en retard, accident, etc.) a été publié par un usager pourraient recevoir un "message push" leur demandant de confirmer qu'il y a réellement problème. Simultanément : cela les informe.
  - Incomplet :

- Il existe encore beaucoup de trous noirs, on est loin du temps réel.

## Gouvernance

- Nécessité que les différents partenaires se parlent, ne serait-ce que pour unifier les formats. Pour le moment, on fonctionne avec un format, mais ils sont multiples. Parfois, le plus difficile c'est de transformer toutes ces données sous un seul format.
- Certaines autorités sont responsables du central, d'autres des arrondissements, d'autres de l'agglomération, etc.
- Dépenser le dollar du citoyen X pour une zone Y peut ne pas passer.
- On assiste à un changement de paradigme; il faut évaluer comment réinventer la place du citoyen dans l'optimisation du système grâce à sa capacité d'expression accrue.

## Concurrence

- Exemple en Inde : Il existe plusieurs compagnies privées, une concurrence résulte donc plus directement sur une meilleure qualité du service.
- À Montréal aussi il y a plusieurs joueurs pour lesquels il n'y a pas de chef d'orchestre commun, mais une seule organisation gère les bus, une seule les métros, etc.
- Mission de service VS relation client.

## Pour l'utilisateur

- Qualité du service : à tirer vers le haut
- C'est peut-être même lui qui développera le tout gratuitement, ou même une entité plus officielle qui ensuite revendra l'application à 0.99 \$ sur iTunes.
- Plusieurs offres (e.g. applications mobiles, sites web) différentes peuvent en résulter, chacune s'adressant à divers types d'utilisateurs.

## Bref récapitulatif

Données de plus en plus disponibles, réfléchir sur l'inter-connectivité des différents services, autant d'un point de vue utilisateur que sur la coopération des différents acteurs impliqués. Le citoyen devient lui aussi un senseur. Il n'y a pas uniquement le GPS, plein de facteurs contribuent à un portrait représentatif et fiable.

Principal enjeu : le modèle de gouvernance. Il y a tellement d'acteurs, il faut réfléchir à une architecture qui va permettre à tous les partenaires de travailler ensemble. Il y a déjà eu un plan en ce sens qui a été adopté il y a un an; le plan de système sur les transports intelligents. Il faut que la démarche permette à tous de mieux gérer leur système, et qu'ensuite on puisse les mettre en commun au profit du citoyen.

### 3 # VéloMTL (Utilisation des données ouvertes du réseau cyclable de Montréal)

#### Objectifs de l'atelier :

1. Identifier les données ouvertes qui touchent à l'utilisation du réseau cyclable de Montréal;
2. Définition des applications et fonctions d'affichage sur carte interactive des données et utilisation possible;
3. « Proof-of-Concept » de l'affichage sur carte des données ouvertes choisies;

#### Objectif 1)

Les données ouvertes suivantes ont été identifiées :

1. Données des 9 compteurs vélo installés sur les pistes donnant accès au centre-ville ([Lien](#)); Les données sont statiques, lues manuellement des compteurs périodiquement. Les données des compteurs ne sont pas géolocalisées;
2. Données de comptage vélo aux intersections ([Lien](#)). Données statiques, ponctuelles. Les intersections sont identifiées et les données de position des intersections est disponible ([Lien](#));
3. Données de disponibilité et utilisation des stations BIXI ([Lien](#))

**Question :** Existe-t-il des données ouvertes sur les accidents ?

**Réponse :** Non. Discussion sur la possibilité d'établir une application de déclaration et réponse aux accidents, en utilisant par exemple l'application de « crowdsourcing » Ushahidi ([Lien](#))

**Question :** Existe-t-il d'autres services/système de description/géolocalisation des pistes cyclables ?

**Réponse :** Non. Pas de la ville de Montréal (IIRC). Contributions individuelles dans Google Maps.

Vélo-Québec a possiblement fourni donné pour Route Verte

À moyen terme, la ville de Montréal veut développer un système de gestion de la circulation intelligent et rendre les données ouvertes. Les nouveaux feux de circulation intelligents pourront détecter les MAC Bluetooth des véhicules passant et calculer des statistiques d'utilisation du réseau de transport. Le virage vers l'ouverture des données est un virage important pour la ville de Montréal.

#### Objectif 2)

1. Création d'une interface graphique fusionnées, incorporant les stations BIXI (semblable à [lien](#)), les compteurs vélo (semblable à [lien](#)).
2. Application de planification de trajet qui inviterait un utilisateur BIXI à utiliser une station proche lorsque la station près de sa destination est occupée, combiné à une offre ou coupon à utiliser dans un commerce, une institution proche de la station alternative.
3. Rapports de conditions des pistes cyclables, surtout en conditions hivernales pour favoriser l'utilisation sécuritaire du réseau.
4. Un logiciel a été développé à l'Université pour planifier les trajets vélos en fonction de la sécurité, de l'exposition à la pollution et de la difficulté verticale du parcours. Plus d'information devrait être obtenue de ce logiciel et de son potentiel d'intégration à un outil en ligne ou mobile.

### Objectif 3)

Des membres de l'atelier exécuteront un Hackathon en après-midi avec les données de comptage vélo des feux de circulation et superposition sur Google Maps.

## 4 Planification

Heure de fin des métros

Services de nuit mal connus

Détermination du moyen de transport en fonction de (température, moment du lever, moment dans l'année, saisons, type de personnes rencontrées, poussette, etc.)

Expérience d'utilisateurs réguliers qui développent une stratégie pouvant être utile pour de nouveaux utilisateurs

Vérifier l'horaire avant le départ, trouver le trajet-itinéraire optimal

Bagages, sacs, selon l'étroitesse et l'achalandage

Comment se rendre à l'arrêt

### 4.1 Raison pour prendre le transport en commun :

Lieu de travail, stationnement, liberté de se faire conduire (non-temps), conscience écologique, température, saison, tarification, planification plus efficace du temps pour aller à un r-v, sécurité par rapport au vélo, mise en forme (marche entre les lieux, aller à l'arrêt suivant)

Quand on sort de la maison : L'autobus vient-il de passer, est-il avantageux de marcher jusqu'à la prochaine station, prochain arrêt, on observe l'environnement pour se guider (nb de personnes attendant à l'arrêt)

### 4.2 Quoi faire en attendant le transport :

Technologie, jeu, exercice physique

Chargement des titres de transport, que nous reste-t-il sur notre carte

Lire, musique, manger, observer l'environnement, les autres usagers, téléphones, écouter les conversations autour, étude, travail, journaux

Points de rencontres, édicules, repères difficiles à préciser

### 4.3 Durant le transport :

Lire, musique, manger, observer l'environnement, les autres usagers, téléphones, écouter les conversations autour, étude, travail, journaux, dormir

Changer de wagons pour éviter des gens ou parce qu'on veut être avec des gens

Médias disponibles (24H, Métro)

Des bibliothèques dans le métro ou les bus

Annonce sur des panneaux de nouvelles, de faits intéressants

Éducation, découverte d'informations et de sujets dans le métro

Créer l'événement, changer de la routine, hasard

Préparer son argent (problème de la monnaie exacte = on demande aux gens autour), questionnement sur le tarif

Lieu et moment du déjeuner (travail, maison, en chemin)

Besoin d'autres services durant notre transport

Joueurs de musique qui créent une bonne ambiance dans le métro

Souterrain vs surface = expérience différente

Escaliers mécaniques ou utiliser les marches

Congestion dans ou autour du transport selon le moment (vélos sur des artères, escaliers Berri-UQAM)

Volonté de briser ou non la routine dans son choix de transport

Choix d'une place dans le transport (réfléchir à notre interaction avec les autres), courtoisie, port de sacs

Pourquoi ne pas installer des caméras clairement dans certains wagons pour une question de sécurité ? (les nouveaux métros en seront équipés)

Façon dont les contrôles de passage par les agents sont effectués, besoin de garder le ticket après le passage, confusion sur les billets validés ou non

Perte de repères lors d'arrêts de service, peu d'aide

Qualité de la conduite des chauffeurs d'autobus : arrêts brusques, humeur du chauffeur

Habitudes de transport permettant de développer des liens avec des personnes (Craigslist) = expérience dans le métro

Possibilité de lire dans le transport

S'il y a un problème de service = collaboration des personnes pour des solutions

Prévoir son positionnement sur la rame de métro en fonction de (achalandage, lieu de sortie, etc.)

