



Éco-quartier connecté

Bouygues Construction



Enrichir la vie de quartier grâce à des solutions viables

Table des matières

I.	Introduction	2
	Brief	
	Bref historique de l'entreprise	
II.	Diagnostic marketing	3
	Analyse PESTEL	
	Analyse du SWOT	
	Leviers d'actions	
III.	Ecoquartier	7
	Concept	
	Enjeux	
IV.	Notre Projet	8
	Problématique	
	Objectifs	
	Cibles	
	Concept	
V.	Plan de communication	17
	L'application EcoSafe	
	Co-branding avec constructeur automobile	
	Inauguration des quartiers	
	Animations au sein du quartier	
	Ateliers créatifs	
VI.	Rétroplanning	22
VII.	Conclusion	22

Introduction

Brief

Nous avons pour objectif de développer un projet visant à inciter les habitants des éco-quartiers à se déplacer de façon active, en utilisant le vélo et la marche principalement.

Nous voulons donc développer un concept innovant et attractif, en relation avec la cible des éco-quartiers, et adaptable aux différentes constructions, afin que les habitants eux-mêmes s'y intéressent et l'utilisent dans le long terme.

Historique de l'entreprise

En 1952, Francis Bouygues profite du contexte de reconstruction de la France après la Seconde Guerre Mondiale pour fonder la société Bouygues, spécialisée dans les travaux industriels et le bâtiment en région parisienne.

En 1970, la société est introduite en Bourse. Elle étendra ses activités à l'international à partir de 1972 avec le complexe Olympique de Téhéran en Iran et crée des filiales locales internationales à partir de 1975.

En 1986, Bouygues devient le leader mondial du BTP suite à l'acquisition du groupe Screg, numéro un des travaux routiers.

Bouygues deviendra ensuite l'actionnaire principal de TF1, première chaîne de télévision généraliste française. C'est à partir de ce moment que la firme commence à montrer un intérêt pour les médias. Tout en poursuivant ses activités de construction, elle fonde par ailleurs Ciby 2000 en 1990, société de production de longs métrages et rachète, par l'intermédiaire de TF1, la chaîne Eurosport en 1991.

Son chiffre d'affaires en 2012 atteint 33 547 000 000 d'euros. Elle regroupe 5 filiales principales : Bouygues Construction, Bouygues Immobilier, Colas, TF1, Bouygues Telecom.

Diagnostic marketing

Analyse PESTEL

Environnement politique	Normes prérequis : pour les BBC, avantages de financements ; Charte FFB ð Importants car ils assurent l'image de marque, afin qu'elle soit pérenne et qu'elle puisse profiter des aides mis en place par l'état.
Environnement économique	Taux d'endettement important Forte concurrence Contexte de crise Licenciements suite à un ralentissement de l'économie
Environnement socio-culturelle	Les consommateurs se sentent responsable de l'environnement L'environnement (développement durable) est devenu un argument de vente. Le développement durable est entré dans les mœurs et peut devenir une norme sociale importante.
L'environnement technologique	Du au réchauffement climatique et la baisse des énergies fossiles, les entreprise doivent penser aux nouvelles technologies. Avancées technologiques, innovations
Environnement environnemental	Le secteur du bâtiment lutte contre les émissions à effet de serre Les ressources naturelles s'épuisent Le prix des énergies fossiles augmentent
Environnement légal	Normes environnementales augmentes et sont de plus en plus contraignantes pour les entreprises Les normes sont de plus en plus strictes et contrôlées.

Analyse du SWOT

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Un des géants du secteur de la construction • CA (2015) : 6,3 milliards € • Implanté à l'international (80 pays : forte présence) • Engagement sur 3 secteurs, savoir-faire diversifié : BTP, immobilier, audiovisuel • Forte présence dans les pays émergents tels que l'Asie • Engagement dans l'écoconstruction et le développement durable • Contrats signés sur le long-terme ce qui permet d'avoir une visibilité 	<ul style="list-style-type: none"> • Très fort taux d'endettement • Forte dépendance par rapport au groupe Alstom en termes de résultat net • Présence dans le groupe TF1 remis en cause par l'arrivée des chaînes de la TNT
Opportunités	Risques
<ul style="list-style-type: none"> • S'implanter dans les pays encore inexploités • Développer Bouygues immobilier au-delà des frontières européennes • Besoins très élevés en infrastructures et en logements dans les pays en voie de développement 	<ul style="list-style-type: none"> • Normes environnementales contraignantes • Contexte de crise économique • Concurrence française : Vinci et Eiffage • Présence de la concurrence chinoise dans le secteur du BTP • Production en baisse dans le BTP en 2012

Leviers d'actions

Marchés prioritaires

Pour le groupe Bouygues Construction, le marché que nous allons privilégier est bien évidemment celui de la construction. Cette filiale est encore peu connue des consommateurs, qui ne connaissent pour la plupart que le groupe, dans le domaine des télécommunications.

C'est pourquoi le groupe recentre ses objectifs en termes de construction, et met un point d'honneur à ce que les clients en soient informés.

Acteur global de la construction et des services, Bouygues Construction profite d'un savoir-faire et d'une expertise qui en font un leader de la construction durable. Grâce à sa présence internationale et ses 50 000 collaborateurs, le groupe s'engage à bâtir une vie meilleure aux citoyens.

Le marché de la construction en France reste son premier marché, mais le groupe souhaite tout de même consolider son internationalisation en renforçant les synergies entre ses différents métiers. La force du groupe Bouygues est sa capacité d'adaptation aux évolutions des marchés.

Avec une progression prévue en 2015 d'environ 1.7% et une demande qui augmente de près de 2.5%, le marché de la construction est donc un marché propice au développement et aux investissements.

Aujourd'hui, les projets immobiliers se multiplient, pour répondre à la demande en constante évolution.

Ici, nous allons nous concentrer sur la construction d'éco-quartiers, de l'imagination du projet, à sa concrétisation, en passant par la maintenance et le suivi post-projet.

Produits prioritaires

En construisant des éco-quartiers au 4 coins du monde, Bouygues souhaite que les habitants puissent vivre au sein d'un quartier durable grâce à des solutions viables.

