



V

i

|

|

≡

&

V

≡

|

O



4€

# le vélo fait sa promo

Spécial challenge inter-Écoles de Communication Visuelle



création : DAG

JCDecaux apporte une réponse innovante aux déplacements urbains

# Avec Cyclocity, les lyonnais font cinq fois le Tour du Monde par semaine

Depuis sa mise en place à Lyon  
Cyclocity connaît un véritable engouement populaire :  
1 400 abonnés, 1 000 vélos, 100 stations  
et plus de 1 200 rotations par jour.\*

contact : [dircom@jcdecaux.fr](mailto:dircom@jcdecaux.fr)

\*chiffres au 1<sup>er</sup> septembre 2005

**JCDecaux**

les vitrines du monde

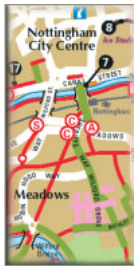
# agenda



• **VÉLO MONDIAL 2006**  
Le Cap (Afrique du Sud)  
**5 > 10 mars 2006**  
[www.velomondial2006.com](http://www.velomondial2006.com)



• **Rencontre du Club des villes cyclables en association avec le Comité de Liaison pour l'Accessibilité du cadre de vie (COLIAC - [www.coliac.cnt.fr](http://www.coliac.cnt.fr)).**  
**La ville multi-usage / multi-visage**  
Conçue pour les piétons, les personnes âgées, les personnes en situation de handicap, les cyclistes, les rollers, les enfants, les poussettes, les livreurs...



• **Choosing Cycling : Choosing Health?**  
**4 avril 2006**  
Nottingham University (Royaume-Uni)  
[www.nottingham.ac.uk/sbe/confer/cycling/](http://www.nottingham.ac.uk/sbe/confer/cycling/)



• **Journée d'étude annuelle de la FUBicy**  
**21 avril 2006**  
Amiens  
<http://amiensveloservice.fubicy.org>



• **Transports publics 2006 Salon européen de la mobilité**  
**13 > 15 juin 2006**  
Paris - Porte de Versailles  
[www.transportspublics-expo.com](http://www.transportspublics-expo.com)



## Le bon plan

# Pédito

our faciliter l'usage du vélo et favoriser les transferts d'usage de la voiture vers les modes alternatifs, l'expérience nous l'a appris, le « faire-savoir » est au moins aussi important que le « savoir-faire ». La promotion fait partie intégrante de la panoplie des outils au service de nos politiques de déplacements. C'est vrai des transports publics depuis une vingtaine d'années via les campagnes des autorités organisatrices et des opérateurs de transports urbains. Ça l'est moins du vélo et plus globalement des modes doux qui sont encore trop absents du paysage de la communication institutionnelle.

Mais les choses bougent. Pour preuve les affiches 4 x 3 de l'agglomération de Toulouse à la rentrée de septembre dernier qui montraient un cycliste filant à bonne allure avec ce slogan : « 0 euro à la pompe » ! Pour preuve le succès de Vélo'V à Lyon, qui doit au moins autant à l'image moderne et branchée donnée au vélo qu'au service offert. Le contexte économique, les nouveaux modes de vie, l'évolution des comportements de mobilité sont favorables au vélo. Alors profitons-en !

Le dossier de ce numéro de *Ville & Vélo* présente des stratégies et des actions de communication vélo astucieuses et donne la parole à des acteurs, élus et spécialistes, convaincus de la nécessité de s'adresser aux usagers actuels, aux cyclistes potentiels et aux « autres », c'est-à-dire à tous nos concitoyens. Trois cibles a priori différentes mais toutes concernées par l'actualité de nos politiques publiques.

Les travaux des étudiants des écoles de communication visuelle ECV récompensés lors du congrès du Club des villes cyclables à Lille en octobre dernier nous ont montré que cette thématique inspirait à ces futurs professionnels des campagnes très riches, souvent drôles, utiles à la collectivité pour rendre sa démarche plus lisible et établir ainsi une proximité, voire une complicité, avec ses administrés.

Difficile en effet d'exister aujourd'hui sans communiquer. Impossible de lancer un nouveau service sans informer, expliquer et séduire. Il faut mettre une dose de promotion dans le cocktail vélo, car on ne peut pas se contenter de s'appuyer sur la pertinence de ses initiatives, sur la qualité d'un itinéraire cyclable ou sur les services offerts par une vélostation qui devraient comme par magie être compris par tout le monde... Ce n'est pas chose difficile, encore moins ingrate. Il s'agit juste de se donner quelques moyens et, pour reprendre l'une des campagnes primées à Lille, d'oser dire à nos concitoyens que le vélo – avec quelques arguments bien choisis à l'appui de réalisations concrètes – « c'est le bon plan » !

Denis Baupin,  
Président

La rédaction de *Ville & Vélo* vous souhaite une excellente année 2006 !



# texto-vélo



Point de croix > Claire de Casabianca

## La mobilité demain selon BMW

➔ En 2025, le rapport à la mobilité sera plus pragmatique et le choix du mode de déplacement moins machinal que par le passé. C'est l'unité de recherche en mobilité de BMW qui le prédit dans une récente étude.

En conséquence, l'usager sera un usager multimodal qui choisira, en fonction des circonstances, de se déplacer en train, en voiture ou en avion. Dans ce contexte, le coût constitue toutefois un argument de poids qui sera déterminant, ce qui laisse entrevoir qu'un marché important s'offre aux prestations "low cost".  
[www.mobilservice.ch](http://www.mobilservice.ch)

## Rennes à l'honneur

➔ La ville de Rennes a reçu le 29 novembre 2005 un trophée dans le cadre des Rubans du développement durable décernés par l'Association des maires de France, l'Association des maires de grandes villes de France, Dexia Crédit local et le Comité 21, pour son Plan d'Actions Énergie Climat qui entre dans sa phase opérationnelle en 2005.

Trente-deux actions ont été retenues dans quatre domaines : habitat, tertiaire, déplacement, production d'énergie décentralisée. Parmi les actions engagées, la ville entend promouvoir les modes de transport alternatifs : développement du réseau cyclable, mise en place du programme "pédibus-vélobus", plan de déplacement à destination des agents de la ville.

## Vive l'autonomie!

➔ Les enfants qui, à l'âge de cinq ans, n'ont pas la possibilité de jouer ou de se déplacer dans leur environnement sans être accompagnés sont désavantagés en termes de développement moteur et social par rapport à ceux qui bénéficient de plus d'autonomie.

Le mode de déplacement pour se rendre à l'école a donc toute son importance. Le Club automobile du Liechtenstein (VCL) a analysé 375 trajets scolaires dans le cadre de son projet "Parcourir le chemin vers l'école de manière autonome et en sécurité". L'étude (en allemand) met en évidence ce que le chemin de l'école signifie pour chacun.  
[www.kindundumwelt.ch](http://www.kindundumwelt.ch)

## Lutte contre l'obésité

➔ Le Livre vert de la Commission européenne sur la prévention de l'obésité

préconise l'activité physique régulière soulignant qu'elle peut faire partie de la "routine quotidienne (par exemple, marcher ou pédaler jusqu'à l'école ou jusqu'au travail au lieu d'utiliser un moyen de transport motorisé). Les politiques des transports et de l'aménagement urbain peuvent garantir la commodité et la sécurité des déplacements à pied, à vélo et d'autres formes d'exercices et se pencher sur les modes de transport non motorisés. La mise à disposition pour les piétons et les cyclistes de sentiers sûrs vers les écoles pourrait être une solution pour contrer la tendance préoccupante aux excès de poids et à l'obésité

chez les enfants".

[http://europa.eu.int/comm/health/ph\\_determinants/life\\_style/nutrition/documents/nutrition\\_gp\\_fr.pdf](http://europa.eu.int/comm/health/ph_determinants/life_style/nutrition/documents/nutrition_gp_fr.pdf)

## Autopartage

➔ Le GART et l'ADEME ont présenté le 5 décembre la Charte de l'autopartage.

Référentiel pour tous les acteurs souhaitant voir se développer les initiatives de ce type dans leurs territoires, cette charte est l'aboutissement du travail d'un groupe composé de l'État, des collectivités, de l'Ademe et du GART. Un guide technique, réalisé par le Certu, est également annoncé.

<http://www.gart.org>

## En selle à Mulhouse

➔ "En selle" est le nom de la "lettre d'information du lobby vélo de l'agglomération mulhousienne".

Des informations générales et locales, des conseils pratiques, l'actualité du tramway et de ses aménagements cyclables...

Courriel :

[p.moussalli@sitram.net](mailto:p.moussalli@sitram.net)

## Un nouveau vélo pour les facteurs

➔ Depuis décembre 2005, les facteurs sont équipés d'un nouveau vélo. Il est doté d'un guidon plus ergonomique qui réduit l'effort nécessaire au démarrage.

Au choix : la béquille ou le stabilisateur. La selle est pivotante, les pneus sont renforcés pour éviter les crevaisons et le porte-bagages avant, solidaire d'un cadre en alliage léger, limite les efforts

au niveau des épaules.

<http://www.newspress.fr>

## Sainte-Savine

➔ Le PLU de la commune de Sainte-Savine (10)

prévoit des stationnements vélos pour les constructions à usage d'habitation collective ou de bureaux, pour les établissements industriels, artisanaux, hospitaliers, commerciaux et d'enseignement, ainsi que pour les foyers pour personnes âgées : un emplacement par appartement, un emplacement pour deux élèves, un emplacement pour deux lits...

## Santé et climat

➔ Problèmes respiratoires ou cardiovasculaires pour cause de canicule, malnutrition liée à la sécheresse ou aux inondations, transmission des maladies infectieuses, etc.

Les effets potentiels du climat sur la santé humaine sont nombreux. L'Organisation mondiale de la santé (OMS) a ainsi récemment estimé que les changements climatiques de ces trente dernières années sont déjà responsables de plus de 150 000 décès par an. Un rapport paru dans la revue *Nature* enfonce le clou : la tendance actuelle au réchauffement contribue bien à augmenter la morbidité et la mortalité dans de nombreuses régions du monde. Les auteurs du rapport soulignent l'obligation morale qu'ont les pays dont les émissions par habitant sont les plus importantes de mener une politique volontariste de lutte contre le réchauffement et de réduction de son impact sur la santé.

www.infoscience.fr/breves/breves.php3?niv=1&Ref=1835

### À la mairie à vélo

↳ Morsang-sur-Orge (91) a lancé, en octobre, son opération "À la mairie à vélo".

Le temps d'une journée, les 400 employés municipaux, dont les trois-quarts vivent sur la commune, ont été invités à renoncer à leur voiture pour se rendre au travail à bicyclette. La ville qui a acquis cinq vélos, dont un à assistance électrique, pour le démarrage de l'opération, a également l'intention de mettre en place des parcs à vélos.

### Paris à vélo

↳ La nouvelle édition de la carte des principaux itinéraires cyclables parisiens éditée par la Ville de Paris est parue.