À quel moment annoncer notre sortie aux autres usagers, anticipation du parcours (métro de Londres annonce le temps entre les sorties)

Aucune annonce sur les arrêts dans l'autobus, inquiétude quand on ne connaît pas le trajet ou les lieux, confusion sur le nom des stations vs nom des lieux, sens est-ouest / nord-sud des bus ou Honoré-Beaugrand / Angrignon des métros

Combinaison de plusieurs modes de transports = transferts, gestion du temps, vélos

Expérience avec des usagers (chauffeurs qui annoncent les arrêts, chanter, animer les enfants)

Internet et ondes cellulaires 3G dans le métro, sur les bus

Problèmes d'interaction entre des gens qui parlent au cellulaire très fort et des gens voulant lire ou être plus calmes, des groupes de gens qui prennent le contrôle des lieux

Les fins de lignes de métro ou de trajets de bus sont moins sécuritaires

Trajets : certains arrêtent avant la fin du boulevard, trajets circulaires qui n'arrêtent pas, transferts et tarification inter-réseau difficile

## 5 Plan 2020 de l'AMT

### Défis

- Trouver les horaires de transport.  
Usage de Google Maps.
- Il faut être au quai pour savoir quand passe la rame de métro.
- Faire le lien entre transport actif (marche, vélo) et collectifs.
- Limite de Communauto : ramener au point B.  
Pourquoi ne pas charger des frais supplémentaires ou proposer en temps réel une station à proximité qui a besoin d'auto ?
- À l'intérieur du territoire Bixi, il y a des stations à tous les métros mais il y a un problème quand il n'y a pas assez de densité de stations.
- Pourrait-on réserver un vélo ou une place libre ?  
Injuste par rapport aux gens non équipés de téléphones intelligents.
- Problèmes des stationnements incitatifs : une mer de stationnements ne crée pas un milieu plaisant à vivre.  
Privilégier les stationnements souterrains.
- Répartition de l'investissement public.
- Expérience longue distance : Communauto + ViaRail/transporteurs interurbains.
- Est-ce que l'intégration des tarifs est utile ?  
Plus l'intégration des modes de paiement : carte Opus, permette de payer Bixi.
- Peut-on apprendre des autres villes ?  
Oui, la tendance est de payer à l'aide du portable.
- Comment peut-on être informé en cours de route de l'arrivée du prochain train/métro... ?
- L'AMT parle aux autres réseaux pour développer de nouveaux systèmes et améliorer l'expérience utilisateur : régulation, transportation.
- Le rôle du Ministère des transports est le financement.  
Il faudrait qu'il travaille avec les agences pour améliorer la mobilité.  
Il ne faut pas que ça allourdisse les projets.
- Même norme adoptée par l'AMT et STM.
- Carte Opus a pris 7 ans à développer mais il n'y pas eu de ratés.
- Laval a des afficheurs en temps réel aux abribus.
- Standardiser pour que les systèmes se parlent.
- Info circulation (radio) doit tout couvrir : auto + transport en commun, etc.
- Peut-on simplifier l'achat de cartes ?

## 6 On s'interroge sur la gamification

La session commence par un tour de table, utilisateurs de Bixi, designers d'expériences, étudiants, etc.

Présentation du concept : en lien avec l'économie, il s'agit d'imaginer les moyens de faire participer activement les gens à la gestion du système de vélos en libre-service de la ville de Montréal.

- Apporter une certaine forme de plaisir dans les actions individuelles qui ont des implications à une échelle collective.
- Engendrer des nouveaux réflexes, éclairer les problématiques collectives sous un jour nouveau
- Quelle est la structure de telles applications ? objectifs à court terme vs long terme
- L'école est un jeu : on obtient des points en adoptant les bons comportements. L'expérience scolaire de chacun comme source d'inspiration.
- Design de persuasion : changer les attitudes et les comportements, s'adresse aux gens qui veulent déjà changer, il s'agit de leur apporter une aide.
- Motivation et facilité : le gain doit être supérieur au coût perçu. Que changer ? +de gens en transport ? +d'équilibre pour le système ? Quel moyen ? (le jeu).

**L'expérience bixiwiki montre que les gens sont prêts à intégrer les nouvelles technologies dans leur démarches quotidiennes, sous la condition de la simplicité**

### 6.1 Project actuel proposé pour Bixi :

- Critère d'optimisation : réduire le nombre de vélos à déplacer par le système de transport par camions.
- Proposer à des gens des missions : apporter le vélo à tel endroit. Public cible : personnes qui ont du temps pour aider Bixi.
- Chacun fait un petit sacrifice pour optimiser le système, en plus d'être récompensé pour le faire.
- Aussi : outil de réduction de la frustration. Autre objectif : faire le lien avec l'économie locale.
- Expérience de biximo : les données de Bixi ne sont pas précises... Certains facteurs peuvent influencer les données : les pannes techniques, ou les comportements simultanés.
- Améliorer l'interaction avec le système : améliorer les sources de données, par exemple ajouter des détails quand on presse le bouton rouge de panne de vélo. Bixi est en évaluation des possibilités.
- Les points de récompenses ne doivent pas être distribués uniquement par BIXI, il y a d'autres utilisateurs de Bixi : les marchands locaux. Il s'agit de trouver comment accepter l'idée d'avoir une monétisation des points. Les employeurs et les universités déplacent des milliers de gens et sont à ce titre utilisateurs du système.
- On se questionne sur les sources de motivations. Argent ? Environnement ? Un exemple avec un professeur offrant 2% à ses élèves ayant participé à une collecte de sang.
- Les récompenses sociales. Exemples de l'application pour arrêter de fumer : les gens veulent des conseils, veulent un concours ; voir que tes amis t'aident. Pas une récompense monétaire.
- Les sources de motivation sont diverses, il faut les énumérer. Voir aussi les autres problèmes solvables. A partir d'une matrice problèmes & motivations construire le design.
- Accumuler des minutes que tu puisses donner à d'autres. La possibilité de se mettre en groupe.
- Améliorer l'information des utilisateurs quant aux vélos qui ont besoin d'être déplacés.
- Les améliorations techniques. La chasse aux trésors du Bixi 7 vitesses. Le nom des gens sur le Bixi ('je cherche la Bixi à mon nom'), les spécificités techniques ('Je prends toujours un Bixi dont la publicité est dégradée, dont la poignée de frein est tordue, etc...').
- La réalité virtuelle permettrait une personnalisation plus poussée.
- La tarification dynamique des abonnements courte durée.

- Partenariat avec la STM, le représentant de Bixi évoque celui qui existe déjà.
- Faire des événements cyclothon, possiblement en sens inverse du trajet usuel.
- Les points santé, un peu comme Nike+
- Un système pour matcher les besoins du système avec les besoins personnels, considérer aussi l'aspect communautaire
- Le bénévolat d'équipes de jeunes pour déplacer les vélos (équipes de foot, de hockey, etc...) afin d'aller chercher de la commandite. La possibilité de s'associer à des causes
- World Without Oil, un jeu pour ramasser des solutions, faire un jeu pour rechercher les idées les plus pertinentes. Le jeu comme une plateforme
- Le problème du retour des gens après avoir déplacé un vélo ? Cibler l'action.
- Ludifier le BIXI avec le bruit que font les BIXI.
- Il faut que les gens s'approprient le Bixi, il faut les associer à l'élaboration des solutions.
- Informer les gens sur comment ils peuvent aider le BIXI (rejoint l'idée de plus d'informations)
- Le fun, l'idée d'un jeu avec des couleurs pour guider les gens dans le déplacement des vélos.
- Il faut varier les expériences pour maintenir la motivation des gens
- Le Bixi comme un espace social plus fun
- Comment augmenter le système à 50000 vélos ? Trouver aujourd'hui des solutions car tout le monde sera inclus à terme
- L'idée de tarifier les docks

## 7 Paiement mobile du voyage intra-urbain

Participants:

**Stationnement Montréal, Desjardins, Alliance Mobility, Bespoke Mobility, Nuline, AMT.**

The first discussion centered around the Multi Modal public transportation network and pricing for the use of Multi-Modal public transportation and the simplification of the payment and pricing on this network.

