

V i l l e s  
& v i l l e s  
o



n° 27 dossier > pages 6 à 18

mai/juin 2007



# Vélo en libre-service\* > le vélo sur un plateau ?

\* jalons et enjeux d'un nouveau service urbain

la parole à > Dominique Lamouller > page 20

# JCDecaux

## NOS INGÉNIEURS AVAIENT LA TÊTE DANS LE GUIDON

## MAIS ILS N'ONT PAS PERDU LES PÉDALES

## AUJOURD'HUI, LEUR PETITE REINE EST 4 FOIS ÉLUE...



Trophée du vélo 2005



Trophée 2005 L'Usine Nouvelle



JANUS 2006  
DE L'INDUSTRIE



Prix Entreprises & Environnement 2006

**Récompensé par ces quatre prix, Cyclocity symbolise l'esprit d'innovation et de citoyenneté de JCDecaux.**

Trophée du vélo 2005, Trophée 2005 L'Usine Nouvelle, Janus 2006 de l'Industrie, Prix Entreprises et Environnement 2006... des récompenses qui ont salué le talent de toutes les équipes JCDecaux ayant travaillé

sur ce concept innovant de vélos en libre-service. Autant de reconnaissances institutionnelles d'un véritable succès populaire en France et à l'étranger : ce nouveau transport collectif individuel parcourt chaque jour plus de 45 000 km.

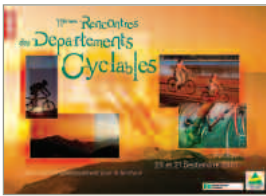


# agenda 2007



**Université d'été de l'EIVP**  
"La ville durable : décision, action, financement, communication"  
**Paris**

> 20 août / 7 septembre  
Programme et inscription :  
[www.eivp-paris.fr/](http://www.eivp-paris.fr/)



**11<sup>es</sup> Rencontres des départements cyclables**  
"Le vélo, atout pour le développement des territoires"  
**Aurillac**

> 20 et 21 septembre  
Programme et inscription :  
[www.departementscyclables.org/](http://www.departementscyclables.org/)



**22<sup>es</sup> journées AGIR**  
"Le transport public : acteur du développement durable"  
**Angoulême**

> 20 et 21 septembre  
Programme et inscription :  
[www.agir-transport.org/](http://www.agir-transport.org/)



**Semaine européenne de la mobilité**  
> 16-22 septembre  
Enregistrement des programmes d'actions du 1<sup>er</sup> mai au 5 septembre:



**17<sup>e</sup> Congrès du club des villes cyclables**  
"Le vélo aux rythmes de la ville"  
> 17,18,19 octobre  
**Lyon**

en partenariat avec le Grand Lyon  
Programme et inscription :  
septembre 2007  
[www.villes-cyclables.org](http://www.villes-cyclables.org)



## Quand vous voulez...

# L'édito

édition 2007 de la fête du Vélo vient de se terminer. C'était un très bon cru, révélateur du dynamisme local avec quelque trois cents sites, des manifestations originales, une forte participation un peu partout en France. L'occasion pour les médias de constater – et souvent de titrer – que « le vélo en ville, c'est parti ! », et c'est bien notre avis. Le plaidoyer en faveur du mode de déplacement et de l'outil au service du développement durable de nos territoires est aujourd'hui facilité par des réalisations visibles et par l'excellent accueil que les populations leur réservent. Notamment quand elles sont innovantes comme en témoignent le vélo en libre-service à Lyon depuis deux ans et, très prochainement, dans d'autres villes françaises. En cette fin de mandature, le contexte a changé. L'encouragement au vélo ne prête plus systématiquement à sourire dans les milieux « sérieux ». Il est vrai que la mise en œuvre et le succès immédiat de Vélo'v il y a tout juste deux ans ont bien aidé en balayant au passage beaucoup d'idées reçues s'agissant aussi bien de l'insécurité que de la ringardise supposée du vélo. L'innovation a apporté la preuve que le vélo est un service

à la mobilité. À part entière! Elle apporte un sérieux coup de pouce aux politiques cyclables en installant de façon visible le vélo dans la mobilité durable. Les collectivités locales s'engagent, le grand public approuve, les relais d'opinion suivent... Pourtant, force est de constater qu'il y a encore un absent dans le paysage : l'État! Il a fallu attendre deux ans pour que l'une des propositions du rapport Le Brethon, remis par son auteure au Premier ministre en mars 2004, se concrétise avec la nomination d'un coordonnateur interministériel pour le développement de l'usage du vélo en avril 2006. Un an plus tard, notre Monsieur Vélo national a multiplié les échanges avec l'ensemble des acteurs du vélo et les ministères concernés, rencontré ses homologues européens et élaboré un plan vélo. Pendant la même période, la démarche nationale pour l'évolution du Code de la route vers un Code de la rue, initiée par le Club des villes cyclables lors de son congrès à l'automne 2005 à Lille, a été mise en œuvre et des propositions précises ont été élaborées à l'issue d'un processus de concertation et de coproduction très sérieux. Pourtant, les engagements publics du ministre des Transports, à plusieurs reprises, sur la mise en place officielle d'un plan vélo et l'adoption d'une première série de modifications réglementaires dans le cadre de la démarche Code de la rue n'ont pas abouti. Le constat pourrait être décourageant. Choisissons de considérer la situation autrement. Un nouveau ministre vient de prendre ses fonctions. Et des fonctions différentes. Jean-Louis Borloo, ministre d'État, est en charge des problématiques d'environnement, de transports et d'aménagement du territoire, soit un ensemble cohérent et une marge de manœuvre importante. Je viens de lui écrire pour solliciter une audience du Bureau du Club des villes cyclables. Audience que nous espérons obtenir dans les prochaines semaines.

Bonne nouvelle pour notre nouveau ministre : tout est prêt pour que l'État joue son rôle aux côtés des acteurs locaux, des collectivités territoriales et des associations, et donne un signal fort qu'il croit au vélo. Alors, Monsieur le ministre, Monsieur le Premier ministre, pour le développement de l'usage du vélo... c'est quand vous voulez!

Denis Baupin,  
Président

# texto-vélo

## Transeuropéenne

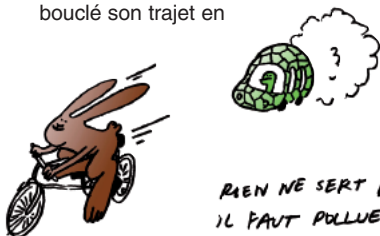
Du nom du projet de véloroutes qui reliera Saint-Jacques-de-Compostelle à Moscou et Trondheim, la randonnée annuelle empruntera en 2007 un itinéraire de Maastricht à Paris.

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

## Match modal

Quatre adjoints au maire de Dijon se sont prêtés à une compétition inédite dans le cadre de la fête du Vélo : faire un aller-retour entre la place de la Libération et la gare en utilisant une voiture, un bus, un vélo ou ses chaussures, dans le moins de temps possible et en respectant le Code. La course a eu lieu le vendredi à 17 heures.

