

# RADAR/

## Le frais à point (relais) nommé



Les dizaines de millions d'e-acheteurs sont depuis deux décennies rodés au retrait d'une commande dans un point de dépôt (marchands de journaux, supermarchés, cordonniers...): il en existe plus de 30 000 en France. La livraison de produits périssables hors domicile est une autre paire de manches, si l'on veut respecter la chaîne du froid. Fresh Collis, un nouveau prestataire déjà implanté à Paris, ambitionne néanmoins de développer un réseau national de relais équipés de frigos. Au Franprix le plus proche, les consommateurs peuvent ainsi venir retirer viandes, poissons et autres fromages achetés auprès d'e-commerçants de produits régionaux. Une façon de concurrencer les acteurs de la livraison ultrarapide (Cajoo, Flink, etc.) en fidélisant les clients des magasins de proximité, grâce à un service d'appoint. **F. Ba.**

# 1 milliard

**C'est le nombre d'utilisateurs (au moins une connexion par mois à la plateforme) que revendique TikTok cinq ans après son lancement. La clé du succès de l'application, filiale du groupe chinois ByteDance? De courtes vidéos à la viralité dopée par les confinements. Sans encore dépasser YouTube.**

## COMMENT ne pas boire de l'eau hors de prix au fast food

Faire glisser votre burger-frites avec de l'eau à 7 euros le litre ne vous tente pas? On vous comprend, et on a une astuce pour vous: si vous prenez votre repas dans un restaurant McDonald's, celui-ci est légalement obligé de vous fournir gracieusement de l'eau - de la même façon qu'un bistrot ne peut vous facturer le pain ou les couverts. C'était la polémique de la semaine chez McDonald's: un salarié de la chaîne de fast-food a affirmé, sur Twitter, que «l'Eau by McDo» était «l'ar-

naque du siècle». Le géant du burger avait annoncé au printemps qu'il ne distribuerait plus de bouteilles d'eau, pour réduire l'utilisation du plastique. Les consommateurs ne souhaitant pas boire de soda pourraient opter pour de l'eau filtrée, présentée dans le même emballage cartonné que les autres boissons. Sauf qu'à 1,75 euro le gobelet de 25 centilitres et 2,30 euros celui de 50, cela fait cher la flotte du robinet, même filtrée ou aromatisée... **K.H.-G.**



Parmi les remplaçants du ticket: le pass Navigo Easy. PHOTO CHRISTOPHE MORIN, IP3

## Le ticket de métro en voie de dématérialisation

Le bon vieux ticket de métro cartonné, c'est (bientôt) fini à Paris. À compter de la mi-octobre, les automatés d'une centaine de stations du réseau RATP (métro, tram, RER) ne vendront plus de carnets de dix tickets. En janvier, 176 nouvelles stations parisiennes et de la petite couronne seront concernées; puis, à partir de mars prochain, plus aucun carnet ne sera délivré. Un premier pas vers la fin du ticket imprimé? Vieux de 121 ans, et maintes fois remanié, le petit rectangle magnétisé, de 30 par 66 millimètres, dont il se vendait grosso modo 550 millions d'exemplaires chaque année avant la pandémie, n'a pas encore exhalé

son dernier soupir dans les souterrains de la capitale; mais sa forme imprimée est bien condamnée à disparaître à plus ou moins

### CARNET

long terme, au profit du sans contact ou de la dématérialisation. Ainsi, les usagers les plus réguliers du réseau francilien ont déjà largement adopté la carte à puce sans contact depuis son lancement en 2001. Pour leur part, les usagers plus occasionnels (les touristes, notamment) voient les options se multiplier pour valider un titre de transport: le support à puce cartonné à 2 euros l'unité et rechargeable (le pass Navigo Easy), l'achat d'un ticket de

bus par SMS débité sur la facture de téléphone (pratique quand on n'a pas de monnaie) ou encore l'application mobile d'IDF-Mobilis sur laquelle il est possible d'acheter des tickets sous forme numérique ou de charger un forfait mensuel. Dernière alternative: l'open payment déjà déployé sur les navettes aéroports. Ici, l'usager valide directement son titre de transport en payant sur une borne sans contact par carte bleue. Une solution de paiement ultrarapide de plus en plus en vogue, après avoir été expérimentée en 2012 à Londres, puis à Dijon il y a trois ans. «Il faut que l'usager puisse

spontanément utiliser les transports en payant correctement et facilement, résume Régis Larvor, spécialiste des systèmes de paiement dans les transports. Grâce aux nouvelles technologies, plusieurs voies complémentaires sont développées. Et la traçabilité est plutôt bien protégée.» Des alternatives qui gagnent les faveurs des métropoles françaises, de Brest à Grenoble, de Tarbes à Strasbourg. Au détriment de certains usagers peu à l'aise avec les outils numériques? Les associations d'usagers plaident pour «un gros travail d'explication tarifaire et billettique».

**FLORIAN BARDOU**



Réédité pour son 50<sup>e</sup> anniversaire par le duo new-yorkais de comédiens Never Sad, Jed Feiman et Nehemiah Markos, le jeu de société Blacks and Whites propose avec humour et pédagogie d'éveiller aux inégalités raciales. Inspirées du Monopoly, ses règles diffèrent selon qu'un joueur endosse une identité noire ou blanche. Ainsi, un joueur noir démarre avec un pécule moins important. Créée par un professeur de psychologie environnementale, cette version s'inscrit dans la lignée des jeux «socialement conscients». **F. Ba.** ILLUSTRATION NEVER SAD