Des informations régulières sont également disponibles sur [www.paris.fr](http://www.paris.fr) et dans la e-newsletter "textOvélo" chaque mois.

### Bus cycliste

Tous les premiers vendredis du mois, on peut emprunter le bus cycliste

à Marseille pour aller travailler.

Le collectif "Vélos en ville" a conçu un itinéraire sécurisé pour un convoi convivial qui doit permettre à ceux qui souhaitent tester ce mode de déplacement de l'approuver rapidement.

[www.buscycliste.org](http://www.buscycliste.org) – [www.veloenville-marseille.org](http://www.veloenville-marseille.org)

### Vélos et tram à Mulhouse

↳ Plus de 20 km d'itinéraires cyclables vont être aménagés en parallèle du tracé du tram, pistes bidirectionnelles, bandes cyclables et jalonnement de rues piétonnes ou à faible trafic.

[www.tram-train.org](http://www.tram-train.org)

### Le vélo lyonnais a pignon sur rue

↳ À Lyon, les cyclistes ont leur maison! Pignon sur rue propose un atelier vélo (ReCYcleur), un centre de documentation ouvert du mardi au samedi avec une nocturne le mercredi jusqu'à 20 heures, une

vélo-école et édite un bimestriel "Opinion sur rue".

[www.pignonsurru.org](http://www.pignonsurru.org)

### L'info quand il faut

↳ Lors des assises du cyclotourisme, la Fédération française de cyclotourisme, a lancé une opération de sensibilisation qui a démarré dès septembre :

les lauréats du permis de conduire automobile recevront de la préfecture, avec leur document rose, une plaquette les informant de quelques règles de base pour préserver la vie de ceux qui circulent en deux-roues. Par exemple, rappeler la distance de sécurité pour doubler un cycliste (1 m en ville, et 1,50 m hors agglomération).

[www.fftc.org](http://www.fftc.org)

### Street marketing à Grenoble

## vite dit

/// La politique d'apaisement est intéressante car, tout en étant réaliste, elle réduit fortement la dépendance automobile. Ses vertus tiennent à ce qu'elle agit sur l'un des ressorts majeurs de la dépendance : l'accessibilité. En fait, c'est la seule politique qui se fonde sur le paradigme de la dépendance automobile. //

Gabriel Dupuy, professeur à Paris 1 et à l'ENPC in *Pouvoirs locaux*, sept 2005

/// Plus on pédale moins fort, moins on avance plus vite. //

Coluche



VÉLO ASSISTANCE ÉLECTRIQUE



le seul « vrai vélo » en assistance électrique

Le plus léger du marché  
40 km d'autonomie (option 80 km)  
Équipement complet en alu et inox  
Pneus anti-crevaisson

Conception et construction française

Nous fabriquons votre modèle  
personnalisé à partir de 5 pièces



SN INTERCYCLES SA

9, rue Ampère  
85000 LA ROCHE SUR YON  
France

Tél : 02 51 44 51 51

Fax : 02 51 44 51 55

Email : [contact@intercycles.com](mailto:contact@intercycles.com)

CHALLENGE ÉCOLE DE COMMUNICATION VISUELLE - 2005

1<sup>er</sup> PRIX

Céline Bonte et Ada Rios Esquirol



Crédit créa: ECV > Céline Bonte et Ada Rios Esquirol

les 4x3 →

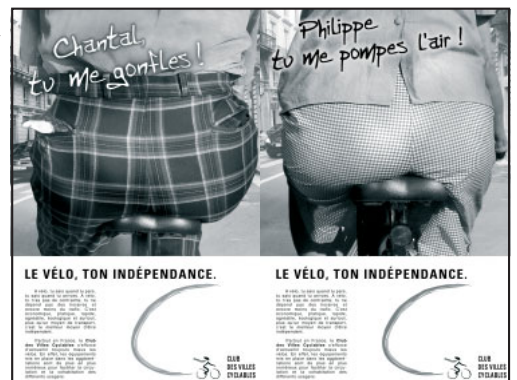


Et si l'image créait l'usage? En avril 2003, le Club des Villes Cyclables organisait une rencontre pour que le vélo "gagne la bataille de l'image et celle de l'usage" (1).

En septembre 2005, le Club est partenaire du groupe ECV - Ecole de communication visuelle(2), pour organiser le "challenge ECV3". Les étudiants de troisième année concourent pour réaliser une campagne de publicité ayant pour objectif d'inciter les citoyens de 15/24 ans, et éventuellement de plus de 50 ans, à utiliser leur vélo quotidiennement.

La rencontre du Club des Villes Cyclables et de l'École de Communication visuelle n'est pas nouvelle. Déjà en 2003, le président de l'ECV, Patrick Hermand avait participé au jury du festival "Le vélo dans la pub", organisé avec l'équipe de Culture Pub (M6). Volonté de Club des Villes Cyclables d'inscrire l'image du vélo dans les tendances de la société, volonté de l'ECV d'apprendre à ses étudiants à travailler sur des valeurs, et dans le langage de la "com", sur du "corporate".

↓ les annonces presse



Crédit créa: ECV > Céline Bonte et Ada Rios Esquirol

(1) cf Ville et Vélo n°6 de janvier/février 2003.

(2) L'ECV prépare, en 4 ans, 900 étudiants aux métiers du design graphique, de la création publicitaire, de l'édition et du multimédia.

# .. place aux jeunes ! le vélo entre en campagne



Apprendre à se déplacer à vélo, choisir de se déplacer à vélo

doit commencer dès l'école, de la maternelle aux grandes écoles! Un moyen pour que les jeunes de demain pratiquent autant les modes doux ou publics que la voiture. Tenir compte du regard des jeunes, de leurs mots, de leurs arguments... Un moyen pour passer plus vite de l'image à l'usage.

Promouvoir le vélo dans la ville", une "matière" pour les étudiants de l'École de communication visuelle, une approche innovante pour le Club des Villes Cyclables

124 étudiants de 3<sup>e</sup> année des écoles ECV de Paris, Bordeaux, Nantes et Aix-en-Provence ont travaillé en binôme et réalisé une campagne de publicité.

Ils ont eu à mettre au point un slogan, une affiche 4x3, une annonce presse et le script d'un spot TV de 30 secondes.

Une présélection dans chaque école a déterminé neuf équipes qui ont concouru au niveau national. Le jury, composé de professionnels de la publicité et de représentants du Club des Villes Cyclables, était présidé par Gérard Monot, directeur de création de l'agence Jump France, groupe TBWA et par Véronique Michaud, secrétaire générale du Club des villes cyclables. Il a primé trois équipes pour la qualité de leur création graphique et la visibilité des objectifs du Club des Villes Cyclables.

CHALLENGE ÉCOLE DE COMMUNICATION VISUELLE - 2005

1<sup>er</sup> PRIX  
Céline Bonte et Ada Rios Esquirol

## Le vélo, ton indépendance

Pour convaincre d'utiliser le vélo, Céline Bonte et Ada Rios Esquirol, de l'ECV Aquitaine, ont jugé inutile de faire appel à des thématiques d'intérêt général, tel le développement durable ou la santé publique... Le vélo est ici considéré par les jeunes, à l'instar de la voiture, comme un mode de déplacement individualiste, permettant d'acquérir plus d'indépendance par rapport aux parents qui, eux-mêmes, n'ont plus à les accompagner... Le jury leur a décerné le premier prix à la quasi-unanimité pour leur slogan, leur affiches 4x3 accrochant les 15/24 ans, leurs annonces presse pour convaincre les jeunes seniors, leur illustration "choc", mélange de séduction et d'impertinence. Le discours vélo n'appartient définitivement plus aux "militants purs et durs" !

Tous les points forts du vélo sont mis en lumière dans le texte de leur annonce presse : *À vélo, tu sais quand tu pars, tu sais quand tu arrives. À vélo, tu n'as pas de contrainte, tu ne dépends pas des autres et encore moins du trafic. C'est économique, pratique, rapide, agréable, écologique et surtout, plus qu'un moyen de transport, c'est le meilleur moyen d'être indépendant.* ● ● ●

Qui sont les 15/24 ans ?

7,7 millions d'individus soit 13 % de la population; les 15-24 ans constituent une population très hétérogène selon le sociologue Gérard Mermet\*

*"Les plus âgés d'entre eux sont nés en 1980, au début d'une crise économique qui a accompagné leur vie et influencé leur vision du monde. Les plus jeunes sont nés en 1989, au moment où le monde bipolaire s'écroulait avec le mur de Berlin. Tous ont grandi dans les années 90, qui marquaient la fin de la longue période de transition sociale amorcée au milieu des années 60\*"*

Hébergés plus longtemps chez leurs parents qu'il y a vingt ans (entre 20 et 24 ans, 68 % des hommes et 50 % des femmes sont hébergés par leurs parents contre 51 % et 38 % en 1982), vivant en couple plus tard, nos enfants sont selon notre expert « adolescents plus tôt et adultes plus tard ».

À noter, le permis de conduire n'est plus le sésame de l'indépendance : plus de la moitié des citoyens de moins de 18 ans se moquent de l'avoir ! Et les statistiques des constructeurs d'automobiles français montrent que l'âge moyen de l'acheteur d'un véhicule neuf est 52 ans et qu'il recule régulièrement... \*\* Le changement radical de statut (et d'usage) de la voiture viendra-t-il de cette génération ? À méditer... >>>

● ● ● Partout en ville, le Club des Villes Cyclables s'efforce d'accueillir toujours mieux les vélos. Les équipements mis en place dans les agglomérations sont de plus en plus nombreux pour faciliter la circulation et la cohabitation des différents usagers.

### Le vélo, plus économe

Le jury a été surpris que cet argument soit utilisé par tous les candidats. Mais si l'actualité sur la hausse du prix du pétrole les a influencés, ils ont pris en compte une préoccupation majeure des jeunes de 15/24 ans, mais aussi des jeunes retraités !



↑ la 4x3

↓ le story board

CHALLENGE ÉCOLE DE COMMUNICATION VISUELLE - 2005

2<sup>e</sup> PRIX

Suzanne de Satrustégui et Jonathan Sautereaux

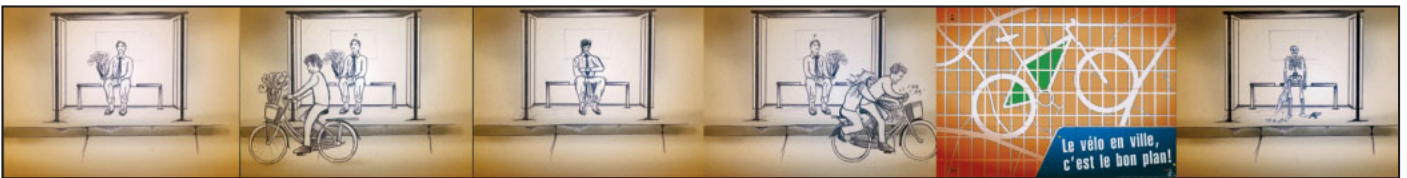
## Le vélo en ville, c'est le bon plan !