C'est pourquoi, les quartiers de demain doivent avoir pour objectifs d'être vivant, social et intense en terme de mixité sociale, mais également efficient et renouvelable en terme d'énergie, et enfin, connecté et intelligent pour faciliter la vie des habitants.

Les éco-quartiers proposent ainsi de nouveaux usages et des services de proximité qui plaisent aux habitants, friands de ce lien entre commerçant et citoyen par exemple. De plus, implantés au cœur des villes, ces quartiers proposent un écrin de nature en plein centre-ville avec différents modes de préservation de l'environnement.

Enfin, ces nouveaux quartiers répondent à des besoins de plus en plus serrés, en termes de mobilité et de technologie, dans un but simple : faciliter la vie des habitants.

Cibles prioritaires

Le marché que nous privilégions est celui des éco-quartiers, que Bouygues Construction imagine et développe. Ces quartiers éco-responsables représentent un réel secteur prometteur pour le groupe Bouygues.

Selon une étude de l'INSEE, la moyenne d'âge des habitants des éco-quartiers de France, s'établit à 33 ans, dont le revenu moyen est de 44 100€ par an. De plus, 34% des habitants de ces quartiers écologiques, sont des adolescents et enfants. Enfin, 61% des habitants ont un statut de cadre et 39% d'employés et ouvriers.

Cette étude nous montre ainsi, que la population majoritaire des éco-quartiers s'articule autour de plusieurs axes essentiels :

- La catégorie socio-professionnelle
- L'âge
- La composition des ménages

Ces trois facteurs sont essentiels dans le choix d'achat et/ou location d'un appartement ou maison au sein d'un éco-quartier.

En effet, les couples jeunes sans enfants, d'une moyenne d'âge de 20 à 25 ans, sont peu enclins à se projeter dans un tel quartier, et ne considère pas encore les effets de ce type d'aménagement sur l'écologie. Lors de la venue d'un enfant et de son évolution au fil des âges, les parents deviennent plus intéressés par l'écologie et la préservation de la nature, pour le bien-être de leurs enfants.

De plus, bon nombre de personnes considèrent que le secteur de l'écologie et du développement durable sont trop chers par rapport à leur mode de vie. Ces derniers ont donc différentes priorités, qui passent avant, la préservation de la nature, et ne peuvent se permettre de telles infrastructures ou modes de vie.

Enfin, le facteur essentiel à un tel mode de vie, est bien évidemment, les convictions personnelles des habitants. En effet, pour vivre dans un éco-quartier, qui prône le tri, la préservation de l'environnement et l'économie d'énergie, il est nécessaire pour les habitants d'adhérer un minimum à ce mode de vie, auquel cas, ils seront mal insérés dans ce quartier, et n'y trouveront pas leur place.

Sources de volumes prioritaires

Les principaux concurrents de Bouygues dans ce secteur sont en Europe : Vinci (France), Hochtief (Allemagne), et Grupo ACS (Espagne).

En Chine les principaux concurrents sont China Railway construction, China State Construction, China Railway group et aux Etats-Unis : Bechtel.

Nous pouvons voir une suprématie des groupes Chinois qui réalisent les plus grands chiffres d'affaires dans ce secteur (en 2010 China Railway réalise un chiffre d'affaires d'environ 76,2 milliards de dollars). Ces entreprises ont des capitaux très importants et un savoir-faire très développé. Comme nous l'avons vu précédemment, le secteur est en pleine croissance et les multinationales ne sont pas assez nombreuses pour exercer une pression concurrentielle concentrée.

Au niveau des éco-quartiers, la concurrence est bien différente. En effet, celle-ci s'attache plus à une concurrence locale, entre les collectivités par exemple. Chaque ville a pour but d'embellir son territoire, de l'améliorer et d'y mettre en œuvre des projets en lien avec leur politique. Pour cela, les projets se multiplient et, les villes entrent donc en concurrence elles-mêmes. Au second plan, les constructeurs et aménageurs entrent en concurrence lors de la création d'un nouvel éco-quartier. Cette concurrence dépend de la ville de construction et du projet demandé.

Politique de marque

Bouygues a fondé son développement sur une culture forte. Celle-ci est marquée depuis toujours par la primauté donnée aux collaborateurs. Elle s'est construite sur des principes essentiels tels que l'esprit d'équipe, la responsabilisation et le respect de chacun. Aujourd'hui, il souhaite enrichir la vie de quartier grâce à des solutions viables et adaptées aux citoyens.

Élément moteur du mix

Concernant Bouygues Construction, la politique de produit est importante, tout repose sur l'offre que l'entreprise propose, tant pour les produits (immeubles, et autres constructions) que pour les services (maintenance, suivi de projet). Au second plan, la politique de communication est également très présente, afin de promouvoir les valeurs de l'entreprise et ses évolutions.

Dans notre stratégie marketing, nous privilégierons donc la politique de produit et de communication. En effet, dans un premier temps, il s'agira d'apporter de nouveaux concepts au groupe Bouygues afin

de développer ses éco-quartiers et devenir le leader de la construction durable, tant en France qu'à l'international. Puis, dans un deuxième temps, il s'agira de faire connaître ce positionnement du groupe aux populations. Nous souhaitons améliorer la notoriété du groupe et ainsi être plus présent dans l'esprit des citoyens, qui verront les constructions dans leurs villes, différemment.

Positionnement de notre stratégie marketing

Notre stratégie marketing repose sur la volonté de Bouygues Construction d'aller au-delà de la construction d'un quartier, et de se détacher de cette réputation centrée uniquement sur la téléphonie. Aujourd'hui, Bouygues Construction souhaite promouvoir l'innovation technologique environnementale et sociale tout en s'assurant de l'appropriation par les habitants et en garantissant une mixité sociale.

Par le développement d'éco-quartiers tant en France, qu'à l'international, Bouygues Construction encourage le développement durable et le bon équilibre entre logement et activité économique.

Le but de notre nouvelle stratégie marketing est donc de promouvoir ce positionnement du groupe, avec un objectif d'image et de notoriété pour la filiale Bouygues Construction et plus généralement pour le groupe tout entier.

L'idée de notre projet est d'inciter les habitants des éco-quartiers à utiliser les moyens de transport écologiques et favoriser les déplacements actifs comme le vélo et la marche, au sein du quartier, mais également au-delà de ce dernier.