➔ L'Ademe a apporté son concours pour mesurer la pollution induite et le coût de chaque mode de déplacement. Vainqueur : l'élue à vélo qui a bouclé son trajet en



RIEN NE SERT DE CONDUIRE  
IL FAUT POLLUER MOINS !

16 minutes. Numéro 2 : le bus, précédant d'à peine 2 minutes le piéton. 39 minutes plus tard, l'automobiliste se gara...

## Nouméa à vélo

Le Comité régional de cyclisme de la province sud a organisé la première édition de la fête du Vélo en Nouvelle-Calédonie

## Enquête vélo et santé

Une équipe transdisciplinaire de l'université de Louvain en Belgique recherche, dans le cadre d'une enquête sur les risques et les bénéfices pour la santé de la pratique du vélo, des cyclistes quotidiens et occasionnels.

[www.shapes-ssd.be](http://www.shapes-ssd.be)

## Vélobus

Non seulement les lignes de Vélobus inaugurées en avril rencontrent un très bon succès à Saint-Aubin-du-Médoc et offrent une alternative à la voiture, mais la ville fait l'économie d'un service de bus scolaire.

➔ Le Vélobus fonctionne toute l'année. En cas de forte intempérie, les parents sont avertis par SMS, et un bus assure le ramassage.

## Obésité

Les Français prennent du poids depuis vingt ans. Mais pas tous au même rythme. Ce constat est dressé par l'INSEE. En 2003, 3,6 millions d'adultes de moins

de soixante-cinq ans étaient atteints d'obésité.

➔ Cette maladie ne progresse pas au même rythme dans tous les milieux sociaux. L'augmentation est plus soutenue chez les agriculteurs et chez

les ouvriers que chez les cadres. Et pour l'INSEE, « les écarts entre catégories sociales en matière d'obésité pourraient encore s'accroître dans les prochaines années ».

## LES TROPHÉES DU VÉLO 2007



Parrainé par le ministère de l'Écologie, du Développement et de l'Aménagement Durables, ce concours est organisé par le **Comité de Promotion du Vélo**.

Le concours vise à récompenser des actions en faveur de l'usage du vélo dans trois de ses composantes : pratique utilitaire, de loisirs et de tourisme.

**Pour l'édition 2007, trois thèmes sont proposés :**

- 1 Choisir le vélo : des initiatives pour convaincre et encourager ce choix
- 2 Vélo et transports publics : une combinaison gagnante
- 3 Vélo et initiatives économiques

Comme chaque année, les candidats sont classés en trois catégories : collectivités territoriales, associations, entreprises.

Le concours est doté de 30 vélos par « Tous à

vélo ! » Conseil national des professions du cycle.

Les prix seront remis vendredi 19 octobre en conclusion du 17<sup>e</sup> congrès du Club des villes cyclables qui se tiendra à Lyon les 17, 18 et 19 octobre 2007.

Les initiatives lauréates feront l'objet d'une large information aussi bien auprès des publics impliqués dans la mise en œuvre d'une politique cyclable que du grand public, notamment grâce à une action de relations presse.

**Clôture des candidatures : jeudi 27 septembre 2007.**

**Règlement et dossier de candidature à télécharger :**

[www.fubicy.org](http://www.fubicy.org)  
[www.villes-cyclables.org](http://www.villes-cyclables.org)  
[www.departements-cyclables.org](http://www.departements-cyclables.org)  
[www.tousavelo.com](http://www.tousavelo.com)  
[www.filieresport.com](http://www.filieresport.com)

## vite dit

### le gilet de sécurité vélo

Un concours organisé par le Comité de Promotion du Vélo, organisateur national de la fête du Vélo, en partenariat avec le Studio Berçot, école de stylisme de mode. Pour sa sécurité, et celle des autres, le cycliste doit être bien visible. Des étudiant(e)s du Studio Berçot ont créé des prototypes de gilet de sécurité vélo qui donnent envie d'être portés. Trois lauréates ont été primées.



2<sup>e</sup> prix  
Maria  
Ribeiro

1<sup>er</sup> prix  
Heidi  
Mueller

3<sup>e</sup> prix  
Gina  
Park

1<sup>er</sup> prix > Heidi Mueller



Au musée Galliera, musée de la Mode de la Ville de Paris, les candidat(e)s et les membres du jury

Denis Baupin, président du Comité de Promotion du Vélo, adjoint au maire de la Ville de Paris, a remis le 29 mai dernier les prix aux 3 lauréates du concours « *Le gilet de sécurité : objet de mode* » au musée Galliera, musée de la Mode de la Ville de Paris, en présence de Catherine Join-Diéterle, directrice du musée Galliera, et de Marie Rucki, directrice du Studio Berçot, école de stylisme de mode.

### Les membres du jury :

- Didier Huré, délégué général de Tous à vélo, Conseil national des professions du cycle
- Bertrand Houillon, Fédération française de cyclotourisme
- Catherine Join-Diéterle, directrice du musée Galliera, musée de la Mode de la Ville de Paris
- Hubert Peigné, coordonnateur interministériel pour le développement de l'usage du vélo
- Véronique Michaud, secrétaire générale du Club des villes cyclables
- Élisabeth de Senneville, techno-designer

/// Chaque année, il arrive en Calédonie neuf mille voitures neuves. L'infrastructure routière ne peut pas suivre. On va donc vers des difficultés. Il faut pousser les gens à prendre le vélo pour se déplacer et redonner au vélo sa place dans la circulation urbaine. ///

François Levacher du Comité régional de cyclisme de Nouvelle-Calédonie à l'occasion de la première édition sur l'île de la fête du Vélo, in *Le Nouveau Calédonien*, 18 mai 2007.

/// Le double sens est à la fois un outil d'aménagement et l'étincelle qui permet de mettre davantage de monde à vélo. ///

Christophe Raverdy, président de la FUBicy, Fédération française des usagers de la bicyclette, in *Le Progrès*, 20 mai 2007.



Conception et coordination :  
Claude Lisbonis Communication

Heid Mueller / Studio Berçot /  
Comité de promotion du vélo  
Photographe : Iorgis Matyassy



eux ans. Il n'aura fallu que deux ans pour passer d'une expérience – Vélo'v à Lyon – à une petite révolution. Dans quelques jours, ce sera le lancement du vélo en libre-service à Paris (Vélib'), à une échelle encore jamais vue dans le monde ; et la même période (printemps et été 2007)

verra émerger d'autres modèles,

dont le plus attendu est probablement Orléans, première agglomération à lancer un système de grande ampleur sans recours aux opérateurs de publicité.

