



ETUDE / ECLAIRAGE URBAIN / BUDGET DES COMMUNES / SMART CITY / LED / TELEDETECTION / CAPTEURS / CITEOS

Éclairage public et équipements urbains : à chacun sa smart city

Si 9 Français sur 10 adhèrent au principe
des LED et de l'éclairage par détection de présence
au profit des économies d'énergie,
Parisiens et provinciaux ont des attentes différentes
vis-à-vis des solutions pour la ville intelligente

Toulouse, le 25 novembre 2014 - À l'occasion du Salon des Maires et des Collectivités locales, [Citeos](#), la marque Lumière et Équipements Urbains de [VINCI Energies](#), révèle les résultats de son étude* sur le rapport des Français à l'éclairage et aux équipements urbains, menée avec l'Ifop.

Consensus autour d'une ville plus intelligente : les Français prêts à investir pour faire des économies d'énergie

Éclairage à LED, panneaux d'information connectés, télédétection de présence... les Français plébiscitent un éclairage et des équipements intelligents en ville. En effet, alors que **92% des Français s'inscrivent pour les LED et luminaires à détection de présence, 79% considèrent comme positive l'arrivée de capteurs et de panneaux interactifs dans les villes. Ils sont même 76% à se dire en faveur d'un système de vidéoprotection** permettant d'alerter la police et les secours en cas d'altercation ou d'accident.

Ce consensus reflète une prise de conscience partagée, qui associe équipements intelligents dans la ville, services et économies d'énergie. En effet, les deux mesures préconisées par les Français pour baisser le budget éclairage des communes sont, dans l'ordre, **la modernisation de l'éclairage urbain pour le remplacer par des équipements qui consomment moins d'énergie (40% des citations), puis l'adaptation de l'éclairage en fonction des heures et de l'affluence en ville (28%)**, loin devant l'option d'éteindre complètement l'éclairage public après une certaine heure (12%).

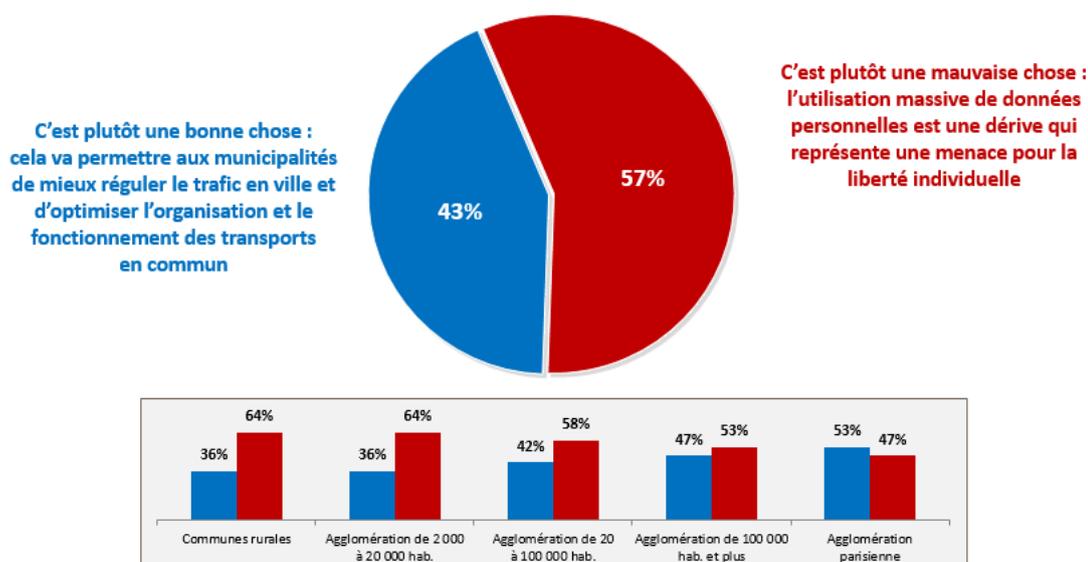
« L'éclairage public est un poste de dépense important pour les mairies. Il représente en moyenne plus de 40% des dépenses d'électricité. Pour réduire la consommation d'énergie et la pollution lumineuse dans les rues, tout en répondant aux impératifs de confort et de sécurité des citoyens, Citeos met à la disposition des Maires un ensemble de techniques et de services qui participent à rendre la ville plus belle, plus durable et plus efficace. L'éclairage à la demande ou encore la télédétection sont de plus en plus prisés et la tendance « smart lighting » s'accroît, dans une logique d'innovation durable », déclare Xavier Albouy, Directeur de la marque Citeos.