Suzanne de Satrustégui et Jonathan Sautereaux, de l'ECV Aquitaine, ont traduit graphiquement l'idée que le vélo a parfaitement sa place au cœur de la ville : dans un plan, les rues du centre ville dessinent un vélo. Le deuxième prix a été attribué à cette campagne d'apparence plus classique, attractive pour les jeunes, comme les moins jeunes. Il a semblé aux membres du jury qu'elle pouvait être "facilement" choisie par les décideurs locaux...



↑ Déclinaison pour l'annonce presse

Crédit crea: ECV > Suzanne de Satrustégui et Jonathan Sautereaux



# Osez la ville ... ou comment redécouvrir le vélo !

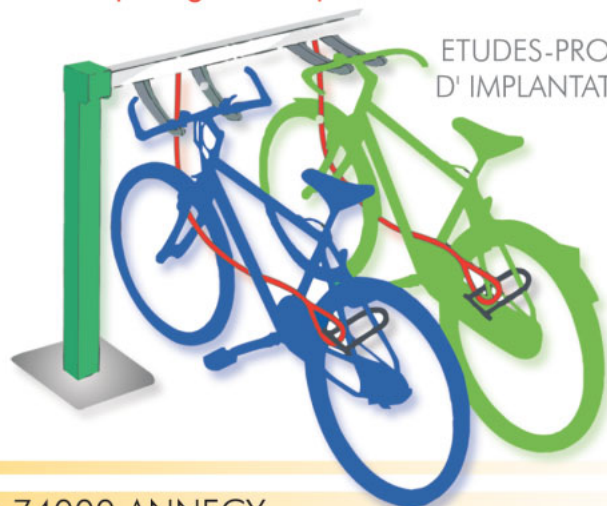


Nombreuses références en France

CONTROLE  
SOLIDITE  
BUREAU  
VERITAS

Un système **SIMPLE** et **EFFICACE**  
apportant une sécurité **MAXIMUM**  
le seul antivol protégeant les pièces maîtresses du vélo.

ETUDES-PROJETS  
D'IMPLANTATION



FABRICANT

3, Rte de Vovray 74000 ANNECY  
tél. (33) 045 045 1345

[www.cyclogard.com](http://www.cyclogard.com)

Modèles déposés / systèmes brevetés



CHALLENGE ÉCOLE DE COMMUNICATION VISUELLE - 2005

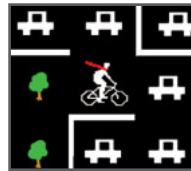
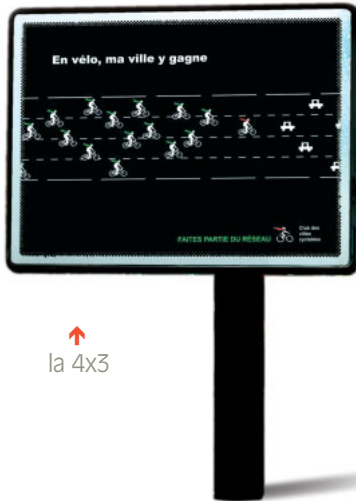
3<sup>e</sup> PRIX

Fanny Bouffier et Vincent Vermandel

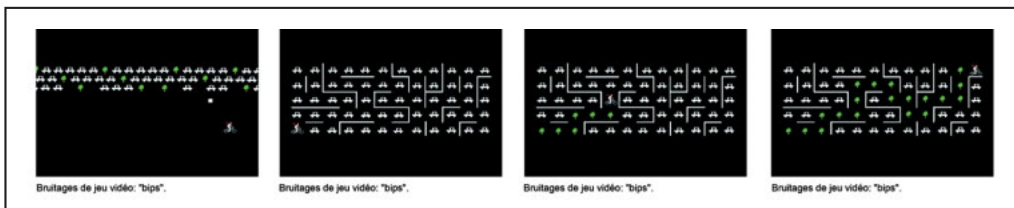
## En vélo, ma ville y gagne

Un jeu vidéo où le vélo gagne sur la voiture, pour que la ville gagne... Une approche ludique de Fanny Bouffier et Vincent Vermandel de l'ECV Paris, qui ont remporté le troisième prix en utilisant un "collector" des jeux vidéos bien connus par tous.

↓ quelques vues du story board



↑ Détail du story board



Crédit crea : ECV > Fanny Bouffier et Vincent Vermandel

CHALLENGE ÉCOLE DE COMMUNICATION VISUELLE - 2005

PRIX SPÉCIAL DU JURY

Maëva Perez et Perline Etrillard

## À vélo, vous y seriez déjà

"Notre démarche n'est pas de faire de la sensibilisation auprès des citadins, mais de leur proposer une campagne "choc". Il ne suffit pas d'approuver, il faut agir." Maëva Perez et Perline Etrillard de l'ECV Atlantique appuient sur l'urgence de changer les "modes de villes". Il n'y a plus de temps à perdre. Elles affichent là où les automobilistes sont bloqués, elles utilisent les hommes/femmes/sandwichs... Leur cible prioritaire: les automobilistes et non les 15/24 ans comme il était demandé dans le cahier des charges du challenge. C'est pour cette raison que le jury a attribué un prix spécial à cette campagne de "street marketing" remarquablement convaincante et professionnelle: pour passer de l'image à l'usage.

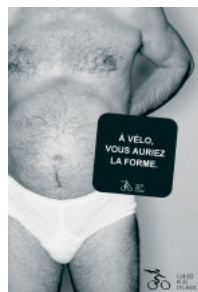


À vélo, vous ne l'auriez pas : la contravention, l'estomac, la cellulite... elles sont directes, alarmement avec humour !



Campagne hors média la femme-sandwich

Article de presse (parution dans Ouest-France)



Une des 2 annonces presse



Crédit crea : ECV > Maëva Perez et Perline Etrillard

>>> Difficile de trouver un point commun aux membres de cette « génération de transition », transition entre deux appartenances géographiques - nés Français, ils vivront leur vie d'adulte en tant qu'Européens, voire citoyens du monde -, entre appartenance collective et montée de l'individualisme, entre deux civilisations; celle du temps libre et des loisirs est en passe de remplacer celle du travail. "L'égologie" se combine aujourd'hui à l'écologie pour exprimer la volonté de préserver non seulement l'environnement naturel mais aussi l'espèce humaine"<sup>2</sup>.

## Une génération "zapping"

"Loin d'être des membres passifs de la 'bof génération', les jeunes seront capables d'imposer progressivement leurs valeurs. Mais il leur faudra préalablement les définir. On peut imaginer qu'elles seront fondatrices d'un monde dans lequel la technologie, l'image, la musique, le virtuel, les rapports humains (sélectifs) et les appartenances (éphémères) joueront un rôle essentiel"<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> in Francoscopie 2005 : Pour comprendre les Français - Larousse (14<sup>e</sup> édition)

<sup>2</sup> François Bellanger, Transit-City, in Ville et transports 21/12/05.

# vélocommunication méthodes et déclinaisons



Le savoir-faire n'est rien sans le faire-savoir. La formule a beau être rebattue, elle n'en reste pas moins vraie. Lorsque l'on procède à des aménagements, il faut les faire connaître, d'une part, et les faire comprendre – ce qui peut être plus compliqué –, d'autre part. Et c'est parfois là que le bât blesse, on le verra. Dans le domaine du vélo, il n'y a pas une, mais bien des communications. Et ceux qui en ont la charge devront décider de la cible qu'ils choisiront, en fonction des besoins. Pour résumer, on peut dire qu'il y a trois cibles bien distinctes à une campagne de communication : les cyclistes pratiquants; les cyclistes potentiels; et les autres, c'est-à-dire notamment les «auto-solistes».

## Communiquer vers les cyclistes

Une politique vélo doit d'abord être connue des cyclistes, les premiers concernés.

Aujourd'hui, la plupart des villes qui ont mis en œuvre une politique vélo ont publié des plans des réseaux cyclables. En revanche, dans trop de communes, il n'est pas tou-

Credits photos : Club des villes cyclables



jours facile de se procurer ces plans, qui ne sont souvent disponibles qu'en mairie. Sur ce terrain, il paraît logique de s'inspirer du point de vue de Didier Couval, chargé de la mission Vélo à la Ville de Paris : *«Nous publions une mise à jour régulière du plan des itinéraires cyclables. Mais nous faisons attention à avoir une diffusion qui ne se fasse pas que dans les lieux administratifs. En dehors des mairies, ce plan est donc disponible chez la majorité des vélocistes.»*

Autre outil indispensable : Internet. Les villes cyclables ont, pour la plupart, des pages plus ou moins dédiées au vélo sur leur site, avec là aussi des plans et des itinéraires. Signalons par exemple le remarquable

site dédié à Vélo'v, à Lyon <sup>(1)</sup>. On y trouve notamment une carte interactive de l'agglomération qui permet, d'un clic, de repérer la station Vélo'v la plus proche de chez soi.

Dans l'univers Internet toujours, il est de plus en plus fréquent de trouver sur les sites des collectivités la possibilité de s'abonner à une «newsletter», c'est-à-dire un journal électronique régulier et, en général, gratuit, que l'on reçoit dans sa boîte mail. À Paris, la lettre *TextO-VÉLO* a déjà plus de 1300 inscrits, «sans promotion particulière», précise Didier Couval, *uniquement par le bouche à oreille*. À Lyon, une lettre mensuelle est dédiée à Vélo'v. Au menu : actualités, infos, photos, adresses diverses. Ce moyen d'information, simple et efficace, est de plus en plus prisé par les usagers.

## Les cyclistes potentiels

Il y a les accros du vélo... et le reste du monde. Une politique cyclable se doit de s'adresser à ce «reste du monde», avec notamment pour objectif de convaincre ceux qui peuvent l'être. Dans ce domaine, certaines collectivités locales souffrent de l'excès inverse de celui que nous mentionnions plus haut : elles ne communiquent pas assez à destination des non-cyclistes. Et pourtant, c'est bien là que se trouve, «par essence», un véritable «réservoir» de futurs usagers de la bicyclette. En mesurent-elles seulement les enjeux? Comment les convaincre, comment s'adresser à eux? Geneviève Lafferère, ancienne du Certu et aujourd'hui responsable du pôle Écomobilité à la Région Île-de-France, a un certain



«La voiture citoyenne, un concept trompeur»

Par Jean Sivardière,  
Président de la FNAUT\*  
\*Fédération nationale  
des associations d'usagers  
des transports

Le palmarès de la voiture citoyenne, que vient de publier la Ligue contre la violence routière, procède d'une bonne intention : faire évoluer le comportement du consommateur en l'informant sur les caractéristiques des voitures neuves.

*«Si nous voulons conserver la liberté de nous déplacer en voiture, nous devons nous adapter à des contraintes importantes, donc modifier nos comportements sur la voirie mais aussi utiliser des voitures dont les caractéristiques techniques permettent d'assurer une meilleure sécurité, de limiter les gaspillages de pétrole et de lutter contre l'effet de serre.»*

La démarche de la LCVR est cependant contestable.