Payments of fares are unified in world travel which includes taxis, airfare and hotels, why not apply it to local travel.

This would mean that a consumer would pay for one fare irrespective of using train, bus, taxi, bixi, shared cars, metro or any combination of the aforementioned transportation platforms for a given destination.

We discussed that the pricing should be Dynamic and real time, which means that the price can be modulated due to various factors such as; Time of day, congestion of the transportation network, temperature, pollution, parking availability and other soft variables.

The travel broker can be a good model and the payment brokerage can be applicable to the public transportation sector.

Today there does not seem a willingness of the transport authorities that make up the Multi Modal network to work together.

The payment is not limited by the Technology but by the willingness of the players to work together and share.

There seems to be a consensus that EMV will help the companies' willingness to federate their services. It will provide the necessary industry standards to help to converge the IT systems.

The pricing model is an important part to define, the tariff optimization (dynamic and real time) can be instrumental in motivating the change of consumer behaviour to use more the public transportation.

Also one of the realities that make the collaboration very difficult for the organizations in this network is that the technology choices made by the various public transportation agencies were made 7 years ago and without consulting each other, therefore many systems are closed and it will be quite costly to make them interact with each other. Unless we can show an economic and usage model that will bring benefits to all parties, the modernization of the IT infrastructure will be a challenge both on a financial level and on a willingness of the organizations to spend to have adequate links amongst each other to provide Dynamic pricing for the network.

### **As a conclusion the following points can be retained:**

Unique pricing for a travel itinerary using the various public transportation means (Bus, train, metro, Bixi, share automobiles, taxis, parking)

Dynamic pricing and single fare for multi modal transportation was important to help the usage of public transportation. Some key considerations for the pricing of the fare should take in consideration security, weather conditions, time, traffic situation, pollution.

Huge challenges in getting all the parties to work together and work out a win-win-win (Political, Consumers, Transportation services) scenario to facilitate and improve the usage of multi modal transportation.

## 8 Aménagement urbain à l'échelle de l'arrondissement et transports

Dans le passé, l'aménagement a été effectué en fonction des pôles d'activités.

- Pôles multimodaux (plusieurs modes de transports en un même arrondissement ?)
- TOD – St-Hilaire - est-ce un succès ?
- Le Dix30- (?)
- Qu'est-ce qu'un centre urbain ?
- Pourquoi les gens vont en banlieue ?
- Requalification d'endroits dans la ville qui vont devenir de nouveaux coins.
- Le prix de la propriété en ville vs en banlieue - aller en banlieue est-ce que c'est vraiment gagnant ?
- La densification comme solution ?
- Apprendre des erreurs du passé - le passé où l'aménagement était en fonction de l'automobile.
- Organisation métropolitaine du covoiturage (AMT le fait entre autres).
- Manque de flexibilité dans les transports coll. Joue contre ceux-ci.
- Besoin de confiance dans le train, timing - fiabilité.
- Répartir et maximiser les investissements.
- Centre de gestion des déplacements (dans les lieux de travail).
- Brésil - Curitiba qui a misé sur les transports de surface : file d'attente sur un quai d'embarquement.
- Besoin d'un volonté politique.
- Inciter transports en commun.
- Aménagement de la rue pour qu'il y ait une voie pour chacun – tt le monde au même niveau (piéton, vélo, voiture).
- Incitatif pour que tu sois un utilisateur de transport en commun.
- Les quartiers sans auto.
- La rue appartenait aux piétons.
- 50 % de tous nos déplacements sont en automobile.
- Cartes avec temps de déplacement à pied entre les principaux points centraux (ou points touristiques) d'une ville.
- Études : plus ça coûte cher.
- Intégration des technologies dans le métro.
- Associer de la fierté au fait que c'est bien le transport en commun.
- À considérer si on veut que les gens utilisent les transports en commun : le confort inéluctable de la voiture (liberté – contrôle priment sur le temps, le déplacement à la rigueur).
- Offre de service : Publicité du transport à l'extérieur des transports en commun (ex. : grande affiche à l'entrée du pont Jacques-Cartier).
- Los Angeles, pour redorer l'image des transports en commun, ont engagé des comédiens pour qu'il y ait des "Super-heros".
- Aménagement urbain (naked space) - Shared space – tt le monde au même niveau.
- Place pour événements publics : shared spaces.
- Aussi ici à Montréal comme devant l'Hôtel de ville, Place-d'Armes.
- On a besoin du bon vouloir des utilisateurs.
- Quand on considère le transports de marchandises – ça devient difficile de faire le shared space.
- Intelligence- créativité ? Virage à droite au feu route est-il possible à Mtl ?
- Le paysage doit aussi être considéré dans l'expérience : donc quoi faire pour l'espace souterrain ?



## 9 Développement économique et transport : comment recréer la cité ?

Animatrice : Marina Frangioni ([marina.frangioni@ville.montreal.qc.ca](mailto:marina.frangioni@ville.montreal.qc.ca)), doctorante innovation et développement économique (Université de Sherbrooke), chargée de projet Montréal Technopole

Secrétaire : Sophie Tremblay ([so@sophietremblay.ca](mailto:so@sophietremblay.ca)), consultante en communication et gestion de l'information, travaille présentement avec [Be Interactive](#) , entreprise mandatée pour conseiller la Ville de Gatineau dans le cadre d'un projet de données libres.

### 9.1 L'occupation du territoire

Comment faire pour lier qualité de vie, développement économique et planification ?

En agissant à rebours, en corrigeant les erreurs du passé lentement, mais sûrement. Nous sommes dans une période transitoire où l'on doit vivre avec la réalité d'aujourd'hui tout en façonnant le futur. Voici les pistes de solutions et les réflexions partagées dans le cadre de cet atelier.

#### Penser les villes en termes de « non transport »

- Décentraliser les villes en développant des quartiers à haute densité qui favorise le non transport.
- Dans chaque cellule, les gens pourraient travailler, vivre, se divertir.
- Développer un dialogue citoyen-état-entreprise où chacun fait sa juste part pour contribuer à créer un environnement convivial.

#### Briser les habitudes

- Éduquer les gens sur le fait qu'il est possible de prendre plusieurs moyens de transport.
- Changer certaines habitudes de vie pour passer d'un mode « cocooning » à un mode « je m'approprie mon quartier ». Pour que l'automobile ne soit plus une extension de la maison.

#### Encadrer le marché immobilier

- Planifier la construction urbaine non pas en lien avec les meilleurs vendeurs de l'année précédente, mais plutôt en fonction d'une vision globale et intégrée.
- Favoriser l'augmentation de la densité de la population en octroyant des permis de construction de condos à trois chambres plutôt qu'une.

#### Favoriser la mixité des usages

- Mettre la technologie au service des déplacements pour proposer un cocktail de transport personnalisé.
- Développer des outils qui permettent de dire, en temps réel, quel est/quels sont le(s) meilleur(s) moyen(s) pour se rendre de A à B.
- Inciter les villes à diffuser le plus d'information possible sur l'état du réseau routier. Plus on a d'information, mieux on peut planifier ses déplacements.

## Influencer des comportements

- Implanter une taxe carbone et/ou une taxe kilométrique.
- Créer un effet d'entraînement : inciter les gens à s'installer à des endroits où la voiture n'est plus nécessaire. Une fois les gens installés, les commerces suivront...
- Récompenser les bons comportements.