Nous avons choisi de les inciter à se déplacer, grâce à une communication ludique et profitable, tant pour les habitants, que pour le quartier tout entier (commerçants, collectivités, etc.)

Ecoquartier

Concept

Les éco-quartiers sont très en vogue aujourd'hui, les collectivités ont à cœur d'en construire plusieurs au sein de leurs villes. Mais en réalité, en quoi consiste un éco-quartier ?

Un éco-quartier est un projet d'aménagement urbain qui respecte les principes du développement durable (par exemple, la *norme BBC* c'est-à-dire les bâtiments basse consommation) tout en s'adaptant aux caractéristiques de son territoire d'implantation.

Portées par les collectivités locales, les projets d'éco-quartiers ont pour vocation de diriger la ville vers une ville durable, en étant un quartier agréable à vivre, géré par les habitants eux-mêmes et économe en ressources non-renouvelables.

En résumé, les éco-quartiers ont en plus des avantages écologiques et responsables, des avantages de facilité de vie, en termes de transports et de services par exemple. Les éco-quartiers sont donc bâtis autour des besoins des habitants afin d'améliorer leur modes de vie.

Enjeux

Les enjeux des éco-quartiers s'articulent autour de 5 thématiques principales et ont pour objectifs d'y répondre :

- La protection de l'environnement
- La qualité de vie
- La mixité et l'intégration
- L'impact économique
- La création d'un lien social avec la gouvernance



Notre Projet

Problématique

Grâce à l'analyse diagnostic effectuée sur la marque Bouygues Construction et les éco-quartiers, nous avons pu identifier les forces et faiblesses de la marque. Ancrée dans différents secteurs, la marque souhaite proposer de plus en plus d'éco-quartiers afin de développer une façon de penser plus responsable, tout en faisant bénéficier les habitants de services indispensables à leurs vies aujourd'hui.

Malgré les avantages des éco-quartiers, des études montrent que certains habitants des éco-quartiers utilisent encore beaucoup la voiture, et n'ont pas totalement une façon de penser éco-responsable quand il s'agit de leur déplacement. Les déplacements maison-travail sont encore aujourd'hui trop complexes pour que les familles utilisent les transports en communs, ils privilégient donc leur voiture, qui pour la plupart n'est pas écologique.

Il est donc aujourd'hui essentiel, grâce à notre projet, de développer cette façon de penser. Il s'agira alors d'inciter les habitants des éco-quartiers à se déplacer de façon active, grâce au vélo et à la marche par exemple, afin de réduire les conséquences négatives des voitures notamment.

“Comment inciter les différentes classes d’âges à utiliser les transports actifs ?”

Objectifs

Dans un premier temps, l’objectif de notre projet est de faire évoluer l’image de la marque Bouygues Construction, qui comme dit précédemment, est peu présente face au groupe Bouygues lui-même. En effet, nous souhaitons, par le lancement de ce projet, que les citoyens sachent que bon nombre de bâtiments sont imaginés et créés par Bouygues. Le but est donc de créer de la notoriété, et ainsi augmenter la visibilité des futurs projets du constructeur. Une bonne notoriété est la base de toute campagne car elle garantit l’efficacité et la rentabilité de tout ce qui sera entrepris par la suite.

De plus, nous avons un objectif de sensibilisation auprès des citoyens. En effet, le but de notre projet est également d’inciter les personnes à prendre conscience qu’il est possible d’utiliser certains modes de transport actifs plutôt que la voiture, et d’adopter certaines gestes, utiles dans une démarche de développement durable. Nous souhaitons donc que notre projet soit compris par le plus grand nombre et qu’ils y adhèrent.

Il sera essentiel que les citoyens des villes comprennent l’enjeu des éco-quartiers et soient intéressés par ce mode de vie grâce à une communication adaptée.

Par la suite, il s’agira de promouvoir les produits de notre projet dotés d’une innovation technologique importante et non-négligeable au niveau mondial, afin que le groupe Bouygues Construction profite d’une image valorisante face à ses concurrents et devienne pionnier des éco-quartiers connectés-sécurisés dans le monde entier.

Enfin, nous souhaitons que l’ensemble des éco-quartiers, existants ou futurs, soient dotés du système que nous avons imaginé, afin d’améliorer les vies et rendre le développement durable plus attrayant.

Plus précisément, nous espérons que notre projet soit apprécié par les citoyens, que le vélo et la marche devienne les moyens de transport favorisés au sein des éco-quartiers dans un premier temps, puis au-delà de ces derniers dans un deuxième temps.

Grâce à des solutions techniques mais adaptées à leurs besoins, nous souhaitons que les citoyens aient plaisir à marcher et prendre leurs vélos, en familles ou en solo, pour faire toute sorte d’activité.

Nous souhaitons également que les populations extérieures aux éco-quartiers soient intéressés de se déplacer au sein de ces derniers, pour toutes sortes d’activités, ce qui, au fur et à mesure, les encouragera à adopter des gestes responsables.

Cibles

Concernant notre projet, nous avons plusieurs cibles. En effet, nous ciblons tout d’abord les habitants actuels des éco-quartiers où pourraient s’implanter les divers systèmes de notre projet. Il s’agit donc des citoyens des éco-quartiers de France, et des plus généralement, les citoyens des éco-quartiers créés par Bouygues Construction.

Mais la dimension “communication” de notre projet a également pour cible les populations totalement externes aux éco-quartiers, afin de les sensibiliser aux avantages de ces quartiers responsables.

Mais comme nous l’avons précisé précédemment dans les cibles prioritaires, il est également important de cibler les populations se sentant responsables, qui seront ainsi touchés par la communication réalisée, et intéressées à vivre dans ce type d’aménagement.

Plus précisément, nous établissons, que notre cible principale concerne les familles âgées de 25 à 35 ans environ, et ayant déjà un à plusieurs enfants, intéressées par les innovations technologiques d’une part, et d’autre part par le développement durable.

Concept

Notre objectif principal est d’inciter les habitants des éco-quartiers à se déplacer de façon active au sein de leur quartier. Nous avons souhaité élargir cet objectif, en imaginant des systèmes incitant également les citoyens à se déplacer de façon active, au-dehors de leurs quartiers afin que ces comportements responsables s’ancrent de plus en plus dans les mentalités.