• La notation proposée n'a aucun caractère scientifique car elle mélange deux critères différents – la sécurité, qui dépend en gros de la carrosserie (15 points sur 20), et le respect de l'environnement, qui dépend du moteur (5 sur 20) – en leur accordant des poids arbitraires et mal proportionnés. >>>

(1) [www.velov.grandlyon.com/](http://www.velov.grandlyon.com/)



● ● ● nombre d'idées sur la question. "D'abord, je dirais qu'il ne faut pas hésiter à anticiper : ne pas attendre que les travaux soient finis pour communiquer. Mais, en règle générale, je pense qu'il est essentiel d'avoir une communication la plus transversale possible." Notamment, il paraîtrait logique que ce soit les services communication des mairies et des structures intercommunales qui s'emparent de la question, et pas seulement les services voirie – ce qui n'est pas toujours le cas. Des réunions de concertation i n t e r - services sont à prévoir. "Ensuite, ajoute M<sup>me</sup> Laffère, lorsque l'on s'adresse à des non-spécialistes, il faut penser à adapter son vocabulaire. Quand on est entre techniciens, on peut parler de 'sas' de 'piste' et 'bande' sans plus de précision. Mais vis-à-vis du grand public, il faut être plus clairs."

D'autre part, il est indiscutable que les initiatives locales devraient pouvoir s'appuyer sur des campagnes de communication/sensibilisation pilotées à l'échelle nationale (comme c'est le cas dans les pays du Benelux). L'efficacité n'en serait que meilleure. Peut-on espérer demain une grande campagne nationale sur le thème des avantages du vélo, que ce soit la rapidité des déplacements ou la santé et l'environnement?

Tant qu'il n'existera pas un Monsieur ou une Madame Vélo, et une mission nationale dotée de moyens sérieux, une telle campagne ne pourra réellement avoir lieu. Elle serait pourtant indispensable. Ne serait-ce que pour "venir à bout d'un certain nombre de préjugés", comme le note Brigitte Le Brethon, maire de Caen. Préjugés sur les "dangers" du vélo, notamment.

"À ce sujet, fulmine Monique Giroud, présidente de la Fubicy, il est quand même incroyable que les seules campagnes de communication nationales menées par le mi-

nistère de la Santé portent sur le port du casque, c'est-à-dire insistent sur les dangers du vélo. Sans tenir compte du fait que les cyclistes ne sont pas plus fréquemment blessés au crâne que les piétons. Et qu'en plus, surtout, à utiliser de curieux chiffres : la campagne mentionnait en effet 300 cyclistes tués par an en 2004... l'année où ce nombre était de 190."

Et Monique Giroud d'ajouter : "Il n'y a aucune communication nationale pour dire qu'il y a de moins en moins d'accidents de vélo notamment grâce au ralentissement de la vitesse en entrée d'agglomération. Et puis, plutôt que de ne parler que des dangers, pourquoi ne pas communiquer sur les bienfaits en matière de santé? C'est en effet d'autant plus incompréhensible qu'une telle campagne, même d'un point de vue comptable, pourrait être génératrice de fortes économies pour la collectivité, en matière de dépenses de santé. À l'heure où l'on ne parle que de déficit de l'État et de restrictions budgétaires, l'idée serait peut-être « à creuser » On se plaît à espérer de voir un jour apparaître aux Abribus de toutes les villes de France des affiches reprenant le slogan lancé lors du Congrès 2005 du Club des villes cyclables : "Le vélo, vaccin contre l'obésité."

## Et les automobilistes?

Outre des campagnes de communication rappelant les devoirs des cyclistes, peut-être serait-il nécessaire d'imaginer leur pendant, à l'attention des automobilistes cette fois-ci? Une idée défendue par Monique Giroud pour qui "il faudrait lancer des campagnes pour réapprendre certaines choses aux automobilistes. Par exemple, que lorsqu'ils changent de file, ils ne sont jamais prioritaires sur les vélos". Et a fortiori, si le Code de la route est amendé à l'instar du formidable

travail réalisé par nos voisins belges. Il sera alors indispensable de procéder à quelques "cours de rattrapage", pour expliquer par exemple qu'un contresens cyclable n'est pas accidentogène, mais que son existence suppose, tout de même, de ralentir. Nous avons eu l'occasion de signaler, dans le précédent numéro de *Ville et Vélo*, le poids que la communication avait eu lors de la mise en place du Code de la rue belge.

En étudiant la cible des automobilistes, on touche peut-être ici aux limites d'une campagne de communication. En effet, il y a tout lieu de croire que seule une "masse critique" de cyclistes dans les rues de nos villes pourra durablement imprégner l'esprit des inconditionnels de l'automobile.

## "Révolution culturelle"

Concomitante aux autres stratégies communicationnelles, la communication interne aux collectivités territoriales, à l'intention des élus et de l'administration, ne doit pas être négligée. Comme l'explique M<sup>me</sup> Le Brethon, avant de lancer la campagne de communication de la ville de Caen sur le vélo, "il a fallu que se fasse une petite révolution culturelle en interne, dans les services même de la mairie! Autrement dit, pour pouvoir communiquer, il faut être soi-même intimement convaincu. On peut rêver d'une collectivité dont tous les agents seraient eux-mêmes des militants du vélo, et, de fait, les vecteurs naturels de la communication sur le vélo. Les volets « mode doux » des Plans de déplacement d'administration sont d'excellents outils, puisqu'ils permettent aux membres de l'administration territoriale de profiter eux-mêmes des aménagements cyclables. La boucle est bouclée... ● ● ●

>>> Deux notes séparées auraient fourni une information plus objective et éclairante.

En ce qui concerne l'environnement, la notation est basée sur les émissions de CO<sub>2</sub>. Elle ignore délibérément les nuisances locales, émissions de gaz polluants (en particulier oxydes d'azote, précurseurs de l'ozone, et benzène) et bruit, qui dégradent le cadre de vie et la santé humaine (elles tuent autant que les accidents).

- Plus fondamentalement, la LCVR contribue par son initiative (qui, dans sa présentation, assimile voiture et liberté) à faire accepter le système automobile sans en mesurer toutes les implications néfastes. À l'en croire, tout ira pour le mieux dans le meilleur des mondes quand le comportement des conducteurs et les caractéristiques techniques des voitures auront été améliorés.

C'est oublier que les progrès techniques en matière de consommation sont vite annihilés par la croissance du trafic, et ignorer toute une part des effets pervers de l'usage généralisé de l'automobile : présence hégémonique de la voiture sur la voirie et dans la ville, étalement urbain (très coûteux écologiquement, socialement et économiquement), monopolisation de l'argent public au détriment des transports collectifs pourtant indispensables à tous ceux qui n'ont pas les moyens physiques ou financiers de conduire. La voiture ne sera jamais citoyenne.

Une démarche véritablement citoyenne, plus radicale mais autrement plus efficace, surtout en milieu urbain, ne consiste pas à acheter une voiture supposée citoyenne, mais à se servir le moins possible de la voiture en privilégiant la marche, le vélo, les transports collectifs, le taxi ou l'auto-partage.

## Lyon : quand Vélo'V devient lui-même objet de communication

Vous l'avez rêvé, le Grand Lyon l'a fait : 2 000 vélos en libre-service, 20 000 abonnés, 173 stations et 40 000 km par jour parcourus par les "vélo'vteurs" ! À ce niveau, ce n'est plus de l'engouement, cela relève du phénomène de société.

Pourtant, se rappelle Jean-François Lanneluc, directeur de la communication du Grand Lyon, "le premier acte de communication que nous ayons mené a été... le lendemain du lancement, où il y a eu un problème technique majeur, qu'il a fallu expliquer ! Ensuite, en juin, puis en septembre, la communauté urbaine engage de nouvelles campagnes publiques. Des affiches couvrent la ville. En 2003 déjà, le Grand Lyon avait largement communiqué avec le slogan : "Déplacements, changeons d'ère." En 2005, nouveau slogan : "Déplacements, la ville en douceur." Les affiches présentent également les résultats d'une enquête menée au mois de juin auprès de quelque 45 000 Lyonnais. Résultat : 62 % des personnes interrogées se disent favorables au passage en zone 30 des 1<sup>er</sup>, 2<sup>e</sup>, 4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> arrondissements de la capitale des Gaules.

En ce moment même, le Grand Lyon a lancé une nouvelle campagne d'affichage, adressée cette fois aux cyclistes, axée sur un jeu de mots entre "territoire" et "trottoir" : "Je n'empiète pas sur le trottoir des autres." Et l'opération bénéficie à présent de son propre site Internet, sur lequel les Vélo'vteurs peuvent trouver des informations pratiques et... le rappel des règles élémentaires du Code de la route. En plus des campagnes lancées par la ville, Vélo'v a bénéficié d'une couverture presse nationale qui a probablement beaucoup fait pour son

succès. Reportages au "JT" de 20h, *Marianne*, *Le Nouvel Observateur*... "Tout cela a aidé à faire connaître Vélo'v, raconte Jean-François Lanneluc, mais a participé aussi au changement d'image de la ville. Il y a à présent une sorte de compétition entre Paris et Lyon, sur le thème : "Qui est le plus innovant?"



Credits photos : Le Grand Lyon

## Contagion positive...

Indiscutablement, Vélo'v a eu un effet boule de neige : le succès appelle le succès, et les promoteurs de l'opération n'en finissent plus d'énumérer les retombées positives. L'une des plus intéressantes d'entre elles est que la pratique de la bicyclette se développe bien au-delà des vélos en libre-service. Ce qui permet de montrer que la meilleure des communications, c'est l'usage. "De 20 à 22 000 déplacements par jour, explique M. Lanneluc, cela a évidemment désinhibé tous ceux qui gardaient leur vélo au garage. Quant aux automobilistes, devant l'afflux de vélos, ils changent peu à peu d'attitude et deviennent plus prudents."

Autre bienfait "collatéral" de Vélo'v : habillés de rouge et noir – les couleurs du Grand Lyon –, les vélos de Decaux sont devenus, eux-mêmes, de remarquables supports mobiles de communication.

## Bordeaux : sécurité et citoyenneté

Dans la capitale girondine, les élus ont eux aussi dû faire face à une "explosion" de la pratique du vélo. "On est passé de quelques unités à 3 000 cyclistes par jour en moyenne sur le pont de Pierre", raconte Michel Duchène, maire adjoint de Bordeaux. Là encore, ce sont les prêts de vélos et la création de la Maison du Vélo – en juin 2003 – qui ont amorcé l'explosion. "Pourtant, souligne l'élu, nous n'avons pas énormément communiqué sur les prêts de vélos. Il y a eu une conférence de presse, et puis, ensuite, du bouche à oreille. Et l'opération s'est développée sur sa propre dynamique."