## Partager une vision

- Inciter le changement en l'imaginant. En montrant concrètement de quoi aurait l'air la vie et la ville sans l'auto.
- S'inspirer des meilleures pratiques.
- Travailler ensemble plutôt qu'en silo.

## Favoriser la participation citoyenne

- S'approprier notre environnement de vie.
- Façonner notre milieu de vie plutôt que suivre le marché : développer des coopératives d'habitation où les citoyens sont appelés à s'impliquer en amont (un toit vert, un CPE, etc.).
- Changer notre façon d'acheter des maisons (achats familiaux, colocation propriétaire, etc.).
- Réfléchir et conceptualiser par le jeu.

## Ressources mentionnées

- [End of suburbia](#) 
- [Escape from suburbia](#)   
(Le site officiel ne semble pas fonctionner [mais on peut trouver de l'information pertinente ici](#) )
- [Vivre en ville](#) 
- [Sagacity](#) 

## 10 7 pistes pour rendre la marche aussi cool que le vélo

(à court et moyen termes)

Présentation de Louise-Marie Bouchard – animatrice et réalisatrice, J'aime Montréal, Radio CIBL

Notes prises par Marie-Noëlle Bourdieu, chargée de projet, Opération vélo-boulot, Vélo-Québec

### 10.1 1. S'inspirer du vélo :

S'inspirer par exemple de :

- Mikael Colville-Andersen et le blogue « Copenhagen Cycle Chic »
  - On y voit des gens qui utilisent le vélo comme moyen de transport. Beaux vélos, tenue vestimentaire au quotidien, variété des objets déplacés avec soi...
- David Byrne des Talking Heads
  - Il a conçu des supports à vélos originaux

Adapter cette attitude et cette créativité à la marche

### 10.2 2. Faire ressortir les avantages cool de la marche :

- ça ne coûte rien
- on a toujours nos pieds avec nous, pas de problématique du vol
- c'est bon pour la santé et l'environnement
- on redécouvre la lenteur, sa ville, son quartier
- on peut socialiser, rencontrer les voisins, de nouvelles personnes
- pas d'embouteillages
- on peut faire autre chose qu'on ne peut pas faire à vélo ou en voiture en même temps
- on peut s'arrêter quand on veut pour découvrir un petit commerce, un petit café, une ruelle verte
- on peut changer de direction et s'adapter aux obstacles et détours plus facilement (contrôle sur la situation)
- c'est cool en toutes saisons
- c'est la liberté
- la marche est un mode de vie
- on remet à la mode le tricot, la couture, le vélo, de vieilles pratiques : il faut redonner un coup de jeune à la marche

### 10.3 3. Faire marcher les créatifs.

Que donnerait par exemple:

- Ubisoft et la marche ?
- Picnik Electronik et la marche ?
- Igloo Fest et la marche ?
- Les Nuits Blanches et la marche ?

#### **10.4 4. Miser sur le « rebelle » et le spontané de la marche :**

- Une marche, c'est des détours, des imprévus, des surprises...  
Ex. de « rebelle » : « jay walking », manifestation  
Ex. de spontané : découverte d'un lieu ou d'un chemin; découverte d'un objet

#### **10.5 5. Faire du « pop up urbanism » :**

Des designers, organismes communautaires, citoyens, entrepreneurs sociaux font du « lighter, quicker, cheaper » (moins lourd, plus rapide, moins cher) pour revaloriser les aménagements existants. Pourquoi pas soi? Cela évite la lourdeur des structures gouvernementales, administratives.

- Ex. à Raleigh en Caroline du Nord, un citoyen, Matt Tomasulo, a posé des pancartes dans les rues pour indiquer le temps de marche jusqu'à un point précis (attraction, lieu utile, etc...) – la ville a demandé à ce qu'il les retire mais l'opinion publique s'est soulevée : pétition : la ville a retiré sa plainte. Le projet « Walk [Your City] » se fait maintenant dans d'autres villes.

#### **10.6 6. Créer des réseaux sociaux – rendre les données ouvertes :**

- Utiliser les nouvelles technologies pour faire la liste des endroits cools, beaux, sympas à découvrir
- Prendre le modèle de « Run my City » (de Nike) (pour les joggeurs)
- Walk [Your city] utilise aussi la technologie
- À Paris il existe des bornes qui relatent l'histoire d'un lieu, d'un bâtiment, via le Ipod ou autre
- Remarque : tout le monde n'est pas branché, trouver des moyens complémentaires

#### **10.7 7. Penser l'espace public comme un terrain de jeux, le rendre ludique.**

Penser jeux, surprises, espaces pour s'asseoir.

- Ex. À Berlin : jeu de ping pong sur les poteaux des feux rouges aux intersections, on joue avec la personne de l'autre côté de la rue, la partie se termine quand la lumière piétons passe au vert. On patiente et on sympathise.

#### **10.8 Conclusion**

S'inspirer de solutions qui existent déjà :

- Rues piétonnes : trop tournées vers le commercial : les rendre culturelles, ludiques ou juste pour marcher
- La technologie est cool, façon plus intéressante et rapide de remettre la marche au goût du jour
- Run my city
- Walk my city
- Lier la marche et le vélo



## 11 Planification des transports collectifs et participation citoyenne

### **BENOIT TESSIER**

Société de transport de Montréal  
Conseiller - Relations avec les partenaires  
Division Gestion des réseaux et relations avec les partenaires

Nous avons discuté des manières de réconcilier les impératifs techniques, budgétaires, de normes et d'équité avec lesquels doivent travailler les planificateurs des réseaux de transport collectif avec la volonté de certains groupes citoyens de se mobiliser et d'interpeller les planificateurs sur certaines réalités vécues.

- La mobilisation citoyenne peut constituer un apport d'information pertinente dans le travail des planificateurs de réseaux de transport collectif.
- Les pouvoirs publics doivent s'ouvrir à cette réalité, être davantage à l'écoute de ce qu'exprime le milieu et être disposés à engager un dialogue avec les différents groupes représentant la société.
- En revanche, il n'est pas envisageable d'octroyer les ressources en fonction du niveau de mobilisation d'un quartier par rapport à un autre. Les citoyens doivent donc eux aussi être sensibles aux réalités avec lesquels doivent travailler les planificateurs et intégrer des principes d'équité dans leur réflexion.
- Nous avons réfléchi sur les moyens de mieux systématiser cette collaboration planificateurs-citoyens. La mise en place de mécanismes d'échange d'information et de dialogue permanents, qui va au-delà d'un système classique de plaintes/réponses pourrait représenter une vision porteuse.

## 12 How do you make buses more attractive to suburban commuters?

**Richard Beck**

We spoke about the key elements of a bus service that will make commuters want to leave their cars:

- comfort
- travel time
- ease

Note that not every commuter should be a target for transfer from car to bus. Some journeys are just too complicated! Understand that some parts of a journey are best done by car and others by public transport.

### **What should we do to make the bus more attractive:**

- Improve comfort of the bus.
- Better communicate the value of the bus (what's in it for me): me time, work time, sleep time, tv time - can do a lot with mobile devices.
- Make sure total travel times are reduced by:
  - increasing the number of express buses,
  - having short local loops at the end of each express line,
  - keep local loops short,
  - allow regional services to operate small loops on the island, for example, from TCV to Rue Sherbrooke,
  - ensure a high frequency of services.
- Incentivize people to try public transport for a period of time so they can understand how much better it is than the car.

## 13 Civisme et cohabitation Vélos-Autos-Piétons: des idées d'améliorations

Joëlle Stemp, YuCentrik

La discussion a commencé par l'évocation d'expérience diverses liées au non respect de la réglementation, aux facteurs de stress et d'urgence occasionnant des accidents pour aborder les questions de fond :

- Quelle place pour le vélo?
- Y a-t-il un manque de civisme au Québec?

Outre des idées intéressantes sur la façon d'améliorer l'infrastructure (meilleure signalisation, le code de la route sur les pistes cyclables?), une réglementation plus rigoureuse (un permis vélo?) ou une plus large sensibilisation (dès le permis de conduire ou dès l'école), les réflexions se sont tournées vers le comportement citoyen et un retour aux valeurs d'éducation civique.