Pour cela, nous n’avons pas imaginé, une unique technique permettant de les inciter, mais bel et bien, un projet tout entier, qui regroupe plusieurs caractéristiques autour de l’éco-mobilité. Pour cela, nous souhaitons créer un quartier connecté-sécurisé, l’**EcoSafe**.

« Un quartier connecté-sécurité : l’EcoSafe. »

Ce quartier recentre plusieurs objectifs essentiels. Tout d’abord, la mobilité, qui est valorisée et récompensée par divers moyens, que nous détaillerons ci-dessous. Puis, la sécurité, qui est essentielle si l’on souhaite se déplacer en toute sérénité au sein du quartier. Enfin, au vue des avancées technologiques et du développement de l’écologie, nous prenons ces deux facteurs en compte, afin de réaliser un quartier connecté en vue de faciliter les vies des citoyens, et les améliorer dans le long terme.

Pour vous expliquer cela plus en détails, nous avons choisi de diviser en plusieurs parties les dispositifs, selon 3 sous-parties :

- Le quartier connecté
- Le quartier sécurisé
- Le quartier EcoSafe et plus encore

Chaque technique pensée sera ainsi détaillée en fonction de ses caractéristiques principales. Ci-dessous, voici la première partie, au cœur de notre projet, à savoir “un quartier connecté”.

Quartier connecté

Aujourd’hui, les avancées technologiques sont au cœur des tendances. En effet, les personnes sont adeptes de smartphones et autres objets connectés, qui aident à faciliter leurs journées au quotidien.

Dans ce contexte, nous avons pensé que l'éco-quartier devait répondre à ces attentes des citoyens. L'objectif d'un éco-quartier connecté est bel est bien de faciliter la vie de ses habitants grâce à différentes innovations.

Pour cela, nous avons donc, selon notre objectif, réfléchi à une innovation qui réunisse le gain de temps voulu, et qui incite à utiliser les transports actifs.

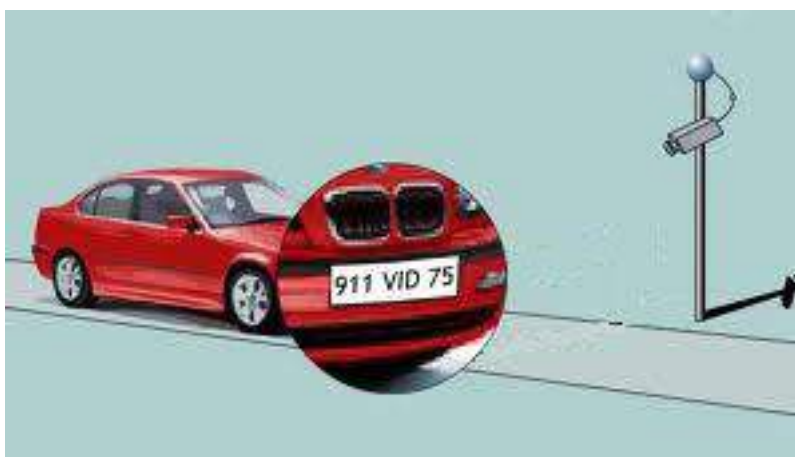
Le plus avantageux nous a paru de créer une application pour smartphone. Grâce à cette application, les habitants peuvent savoir en temps réel leur distance parcourue selon les différents modes de transport. En effet, l'application est reliée à leurs voitures, les parcs à vélos (et/ou compteurs kilométriques à vélo), et les transports en commun (comme le bus et le tram).

En fonction de leur consommation, les habitants reçoivent des points selon une équivalence comme par exemple : 1 kilomètre parcouru = 1 point. Par la suite, ce points peuvent être transformés en gain, utilisables dans le quartier. Cette partie sera plus développée par la suite, dans notre stratégie de communication.

Les différents modes de transport

Voiture

Grâce à un système technologique dotée de caméras aux entrées et sorties de l'éco-quartier, les plaques d'immatriculation des voitures seront scanner et identifiées via l'application. Après cela, un compteur se met en route et calculent la durée de présence du véhicule au sein de l'éco-quartier. Pourquoi cela ? Tout simplement parce qu'à partir d'un délai de 20 minutes consécutives à l'intérieur de quartier, le véhicule est considéré comme inutilisé. De ce fait, ce ne sont plus les kilomètres parcourus qui font gagner des points, mais le temps passé sans utiliser la voiture. Les habitants sont donc incités à laisser le plus possible leur voiture au sein de l'éco-quartier.



Voiture électrique

Nous encouragerons les habitants de l'éco-quartier d'utiliser leurs véhicules hybrides pour les responsabiliser sur leur consommation d'énergie. Pour cela, nous voulons mettre en place pour les habitants ne disposant pas de voitures hybride, un co-branding avec Toyota. En effet, le but n'est pas

d'habiter au sein d'un éco-quartier avec une voiture diesel qui consomme énormément et pollue l'environnement. Cette partie est détaillée au sein de notre stratégie de communication.

Vélo

Pour les déplacements en vélo, le système de compteur sera différent des voitures. En effet, notre but est bel et bien d'encourager les habitants à utiliser leurs vélos. Pour cela, l'application comptabilisera les kilomètres parcourus en vélo, grâce à un compteur installable sur les vélos. Cela les incitera ainsi à se déplacer au sein de l'éco-quartier mais également en dehors de l'éco-quartier pour des ballades le week-end par exemple. Le système sera configuré de telle façon à ce qu'un kilomètre parcouru représente un point sur l'application. Les gens seront incités à faire du vélo : on transporte l'éco-quartier en dehors de l'éco-quartier.



Bus

Nous voulons inciter les habitants de l'éco-quartier à prendre les transports en commun. Pour cela, nous souhaitons collaborer avec les communes de chaque ville afin que les cartes type Navigo puissent être dotées d'une puce, qui comptabilisera les passages en bus, tram, RER, etc. Cela leur permettra d'acquérir des points sur leur application, puis des avantages financiers.