Pour accompagner ce regain d'intérêt des Bordelais pour les déplacements en vélo, la Ville a fait de son mieux pour (ré)éduquer les cyclistes à la sécurité. La municipalité s'est donc lancée dans une vaste campagne de sensibilisation envers les cyclistes, en développant notamment un outil tant pédagogique que communicationnel : le "diplôme de cycliste citoyen" (2). Car comme le note avec "effacement" Michel Duchène, les – nouveaux – cyclistes ont tendance à tout découvrir. "Les gens ne savent pas se déplacer sur la voie publique. Mais là, c'est une carence qui existe depuis l'école. C'est à l'école que l'on devrait apprendre les règles minimales. Cela devrait faire partie, je pense, du rôle de l'Éducation nationale."

En matière de communication et de sécurité routière en ville, Michel Duchène estime que d'autres instances devraient participer à cet effort de formation et de sensibilisation des usagers. Or, ● ● ●

Hasard, emprunt ou maladresse ?

28 mai 2004.

"La Ligue contre la violence routière demande aux constructeurs de créer une voiture citoyenne."

La LCVR aurait dû vérifier que son concept de "voiture citoyenne" n'était pas d'ores et déjà employé par d'autres, et notamment par ceux-là même à qui elle s'adressait. Or, il se trouve qu'"automobile citoyenne", tel un slogan, sert de sous-titre à une série de publications du Comité des constructeurs français d'automobiles (CCFA). Ces publications, dont les plus anciennes datent du début des années 2000, expriment une philosophie de "l'automobile citoyenne" pour le moins différente de celle dont rêve la LCVR !

L'équipe en charge de la communication du CCFA se frotte sans doute les mains. "La LCVR nous demande une voiture citoyenne mais, pardi, nous l'avons déjà imaginée pour eux !"

Les deux concepts finiront bientôt par se confondre dans l'esprit de beaucoup. L'arrière-plan philosophique des publications du CCFA finira par imprégner nos esprits et ceux des publicitaires. La proposition de la LCVR risque quant à elle de finir aux oubliettes.

La citoyenneté de l'automobile a donc encore de longs jours devant elle !

Pour savoir ce que le CCFA entend par "automobile citoyenne" (sic!) :

[www.ccfa.fr](http://www.ccfa.fr)

Pour lire la proposition de la LCVR :

[www.lcvr.org](http://www.lcvr.org)

● ● ● un des partenaires potentiels focalise son effort sur le volet « répression ». Michel Duchêne s'estime en effet " très choqué par la 'campagne' " que mène la police nationale, à coups de PV, contre les cyclistes. Il n'est pas normal d'assimiler les cyclistes à des automobilistes. Après tout, les piétons ne prennent jamais d'amende lorsqu'ils traversent hors des clous ! La police a peut-être des tâches plus urgentes que de poursuivre les cyclistes, non ?"

## Caen: les élus et la police ensemble pour l'éducation

À Caen, la sécurité tout comme l'information est au centre des campagnes de communication. Le maire, Brigitte Le Brethon, est l'auteur du rapport sur les préconisations vélo.

"Nous avons voulu construire une communication réellement incitative, explique M<sup>me</sup> Le Brethon, aussi bien pour les habitués que pour les non-initiés." En septembre, une vaste campagne a été lancée, avec notamment la remise à jour du plan de circulation vélo, disponible dans tous les lieux publics, chez les associations, les commerçants... "Ces plans nous permettent d'expliquer l'organisation du vélo à Caen, commente le maire. Ils mettent en valeur les itinéraires cyclables, les contresens..."

En même temps, une campagne d'affichage a été lancée, déclinant plusieurs slogans commençant par "C'est décidé, je..." ; puis, "fais mes courses à vélo", "fais ma rentrée à vélo", etc. À chaque fois, le slogan est suivi d'un certain nombre de conseils pratiques sur le thème abordé. Pour M<sup>me</sup> Le Brethon, "le fait d'utiliser le 'je' et l'expression 'c'est décidé' mettent l'accent sur les notions de liberté et de libre arbitre".

Enfin, une nouvelle signalétique des itinéraires cyclables a été mise en place sous forme de messages verts sur fond de panneaux blancs.

## Des kits sécurité

L'autre grand volet de l'opération de communication entamée à l'automne 2005 a été la distribution aux usagers scolaires d'un "kit sécurité". Lors de la semaine de la mobilité, élus et policiers municipaux se sont mobilisés pour distribuer aux collégiens ces kits, tandis que les plus grands avaient la possibilité de les gagner en appelant les radios RFM et Europe 2, partenaires de l'opération. "Ces kits contenaient des brassards fluorescents, un écarteur à fixer sur le vélo, et bien sûr tous les documents que nous avons produits sur les itinéraires.

Nous avons tenu à ce que ces kits soient remis aux jeunes de la main à la main, de façon qu'il puisse y avoir un échange, une possibilité de discussion directe."

Toute la communication vélo de la ville de Caen a été élaborée en concertation avec les associations cyclistes, "de façon que celles-ci nous corrigent quand nous faisons fausse route", explique le maire. Et un des faits les plus remarquables, c'est que toutes ces opérations ne reviennent pas très cher... La grande campagne de la rentrée 2005 a coûté à la ville 14 000 euros. C'est-à-dire (presque) une brouille, pour améliorer les conditions de sécurité des cyclistes, et, ce qui n'est pas rien, "donner de la ville une image extrêmement dynamique". Qui dit mieux ? ■



Des kits sécurité

## L'industrie automobile, une communication de pointe.

S'il n'est plus nécessaire d'apporter la preuve de l'omniprésence de la publicité automobile dans la presse écrite et les médias audiovisuels, il est intéressant de se pencher sur les méthodes, stratégies et techniques de communication dont elle use et abuse.

*L'Automobile : marché - acteurs - stratégies*, cet ouvrage collectif s'attarde le temps d'un chapitre sur les stratégies du marketing, de la communication et de la publicité. Parmi les méthodes présentées : l'intégration des principaux critères psychosociaux dans la culture publicitaire automobile. L'exemple type étant la mise en scène de la relation entre le possesseur et sa voiture. On y évoque également les techniques relatives au lancement de nouveaux modèles, l'opportunité du pré-lancement (lorsque le constructeur convoite un nouveau segment de marché), l'activation des influenceurs (que sont les journalistes spécialisés, les clubs de fans, les leaders d'opinion), les techniques offertes par l'Internet, le placement produit au cinéma et à la télévision, les techniques alternatives (le marketing de « guérilla », le géo médiaplanning).

Ainsi dévoilés, les secrets de la stratégie communicationnelle de l'industrie automobile intéresseront les esprits curieux et ne sauront laisser insensibles les différents acteurs du vélo (qu'ils soient issus du monde institutionnel, économique ou associatif).

Electronic Business Group (2004), *L'Automobile : marché - acteurs - stratégies*, Elenbi éditeur, 710 pages.

**cycles à assistance électrique**  
[www.bionx.fr](http://www.bionx.fr)  
[www.swissflyer.fr](http://www.swissflyer.fr)  
[www.primapowerbikes.fr](http://www.primapowerbikes.fr)  
[www.sachsbikes.fr](http://www.sachsbikes.fr)  
[www.sunstar-ibike.fr](http://www.sunstar-ibike.fr)  
[www.swizzbee.fr](http://www.swizzbee.fr)  
[www.lafree.fr](http://www.lafree.fr)

**triporteurs**  
[www.cyclesmaximus.fr](http://www.cyclesmaximus.fr)

**site d'information**  
[www.toutsurlevae.info](http://www.toutsurlevae.info)

**boutiques et revendeurs**

**Bien choisir un vélo électrique ?**  
**vous ne pouvez plus vous tromper !**

**Mon Vélo Electrique**  
**3, Rue du Vieil Renversé**  
**F-69005 LYON**  
**tel : 04-78-37-50-44**  
**web : www.monveloelectrique.com**



# le Palmarès des Trophées du Vélo\*



es Trophées du vélo visent à promouvoir des actions en faveur d'une politique du vélo dans toutes ses composantes : utilitaires, loisirs, tourisme. L'objectif est de faire connaître et d'encourager un ou plusieurs projets et réalisations en faveur du développement de l'usage du vélo, dans le cadre d'une politique globale de déplacements. Ce concours est ouvert aux collectivités territoriales, aux associations et aux entreprises.

\* Remis à Lille le 21 octobre 2005 lors du 16<sup>e</sup> congrès du Club des villes cyclables.

## Pour l'édition 2005, trois thèmes

**1** choisir le vélo, des initiatives pour convaincre et encourager ce choix,

**2** des trajets quotidiens à vélo, sûrs et facilités,

**3** vélo et santé.



### CATÉGORIE COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

**VILLE DE BORDEAUX - MAISON DU VÉLO**  
(33) Trophée du vélo 2005

*Thème N°1*

"Le diplôme du cycliste citoyen"

[www.bordeaux.fr](http://www.bordeaux.fr)

**COMMUNAUTÉ URBAINE GRAND LYON**  
(69) Mention – Trophées du vélo 2005

*Thème N°1*

"Le Vélo'V à Lyon : le plus grand parc de vélo en libre-service"

[www.grand-nancy.org](http://www.grand-nancy.org)

**COMMUNAUTÉ URBAINE GRAND NANCY**  
(06) Mention – Trophées du vélo 2005

*Thème N°2*

"Des passerelles pour faciliter et sécuriser la circulation des piétons et cyclistes"

[www.grand-nancy.org](http://www.grand-nancy.org)



### CATÉGORIE ASSOCIATIONS

**VÉLOBUC (78)**

Trophées du vélo 2005

*Thème N°1*

"Contributions à un schéma directeur pour la circulation douce à Buc"

<http://velobuc.free.fr>

**ORGANISATION BUS CYCLISTES (31)**

Trophée du vélo 2005

*Thème N°1*

*Thème N°2*

"Des bus cyclistes pour les trajets domicile/travail"

[www.buscyclistes.org](http://www.buscyclistes.org)

**ASSOCIATION ESPACES (92)**

Mention – Trophées du vélo 2005

*Thème N°1*

"Des vélos pour les salariés en insertion"

[www.association-espaces.org](http://www.association-espaces.org)



### CATÉGORIES ENTREPRISES

**JC DECAUX (69)**

Trophées du vélo 2005

*Thème N°1*

"Le Vélo'V à Lyon : le plus grand parc de vélo en libre-service"

[www.jcdecaux.fr](http://www.jcdecaux.fr)

**TRANS'COM (78)**

Mention – Trophées du vélo 2005

*Thème N°1*

"Cartes postales et double décimètre pédagogiques pour la promotion du vélo"

<http://trans-com.fr>



Présidé par Hubert Peigné<sup>1</sup>, le jury des Trophées du vélo édition 2005 était composé de représentants du ministère de l'Écologie et du Développement durable, du ministère des Sports, de l'ADEME, de la Fédération française de cyclotourisme, du Conseil national des professions du cycle, des amicales parlementaires de l'Assemblée nationale et du Sénat, de la Fédération française des usagers de la bicyclette ainsi que du Club des Villes cyclables.