Exemples :

1. Une identification de citoyens responsables entre cyclistes et conducteurs (auto-collant, fanion, logo, etc.)
2. Des espaces de rencontres et d'échange
3. Ramasser les vélos laissés à l'abandon dans la rue, les peindre en blanc et les disposer aux coins dangereux de la ville afin de rappeler aux usagers qu'il y a souvent des accidents sur ces artères-là.

Nous avons au préalable mené un petit sondage dans la rue et un questionnaire en ligne.

Voici les résultats à télécharger :

- [TranspoCamp\\_CivismeVelosAutosPietons\\_YC\\_2012\\_rec2.pdf](#)
- [ResultatsSondageEnLigne-YuCentrik.pdf](#)

## 14 Le Bixi, ça sert à quoi ?

### 14.1 Changement d'habitudes, perceptions

- C'est simplement plus rapide qu'un autobus !
- Mode de transport complétant le trajet (le "dernier km").
- Rajoute une flexibilité mais ne remplace pas toujours.
- Sport pour ceux qui n'en font pas assez.
- Nouvelle technologie + vert = branché + hot. Mais il faudra évoluer afin de garder cette image.

### Améliorations

- Le panier n'est pas adéquat pour les petits objets.
- Il faudrait + de petites stations; quand on part d'un métro pour aller chez soi, il y a très souvent trop peu de stations dans les rues de quartiers.
- Avertissement des stations pleines sur téléphone intelligent AVANT d'y être et constater soi-même serait très pratique.
- Trajet favori + étude des comportements du transport + % d'utilisation personnelle permettraient une planification des stations possibles.
- L'utilisation de ville en ville ne fonctionne pas (Toronto, Amsterdam).
- Le système devrait potentiellement être intégré à la STM avec une carte Opus, etc.

### Cohabitation Bixi – voiture

Certaines pistes cyclables sont dangereuses. Les conducteurs ne peuvent pas bien s'assurer que tout est sécuritaire :

- Piste cyclable à 2 sens VS voie d'automobiles à sens unique (dangereux)
- Piste cyclable à 2 sens VS voie d'automobiles à 2 sens (dangereux)
- Piste cyclable à sens unique VS voie d'automobiles à sens unique (ok)
- Piste cyclable à sens unique sur chaque côté VS voie d'automobiles à 2 sens (ok)

## 15 Développement d'applications Web et mobile

Animateur : Alexandre Vovan (alex@vovan.ca), professeur au département d'informatique du Cégep de Sorel-Tracy

Secrétaire : Daniel Picard (danielpicard20@gmail.com), étudiant de 3e année (finissant) du Cégep de Sorel-Tracy

M. Vovan invite les gens à partager leurs idées ou leurs besoins d'applications Web ou mobiles pour pouvoir avoir une banque d'idées de projets pour les étudiants dans le cadre des cours de développement d'applications Web et mobile du Cégep de Sorel-Tracy.

### 15.1 Trois idées sont ressorties en début d'atelier :

- jeu transport en commun
- co-voiturage porte à porte, en temps réel
- dialogue de contenu entre les citoyens et la ville
  
- **Pierre Lefort de la STM :**
  - entrer dans le concret avec un jeu ex: sticker dans une vitre d'autobus (réalité augmentée)
- **Adrien de Ubisoft :**
  - personnalisation de l'App. Elle doit présenter ce que l'utilisateur veut voir.
  - "gamefication" de l'App : l'application doit avoir un côté ludique
- **Jenny Bell de Tag Taxi :**
  - App Taxi
  - expérience humaine : il faut que ça soit pertinent
  - sécuriser le client (il sait que son taxi va arriver car il est pris en charge)
- **John de Ubisoft :**
  - projet eBus : modéliser les autobus
- **Pierre de la STL :**
  - site STM mobile
  - Google transit
  - flux XML temps réel des autobus
- **Mathieu de Ubisoft :**
  - transport en commun
  - expérience hors du commun : on est ensemble à proximité et on fait quelque chose de "cool"
- **Vincent de Tag Taxi :**
  - Les gens qui vont sur internet 1 fois par semaine, ils ne sont pas au même niveau
  - L'App doit donner un avertissement s'il y a un retard dans un service ou pas de service
- L'App doit être instinctive.

### 15.2 Exemple d'App mobile déjà existantes:

- Tag Taxi
- Transit App
- Bixi App, Bixou
- Stationnement Montréal (permet de payer son stationnement à l'aide de son téléphone intelligent sans se déplacer)

### **15.3 Fatigue des Apps**

Les App sont fragmentées : elle ne comble qu'une petite partie des besoins de l'utilisateur en termes de transport.

Est-ce que ce serait possible de faire une App qui offrirait tous les services que l'utilisateur a besoin et qui intégrerait tous les services de transport du Grand Montréal : Métro, autobus, Taxi, Bixi, Train de banlieue, Communauto, co-voiturage, etc. ?

Avec l'ouverture des données de la ville de Montréal, ça ouvre les possibilités de développer un plus large éventail d'Applications.

## 16 L'écoute

### 16.1 Comment accueillir les suggestions et commentaires des citoyens ?

Josée Plamondon

#### Cueillette

- Exemple du tracking des demandes des citoyens (yul311).
- Sondage, en direct (vox pop, questionnaire web), sur les problématiques.
- Géolocaliser (Chicago 311)
- Pistes cyclables mal faites : comment dénoncer, ville ne réagit pas. (Peter Krantz)
- Les associations et groupes doivent travailler ensemble pour faire entendre les propositions de leurs membres (citoyens).

#### Chaîne (ou écosystème) de la communication

- Comment se faire entendre, faire remonter l'info, concilier les décisions à l'interne et comment faire redescendre l'info vers les citoyens ?

#### Écouter et donner un retour

- Défaire les silos.
- Filtrer, connecter.
- Pas que des idées, des pistes d'action concrètes.
- S'investir dans un programme spécifique pour aller au fond.
- Donner accès aux moyens d'expression sur différentes plateformes.
- Crédibilité différente pour tweet et appel téléphone, peur du public.
- Développer outils pour citoyens et pour les organisations (aider à filtrer, prioriser).

## 17 Quelles sont les conditions pour amener encore plus d'enfants à la mobilité active ?

Lucie Lanteigne (VQ)

Dernièrement, le cyclisme connaît une explosion dans tous les groupes d'âges, sauf dans les moins de 17 ans, parmi lesquels la pratique de la marche et du vélo sont en baisse. Dans toute l'histoire de l'Humanité, les jeunes n'ont jamais si peu marché.

### Conditions pour leur faire adopter plus souvent le transport actif :

- Chemins rapides et sécuritaires.
- Explorer leur façon de marcher, de faire du vélo, du patin à roues alignées, etc...
- Les parents doivent montrer l'exemple : la façon dont ils se déplacent conditionnent celle de leurs enfants.
- C'est culturel : dès la naissance, à la sortie de la maternité, les infirmières ne laissent pas sortir maman et bébé si ce dernier n'est pas bien attaché dans un siège auto. Les parents qui ont choisi de ne pas avoir de voiture sont comme des extra-terrestres.
  - Il faut faire tomber les mythes et préjugés comme quoi tout le monde, chaque famille aurait une voiture et comme quoi on aurait besoin d'une voiture dès qu'un ou 2 enfants arrivent (les parents qui voyageaient à pied ou à vélo réfléchissent souvent à l'achat d'une voiture à l'arrivée du premier ou du second enfant).
  - Facilite la vie (fausse idée)

### Pourquoi n'y a-t-il pas plus d'enfants qui vont à vélo ou à pied à l'école ?

- Trajets difficiles, non sécuritaires, surtout en banlieue.
- Horaires de l'entrée et sortie en classe tributaire des autobus scolaires qui desservent 2 ou 3 écoles – les horaires des parents ne sont pas compatibles.
- Dès que l'école est finie, les enfants sont mis dehors à moins de rester au service de garde.
- Les enfants sont rois mais ils n'ont pas de royaumes : peu d'espaces sécuritaires pour les laisser marcher et utiliser le transport actif plus souvent et plus tôt (âge).
- Peurs (excessive) des parents :
  - TROP de trafic autour des écoles (mais ce sont les parents qui grossissent ce trafic).
  - Peur de l'enlèvement.
  - Les enfants sont-ils surprotégés ?