Piétons

Afin d'inciter le plus grand nombre d'habitants, nous pensons qu'il est évident que les piétons puissent également être récompensés. Pour cela, l'application sur le smartphone, possède une caractéristique de type "podomètre", qui calcule le nombre de pas réalisés. Puis, en fonction de ce nombre, l'application établit qu'un kilomètre équivaut à 1 point, qui par la suite leur vaudra des centimes.

Quartier sécurisé

Pour nous, il est essentiel que les déplacements au sein de l'éco-quartier se réalisent en toute sécurité. En effet, si les habitants se sentent en sécurité, ils seront plus à même de se déplacer, mais également de laisser leurs enfants se déplacer en toute liberté.

Pour cela, nous avons donc imaginé plusieurs dispositifs renforçant la sécurité de tous les citoyens au sein de leur quartier.

Pistes cyclables phosphorescentes

Les pistes cyclables phosphorescentes ? Un procédé innovant et amusant !

Le designer Daan Roosegaard a créé en 2014, une peinture spéciale, qui accumule la lumière du soleil pendant la journée, pour ensuite rayonner d'une belle couleur verte le soir. Il l'a ainsi expérimenté sur une piste cyclable, ce qui donne de réels avantages.

En effet, ce dispositif permet de réaliser des économies d'énergie, grâce à l'extinction des lampadaires selon certains horaires.

Appliqué au sein des éco-quartiers, ce système est complètement autosuffisant et incroyablement poétique. Il permet évidemment de réaliser des économies d'énergies sur les lampadaires du quartier, mais a un autre objectif important.

Ce dispositif incite réellement les habitants à emprunter leurs vélos pour se déplacer le soir et la nuit, en vivant une expérience unique.

Cette technique est très intéressante également pour les enfants, qui verront un certain amusement dans ce principe, et prendront plaisir à y rouler.

Nous espérons réellement, que l'ensemble des habitants préfèrent se balader en vélo sur ces nouvelles pistes pour des courts trajets, plutôt que d'utiliser une voiture, ou l'expérience est bien moins poétique.



Voitures

Grâce au système de scan mis en place aux entrées et sorties de l'éco-quartier, les voitures seront en permanence en sécurité au sein de l'éco-quartier, et si un délit de vols survient, l'entrée et sortie de chaque voiture pourront être retracées par les forces de l'ordre. Ce dispositif permet de renforcer la sécurité au sein du quartier, et donc incite les habitants à se déplacer davantage en toute sérénité.

Bornes pour enfants

Quel est l'intérêt d'installer ces bornes au sein d'un éco-quartier ? Cette technique s'inscrit totalement dans notre optique de quartier sécurisé. En effet, grâce à ces boîtiers, les parents sont directement informés lorsque leurs enfants sortent d'un périmètre, qu'ils définissent eux-mêmes.

Ce type d'installation a fait son apparition sur les pistes de ski. En effet, après plusieurs accidents et disparitions lors des sorties avec des groupes d'enfants, les moniteurs et parents ont créé un dispositif permettant de savoir lorsqu'un enfant s'éloigne du groupe. Développée par une entreprise savoyarde, cette technique, peut facilement être adaptée aux éco-quartiers, et à d'autres espaces publics également.

Il s'agirait alors d'un boîtier discret, que les enfants emporteraient avec eux lors de leurs balades, qui relié à un boîtier central confié aux parents, les alerterait lors d'un éloignement de l'enfant.

Ce procédé permettra donc aux parents une plus large confiance en leurs enfants, et encouragera ces derniers à se déplacer au sein de l'éco-quartier, en vélo ou à pied par exemple. Les parents seront alors rassurés et pourront se concentrer sur d'autres activités. A noter que c'est une technique totalement optionnelle, les parents ne sont pas forcés de la choisir.

Le quartier EcoSafe et plus encore...

Partenariat avec l'association

Un éco-quartier a également pour objectif de créer de la mixité sociale, et resserrer les liens entre les habitants.

Dans un but de partage, nous avons pensé à réaliser un "partenariat" avec plusieurs associations. Pourquoi faire ? Pour leur reverser de l'argent, provenant de la mobilité des habitants de l'éco-quartier.

En effet, un compteur de vélos sous forme de borne sera installé au sein de l'éco-quartier, et comptera les passages de chaque vélo sur la piste cyclable. Puis, chaque mois, une équivalence du nombre total, sera reversée à une association partenaire. Cette association sera choisie pour un trimestre, puis au second trimestre, une autre association prendra la relève, et ainsi de suite.

Par exemple, pour un total de 2000 passages par jour en moyenne, soit environ 60 000 passages par mois, ce seront 600€ qui seront reversés à l'association sélectionnée.

Si le projet est trop coûteux, il est également imaginable de réaliser des défis aux habitants du quartier. Ainsi, le défi sera par exemple de réaliser un nombre de 2000 passages par jour en moyenne, et si le défi est relevé, ce seront 1000€ qui seront reversés à l'association pour l'ensemble du trimestre.

Le budget est à établir avec les partenaires et les collectivités afin que cela soit rentable à l'ensemble des parties prenantes.

En échange, nous pouvons imaginer par exemple, que l'association réalise des animations au sein de l'éco-quartier.



Trottoir rechargeables

En 2010, la ville de Toulouse a réalisé une innovation technologique de rêve. En effet, cette dernière a réalisé un trottoir producteur d'énergie couplé à un lampadaire de rue.

Les dalles des trottoirs sont alors équipées de micro-capteurs, qui en fonction des va-et-vient des piétons, produisent de l'énergie cinétique, qui est par la suite transformée en énergie électrique. Cette énergie alimente par la suite une batterie pour faire fonctionner les réverbères.

Cette technique unique au monde, prouve qu'il est possible de recycler de l'énergie urbaine.

En implantant cette technique au sein des éco-quartiers, cela permettra de réaliser des économies d'énergies sur les lampadaires. De plus, en sachant ce procédé, les habitants sont incités à marcher sur ces trottoirs, afin de réaliser des économies pour leur ville. C'est donc un principe totalement gagnant. Niveau technique, ce sont 5 mètres de dalles qui peuvent alimenter 100 watts au lampadaire, ce qui correspond à un éclairage correct pour une rue passante. A Toulouse, une estimation a été réalisée, et les résultats montrent que l'on peut espérer une réduction de la consommation de moitié de l'éclairage public d'ici 2020.