(1) Président du Comité de suivi de la politique du vélo, Conseil général des ponts et chaussées, ministère des Transports, de l'Équipement, du Tourisme et de la Mer.

# expo Lille 2005 suivez le guide...



vec son 16<sup>e</sup> congrès à Lille les 19, 20 et 21 octobre 2005, le Club des villes cyclables a affirmé sa volonté d'ouvrir des chantiers concrets. Doter la France d'un Code de la rue à l'instar de la Belgique, faire aboutir la création d'un chèque déplacement sur le modèle du chèque déjeuner pour encourager et faciliter la mo-

bilité alternative, engager un travail collaboratif avec les acteurs de la santé en faisant de la pratique quotidienne du vélo un outil efficace de lutte contre la sédentarité et l'obésité, autant d'actions que ce réseau de plus de 750 collectivités territoriales entend faire avancer et surtout aboutir dans les prochains mois. Une façon de montrer que c'est à partir du

terrain, du dynamisme de ses membres mais aussi de la capacité d'innovation des entreprises partenaires, que des changements profonds et durables de comportements s'opéreront. En espérant que, comme chez nos voisins européens, l'Etat donnera un cadre national favorable à la réalisation de ces initiatives. *Liste des exposants > pages 16 à 18.* ■

Denis Baupin

Jean-Marie Tétart

Jean-Marie Le Guen

Cocktail parmi les stands

Denis Baupin, Serge Morin, Jean-Claude Decaux, Marc Santré



Accueil et expo ecv

Retrouvez les temps forts du congrès, en textes et en images sur

Denis Cheissoux & Johanna Bougon

[www.villes-cyclables.org](http://www.villes-cyclables.org)



## Une gamme de dispositifs pour :

- Le stationnement des vélos
- La protection contre le vol

### SÉCURITÉ

- Evite la chute du vélo en présence d'un enfant sur le porte-bagages, conformément à la loi Scrivener sur la protection des consommateurs.
- Réalisée sans angles vifs.
- Conforme à la recommandation AFNOR sur la protection des aveugles.

### PROTECTION

- Verrouillage du vélo contre le vol.
- Absence de voilage des roues et de dégradation de la peinture.

### IMPLANTATION

- Rangement ordonné de l'ensemble des vélos.
- Un maximum de vélos sur un minimum d'espace (14 vélos sur 5 m x 1,70 m)

## VelParc

55, rue de l'université - 75007 PARIS  
Tel/Fax : 01 45 19 01 98 ou : 05 55 31 91 66  
Mobile : 06 12 66 08 14

Présent dans + de 80 villes et gares, en France et à l'étranger

Modèles déposés

**ABRI PLUS Équipements**

**Mobilier urbain**

M. Gérondeau  
[sgerondeau@abri-plus.com](mailto:sgerondeau@abri-plus.com)  
 Rue de l'Industrie  
 ZA de Grand Lieu  
 44510 St Philibert-de-Grand-Lieu  
 T : 02 40 78 08 08  
 F : 02 40 78 08 10  
[www.abri-plus.com](http://www.abri-plus.com)

Présente depuis dix ans sur le marché de l'équipement des parkings – notamment au travers de ses abris chariots –, l'entreprise ABRI PLUS conçoit, fabrique et installe également une large gamme d'abris vélos et d'Abribus particulièrement adaptés aux collectivités territoriales ou aux entreprises, à l'attention de leurs personnels ou de leurs visiteurs.

**ADAV**

**Association**

M. Anceau  
[micheladaville@nordnet.fr](mailto:micheladaville@nordnet.fr)  
 23, rue Gosselet  
 59000 Lille  
 T : 03 20 86 17 25  
 F : 03 20 52 97 58  
[www.droitauvelo.org](http://www.droitauvelo.org)

Depuis 1982, l'Association droit au vélo (ADAV) a pour objectif de promouvoir le vélo comme moyen de déplacement, d'œuvrer à la sécurité des cyclistes et de les représenter dans la région Nord-Pas-de-Calais. Interlocutrice reconnue par les différentes institutions territoriales de la région, l'ADAV mène également des opérations de sensibilisation et propose régulièrement des solutions pratico-pratiques d'aménagement de la voirie. Son réseau d'adhérents lui assure une efficacité certaine pour relayer l'information sur le territoire régional ainsi que de l'autre côté de la frontière belge.

**AF3V**

**Association**

M. Savary  
 C/o Ass. Vélo  
 5, avenue François-Collignon  
 31200 Toulouse  
 T : 05 34 30 05 59  
 F : 05 61 26 05 87  
[www.af3v.org](http://www.af3v.org)

Créée en 1997, l'Association française de développement des véloroutes et voies vertes (AF3V) a pour objectif de contribuer à un aménagement durable du territoire en tâchant de promouvoir la mise en place d'un ambitieux réseau coordonné de véloroutes et voies vertes en France. Sa mission principale est de diffuser et de collecter de l'information sur les itinéraires cyclables à l'attention des usagers, citoyens ou des collectivités territoriales. Elle joue ainsi le rôle d'intermédiaire entre citoyens et pouvoirs publics étatiques voire européens. C'est par ailleurs une force de propositions avec laquelle il faut compter. Elle dispose d'une bonne couverture du territoire national grâce à ses nombreuses délégations régionales ainsi que ses relais locaux.

**FUBicy**

**Association**

M. Sedlbauer  
[fubicy@fubicy.org](mailto:fubicy@fubicy.org)  
 Maison des Cyclistes  
 12, rue des Bouchers  
 67000 Strasbourg  
 T : 03 88 75 71 90  
 F : 03 88 36 84 65  
[www.fubicy.org](http://www.fubicy.org)

Créée en 1980, la Fédération française des usagers de la bicyclette (FUBicy) est un réseau de 130 associations de cyclistes urbains en France qui a pour objectif de promouvoir la pratique de la bicyclette comme moyen de déplacement quotidien. Interlocutrice reconnue des pouvoirs publics et des acteurs concernés par la politique des transports, la FUBicy organise des journées d'étude, édite régulièrement des documents méthodologiques ou pédagogiques, participe à de nombreuses campagnes ou manifestations de sensibilisation à l'usage du vélo. Elle favorise le échange d'idées, de savoir-faire et de services entre les associations adhérentes.

**AEEV-EGWA**

**Association**

M. Gonzalez  
[info@aevv-egwa.org](mailto:info@aevv-egwa.org)  
 Rue Van Opré 93-B  
 51000 Jambes – Belgique  
 T : 00 32 81 22 42 56  
 F : 00 32 81 22 90 02  
[www.aevv-egwa.org](http://www.aevv-egwa.org)

Fondée en janvier 1998 par des représentants européens d'institutions et d'associations, l'Association européenne des voies vertes (AEEV) œuvre au développement d'un réseau coordonné des voies vertes. Outre l'information précieuse qu'elle met à disposition des forces vives du développement durable et de la mobilité douce, l'AEEV se positionne comme un partenaire des autorités européennes, nationales, régionales et locales. Elle collabore à leurs réflexions et projets en faveur de voiries destinées au trafic non motorisé en s'efforçant de coordonner l'échange de compétences techniques ainsi qu'en formulant des propositions d'itinéraires potentiels.

**AGUIDON PLUS**

**Mobilier urbain**

M. Fourel  
[dfourel@aguidonplus.fr](mailto:dfourel@aguidonplus.fr)  
 29, rue Rieussec - BP 44  
 78220 Viroflay  
 T : 01 30 24 60 95  
 F : 01 30 24 60 96  
[www.aguidonplus.fr](http://www.aguidonplus.fr)

AGUIDON PLUS propose une large gamme de solutions pour le stationnement vélo de courte ou longue durée, pour les pôles d'échanges multimodaux. Du simple arceau au garage fermé en passant par de nombreuses solutions spécifiques (modèles enfants, consignés « Vigipirate », tourniquets, racks à deux niveaux, points d'ancrage), l'entreprise cherche à répondre à la diversité des situations et des problématiques d'implantation.

**ALTINNOVA**

**Mobilier urbain**

Mme Verdier  
[cverdier@altinnova.com](mailto:cverdier@altinnova.com)  
 Porte des Flandres  
 rue Simone de Beauvoir  
 62138 Auchy-les-Mines  
 T : 03 21 25 89 66  
 F : 03 21 25 89 66  
[www.altinnova.com](http://www.altinnova.com)

ALTINNOVA développe des équipements de loisirs innovants destinés à valoriser et à favoriser la pratique du vélo. Cette année, ALTINNOVA a présenté sur son stand sa nouvelle gamme de parkings à vélo au design innovant ainsi que sa gamme de stations de services « Altao » dédiées exclusivement aux cyclistes (lavage, réparation, gonflage, bornes d'information interactives).

**ARTECH&GRAPHISME**

**Mobilier urbain**

M. Duhayer  
[contact@artech-graphisme.com](mailto:contact@artech-graphisme.com)  
 1, rue du Moulin  
 71100 Saint-Rémy  
 T : 06 62 02 43 20  
 F : 03 85 93 31 04  
<http://artech-graphisme.com>

Outre ses activités de communication « tout support », ARTECH & GRAPHISME conçoit du mobilier urbain mesure. Depuis sa création, l'entreprise se positionne comme complémentaire aux grands fabricants de mobilier urbain. Son originalité : fondée par un ancien professionnel de la voirie urbaine, ARTECH & GRAPHISME crée du mobilier urbain compact prenant en compte les problématiques relatives aux conflits d'usage (vélo, piétons, PMR, etc.) ainsi que les systèmes d'exploitation qui s'affairent toute l'année à la propreté des rues.

**BRAUMAT**

**Marquage**

Mme Charrier  
[contact@braumat.fr](mailto:contact@braumat.fr)  
 ZA Le Clair de Lune  
 44360 Saint-Étienne-Montluc  
 T : 02 40 86 91 68  
 F : 02 40 85 90 72  
[www.braumat.com](http://www.braumat.com)

BRAUMAT est un professionnel des équipements pour la signalétique bien connu des équipements et fournitures de gravure, découpe, impression. Outre le secteur de la publicité et des arts graphiques, il propose ses services aux collectivités en ce qui concerne la signalétique et les enseignes. De plus, l'entreprise distribue les machines, allemande et suisse, de marquage vélo Kirba et Secumark. La première se veut simple d'utilisation et économique ; quant à la seconde, commandée par un ordinateur intégré, elle est réputée être très rapide (25 vélos gravés par heure).

**CERTU**

**Institutionnel**

M. Hiron  
[benoit.hiron@equipement.gouv.fr](mailto:benoit.hiron@equipement.gouv.fr)  
 9, rue Juliette-Récamier  
 69456 Lyon cedex 06  
 T : 04 72 74 58 00  
 F : 04 72 74 59 00  
[www.certu.fr](http://www.certu.fr)

Le CERTU est chargé de conduire des études dans le domaine des réseaux urbains, des transports, de l'urbanisme et des constructions publiques, pour le compte de l'État ou au bénéfice des collectivités locales. Depuis sa création en 1994, le CERTU n'a cessé d'étudier les modalités de prise en compte des modes de transports doux en milieu urbain. Les nombreux ouvrages et rapports réalisés par cet organisme sur l'usage du vélo font aujourd'hui figure de points d'ancrage méthodologique pour les professionnels du secteur ainsi que pour tous les « cyclocurieux ».