Nous sommes donc sans doute, en la matière, à la croisée des chemins. C'est l'occasion de faire le point sur le vélo en libre-

service. D'où vient-il ? Comment fonctionne-t-il ? Quels sont ses avantages et ses inconvénients ? Que penser de l'irruption des publicitaires dans le domaine du vélo ? Existe-t-il des alternatives ? Tour d'horizon.



Illustrations > Sabine Hurault de Ligny

## ..... VLS > le vélo sur un plateau ?

### 1 Vélo en libre-service > de quoi parle-t-on ?



ue de chemin parcouru entre les premières expériences collectivistes post-soixante-huitardes et la situation actuelle, où le marché du VLS<sup>1</sup> en France est presque entièrement occupé par des géants du très capitaliste marché publicitaire... Le vélo – qui l'eût cru ? – est devenu dans la foulée un enjeu économique et financier majeur.



La mise à disposition de vélo en libre-service ou "le vélo par la preuve". Ici, Lyon, une des villes pionnières, dotée depuis mai 2005.

Longtemps, le vélo a été associé à une image plutôt anticonformiste : dans ces époques lointaines où la voiture était reine, l'usager du vélo – on ne parle pas ici des forçats du Tour de France – était forcément une sorte de baba cool écolo et un peu décalé. Et maintenant ? Maintenant, des sociétés comme JC-Decaux – pas exactement anticonformistes ni babas cool – ont réussi à booster l'usage du vélo comme personne ne l'avait fait jusqu'à présent. Maintenant, dans les grandes agglomérations du moins, la politique vélo se chiffre en millions d'euros, on assiste à des rebondissements dignes des meilleurs thrillers, et des vélos bourrés d'électronique embarquée apparaissent par milliers sur la voie publique. Oui, le monde change... Mais comment en est-on arrivé là ?

#### Un peu d'histoire...

L'histoire du VLS s'est faite en trois grandes étapes : la première, c'est l'après-68, quand l'idée de fournir des vélos à tous rimait plus avec l'ex-

trême gauche qu'avec les grands groupes industriels. En 1968 donc, à Amsterdam, Luud Schimmelpennink lança une idée révolutionnaire : récupérer des vélos (par donation) et les laisser dans la rue, tout simplement, à la disposition de tous. Ce fut le lancement des White Bikes («Bicyclettes blanches»), considérées aujourd'hui comme la toute première génération de VLS. Cette expérience devait échouer : les vélos étaient détériorés, volés, voire jetés dans les canaux, et devenaient souvent dangereux à utiliser.

La deuxième génération a vu le jour en 1995 à Copenhague. Une association sociale danoise (Fonden Bycyklen i Kobenhavn) lance l'idée d'un prêt de vélo en échange d'une faible caution – à la manière, tout simplement, des Caddie de supermarché que l'on déverrouille à l'aide d'une pièce. Pour éviter les vols, des vélos spécifiques sont mis au point, avec des pièces détachées difficiles à trouver sur le marché pour un particulier. Déjà, la publicité fait son apparition – le vélo lui- ● ● ●

#### Bicyclettes gratuites au Luxembourg

Le système de Copenhague, créé en 1995, a au moins fait une émule : la commune d'Esch-sur-Alzette, au Luxembourg, qui a repris entièrement le concept danois. Cent dix vélos sont mis à la disposition des usagers, vingt-quatre heures sur vingt-quatre, toute l'année. Les vélos sont débloqués grâce à une pièce de 2 euros, restituée lorsque l'utilisateur rapporte la machine.

C'est le Centre d'initiative et de gestion local qui a mis en place le système – une association construite sur le modèle de ce que l'on appellerait ici l'ESS, l'économie sociale et solidaire : les quatre personnes chargées de l'entretien du dispositif sont d'ex-demandeurs d'emploi.

Au bout de deux ans de pratique, le système a été amélioré, notamment au niveau de la consigne : il fallait en effet faire face à de nombreuses tentatives visant à forcer le consigneur. À présent, ce n'est plus une pièce de monnaie qui est utilisée, mais une carte-jeton, obtenue en échange d'une caution de 20 euros, restituée quand l'utilisateur rend sa carte.

Le dispositif a trois sources de financement : les vélos sont payés par l'association et le budget de fonctionnement est payé par la commune et par le ministère du Travail. De la publicité peut également être apposée sur les vélos.

<sup>1</sup> Nous utiliserons dans ce dossier l'abréviation VLS pour vélo en libre-service

● ● ● même étant un support publicitaire, dont le produit est censé financer le service.

On le voit, il fallait, pour que le VLS se développe réellement, trouver un système permettant de limiter les vols. Cela n'a été rendu possible qu'avec l'arrivée des nouvelles technologies, marquant la troisième génération de VLS. Cette fois, le procédé couple des vélos munis de systèmes complexes d'électronique embarquée et des logiciels non moins complexes de suivi en temps réel. Avec cette méthode, c'est la fin du prêt anonyme : pour pouvoir louer un vélo, il faut s'identifier, ce qui rend évidemment les vols plus difficiles.

La première expérience revient encore une fois à Luud Schimmelpennink – qui avait décidé de la suite dans les idées ! – avec le système Depo Bike à Amsterdam, sans lendemain pour cause de difficultés techniques insurmontables. Puis, ce fut Rennes en 1998 : entrée en scène des publicitaires.

## De Rennes à Lyon

Ce n'est pas Decaux mais Clear Channel, son concurrent principal, qui a introduit le vélo en libre-service en France. Le système Vélo à la carte fut, dès le début, couplé à un marché publicitaire. Clear Channel proposa à la ville rennaise deux solutions si la société était choisie pour le marché de la gestion du mobilier urbain : ou bien elle reversait à l'agglomération 5% des recettes publicitaires ; ou bien elle n'en reversait que 2,5%, mais finançait un système de vélo en libre-service.

Grâce à cette idée, Clear Channel – la société s'appelait alors Adshel – emporte le marché face à JC-Decaux. Le projet est lancé à une échelle relativement modeste, si l'on compare rétroactivement ce qui s'est fait depuis : deux cents vélos sont mis à la disposition du public, dans vingt-cinq



Rennes, l'agglomération pionnière en France en matière de VLS. Le système "Vélo à la carte" (Clear Channel France) fonctionne depuis juin 1998.

stations. Les usagers qui le souhaitent s'inscrivent auprès de la mairie. Il leur est délivré une carte magnétique en échange d'une caution de 23 euros. Dès lors, on n'a plus qu'à se servir : l'usage des vélos est gratuit mais limité à deux heures. Ce qui caractérise le système – et ce qui garantit son succès, on y reviendra –, c'est qu'il permet le *one way use*, que l'on pourrait traduire par « aller simple » : on peut louer son vélo dans une station et le rendre dans n'importe quelle autre. Ce concept est réellement la clé du succès du VLS.