### Solutions VÉLO

- Il faudrait favoriser l'utilisation du vélo en l'incluant dans le programme scolaire (brevet de cycliste).
- Incorporer plus souvent le vélo dans les cours d'éducation physique et au parascolaire.
- Augmenter les endroits où les enfants peuvent faire du vélo de loisir pour leur donner le goût de faire du vélo utilitaire : dans les parcs, sous les autoroutes, des pistes vélos en quantité équivalente vs nombre de cyclistes que routes vs nombre de voitures.
- Apprendre le vélo aux enfants avant 9 ans : les acquis sont faciles à garder plus on est jeune.
  - Leur apprendre comment rouler, comment tomber.
  - Leur trouver un mentor qu'ils suivront plus facilement qu'un parent.

- Organiser des ateliers de troc d'accessoires de vélos dans les écoles pour rendre l'enfant responsable de son véhicule, pour qu'il se l'approprie en le rendant à son image.

### **Solutions MARCHÉ**

- Trottibus, pédibus (parent(s) ou autres bénévoles pour encadrer un groupe d'enfant sur le chemin de l'école, plusieurs groupes suivant l'origine).
- Partager les trajets sur le web de l'école (parents, équipe école).

### **Solutions TRANSPORT ACTIF en général**

- Faire faire les devoirs aux enfants à l'école pour qu'ils aient moins de livres à transporter.
- Apprendre à tous à partager les rues, la route.
- Faire plus d'aménagements permanents.
- Déneiger plus souvent les voies actives (trottoirs et pistes cyclables).
- Faire comprendre à tous que le transport actif n'est pas que pour le loisir : c'est aussi un mode de déplacement utilitaire.
- Augmenter la conscience que nous ne sommes pas seuls, on fait tous partie de la société, apprendre à partager l'espace.

### **Cocktail Transport**

- Rendre la complémentarité des T A avec le transport collectif plus efficace et évident.
- Rendre le transport collectif plus rapide et plus agréable (pour le moment la voiture est la plus pratique pour des distances plus grandes).
- STM : apporter des expériences supplémentaires que juste le déplacement du point A au point B (Wi-Fi, gamification des stations bus et métro, des véhicules, rendre les visuels dans le métro plus ludiques et à la portée des jeunes).

## **17.1 CONCLUSION**

- Transport actif des enfants est la responsabilité de tous (parents, enseignants, décideurs).
- Montrer l'exemple.
- Prendre conscience qu'il faut partager l'espace entre tous les modes.

## 18 Covoiturage quotidien

### Élyse Viotto

Pour le 2e atelier, nous étions un petit groupe axé sur le covoiturage: les défis, les problèmes courants, ce qui existe, ce qui peut se faire. En plus de We Roll, il y avait également Steven Lachance de Live Rides pour parler du point de vue plateforme.

Tout d'abord, nous avons abordé la confiance de l'utilisateur: en effet, comment convaincre les gens d'embarquer avec un pur inconnu? Des applications diverses ont fait l'expérience avant nous: AirBnb, par exemple, se base sur un système de ratings, feedback, de photos vérifiées, etc. Tout se joue sur la relation de confiance, et c'est de la plus haute importance pour le transport également, puisqu'en voiture, il en va aussi de la sécurité du passager. Vérifier l'identité du conducteur sur Facebook? Cela va de soi. Se donner un lieu public comme point de rendez-vous? C'est en effet plus rassurant pour bien des gens. Une évaluation de l'expérience du trajet, ainsi qu'un commentaire sur la ponctualité du passager et du conducteur? Cela éclairera les prochains utilisateurs, qui pourront se fier aux commentaires des gens pour effectuer leur choix. Tout ces aspects forment le noyau d'une expérience utilisateur agréable, sans compter tout ce qui a trait à la flexibilité, la précision des données en temps-réel et les micros-aspects du trajet effectué.

Pour le moment, ce qui est le plus difficile est de rejoindre la masse de gens qui prennent d'assaut les ponts aux heures de pointe afin de les convaincre de covoiturer. Comment changer leurs habitudes? Où commencer? Un des participants a relevé les précédents historiques qui ont marqué une hausse du covoiturage: les deux guerres mondiales, ainsi que les années 60-70 en Amérique du Nord. Pour ces 3 périodes, le prix et le rationnement de l'essence dû à l'intervention de l'état était une cause. Faudrait-il que le gouvernement provincial crée plus d'incitatifs pour le covoiturage? J'ai lancé quelques suggestions candidement, comme accorder un rabais sur le frais annuel du permis de conduire pour les gens qui font du covoiturage. Ou bien interdire les plaques d'immatriculation se terminant par un chiffre impair certains jours de semaine, pour diminuer le trafic au centre-ville, et donc inciter les gens à utiliser des moyens de transport alternatifs (cette mesure est en place à Quito en Équateur). Il serait également possible de collaborer avec les transports en commun: c'est pas parce que les gens utilisent leur auto qu'ils ne prennent pas le bus ou le métro! Nous avons regretté l'absence des gens des agences de transport majeures à notre discussion, puisque le covoiturage n'est décidément pas une compétition! Le but ultime est de promouvoir un mode de transport alternatif qui est plus écologique, efficace et économique que de voyager seul dans son auto. À quand un cocktail Bixi-STM-Communauto-covoiturage? Bref, c'était un petit aperçu des défis qui nous attendent dans le milieu, que ce soit pour Netlift, Ride Sharing ou nous autres.

Pour les gens présents qui souhaitaient continuer la discussion, je trouve que Branch serait un bon endroit pour partir des idées et les commenter. À suivre!

## **19 Gamification des transports et motivations pour changer notre comportement**

Louise Guay

### **19.1 Tour de table des participants**

- Se concentrer plus sur les modèles de design que sur les détails.
- Utiliser les acquis des jeux vidéo dans la vie de tous les jours. Le cellulaire devient la console de jeu privilégiée.
- Intérêt à connaître la manière de changer les comportements du public au moyen des jeux vidéo.
- La volonté de participer à un jeu : choisir de participer, c'est choisir de vouloir être acteur de changement. Le jeu sera utilisé à terme comme moyen de gestion au sein des organisations.
- La motivation se base sur les moyens humains, intrinsèque ou extrinsèque. L'approche de ludification est une bonne approche pour compléter un service avec un moyen de récompenser le joueur.
- La gamification comme moyen d'impliquer les jeunes dans l'utilisation des transports en commun. Les jeunes ont moins tendance à vouloir posséder un véhicule. Le rapport à la voiture change, et le jeu présente peut-être une voie pour la reconnaissance sociale que la possession d'une berline.
- Curiosité par rapport à la gamification : peut-elle constituer un outil par rapport aux défis de la planification des transports ?
- La gamification comme un moyen de se connecter avec les autres au travers d'activités ludiques.
- Comment intégrer les jeux à la Vie réelle et aux transports, pas uniquement pour les jeunes.

### **19.2 Interrogation sur la manière de rapprocher la Vie réelle et les jeux**

Un intervenant d'Ubisoft expose les défis entre le jeu (produit) et la ville (service) :

- Quels besoins (données ?) pour permettre la gamification. Un jeu se repose sur une version simplifiée de la réalité : les règles créent le jeu.
- L'aspect ludique de la simple représentation d'un taxi qui vient vers vous; beaucoup d'annulations du fait que les utilisateurs testent le 'jeu' et se rendent compte que c'est la Vie réelle.

### **19.3 Reprise de deux points**

L'AMT a-t-elle déjà une idée quant à l'utilité d'une telle démarche ? Pas vraiment d'idées vis-à-vis de la tendance, principalement pour l'instant visant à mieux informer les usagers sur la situation des transports.