**CHARTRE EUROPÉENNE**

**de la Sécurité routière**

**Institutionnel**

Mme Aitken  
[martine.aitken@paueducation.com](mailto:martine.aitken@paueducation.com)  
 C-Muntaner 262 3e étage 08021 -  
 Barcelone  
 T : 00 34 933 670 434  
[http://europa.eu.int/comm/transport/index\\_fr.html](http://europa.eu.int/comm/transport/index_fr.html)

Par le biais de sa direction générale de l'Énergie et des Transports, la Commission européenne a élaboré une charte européenne de la sécurité routière. Celle-ci vise à donner à tous les prescripteurs (associations, institutions, entreprises) intéressés par les problématiques de la sécurité routière l'occasion de rendre plus visible leur engagement. Les signataires s'engagent notamment à entreprendre des actions concrètes respectant au moins l'un des dix principes qui composent le corps de la charte. Les différentes approches possibles sont : « comportements des utilisateurs », « sécurité des véhicules », « sécurité des infrastructures », « transport professionnel », « accidentologie ».

**CLEAR CHANNEL**

**Mobilier urbain**

Mme Font  
[cfont@clearchannel.fr](mailto:cfont@clearchannel.fr)  
 4, place des Aigles  
 92100 Boulogne  
 T : 01 41 86 45 56  
[www.clearchannel.fr](http://www.clearchannel.fr)

« Média de la communication extérieure » présent dans 38 pays, CLEAR CHANNEL propose depuis 1998 aux villes désireuses de favoriser l'usage du vélo d'équiper leur territoire avec son concept de vélo à la carte – système de parc vélo en libre-service. L'entreprise gère un parc de vélos à Rennes, Singapour, Drammen, Oslo. Dans les prochaines années, CLEAR CHANNEL entend poursuivre ses travaux de « recherche et développement » dans le secteur des modes de déplacements doux.



**CYCLES MERCIER**

**Fabricant**

M. Bayard  
[b.bayard@cycles-mercier.com](mailto:b.bayard@cycles-mercier.com)  
 BP 61 rue Branly  
 42162 Andrezieux Boutheon  
 T : 04 77 55 54 00  
 F : 04 77 36 65 43  
[www.cycles-mercier.com](http://www.cycles-mercier.com)

La société CYCLES MERCIER appartient au groupe néerlandais ACELL – leader sur le marché allemand et néerlandais. Partenaire de JC Decaux pour le Vélo'V Lyonnais, les CYCLES MERCIER souhaitent être un acteur dynamique et novateur du vélo urbain dans les prochaines années. L'entreprise produit chaque année 110 000 vélos sur son site de Saint-Étienne – mettant ainsi sur le marché français une large gamme de produits adaptés aux divers usages.

**CYCLOGARD**

**Mobilier urbain**

M. Vidonne  
[vidonne@cyctogard.com](mailto:vidonne@cyctogard.com)  
 3 route de Vovray  
 74000 Annecy  
 T : 04 50 45 13 45  
 F : 04 50 51 88 12  
[www.cyclogard.com](http://www.cyclogard.com)

CYCLOGARD propose depuis 1997 une gamme de parkings sécurisés pour les deux-roues qui se veut être une solution efficace pour lutter contre le vol. En effet, ses systèmes de câblage (des produits brevetés) permettent de protéger intégralement le vélo, le scooter ou la moto. Alliances d'esthétique et de sécurité, les parkings s'intègrent bien dans l'environnement tout en tâchant de répondre aux demandes des usagers.

**CYCLO TRANSEUROPE**

**Association**

M. Eric Marchandise  
[contact@transeuropeenne.org](mailto:contact@transeuropeenne.org)  
 32, rue Raymond-Losserand  
 75014 Paris  
 T : 01 46 24 69 44  
<http://transeuropeenne.free.fr>

Fondée en 1996, l'association Cyclo-transEurope a pour objet de contribuer à la réalisation d'une grande véloroute TransEuropéenne unissant les grandes villes d'Europe : Paris-Liège-Berlin-Varsovie-Vilnius-Riga-Tallin-St-Petersbourg-Moscou. Depuis 2001, l'association a décidé de rendre son action publique plus visible en organisant un raid à vélo annuel et des randonnées locales avec trois buts : Faire connaître le

projet de la TSE et son parcours, sensibiliser et mobiliser les autorités publiques, promouvoir le cyclotourisme en France. CyclotransEurope a inscrit son action dans un cadre plus large en adhérant à trois structures nationales (FNAUT, FUBicy, AF3V) et une européenne (AEVV).

**INTERCYCLES**

**Fabricant et distributeur**

M. Jodet  
[contact@intercycles.com](mailto:contact@intercycles.com)  
 9, rue Ampère -  
 Zone Acti-Sud  
 85000 La-Roche-sur-Yon  
 T : 02 51 44 51 51  
 F : 02 51 44 51 55  
[www.intercycles.fr](http://www.intercycles.fr)

INTERCYCLES, fabricant français de vélos, est spécialisé dans les séries spéciales aux couleurs et logos des clients. La production est axée sur des vélos de type « vélos de ville » et VTC. Innovations 2005 d'INTERCYCLES : la création d'un vélo à assistance électrique et d'un vélo à cardan.

**JC DECAUX**

**Mobilier urbain**

M. Baudot  
[frederic.baudot@jcdecaux.fr](mailto:frederic.baudot@jcdecaux.fr)  
 60/640 rue Roque-de-Fillol  
 92800 Puteaux  
 T : 01 47 76 51 30  
 F : 01 47 78 00 57  
[www.jcdecaux.com](http://www.jcdecaux.com)

Inventeur du concept du mobilier urbain en 1964, JCDecaux est un des seuls acteurs mondiaux à exercer exclusivement le métier de la communication extérieure et à en développer toutes les activités : mobilier urbain, affichage grand format, publicité dans les transports. Afin de répondre aux besoins croissants des villes, JCDecaux investit dans la recherche et le développement de mobilier urbain "multifonctionnel" et "intelligent". Dans ce but, le groupe a créé un bureau d'études intégré qui met au point de nouveaux dispositifs conçus pour améliorer l'aménagement urbain. Cyclocity est l'innovation la plus récente proposée aux villes par le groupe afin de répondre à leurs attentes en matière de déplacement doux. Ce nouveau transport public a déjà séduit la Communauté urbaine de Lyon, Vienne (Autriche) ainsi que Cordoue et Gijon (Espagne).

# Altao® : SERVICES et PARKINGS VELOS



**ALTAO® Primo  
Gonflage**



**ALTAO® Primo+  
Gonflage  
Reparation  
...**



**ALTAO® Modulo  
Lavage  
Gonflage  
Reparation  
Information  
...**



**ALTAO® La Station Rando**



**ALTAO® Racks à vélos**

**ALTAO® Parkings vélos**

**ALTAO® Racks à vélos**

**Découvrez la gamme ALTAO® >>> [www.altinnova.com](http://www.altinnova.com)**



Boîtier de gonflage  
ALTAO® Primo  
Café 203 - LYON 1er

- Brevets et modèles déposés -

**JOSE ALVAREZ**  
**Distributeur**  
 M. Salazar  
[dsalazar@josealvarez.fr](mailto:dsalazar@josealvarez.fr)  
 ZI de l'Hippodrome 32020 Auch cedex  
**T : 05 62 60 34 22**  
**F : 05 62 60 34 21**  
[www.josealvarez.fr](http://www.josealvarez.fr)

Entreprise créée en 1950, JOSE ALVAREZ fut d'abord grossiste en pièces détachées dans le sud-ouest de la France. Cinquante-cinq ans après la société fait partie d'un groupe aux diverses activités : netHub. La panoplie des services de JOSE ALVAREZ est quant à elle très large : importation, distribution et construction de cycles, composants et accessoires. Au-delà de la distribution, l'entreprise s'est dotée d'un laboratoire (CYCLIS) de haut niveau pour mesurer la qualité intrinsèque des produits qu'il met à la vente (soit plus de 15 000 références).

**LKF**  
**Revêtement et signalétique**  
 Mme Cevaer  
[vevaer@lkf.net](mailto:vevaer@lkf.net)  
 46, avenue des Frères-Lumière  
 78190 Trappes  
**T : 01 30 13 15 72**  
**F : 01 30 13 17 23**  
[www.lkf.net](http://www.lkf.net)

LKF est spécialisée dans la fabrication de bandes et symboles préfabriqués rétro-réfléchissants en thermoplastique Premark. Marquage routier préfabriqué (prêt à l'emploi), Premark s'applique à l'aide d'un chalumeau. L'avantage de ce procédé : une durée de vie six à huit fois supérieure à celle d'un marquage routier peint. Premark a été certifié par l'Asquer : PMA NF1 et PMA NF2 (NF-Equipements).

**MOVIMENTO**  
**Conseil/bureau d'études**  
 M. Perruca  
[service.location@movimento.coop](mailto:service.location@movimento.coop)  
 5, port Saint-Sauveur 31000 Toulouse  
**T : 05 62 17 23 54**  
**F : 05 62 17 50 16**  
[www.movimento.coop](http://www.movimento.coop)

Créée en 2002, l'association MOVIMENTO assure des missions de conseil et d'études dans le domaine des mobilités urbaines alternatives à la voiture particulière, et offre des prestations de services. À l'heure actuelle, l'association gère 3 vélo-stations sur Toulouse (soit un parc de 1 500 vélos). Avec ses nouveaux partenaires techniques, MOVIMENTO entend se positionner comme un acteur vélo à part entière, tant en termes de conception et de définition de programmes ayant trait à l'alternativité qu'en termes d'opérateur de services vélo.

**Groupe RATP**  
**Transports urbains/ Location vélos**  
 M. Berardo  
[jean-claude.berardo@ratp.fr](mailto:jean-claude.berardo@ratp.fr)  
 64, quai de la Rapée - LAC A34  
 75599 Paris cedex 12  
**T : 01 58 78 36 18**  
**F : 01 58 78 34 92**  
[www.ratp.fr](http://www.ratp.fr)  
[www.rouelibre.fr](http://www.rouelibre.fr)

Au-delà de ses différentes missions de transporteur classique, le Groupe RATP montre depuis plus de vingt ans son intérêt pour le vélo urbain avec son produit Roue libre (qui cumule 150 000 locations depuis 1998 et plus de 10 000 participants aux balades guidées). Cette année, le Groupe RATP a présenté aux congressistes sa gamme de produits/services à l'attention des collectivités territoriales ainsi qu'aux entreprises. Elle a également eu l'occasion de dévoiler son projet de recherche et développement sur un nouveau « concept vélo ». De plus, il est à noter qu'en sa qualité d'exploitant francilien, la RATP ouvre progressivement – lorsque cela est techniquement possible – son réseau au transport des vélos. Un service qui facilite la complémentarité entre le vélo urbain et les transports en commun et une approche assurément très active de la question intermodale.