À partir des années 2000, toutes sortes de systèmes ont vu le jour en Europe, en s'appuyant toujours sur les technologies modernes – téléphones portables, cartes magnétiques ou à puce, GPS embarqué pour localiser le vélo. En 2002, c'est l'apparition de Call a Bike, à Berlin, organisé non par un publicitaire mais par une filiale de la Deutsche Bahn – la SNCF allemande. Call a Bike marque un premier changement d'échelle, avec mille sept cent cinquante vélos proposés.

Pendant ces années d'expérimentation, à la recherche de modèles économiquement viables, certaines propositions novatrices ont échoué. Ainsi, l'entreprise Omniprésence, fondée en 1998 et développée à partir de l'année 2000 par un jeune entrepre-

neur français, proposait aux collectivités locales un système permettant de mettre gratuitement à disposition des vélos en libre-service. Le système reposait également sur un financement par la publicité. À ceci près que, dans le cas d'Omniprésence, le vélo était le support de communication. Avec un design proche d'une aile de papillon, le vélo transportait à travers la ville les annonces publicitaires sur ses flancs. Les six villes signataires étaient alors Bordeaux, La Seyne-sur-Mer, Toulon, Valenciennes, Arras et Avignon. L'entreprise cessa toute activité quelques mois après avoir lancé son produit.

En 2003 et 2004 apparaissent City Bike à Vienne et OyBike à Londres. Puis vient 2005 et Vélo'v à Lyon. Pourquoi cette date marque-t-elle une révolution ? Parce que le nombre de vélos proposé (quatre mille) explose et que le succès dépassera de très loin les espérances de ses promoteurs. Et pourtant... Quatre mille vélos, c'est bien loin des vingt mille six cents qui seront mis en service à Paris à la fin de l'année 2007. En la matière, il semble qu'il y ait une véritable inflation, fruit de la concurrence acharnée que se livrent Cats and Dogs, ainsi que l'on appelle, paraît-il, les frères ennemis Clear Channel et Decaux dans le monde de la pub. Mais de cette inflation, ce ne sont ● ● ●

## Le VLS éligible au VT ?

...ou, pour les non-initiés : le vélo en libre-service pourrait-il être financé sur les fonds du versement transport ? Certains n'hésitent pas à poser la question, dans la mesure où le VLS se veut, pour reprendre l'expression qui a fait florès, un « mode de transport individuel collectif ». Dès lors, pourquoi ne pas le faire bénéficier du financement payé par les entreprises ?

C'est une solution à laquelle est favorable, notamment, Florence Larcher, d'Effia, non pas tant pour des questions de coût, mais parce que « cela obligerait à évaluer l'efficacité des dispositifs ». Denis Baupin trouve également l'idée « intéressante et à creuser ».

De son côté, Hubert Peigné est plus réservé : « Je n'en vois pas la nécessité pour l'instant. Ce serait de toute façon une erreur de le faire trop vite, parce que cela risquerait d'inciter les collectivités locales à ne pas réfléchir à inventer d'autres systèmes. Je crois donc qu'avant de se poser cette question il faut continuer de multiplier les expériences, et tout essayer. »

De toute façon, un tel fonctionnement ne pourrait être adapté au mode de fonctionnement existant : pour pouvoir être éligible au VT, le VLS devrait obligatoirement fonctionner ou en régie ou sous forme de délégation de service public, comme un réseau de transport.

## Marseille se lance aussi

La communauté urbaine Marseille-Provence-Métropole (MPM) a choisi JC-Decaux pour fournir son VLS (mille vélos, cent trente stations) qui sera inauguré parallèlement au nouveau tramway. Decaux >>>





● ● ● certes pas les amateurs de vélo qui se plaindront!

Selon un pointage réalisé en mars dernier par la revue *Ville et Transports*, douze agglomérations ont à ce jour passé un appel d'offre portant sur le VLS : Rennes, Lyon, Rouen, Paris, Mulhouse, Besançon, Aix-en-Provence, Marseille, Montpellier, Toulouse, Orléans, Nantes. Dans dix cas sur douze, ces marchés sont couplés à un marché publicitaire – les exceptions étant Orléans et Montpellier. Combien d'autres agglomérations pourraient se voir tentées par un système analogue? C'est difficile à dire. Il semble que, pour les publicitaires, la mise en place du VLS ne soit pas intéressante en deçà de deux cent mille habitants. Pour les agglomérations plus petites, nul doute que l'expérience d'Orléans, qui a passé un contrat sec, c'est-à-dire de location de vélo pure, sans publicité, sera analysée de près dans les mois qui vont venir. Nous y reviendrons.

## Les clés du succès

Pour reprendre l'expression d'un célèbre présentateur de la télévision, le VLS, comment ça marche? En résumé, tout se passe de la façon suivante : la ville est parsemée de stations où sont attachés des vélos. La station est équipée d'une borne capable de lire les cartes magnétiques. L'abonné utilise sa carte pour s'identifier; le vélo est libéré. À son point d'arrivée, l'utilisateur remet le vélo dans une place disponible, et le tour est joué.

En réalité, les clés du succès sont multiples; pour que le système soit plébiscité comme il l'est à Lyon – avec dix ou douze locations de chaque vélo par jour –, il faut réunir plusieurs ingrédients. C'est ce que pense Benoît Beroud, auteur, en 2006, d'un mémoire de Master de recherche (laboratoire d'économie des transports, université Lyon-II), intitulé : *Vélo'v : un service de mobilité de personnes à transférer?* : «Les principales caractéristiques d'un système automa-

*tisé efficace de location de vélos sur l'espace public sont multiples. Il faut d'abord que le système fonctionne vingt-quatre heures sur vingt-quatre. Que l'on puisse prendre le vélo à un endroit et le laisser à un autre. Enfin, qu'il y ait un très grand nombre de points de départ et de points d'arrivée.»*

Ce dernier élément est peut-être le plus fondamental si l'on souhaite que le système fonctionne réellement : «*Si une personne veut se déplacer, poursuit B. Beroud, il faut qu'elle trouve une station d'origine et une station*

La nécessité d'un maillage très serré des stations est probablement le seul vrai gage de réussite.

*d'arrivée qui soient suffisamment proches de son point de départ et de son point d'arrivée pour ne pas nécessiter un long trajet à pied. Si la distance qu'il faut couvrir à pied est trop élevée, une bonne partie de la population n'utilisera pas le service.»*

D'où la nécessité d'un maillage très serré des stations, probablement le seul vrai gage de réussite. Une distance de 300 m entre chaque station, retenue à Lyon, semble idéale – et a été retenue à Paris. Mais elle nécessite des investissements considérables.

Deuxième élément fondamental : empêcher le vol, c'est-à-dire mettre au point un système automatisé de verrouillage et déverrouillage des vélos.

Pour ce faire, deux technologies sont en concurrence aujourd'hui : les téléphones portables et les cartes.