Grâce à l'ensemble de ces dispositifs, nous souhaitons avant tout, que les habitants puissent se sentir en toute sécurité, afin de se déplacer via les modes de transport actifs, comme le vélo et la marche. Cependant, nous sommes conscients qu'il est presque impossible de vivre sans voiture. C'est pour cela, que nous avons imaginé des solutions transgénérationnelles. L'ensemble des procédés peuvent paraître complexes, mais il s'agit d'une composition qui, combinés, inciteront réellement les habitants à se déplacer de façon écologique.



Plan de communication

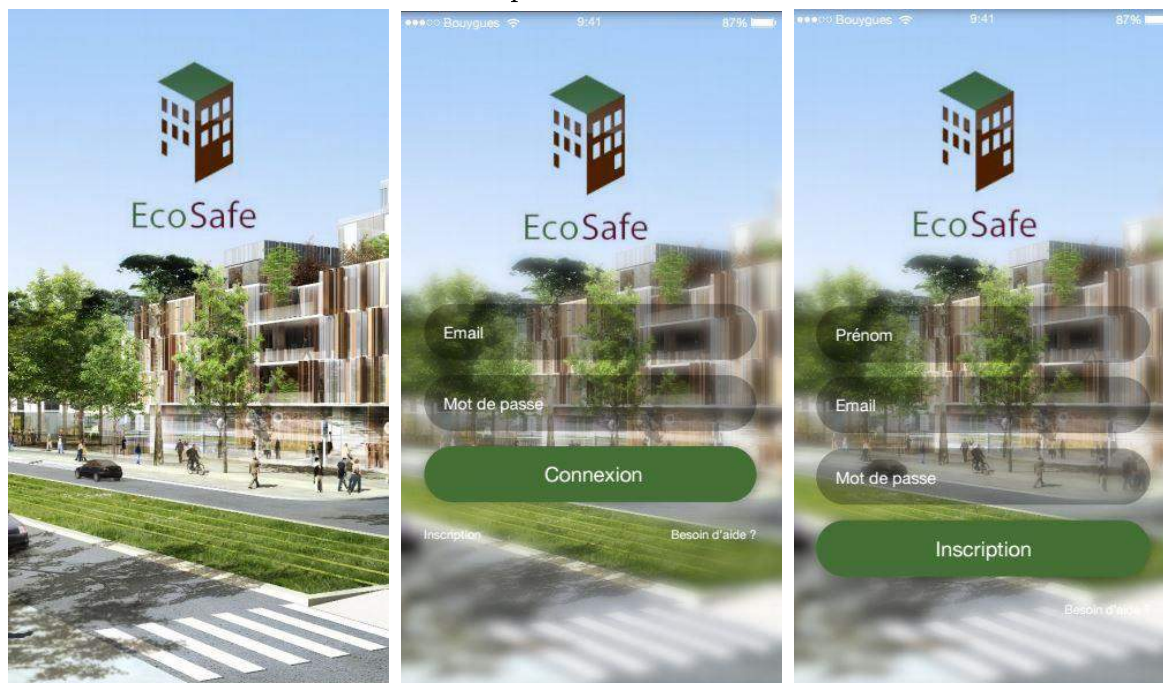
Inutile de créer un nouveau concept sans le communiquer. Pour cette raison, nous choisissons d'établir une stratégie de communication en adéquation avec notre projet. Comme nous l'avons précisé dans nos objectifs, il est essentiel pour nous et Bouygues Construction que les mentalités commencent à changer, en pensant plus "écologique" et "responsable". Pour cela, il est nécessaire de communiquer en interne, c'est-à-dire au sein de l'éco-quartier, mais également au-delà, afin que l'ensemble de la population soit au courant, et s'y intéresse. Ci-dessous, voici les différents dispositifs que nous avons pensés, pour promouvoir notre concept.