Proposition à partir d'une application de réalité virtuelle et d'un jeu sérieux type SIM CITY demandant de remplir les objectifs de Kyoto : pourquoi ne pas créer un jeu où les actions réelles (type remplir un autobus, par exemple) seraient récompensées. Pas seulement prendre le transport public, mais vraiment participer au jeu.

Nos téléphones intelligents savent en permanence où nous sommes et ce que nous faisons : que pouvons-nous apprendre sur nous-mêmes, et quelles données peuvent être extraites pour les organisations responsables des transports ?

Un jeu en réalité virtuelle pourrait nous inciter à réaliser des actions.

La création d'un jeu implique de viser un type de profil. Le défi ici est de s'adresser à tous les types de profils : chacun a ses propres aspirations. Comment couvrir tous ces cas de figure au travers un jeu ?

Le modèle free to play : logiciel gratuit avec possibilité de dépenser si l'utilisateur le souhaite. Ne rien payer et dépenser au besoin. Devons-nous payer les gens pour jouer ? Grand défi : pour que cela fonctionne, le terrain de jeu doit être la ville, en ce sens tout le monde doit collaborer autour des besoins de chaque utilisateur.

## 19.4 Précision sur le fait.

Les désavantages : récompenser les gens ne change pas forcément le comportement des gens de manière significative. Exemple du dessin contre un bonbon : à terme le dessin devient inintéressant. Perversion de la motivation : dessiner pour le bonbon plutôt que pour le plaisir de s'exprimer.

## 19.5 Les motivations des participants

- La possibilité de planifier l'ensemble de la journée, pas seulement les trajets travail / maison.
- Penser aussi à la présentation, qui influe sur la motivation (il faut faire sens et donner envie d'aller chercher la récompense).
- 3 types de récompenses :
  - Chasse : tuer un monstre et obtenir son arme, ou trouver le meilleur deal.
  - Tribe : récompense sociale.
  - Réputation sociale.

**Nike+** : certains cherchent de nouveaux parcours, d'autres sont très compétitifs.

- L'appropriation de la ville, l'idée d'avoir de l'information complémentaire (décaler mon trajet en me faisant proposer des choses à faire).
- L'exploration et la découverte sont des mécanismes puissants.
- Le transport n'est pas seulement le déplacement de A vers B, la routine crée de l'ennui. La gamification ouvre une porte sur la possibilité de retrouver le côté imprévisible et exploratoire du parcours quotidien.
- L'imprévu comme une opportunité.
- Le principe Air Miles : accumulation au km de points qui donne droit à des rabais ; l'opportunité d'utiliser cette récompense dans une optique de découverte.
- Trouver la bonne manière de ludifier.
- Foursquare doesn't work as well as supposed because it's too commercial. It has to do with the perceived value: you have to feel you make an impact.
- Quelle association avec les agences de transports ? Peut-être renverser la logique : les marchands décident de prendre part au système, il faut explorer les nouveaux modèles de transports. Ex : pour commanditer Bixi, il faut être une grosse entreprise, alors qu'ici un petit marchand peut investir dans les nouveaux modèles.
- Les récompenses doivent être vraiment liées aux aspirations très personnelles des participants.
- Le fond du problème : changer son comportement (auto-solo par exemple), représente un coût. Le coût est individuel et le gain collectif : comment percevoir le bénéfice au niveau individuel ?
- Trop sur le modèle économique : le gain ne doit pas être uniquement monétaire. Il faut séparer entre le gain direct de l'application et le modèle d'affaires qui permet de développer les applications. L'économie est la science des choix, et l'économie actuelle nous contraint à certains choix (tu prends ta voiture car nous avons construit des routes). Le jeu permet de redonner le choix aux participants, le modèle du free to play est basé sur cette logique : le jeu est gratuit et chacun peut choisir de s'investir sur un aspect particulier.

- La compensation carbone sur les billets d'avion : basée sur le volontariat et la simple idée d'être responsable socialement.
- La gamification comme un moyen de transformer ce qui est perçu comme un coût (négatif) en avantage (récompense).
- Le problème des agences de transport qui n'ont pas la liberté d'offrir un passage gratuit au bout de 10. Comment trouver un modèle qui permette ce genre d'initiative ?
- Beaucoup de discussions sur les récompenses extrinsèques, il faut parler plus de ce qui est intrinsèque. La coercition ne fonctionne pas en économie : taxer ne change pas vraiment les comportements. La question du choix. Le jeu ouvre les possibilités quant aux motivations intrinsèques : introduire de nouveaux paramètres dans le choix des moyens de transports.
- Le design du jeu est important : exemple des jeunes pour qui la composante communautaire est forte : ex., si mes amis et moi faisons ou pas certaines actions dans le jeu, les conséquences changent.
- Le manque d'information : l'utilisation du jeu pour améliorer la situation.

## 20 La Promesse du Voyage vs le Défi de la Destination

Kim Davis

### 20.1 SYSTÈME

- Vision à long terme
- Vision de systèmes de transport, au-delà du trajet immédiat
- Vision globale, plus qu'un simple déplacement
- Pratique expérientielle de vie
- Besoin de découverte
- Besoin de connexion
- Besoin de participation
- Situation actuelle : aller de A à B le plus rapidement possible, éviter le regard des autres, "perdre son temps"

### 20.2 SUCCÈS

- Transports : responsabilité partagée (nous faisons tous partie des flots de déplacement)
- "Slow Transport" : Changer de façon durable le ressenti d'une perte de temps ponctuelle par celui d'un gain d'expérience cumulatif
- Changer un "Temps mort personnel" en un "Temps vivant commun" : santé mentale & physique comme investissement sociétal à long terme
- Les déplacements sont des opportunités de différentes natures, plutôt que des contraintes
- Voyage devient un "satisfaisant" de plusieurs besoins humains fondamentaux (Affection – Compréhension – Création – Identité – Liberté – Oisiveté – Participation – Protection – Subsistance)
- Présence authentique dans le voyage: "Préparer avec intention, Observer sans tension, Discerner avec attention, Partager sans prétention, Participer avec délectation"
- "Fin du Déplacement Solo" en intuitionnant & préparant ses voyages légèrement à l'avance, en entraide
- Axer sur la qualité de l'expérience plus que sur la quantité de chemin parcouru, en partant un peu plus tôt
- Temps privilégié permettant de profiter de la proximité & de la diversité pour créer une participation collaborative aux problèmes affligeant la société

### 20.3 STRATÉGIE

- Processus adaptatif & évolutif: « Comment ce déplacement fait-il partie d'un processus flexible évolutif participant à mon/notre bien-être ? »
- Inclusion remplaçant l'exclusion : « Comment ce déplacement favorise-t-il l'inclusion plutôt que l'exclusion ? »
- Briser les silos: "Comment ce déplacement peut-il m'amener plus loin que ma simple destination ?"
- Avancer "à petit pas" : certains déplacements très contraints sont moins flexibles & peuvent demander un changement de contexte avant de laisser la place à cette liberté accrue
- Le voyage implique l'ouverture aux choix, et de sortir de sa zone habituelle pour favoriser les évolutions positives
- Susciter l'esprit de découverte, et favoriser des trajets plus agréables s'ils sont plus longs ou coûteux (ex. Vacances)

- Axer sur la surprise pour favoriser une expérience de découverte, ou de redécouverte & éviter la routine (comme en amour 😊)
- Axer sur l'investissement social pour ce temps de voyage (culture & apprentissage, plaisirs du voyage partagé, etc.)
- Horaires plus flexibles pour éviter les pics de transport qui ralentissent les déplacements, ce qui peut accentuer l'impression de perte de temps quand on se place dans une perspective purement productiviste
- Utiliser à bon escient les temps d'attente dans les points de transit
- Apprendre à utiliser les trajets & modes de déplacement alternatifs, selon différents critères de qualité, dont esthétiques
- Informer & se tenir informé sur ce qui se passe autour de soi, de façon contextuelle
- Réflexion personnelle pour des expériences en connexion avec les autres