Dans le premier cas – mis en œuvre à Berlin ou à Stuttgart avec Call a Bike –, l'utilisateur se sert de son téléphone pour obtenir un code de déverrouillage du vélo. Alors, il n'est même pas besoin qu'existent des stations : les vélos sont disséminés dans la ville

Localisation VLS / France	Date de mise en service	Opérateur	Nb de stations à la mise en service	Nb de vélos à la mise en service
Lyon	mai 2005	Decaux	250	3 000
Paris	juillet 2007	Decaux	1000	14 000
Mulhouse	automne 2007	Decaux	20	200
Besançon	été 2007	Decaux	30	200
Aix-en-Provence	été 2007	Decaux	16	200
Marseille	juin 2007	Decaux	130	1 000
Toulouse	novembre 2007	En cours	130	1200
Nantes	septembre 2007	En cours	83	730
Rennes	juin 1998	Clear Channel	25	200
Rouen	octobre 2007	En cours	17	200
Orléans	juin 2007	Effia	28	300
Montpellier	juin 2007	Tam	17	300

Source : Ville et Transports Magazine (2006-2007)

et déverrouillés grâce au code.

L'autre technique – la seule existant en France pour l'instant – est celle de la carte magnétique ou à puce. Là, il est obligatoire qu'existent des stations, où les utilisateurs viennent s'identifier. «*Les coûts des deux systèmes sont très différents, pour l'utilisateur comme pour la collectivité, explique B. Beroud. Pour la collectivité, c'est le système par téléphone qui est le moins cher : pas de station, donc pas de travaux de génie civil. De plus, c'est le client, en passant son coup de téléphone, qui paie l'identification.»*

Plus cher pour la collectivité, le système à carte est, en revanche, beaucoup plus efficace, pour deux raisons : le prix d'abord – si le client doit payer une communication à chaque déplacement, ce n'est pas très incitatif; ensuite parce que l'existence de stations sur l'espace public donne au système une visibilité infiniment plus grande que des vélos disséminés un peu partout.

Autre débat : faut-il privilégier les dispositifs entièrement automatisés, ou, au contraire, des systèmes plus humanisés, où l'utilisateur n'ait pas affaire qu'à des machines? Là encore, on en revient à la question du maillage : si un système humanisé est envisageable lorsqu'il y a un faible nombre de stations, il le devient nettement moins, financièrement parlant, lorsque celles-ci se multiplient. Avec deux cent cinquante stations comme à Lyon, ou mille quatre cent cin-

>>> fournira également, en même temps, un peu plus de cent trente abris tramway.

MPM va déboursier près de 3 millions d'euros par an pour financer l'installation du VLS, c'est-à-dire que, à la différence de Lyon et de Paris, il va falloir réellement déboursier de l'argent. Du côté des rentrées, Decaux va verser 333 000 euros de redevance et le produit des abonnements. Conclusion : plus le système aura de succès, et plus les rentrées seront importantes pour la ville. Les élus espèrent que ces rentrées permettront de couvrir 50% du coût du marché.

C'est à la suite d'un rude bras de fer entre les deux géants de la publicité que ce contrat a été signé. Finalement, le retrait de Clear Channel a conduit à une négociation sans concurrence pour Decaux d'où les conditions financières peu avantageuses.

Les associations cyclistes marseillaises se réjouissent bien sûr de ce dispositif, mais regrettent la quasi-absence d'itinéraires cyclables dans la cité phocéenne. Et de réclamer que les 105 km de pistes soient enfin réalisés, sans compter le passage en zone 30 de certains quartiers.

● ● ● quante à Paris (en décembre 2007), il devient impossible pour la collectivité de financer la présence d'agents à chaque station; surtout si l'on admet l'idée que la pertinence du système tient à sa disponibilité vingt-quatre heures sur vingt-quatre. Un système efficace semble donc condamné à l'automatisation. L'usage du vélo y gagne ce que les relations humaines y perdent? Pas tout à fait. Comme le souligne Gilles Vesco, vice-président du Grand Lyon chargé des nouvelles utilisations de l'espace public et administrateur du Club des villes cyclables, « *les usagers communiquent entre eux aux stations Vélo'v. Le VLS à Lyon est aussi un vecteur de communication entre résidents et aussi entre habitants et visiteurs. Un symbole de liberté et d'échanges. Il participe à l'amélioration de la qualité de vie en ville. Notre perception de l'espace et des temps de la ville est irréversiblement modifiée.* » À condition cependant, rappelle l'élu, d'accompagner l'introduction et la cohabitation de ce « nouveau » mode de transport avec des aménagements de l'espace public et avec la mise en œuvre d'un dispositif pérenne et adapté de communication, de prévention et, le cas échéant, de sanction.

## Pas que des avantages...

La location de vélo en libre-service a indiscutablement le vent en poupe. Reste à savoir si elle peut suffire à booster de façon réelle et durable la pratique du vélo en ville, ou s'il s'agit d'un effet de mode.

L'avantage principal que procure l'installation d'un VLS est, sans doute, en termes d'image. C'est ce qu'explique Denis Baupin, maire adjoint en charge des Transports à la Ville de Paris et président du Club des villes cyclables : « *Cela change le fonctionnement de la ville et la perception de la ville. D'abord parce que cela permet de replacer le vélo en tant que mode de*

Crédit photo > Mairie de Paris



Décembre 2006, l'APUR a rendu public son rapport, réalisé à la demande de la Mairie de Paris, relatif notamment à la localisation possible des stations Vélib'.

On sait que toutes les campagnes de communication du monde ne remplaceront pas l'effet masse critique.

*déplacement normal, non marginal, et innovant – ce qui est important d'un point de vue psychologique. Cela montre que le vélo est un mode de déplacement urbain, ouvert sur la ville. Et cela contribue même à lutter contre l'individualisme que génère notamment la voiture.* »

Tout le monde le reconnaît : le grand avantage de Vélo'v est tout simplement qu'il a remis des vélos partout et que ça se voit ! Si, pour l'instant, l'existence du VLS lyonnais fait à peine baisser la part modale de la voiture – c'est aux transports collectifs que le vélo prend le plus de part modale –, elle a banalisé l'usage du vélo et redonné à beaucoup l'envie d'utiliser ce mode de transport. « *Depuis que Vélo'v existe, des milliers de vélos sortent des caves* », souligne un observateur. Et qui dit augmentation du nombre de vélos dit parallèlement, automatiquement, changement d'attitude des autres usagers de la voirie.

Car on sait que toutes les campagnes de communication du monde ne remplaceront pas l'effet masse critique, c'est-à-dire le fait que la multiplication des vélos sur la voirie augmente leur visibilité et force les automobilistes à faire attention. C'est ce qu'explique Emmanuel Roche, du cabinet Altermodal : « *Le cœur du vélo en libre-service, c'est de développer l'usage. Les vélos circulent, on le voit partout. À la télévision, si vous regardez un reportage sur France 3 tourné à Lyon, vous êtes presque sûr de voir passer un Vélo'v au fond. Cela remet le vélo dans un panel normal de transport, ce qui provoque un changement de point de vue. C'est royal !* » Effet d'image indiscutable, donc.