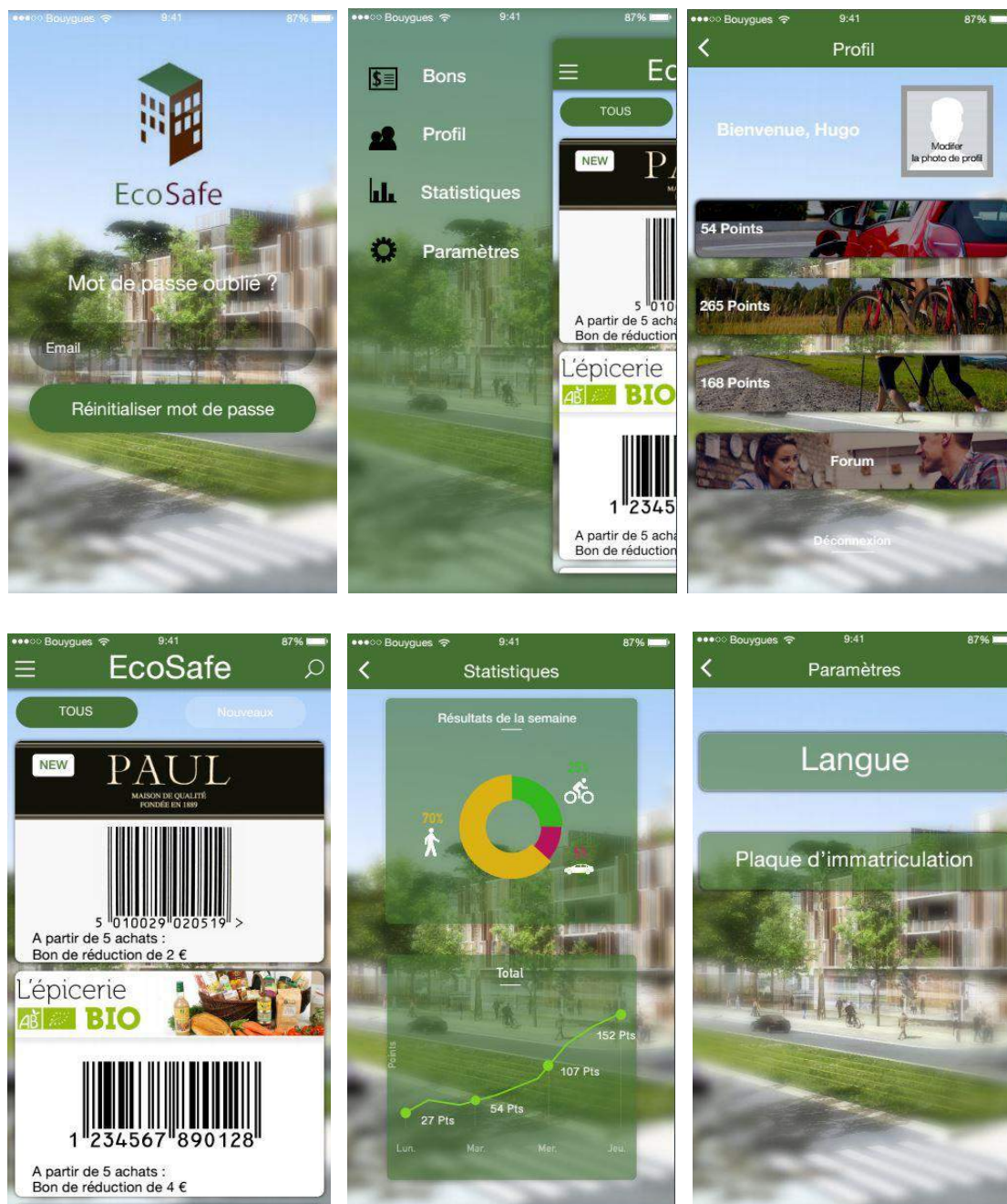
L'application EcoSafe

Nous avons créé une application sous forme de réseaux social, mais pas que...

Lors de l'inscription à l'application, l'utilisateur entrera ses coordonnées, ses modes de transports, ainsi que la plaque d'immatriculation de la voiture s'il en possède une, afin que l'accumulation des points mis en place prennent leurs fonction. Il pourra ainsi consulter ses statistiques et ses points à tout moment pour se situer. Grâce à l'accumulation des points, il pourra bénéficier ou non de bons d'achat utilisables dans les commerces de l'éco-quartier. Ces bons d'achats seront mis en place en accord avec les commerçants afin que les offres conviennent aux habitants mais également qu'elle soit rentable aux commerces.

Ci-dessous, voici les visuels illustrant nos explications :





Comme nous pouvons le voir, différentes interfaces sont possibles. On peut notamment modifier les paramètres, en changeant les langues, ou modifier son profil. Il est surtout possible d'entrer ses différentes informations concernant ses modes de transport. Bien évidemment, il est possible de consulter les bons d'achats disponibles pendant la semaine, et de se les procurer. Enfin, il est également possible de consulter ses statistiques et résultats en nombre de points et en pourcentage en fonction du transport utilisé. Ces informations pourront évidemment être partagées sur les réseaux sociaux.

Il est essentiel de préciser que l'application n'est pas réservée aux habitants des éco-quartiers munis de ces dispositifs. En effet, certaines modalités sont exclusivement réservées à ces derniers, mais il est totalement possible de se munir de la carte type "Navigo" avec la puce, ou bien du compteur kilométrique pour les vélos, afin de savoir ses distances parcourues. Évidemment, les personnes

extérieures ne pourront pas bénéficier du système de points et donc de gains, mais cela leur apportera tout de même une gestion de leur mode de transport.

Co-branding avec constructeur automobile

Cela peut paraître totalement impensable de réaliser un co-branding entre un constructeur comme Bouygues, et un constructeur automobile.

Pourtant, nous pensons judicieux, afin de promouvoir les gestes éco-responsables de l'éco-quartier, d'offrir une voiture électrique aux habitants.

Pour cela, deux options sont envisageables en fonction des discussions réalisées entre les deux entreprises.

On peut par exemple offrir une voiture électrique pour tout achat d'une maison ou appartement au sein de l'éco-quartier. Bien évidemment, le prix du bien choisi serait majoré afin que des bénéfices soient quand même réalisés.

Dans une autre optique, il est possible de réaliser, pour tout achat de bien immobilier, une réduction sur l'achat de voiture électrique.

Dans les deux cas, il s'agit d'un important coup de publicité, tant pour Bouygues, que pour le constructeur. De plus, cela permet de réaliser un geste éco-responsable en plus.

Nous avons donc pensé aux constructeurs Renault et Toyota, qui proposent tous deux des produits en accord avec l'environnement et adaptés aux citoyens.

Inauguration des quartiers

Nous souhaitons pour l'inauguration de l'éco-quartier et la découverte des innovations à disposition, organiser un évènement autour de l'écomobilité.

L'élément principal de notre évènement serait un biathlon, composé d'un parcours vélo et ensuite de courses. Ce parcours débutera en dehors de l'éco-quartier, comme par exemple, dans un parc de la ville, et se terminera au sein même de l'éco-quartier. A leur arrivée, les participants se verront offrir des rafraîchissements et pourront profiter de différentes activités. La saison la plus propice pour ce type d'évènements est bien évidemment l'été, ou le printemps. Mais cela est adaptable en fonction des inaugurations de chaque éco-quartier. Par cet évènement, nous souhaitons réellement inciter les familles à participer et se réunir, mais également à attirer des personnes extérieures à l'éco-quartier, afin de le découvrir.