## 20.4 ACTIONS

- Dépolariser les lieux de vie, d'approvisionnement & de travail : favoriser les quartiers à hauts services de proximité
- Conversation engagée diversifiée & processus participatifs continus des citoyens avec les services gouvernementaux & les autres acteurs de développement : demandes des citoyens qui infléchissent les services de la ville
- Anticiper & créer ensemble plutôt que d'être réactifs aux changements
- Contact humain - Ex. Accueil, commentaires, chansons & blagues d'un chauffeur (barrière : peut devoir s'arrêter à la demande de quelques-uns)
- Standardiser le départ & l'arrivée, pas les déplacements eux-mêmes
- Guider ou être guidé (cocktail transport, voiturage, vélo, marche, etc.)
- Intégration de l'art. Ex. Poésie dans le métro
- Sociétés de transport: changer le « contenu » ou l'environnement pour permettre l'interactivité avec le milieu
- Permettre le « Je t'ai Vu(e) » favorisant les rencontres (de façon respectueuse de chacun)
- Invitation à la découverte de lieux, de personnes, de cultures, d'expériences de différentes sortes
- Utiliser un rituel (Ex. Changer le trajet habituel ou le mode de déplacement un jour par semaine)
- Utiliser une mission (Ex. Parler à quelqu'un à chaque trajet)
- Découvrir par media sociaux ce qui se passe à proximité ou le long du voyage
- Le mobile permet de transporter notre monde personnel, ce qui peut être une barrière à ce qui nous entoure dans le moment présent. Si on veut l'utiliser, nécessité d'apps contextuelles qui nous donnent meilleur accès à ce qui nous entoure pour suppléer aux sens et nous avertir de possibilités
- Le mode voyage comme anti "Road Rage"?
- Pour les entrepreneurs : Quels services ou produits envisageriez-vous pour favoriser le voyage en milieu urbain, plutôt que l'utilitarisme du simple déplacement du point A au point B
- Utiliser l'eau pour décongestionner les transports par ponts

## 20.5 OUTILS

- Choix esthétiques plutôt qu'utilitaristes
- Rencontre / le "Non-Solo"
- Wagons spéciaux, événementiels ou expérientiels (iDZen, iDZap & iDZinc dans le TGV en France)
- Outils culturels
- Lisser les pics de transport

## 21 Comment faire un spot publicitaire du transport en commun aussi sexy qu'un spot de voiture ?

**Fabrice Veniard**

Collectif de vidéaste se demandant comment faire une publicité de 30 secondes qui donne envie de prendre les transports en commun. Tout moyen de transport confondu. Nous avons bcp parlé des solutions, comment franchir le pas entre les solutions et un message qui parle à tout le monde.

Les idées véhiculées par les marques automobiles : chaque modèle cible un public particulier. Sur les sites de constructeurs, il est possible de personnaliser SA voiture.

### **Il faut observer.**

- Une chose à se rappeler : prendre le transport en commun te libère, pas d'obligation de conduire le véhicule.
- Le coût devrait-il faire partie du message ? Les publicités de voitures promettent monts et merveilles et amènent le coût à la fin (généralement 0).
- Mettre en scène le chauffeur, ou des close-up sur certains éléments ? Jouer sur des petits aspects. 0 % d'intérêt sur ta carte Opus pour le mois.
- L'aspect design et confort. Les publicités pour les voitures sont parfois minimalistes, jouent avec la lumière.
- Le bus comme la limousine : le chauffeur, le fait d'être conduit.
- La notion de confort est difficile, particulièrement pour le métro.
- L'idée du futurisme, mais ça n'est pas encore rendu pour tous les moyens.
- Une discussion s'engage sur la publicité norvégienne qui circule sur Internet en ce moment. Le consensus émerge quant à la non représentativité de l'expérience habituelle de transport (mensonge).
- Peut-être jouer sur l'idée de participer à un mouvement collectif.
- La voiture se vend de manière subliminale comme un objet de pouvoir, de désir.
- L'idée de cette ville qui proposait le wagon-rencontre, pour les célibataires, ou les annonces dans le métro. Jouer sur le fait que le transport en commun donne l'occasion des rencontres ("Nous n'avons plus de marches d'église, nous avons les escalators du métro").
- Des danseuses dans le métro ? Inviter les gens à une aventure ?
- Mettre en parallèle l'auto-boulot-dodo routinier avec l'usage des transports en commun qui ouvre la porte à la surprise. Jouer sur l'aspect mode de Vie : qui sont les utilisateurs, d'où viennent-ils ? Où vont-ils ?
- Comment arriver à rejoindre les automobilistes qui sont habitués au trafic et le considèrent comme leur moment à eux ?
- *Quid* des coûts associés à la voiture ?
- L'idée de découper le message en chapitres (le train de banlieue, l'autobus, etc.) pour dessiner ce que représente le mode de Vie collectif.
- Les publicités pour les voitures jouent sur les sentiments car l'acte d'achat n'est pas rationnel.
- Vendre un objet vs vendre un changement de comportement : campagne sur la durée.
- Quelles images ? Faut-il montrer la machine ou pas ?
- L'individualisme vs le collectivisme. Faire le choix de prendre le transport en commun, l'idée que chaque geste compte.

## 22 Consultation citoyenne 2.0

### 22.1 Design collectif d'une APP permettant un dialogue continu entre Ville, Citoyens, Transports...

Mathieu Ferland

#### Idées de "features" propres à l'application :

- Jeu d'équipe avec usagers du transport - Métro Londres.
- Prévoir des bornes publiques pour les non techies.
- Apps Hybrides utilisables sur toutes plateformes mobiles.
- Carte de densité avec enquête Origine/Destination où le public peut suggérer des circuits et partager.
- Constituer des sources de nouvelles positives pour le média.
- Utiliser les transport en commun comme lieu de communication entre les citoyens : échanges d'idées et collaboration (hub).

#### Idées de sujets sur lesquels les citoyens voudraient s'exprimer :

- Impact of new business opening in residential areas: people, hours of operation, noise level.
- Visualize new buildings in context.
- Values of company, skill sets of employees.
- Abattage d'arbres.
- Choix des places de stationnement.
- Transparence des budgets.
- Micro-consultation sur le budget de proximité. Ex : plus de fleurs, ou peinture ?
- Tracé des pistes cyclables.
- Emplacement des stations Bixi.
- Multi-Criteria impacts from new development.
- Communauto - stationnement gratuit partout en ville.
- Ouverture de stations de métro comme lieux de socialisation (ex: café avec babillards public).
- Revalorisation du vieil équipement : autobus, voitures de métro, etc.
- Dans la logique d'un pense-bête à la Evernote : signaler un danger sur une rue (endroit), prendre une photo, localiser, commenter (texte ou voix), Doodle sur l'image.
- Approbation ou désapprobation d'actions citoyennes ou publiques. Ex : qu'est-ce qui est un comportement de foule acceptable à Montréal ?
- Signalétique intérieur du métro + extérieur ville.
- Citizens can vote up the different issues: a) app; b) web
- Bicycle parking needs to be redesigned.
- Current bike pathes = zero safety for Cyclist, need to design safe bike network, not segments.
- Intermodal transport: develop high speed system for all of Montreal to transport : bicycles + cyclist.
- Need a bicycle organisation that represent cyclist (not Vélo-Québec).

#### Idées des représentants des villes + organisations de transport :

- Quelles sont les principales préoccupations des citoyens vs. un quartier, une ligne de bus, un arrêt, un aspect du suivi.
- Provide Feedback!! Reddition de comptes - Plateforme pour les grands projets ET pour les petits.

- Crowdsourcing ? 2 temps : 1) idée – représentativité ; 2) processus d'évaluation transparent + décisions.
- Conciliation données publiques et crowdsourcing
- Transparence dans les processus - plusieurs paliers se jouent - multijoueur (citoyens), multiniveau.
- Comment prioriser/hiérarchiser les objectifs ?
- Augmenter l'information, la compréhension des citoyens, mais également les employés.
- Accessibilité "numérique" universelle.