Mais au-delà ? On sait bien que, pour un certain nombre d'usages, le VLS n'est pas complètement adapté – comme pour les déplacements multimodaux des pendulaires, par exemple. Les stations en gares ont été apparemment sous-calibrées à Lyon. Et les usagers qui ont un train à prendre et le ratent, faute de trouver une place où ranger leur Vélo'v en arrivant à la gare, risquent d'abandonner le système (cf. le dossier du n° 26 de *Ville & Vélo*). C'est, entre autres, ce qui fait dire à Christophe Raverdy, président de la Fubicy, que si le VLS « *est excellent* » ● ● ●

## “ Les villes voudront avoir la maîtrise du VLS ”

Deux questions à **Michel Cornil**, président de l'UTP

1) *Les groupes de transport commencent-ils à s'intéresser au vélo en libre-service ?*

Le groupe Transdev s'y intéresse de près, ainsi que la SNCF, à travers sa filiale Effia, qui vient de remporter le marché d'Orléans. Pour les transporteurs, l'intérêt pour ces systèmes est réel parce que le vélo est un mode complémentaire par rapport aux moyens lourds que nous exploitons. Nous sommes très favorables à cette complémentarité des modes, dans tous les sens du terme. Il est d'ailleurs indispensable que des mises en cohérence s'effectuent et que la complémentarité s'étende à la billettique, par exemple.

2) *Que pensez-vous du rôle des opérateurs de publicité dans l'émergence du VLS ?*

Dès lors qu'il faut exploiter un mode de transport se pose le problème du financement. Les publicitaires ont fait preuve d'une grande imagination et ont proposé un type de financement extrêmement pratique pour les collectivités locales – même si, au fond, rien n'est gratuit et que ce sont en dernière analyse les collectivités qui paient ce service.

Je pense cependant que les choses vont évoluer. Lorsque les collectivités verront que le vélo en libre-service va devenir un véritable service public, elles chercheront à en avoir la maîtrise – et donc, à découpler ce service des marchés publicitaires. Nous irons sans doute alors vers des délégations de service public, adaptées aux problématiques particulières du vélo.

Je pense qu'il s'agit d'un marché qui, à terme, pourra tout à fait intéresser les opérateurs de transport public, dans une logique de continuité. Sans compter que les transporteurs ont des structures qui leur permettent de faire des propositions intéressantes aux collectivités : ils possèdent déjà des infrastructures, des installations, une pratique et une connaissance de la ville qui peuvent être autant d'atouts majeurs pour exploiter ce type de service.

● ● ● parce qu'il permet une étincelle, il n'est pas suffisant : il faut bien voir que, pour les déplacements quotidiens, le mieux reste toujours d'avoir son propre vélo, ce qui induit, pour la collectivité, de réfléchir à tout ce qu'il y a autour : les aménagements cyclables, le stationnement dans les immeubles, etc.» Il n'en reste pas moins que le VLS connaît à Lyon un succès auprès de nombre de pendulaires. Selon la dernière enquête de novembre-décembre 2006, 85 % des usagers qui utilisent le Vélo'v le matin pendant la semaine se rendent à leur travail ou à l'université. Les pendulaires s'y retrouvent, notamment lorsqu'ils vivent dans de l'habitat ancien où, on le sait, le stationnement des vélos pose quelques difficultés pratico-pratiques. Pour Gilles Vesco, «les résultats de l'enquête ménages 2006 sont encourageants : la voiture passe pour la première fois sous la barre des 50 % dans le Grand Lyon». Et pour l'élu, il est important de reconnaître et de faire savoir que le Vélo'v, combiné ou non avec le réseau TCL, a participé à ce report modal.

Pourquoi, par exemple, la communauté urbaine de Strasbourg – l'agglomération française qui a «un vélo d'avance» comme elle aime à se définir – ne s'est-elle pas lancée, pour l'instant, dans l'aventure du VLS ? Faudrait-il y voir un signe ? «Il ne s'agit pas de nier l'intérêt de ce système pour les usagers», explique Annick de Montgolfier, élue communautaire en charge des circulations douces et vice-présidente du Club des villes cyclables. Mais, de notre côté, nous essayons plutôt d'encourager les gens à avoir leur propre vélo – notamment à travers des aides à l'achat, et surtout une politique volontariste en matière de stationnement – plutôt que de mettre en œuvre un système de VLS que nous trouvons assez onéreux.» La communauté urbaine de Strasbourg est donc, pour l'instant, dans une posture d'attente, notamment de ce qui va se passer à Orléans.

Autres problèmes, soulignés par les

responsables strasbourgeois : la dégradation des vélos et le vandalisme constatés à Lyon. Et la question de l'espace : «Pour créer les stations et les bornes», souligne Annick de Montgolfier, il faut de la place. Et dans l'hypercentre où l'espace est assez contraint, cela nous poserait un problème.» (C'est là qu'une solution de type Call a Bike, où il n'y a pas de station, peut être utile.)

Il y a donc un certain nombre de responsables qui mettent, comme le dit l'élue strasbourgeoise, un «petit bémol» dans l'enthousiasme général que génère l'expérience lyonnaise.

Mais la solution n'est sans doute pas, quoi qu'il en soit, d'opposer les différents systèmes et les différentes politiques cyclables. Emmanuel Roche souligne que «tous les systèmes sont complémentaires, VLS, location longue durée, stationnement... Il ne faut pas opposer les uns aux autres : ce sont des systèmes qui visent des cibles différentes.» Même avis chez Hubert Peigné, le coordonnateur interministériel pour le développement de l'usage du vélo : «Il peut tout à fait, il doit même y avoir place pour plusieurs systèmes dans la même ville. Un système de courte durée, type Vélo'v ou Vélib', un système de location longue durée, sans oublier, bien sûr, les aménagements cyclables et les incitations à avoir un vélo individuel. Toute cette palette doit exister. Il doit y avoir combinaison de plusieurs offres.» C'est précisément ce que souhaite faire une agglomération comme celle de Bordeaux, par exemple, où existe déjà depuis 2001 un système de location de longue durée, qui a fait «exploser l'usage du vélo, avec une multiplication par trois du nombre de cyclistes», selon Michel Duchêne, adjoint au maire de Bordeaux chargé des Transports. «Mais nous sommes aussi intéressés par un système à la lyonnaise, pourquoi pas à partir de 2008, lorsque nous allons renouveler notre contrat de publicité. Nous souhaitons donner un éventail complet aux usagers – y compris les pendulaires.»



Call a bike à Munich. Transdev a acquis l'exclusivité pour la France de la licence Call a Bike (rebaptisée Allo Cyclo).