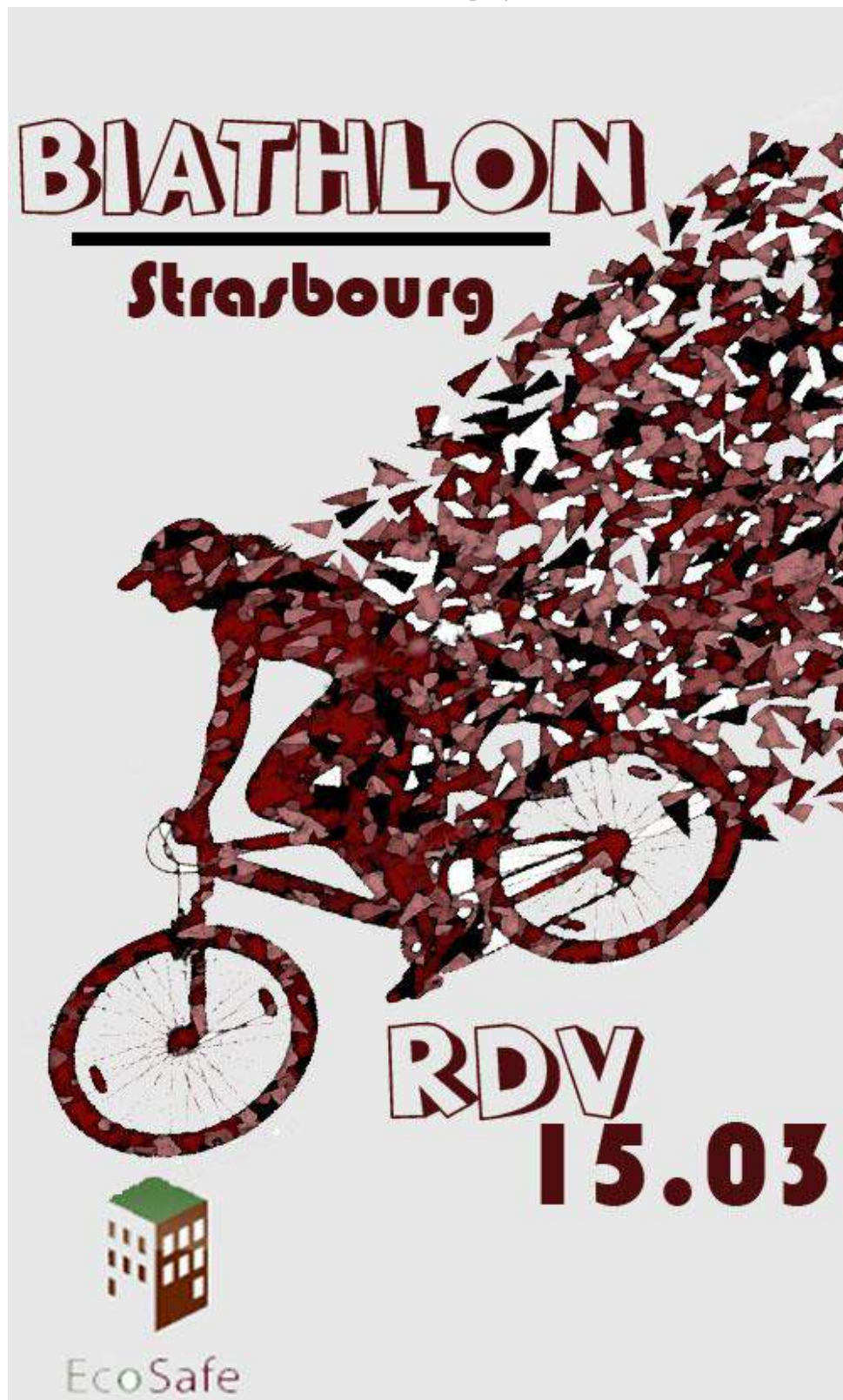
Afin de regrouper de la population à cet évènement, nous souhaitons réaliser une communication pré-évent, grâce à deux dispositifs, à savoir les réseaux sociaux, et de l'affichage.

Facebook

Afin de relayer notre évènement sur les réseaux sociaux, nous souhaitons créer une page Facebook qui transmettra les diverses modalités. Pourquoi choisir les réseaux sociaux ? Tout simplement parce qu'aujourd'hui, les réseaux sociaux représentent le meilleur moyen de toucher le plus de monde.

Affiches

Pour rester en cohérence avec le développement durable et surtout les transports actifs écologiques, nous souhaitons réaliser des affiches, qui seront placées sur les vélos-taxis et dans les transports en commun pour toucher les habitants de la commune concernée. Nous privilégions ces modes de communication, car ils sont en total accord avec notre projet concernant l'éco mobilité.



Animations au sein du quartier

Par la suite, nous souhaitons que l'éco-quartier soit régulièrement animé par diverses activités.

En effet, il est essentiel que les familles et voisins puissent se rencontrer et profiter d'une bonne ambiance. Ainsi, nous avons imaginé organiser des "Olympiades de quartier", où enfants et parents pourraient s'amuser.

Un parcours serait organisé sur les trottoirs rechargeables, afin d'inciter les personnes à les utiliser et prendre conscience de leur utilité. De plus, l'ensemble du quartier pourrait être aménagé, avec divers jeux, où les équipes s'affronteraient.

On peut par exemple imaginer un parcours sur des vélos plutôt "originaux", comme les tricycles, tandems ou encore le vélo couché, le Segway, etc.

Ce rendez-vous à un réel but de rassemblement et de proximité, et l'éco mobilité y sera évidemment intégrée.

Ateliers créatifs

Comme nous l'avons précisé dans nos objectifs, nous souhaitons que l'éco-quartier s'étende bien au-delà. En effet, nous avons une volonté de conviction des personnes extérieures à ce dernier. Pour cela, serons organisés des ateliers au sein de l'éco-quartier selon différents thèmes. On peut imaginer un atelier pour apprendre à créer son savon, son maquillage, ou encore des ateliers pour enfants, pour leur apprendre les gestes éco-responsables.

Cela permettra d'attirer des personnes intéressées par ces ateliers mais qui n'habitent pas forcément dans le quartier.



Rétroplanning

Nous réalisons ce rétro-planning selon un scénario type. En effet nous imaginons l'inauguration du quartier est prévue en Juin 2017 et nous établissons le reste en fonction.

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
INAUGURATION								
ATELIERS CRÉATIFS								
AFFICHAGE								
APPLICATION								
FACEBOOK								
ANIMATIONS QUARTIERS								

Conclusion

Notre projet s'inscrit totalement dans notre optique de favoriser l'éco mobilité au sein des éco-quartiers, mais pas que. Nous souhaitons réellement que l'ensemble des citoyens se sentent concernés par cette responsabilité. Grâce aux divers dispositifs mis en place, il y a une transgénérationnalité, car chacun est concerné, selon une technique différente.

Notre concept est facilement adaptable aux éco-quartiers existants, et pourront être la base des futurs.

L'application est un réel moyen d'inciter les personnes à utiliser les transports actifs, en les motivant grâce aux points accumulés. Cela regroupe à la fois l'aspect écologique, sécuritaire, santé, tout en gagnant de l'argent. Le procédé est donc gagnant-gagnant.