**SHIMANO France**  
**Equipementier**  
 M. Desprez  
[Philippe.desprez@shimano-eu.com](mailto:Philippe.desprez@shimano-eu.com)  
 Rue Georges-Clemenceau - BP 45  
 62052 Saint-Laurent-Blangy cedex  
**T : 03 21 73 25 25**  
**F : 03 21 35 84 27**  
[www.shimano.com](http://www.shimano.com)

SHIMANO France est la filiale française de la société SHIMANO Inc. Outre des produits de sa propre fabrication, l'entreprise distribue de nombreuses marques d'accessoires pour le vélo (Élite, Pro, Profile, SKS, Michelin). S'appuyant sur son expertise technique, elle a conçu Nexus, une gamme de produits dédiés spécifiquement à l'usage du vélo en milieu urbain.

**TRANSPOLE**  
**Distributeur**  
 M. Decornet  
[odecornet@transpole.fr](mailto:odecornet@transpole.fr)  
 908 avenue République  
 59700 Marcq-en-Barœul  
**T : 03 20 81 43 43**  
[www.transpole.fr](http://www.transpole.fr)

Filiale du groupe Keolis, TRANSPOLE exploite le réseau des transports publics urbains de l'agglomération lilloise. Par ailleurs, pour encourager la pratique du vélo, l'entreprise a développé des services sur mesure. Outre un service de location et de gardiennage de vélos basé à Tourcoing, Transpole a innové en permettant – selon certaines modalités – aux cyclistes de prendre le tramway avec leurs vélos. Autre expérimentation intéressante : les stations et relais « Oxygène » qui proposent des vélos à assistance électrique et des Segway.

**Sans oublier les partenaires institutionnels locaux présents parmi les exposants :**

- Ville de Lille  
[www.mairie-lille.fr](http://www.mairie-lille.fr)
- Ville de Dunkerque  
[www.ville-dunkerque.fr](http://www.ville-dunkerque.fr)
- Ville de Calais  
[www.mairie-calais.fr](http://www.mairie-calais.fr)

**Éditeur :**  
 Ville & Vélo Eurl  
 33 rue du Faubourg-Montmartre  
 75009 Paris

**Directeur de la publication :**  
 Denis Baupin

**Rédactrice en chef :**  
 Véronique Michaud

**Secrétariat de rédaction, mise en page :**  
 Édouard de Ferrières,  
 Denis Desailly

**Ont collaboré à ce numéro :**  
 Claude Lisbonis  
 Frank Lemarc  
 Véronique Cézard

**Rédaction / Abonnements :**  
 Ville & Vélo  
**T 01 56 03 92 14**  
**F 01 56 03 92 16**  
[info@villes-cyclables.org](mailto:info@villes-cyclables.org)

**Photos :**  
  
 Club des villes cyclables  
 Denis Desailly

**Publicité :**  
 IM Régie :  
 Marc Grand, directeur  
 Véronique Annereau  
 23, rue Faidherbe  
 75011 Paris  
**T 01 40 24 14 90**  
**F 01 40 24 22 70**  
[v.annereau@impub.fr](mailto:v.annereau@impub.fr)

**Conception maquette & couverture :**  
 Studio Desailly  
 Denis Desailly  
 13, rue Pascal 75005 Paris  
**T 01 45 35 79 71**  
**F 01 43 36 30 17**  
[desailly@club-internet.fr](mailto:desailly@club-internet.fr)

**Illustrations en pâte à modeler :**  
 Isabelle Duval

**Photogravure et impression :**  
 LVRI  
 44 avenue de Lattre-de-Tassigny  
 91 100 Corbeil-Essonnes  
**T 01 60 89 06 22**  
[lvri@lvri.fr](mailto:lvri@lvri.fr)

ISSN 1631 – 3054

Dépôt légal :  
 4<sup>e</sup> trimestre 2005

**N° CPPAP :** en cours.  
 Ville & Vélo est membre du SPEJP.

**B U L L E T I N D ' A B O N N E M E N T**

À compléter et à retourner à :  
**Eurl Ville & Vélo** 33 rue du Faubourg Montmartre 75009 Paris



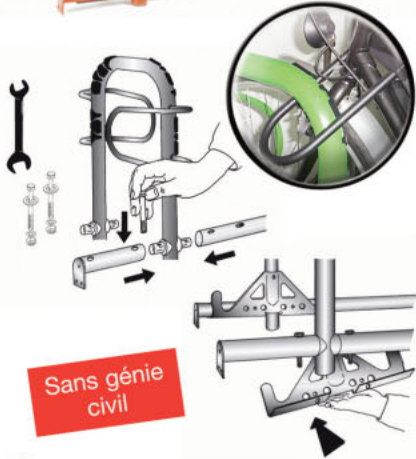
- > Tarif : 1 an / 6 numéros: **20 euros TTC**
- > Tarif adhérents du Club des villes cyclables: **15 euros TTC**
- Collectivité, société, association.....
- Nom..... Prénom.....
- Fonction.....
- Adresse.....
- Tél..... E-mail.....@.....
- > Je souhaite ..... abonnement(s) à **Ville & Vélo**
- > Je paierai à réception de facture
- > Je souhaite recevoir une facture acquittée

Ci-joint mon règlement par chèque à l'ordre de Ville & Vélo d'un montant de ..... euros

# Réconcilier le vélo et la ville...



**ABUS**  
Revendeur



**AGUIDON PLUS**  
[www.aguidonplus.fr](http://www.aguidonplus.fr)



**AGUIDON PLUS**  
29, rue Rieussec - BP 44  
78220 VIROFLAY  
Tél.: 01 30 24 60 95  
Fax: 01 30 24 60 96



... avec le spécialiste du parking à vélos !



## Gérard Collomb

Sénateur-maire de Lyon, président du Grand Lyon

### 1) Plus qu'un vélo en libre-service, Vélo'V est-il un nouveau service de mobilité ?

Vélo'V est un "transport public-individuel" développé par un prestataire privé, JC Decaux, dans le cadre d'un contrat lié à l'occupation du domaine public du Grand Lyon. Derrière cette définition compliquée, il y a effectivement un service de mobilité radicalement nouveau qui oblige l'ensemble des acteurs publics à repenser leur manière de gérer la ville. La ville de Lyon, au titre de la police de la circulation, le Grand Lyon au titre de la gestion de l'espace public et des voiries, le Sytral en tant qu'autorité organisatrice des transports qui voit apparaître un nouveau mode complémentaire du transport collectif et enfin l'exploitant Keolis qui doit composer avec ce nouveau service. C'est une véritable révolution. En outre, l'effet-volume constitué par la mise à disposition de 2000 Vélo'V dès l'ouverture et de 2000 Vélo'V supplémentaires dans un délai de deux ans montre bien qu'il ne s'agit pas d'un gadget mais réellement d'un nouveau service.

### 2) Comment expliquez-vous l'engouement immédiat des Lyonnais pour Vélo'V ?

La facilité d'utilisation du système des bornes en libre-service, la densité du maillage (150 stations lors de l'inauguration au printemps dernier, 173 fin 2005, 300 stations à terme), l'accessibilité totale par cartes bancaires, et enfin la quasi-gratuité du système pour ceux qui disposent d'une carte longue durée ou d'une carte Tecely (celle du réseau de transports en commun) sont autant de facteurs qui ont joué dans cet engouement. Mais plus fondamentalement cela révèle qu'il y avait une demande latente très forte de populations urbaines pour se déplacer

rapidement sur des distances courtes (entre 2 et 2,5 km) et sur des durées limitées (moins de 15 minutes en moyenne). Vélo'V est une véritable réponse à la demande de déplacements de ce type qu'ils soient professionnels ou de loisirs. On utilise Vélo'V pour aller au travail le matin, rentrer chez soi le soir, aller à un rendez-vous en centre-ville ou faire une course dans la journée, se promener avec des amis le jour comme la nuit... C'est plus rapide qu'à pied, plus plaisant qu'en bus, plus sain pour le corps. Chacun, quel que soit son âge et quel que soit son profil sociologique, en fait l'expérience. Les premières enquêtes révèlent cependant que l'utilisateur de



Vélo'V est plutôt un homme (60 %), plutôt jeune (55 % ont moins de trente ans) et avec un profil socioprofessionnel assez typé : un tiers est constitué de cadres ou de professions libérales, un autre tiers d'étudiants. La qualité et le design du Vélo'V sont aussi des facteurs qui ont permis l'appropriation rapide du Vélo'V par les habitants du Grand Lyon.

### 3) L'essor du vélo, plus globalement des modes doux, implique-t-il une autre approche de la ville, ou en résulte-t-il ?

Quand il y a près de 38 000 abonnés Vélo'V

(dont 32 000 longue durée), et que ces usagers de 7 h 00 du matin à minuit (et même au-delà) sont présents en permanence dans la ville, nous sommes obligés d'avoir une vision différente de la voirie, des trottoirs, de l'espace public en général. Cela nous a notamment fortement motivés pour développer dans la presqu'île et sur le plateau de la Croix-Rousse une zone 30 très vaste. Cela oblige aussi à repenser les relations entre les usagers de l'espace public. Les cyclistes sont en situation de victimes de la voiture et il faut chercher à les protéger lorsque les vélos sont très minoritaires sur la voirie, mais s'ils sont beaucoup plus nombreux et envahissent les trottoirs du centre-ville, ce sont des personnes plus fragiles, en particulier les personnes âgées, les jeunes enfants, qui peuvent être les victimes du vélo, surtout quand apparaissent certaines pratiques "sauvages". Le phénomène reste très minoritaire, mais il convient d'être vigilant, et plutôt que s'engager dans une politique de répression (qui, au demeurant, serait inefficace) il faut faire un énorme travail de pédagogie. D'où la campagne de communication avec deux slogans forts – "À vélo on n'empiète pas sur le trottoir des autres" et "À vélo, on roule au pas dans les zones piétonnes" – que nous avons réalisée pour inciter les cyclistes et notamment les Véloveurs à être plus respectueux des piétons. En tout état de cause, le phénomène Vélo'V démontre que nous avons vu juste dans le développement volontariste des modes doux. Il faut poursuivre les aménagements de pistes cyclables ou de bandes cyclables afin que le vélo reprenne toute sa place dans la ville et qu'il constitue durablement une alternative à la voiture. ■

## 3 repères

- **le 19 mai 2005** : mise à disposition de Vélo'V répartis sur 150 stations à Lyon et Villeurbanne (à terme il en est prévu 4000)

- **300 mètres** : c'est la distance qui sépare deux stations Vélo'V (cela équivaut à moins de 5 minutes à pied)

- **38 000** : c'est le nombre d'abonnés Vélo'V (dont 32 000 longue durée).