Le seul risque que peut représenter ce dispositif à la lyonnaise, ce serait de se défaire d'une politique vélo cohérente et réfléchie en se contentant de laisser les publicitaires – ou tout autre prestataire – faire, bien ou mal, le travail. Ce serait évidemment contre-productif dans la mesure où le développement du vélo, on le sait, est essentiellement affaire de politique transversale, donc, affaire d'élus. Mais, pour l'instant, personne n'agit ainsi, ni à Lyon ni à Paris. La question fondamentale de l'avenir ne sera donc sans doute pas : Existera-t-il, ou non, un système de VLS ? tant il semble certain que ce dispositif va fleurir partout. La question se posera, en revanche, de savoir quel type de montage financier privilégier. Qui doit payer ? Et comment ? La compétition entre les opérateurs de publicité, les prestataires de service et, qui sait, demain les groupes de transport, est ouverte. Et très vite, comme le dit pour conclure Hubert Peigné, «on va pouvoir faire le bilan. Y a-t-il des effets de seuil ? Des tailles critiques ? Quelle est la meilleure solution de gestion, et en fonction de quels critères ? Quelles solutions nouvelles les collectivités vont-elles imaginer ? On va très vite avoir des réponses, et mieux mesurer et l'intérêt et les limites du système. En un an ou deux, au maximum. Et cela va être passionnant!» ■

### Mémoire à télécharger

Étudiant en Master de recherche «Transports, Espaces, Réseaux» à l'université Lyon-II, Benoît Beroud a présenté en septembre 2006 un mémoire intitulé Vélo'v : un service de mobilité de personnes à transférer ? (sous la direction de Luc Baumstark). Une seconde version, enrichie, de son mémoire (mars 2007) peut être téléchargée au format PDF depuis son site Internet personnel.

<http://benoit.beroud.free.fr/>  
Contact : benoit.beroud@yahoo.fr

### Quelques sites Internet à consulter

Le site Internet Vélib' :  
[www.velib.paris.fr](http://www.velib.paris.fr)

Le site Internet Vélo'v :  
[www.velov.grandlyon.com](http://www.velov.grandlyon.com)

Le portail Internet VLS de Clear Channel France :  
[www.clearchannel.fr/veloalacarte](http://www.clearchannel.fr/veloalacarte)

## 2 L'épineuse question du modèle économique



Les plus importantes opérations VLS réalisées jusqu'à maintenant, ou au bord de l'être, se font grâce à un montage qui couple le marché de la publicité et de la prise en charge du vélo. Est-ce la seule solution ? Si elle est pratique et indiscutablement efficace, elle ne satisfait pas tout le monde.

Le VLS est-il la chasse gardée des multinationales de la pub ? La question est posée abruptement par les responsables de Movimento, une PME toulousaine spécialisée dans la location de vélos et qui s'est récemment fait évincer de plusieurs appels d'offres.

On l'a vu, la mise en place d'un système de location en libre-service coûte cher, forcément très cher : l'équation ouverture vingt-quatre heures sur vingt-quatre + automatisation + maillage serré + vélos bourrés d'électronique donne comme résultat... une facture salée. Combien, d'ailleurs ? Voilà une question simple, à laquelle il est, disons-le, impossible d'avoir une réponse claire. Les opérateurs de publicité qui sont sur le marché refusent de donner autre chose que des fourchettes plus ou moins vagues à ceux qui leur demandent combien coûte chaque vélo par an. Pis, les réponses données par le même opérateur varient du simple au quadruple suivant les lieux... Il faut croire que le prix du vélo varie beaucoup entre le Doubs et les Bouches-du-Rhône.

### Des opérateurs de pub omniprésents

On l'a vu, c'est bien Clear Channel qui, en France, s'est lancé en premier dans l'aventure. Pour Ronan Mulet, responsable de la division chargée du VLS chez l'afficheur, cela n'a rien de très original : « *Nous avons toujours proposé des services annexes à nos contrats de mobilier urbain – qui ne sont pas forcément le vélo.* » Sans cacher que ces services annexes tendent à « rendre nos offres plus sexy ». Chez JC-Decaux, la philosophie est évidemment exactement la même,



Jusqu'au 15 juillet, débuts officiels de Vélib', il a été prévu une station de démonstration et d'information par arrondissement. Ici, rue de la Grange Batelière, la station de démonstration du 9<sup>e</sup> arrondissement de Paris.

même si Albert Asseraf, directeur de la stratégie et du marketing, parle de la volonté de son groupe de « rendre un service au citoyen avec une logique de coût modique ou nul » pour la collectivité.

Les montages peuvent différer d'une ville à l'autre – notamment le coût net pour la collectivité est très variable. Mais, dans tous les cas, le principe est le même : au départ, les publicitaires ont répondu à des appels d'offres en y intégrant eux-mêmes une offre vélo. Depuis Lyon, ce sont les collectivités qui mettent cette demande dans leur appel d'offres, avec obligation pour le candidat d'y répondre.

Le vainqueur remporte donc le marché des affiches publicitaires, des Aribus et des « Mupi » (mobilier urbains pour l'information, ce que l'on appelle familièrement les « sucettes »). En plus de ce marché, il se voit tenu de fournir à la collectivité un service clé en main de VLS, pour lequel il paiera les frais, jusques et y compris l'embauche d'agents chargés de faire fonction- ● ● ●



Aménagement d'une station Vélib' dans le 5<sup>e</sup> arrondissement de la capitale.

Crédit photo > Club des villes cyclables

Crédit photo > Club des villes cyclables

ner le système. Voilà pour le principe.

À partir de là, tout est possible, et tout est question de négociation entre l'afficheur et la collectivité. À Lyon – et à Paris, on y reviendra –, Decaux a offert des conditions intéressantes, ou, en tout cas, ne demande pas aux collectivités de payer le service. Il n'en va pas de même à Marseille ou à Aix-en-Provence, où les agglomérations devront déboursier respectivement 3 millions et 790 000 euros par an.

À Lyon et à Paris, pas de dépenses pour la collectivité. Ou, du moins, rien qui apparaisse dans la colonne « dépenses » – ce qui ne veut pas forcément dire que le service est gratuit. Certains commentateurs se sont empressés de se féliciter de ce que Vélo'v ou Vélib' non seulement seraient gratuits, mais rapporte-

raient même de l'argent à la collectivité, puisque Decaux s'engage à verser une redevance chaque année et même, dans le cas de Lyon, les recettes de Vélo'v.

Les choses sont un peu plus compliquées qu'il n'y paraît : il va de soi que le montant de la redevance versée ne serait pas le même si l'afficheur ne fournissait pas le service VLS. Autrement dit, si, en effet, la collectivité ne débourse pas directement de l'argent, en revanche, elle subit un manque à gagner plus ou moins important sur les recettes liées aux panneaux publicitaires. Manque à gagner qu'il n'est pas facile d'estimer, puisque, jusqu'ici, dans la plupart des contrats, Decaux ne payait tout simplement... pas la moindre redevance. Pour B. Beroud, le coût pour l'agglomération lyonnaise serait de



Le dispositif Bicing (Clear Channel) à Barcelone : 1500 vélos et 100 stations.