À chacun sa smart city, selon la taille de son agglomération

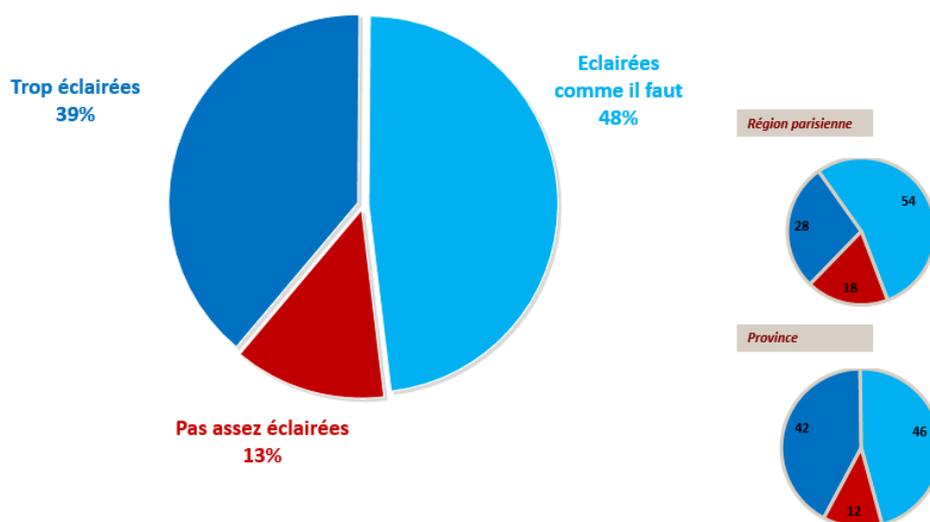
Lorsqu'on pose à l'ensemble des Français la question de la technologie, ils sont globalement réticents à l'utilisation massive de données (près de 6 Français sur 10), une perception particulièrement marquée chez les femmes, qui sont 61% à s'inquiéter de ces collectes de données. Au-delà des critères sociologiques, l'étude révèle que d'autres paramètres interviennent dans le rapport à la Smart City, et met au jour des disparités marquées en fonction de la taille de l'agglomération.

Ainsi, **64% des habitants des communes rurales** voient dans la collecte de données sur les habitudes des habitants, notamment leurs déplacements, une menace pour les libertés individuelles, **contre seulement 47% des habitants de l'agglomération parisienne.**

Cette tendance à la levée des barrières vis-à-vis de la technologie suit une courbe descendante et régulière, des plus petites aux plus grandes agglomérations.



De même, si la majeure partie des Français estime sa ville bien éclairée, 42% des provinciaux considèrent qu'elle est trop éclairée, contre seulement 28% des parisiens.



« La Smart City s'inscrit dans les attentes des populations au quotidien : elles ne sont pas les mêmes selon qu'on vit dans une agglomération dense, où par exemple la fluidité du trafic est un paramètre de

confort important, ou dans une commune rurale. Nous sommes à même de répondre à l'ensemble de ces problématiques à travers une démarche sur-mesure, dont cette étude démontre la pertinence. Ainsi, à Rouen, nous avons réduit le temps de parcours des automobilistes de plus de 20%, en mettant à la disposition de la collectivité les dernières avancées technologiques en matière de transmission d'information, de mesure et de régulation de trafic, et un système de vidéosurveillance de trafic évolutif», commente Xavier Albouy, Directeur de la marque Citeos.

[Cliquez ici](#) pour télécharger l'infographie illustrant les chiffres clés de l'étude.

** Etude Citeos / IFOP réalisée du 8 au 11 avril 2014. Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing), selon la méthode des quotas, auprès d'un échantillon de 1003 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.*

***L'étude complète est disponible sur demande.**

À propos de Citeos

Citeos est la marque Lumière et Équipements Urbains du groupe VINCI Energies. Son activité se répartit en trois domaines d'activité : éclairage public, illuminations, équipements urbains dynamiques. Citeos, c'est un réseau de 70 entreprises en France et en Europe réunissant 1500 personnes pour 235 millions de chiffre d'affaires. Les équipes Citeos interviennent en conception, réalisation, maintenance et gestion globale des installations. Plus d'informations sur www.citeos.com

À propos de VINCI Energies

VINCI Energies, l'un des 5 pôles d'activité de VINCI, est présent dans une cinquantaine de pays, dont une trentaine hors d'Europe, avec un effectif de 63 000 collaborateurs et un chiffre d'affaires en 2013 de 9,25 milliards d'euros. Grâce à un maillage dense de 1 500 entreprises, VINCI Energies est aujourd'hui un acteur de premier plan en Europe et dans le monde des services liés à l'énergie et aux technologies de l'information. www.vinci-energies.com



Marie Baudy : 05 61 58 90 01
marie.baudy@citeos.com



Lauriane Chalard : 01 58 65 01 24
lchalard@hopscotch.fr