3,86 millions d'euros par an. En effet, la redevance que paierait JC-Decaux, sans Vélo'v, serait de 68 millions en treize ans; avec Vélo'v, 18 millions. Soit un manque à gagner de 50,1 mil-

**Fabricant**

**PARCAGE**  
sécurisé 2 roues

**MOBILIER**  
urbain

04 50 45 13 45  
3, route de Vovray - 74000 ANNECY

**CONTROLE SOLIDITE BUREAU VERITAS**

Simple et efficace

"Design" contemporain

Nombreuses références

Sécurité MAXIMUM

Pour nous contacter

**www.cyclogard**

ETUDES - PROJETS  
D'IMPLANTATION

Modèles déposés / systèmes brevetés

Crédit photo > Clear Channel France

● ● ● lions en treize ans, ou de 3,8 millions par an. Notons enfin que, si le contrat Vélo'v avait concerné deux mille vélos et non quatre mille, Decaux aurait reversé 36 millions d'euros au lieu de 18 au Grand Lyon. Une recette en moins est-elle une dépense, surtout quand elle est assortie d'un service aussi développé? Nous laisserons la question à l'appréciation des financiers. Mais on comprend mieux pourquoi certains élus, comme Annick de Montgolfier, peuvent juger Vélo'v trop onéreux. De son côté, Bernard Lagache, responsable du service Ressources à la Direction de la voirie du Grand Lyon, n'a pas l'intention de faire la fine bouche : « Pendant les trente années précédentes, Decaux a mis des panneaux d'information dans Lyon sans que nous touchions un centime, et en plus, c'était à nous de payer l'entretien des panneaux non publicitaires! Aujourd'hui, il nous reverse 18,1 millions par an, plus les 600 000 euros de recettes de Vélo'v en 2006, et nous avons Vélo'v! » En fait, on touche ici au principal reproche que certains font au montage VLS + pub : celui de la transparence. Combien coûte un tel système aux afficheurs? Et combien, éventuellement, leur rapporte-t-il? On ne peut pas le savoir – et Decaux comme Clear Channel sont parfaitement dans leur droit en ne le disant pas puisque, comme l'explique B. Lagache, « on est dans le cadre d'une prestation de service et non d'une délégation de service public. Dans une DSP, on peut connaître le bénéfice du délégataire, puisqu'il est tenu de produire le compte d'exploitation du service. Dans le cadre d'une prestation de service, ce n'est pas le cas. »

Résultat : certains élus regrettent cette impossible transparence. Ainsi Syrine Cathahier, élue du XVIII<sup>e</sup> arrondissement parisien, déplore que ce système soit « un accessoire commercial ajouté au marché publicitaire. Il intéresse les élus parce qu'il ne repré-

sente pas une dépense. Mais la collectivité ne peut pas avoir un aperçu réel des coûts, ce qui est gênant. » Le vélo serait-il en passe de devenir le cheval de Troie des afficheurs pour l'obtention d'un marché?

Second reproche : le manque de souplesse du dispositif. William Perucca, responsable de la société toulousaine Movimento, regrette que le système Vélo'v soit strictement formaté et donc mal adapté à certaines demandes : « JC-Decaux cherche à



Crédit photo > L'Agglo

*« Maintenant que ce marché existe, dites-moi pourquoi je devrais le considérer comme un succédané du mobilier urbain. »*

**Charles-Éric Le Maignen**

uniformiser la demande de la clientèle, qui est pourtant très individuelle. Il existe pourtant nombre de segments qui ne peuvent pas être concernés. C'est pour ça que nous, à Movimento, nous choisissons d'être plus souples, de proposer des schémas directeurs qui utilisent plusieurs systèmes – automatisés ou pas, par

exemple. Ce qui suppose une étude réelle de l'offre et de la demande. » Movimento a concouru lors de plusieurs appels d'offres – et pour l'instant a toujours été rejetée. La PME toulousaine, qui joue un peu le rôle de David contre Goliath dans ce domaine, attend pour l'instant avec impatience le résultat de l'appel d'offre de Toulouse. Mais elle est consciente qu'il est difficile pour une petite structure de faire face aux géants de la pub. « Les grands groupes sont des intégrateurs, explique William Perucca. Ils ont la possibilité de faire des économies d'échelle. Les PME n'ont pas cette possibilité. Tant que les appels d'offres du VLS se feront en un seul lot, pub et vélo, les sociétés comme la nôtre ne pourront pas faire grand-chose : les groupes peuvent répondre, pas les PME<sup>1</sup>. »

## Séparation des marchés à Orléans

Conclusion : il faudrait peut-être scinder ce type d'appel d'offres en plusieurs lots clairement séparés. W. Perucca est loin d'être le seul à avoir cet avis. Emmanuel Roche estime aussi qu'il serait préférable qu'existe « un marché pour la publicité et un marché pour le vélo, bien séparés – ce qui serait beaucoup plus clair. » Cette séparation en plusieurs lots serait d'ailleurs, selon W. Perucca, conforme à l'esprit du nouveau Code des marchés publics de septembre 2006, « qui favorise l'allotissement et l'accès des PME aux marchés publics ».

C'est le choix, on le sait, qu'a fait Orléans, première agglomération jusqu'à présent à avoir choisi de séparer les marchés et de passer une offre pour du VLS sec, c'est-à-dire sans publicité. C'est Effia, une filiale de la SNCF, qui a remporté le marché. La logique de l'agglomération orléanaise est tout à fait claire, comme

l'explique son président, Charles-Éric Le Maignen : « Nous avons souhaité avoir un système complètement intégré à la politique de transports publics de l'agglomération. Nous insistons donc sur sa lisibilité en termes de mobilité urbaine. C'est pourquoi nous n'avons pas voulu le lier au mobilier urbain. » Le système qui va être inauguré le 25 juin à Orléans n'a rien à envier à ses homologues d'autres agglomérations – il comptera vingt-huit stations et trois cents vélos, avec, comme il est à présent traditionnel, une station tous les 300 m et la première demi-heure gratuite. Mais il sera le premier à se développer sans le recours aux publicitaires. C.-É. Le Maignen ne reproche absolument rien à Decaux, à qui il tire au contraire un grand coup de chapeau pour avoir « inventé un nouveau marché ». « Mais maintenant que ce marché existe, dites-moi pourquoi je devrais le considérer comme un succédané du mobilier urbain. »

Reste la question du coût : cette fois, il est parfaitement clair que c'est la collectivité qui va payer. Florence Larcher, qui a participé à la mise en place de Vélo'v à Lyon et travaille à présent chez Effia, explique : « La solution que nous avons proposée à Orléans coûtera 774 000 euros par an. » Soit – le calcul est simple – 2585 euros par vélo et par an. Il est difficile de comparer ce tarif avec les coûts avoués par Decaux, qui varient, par vélo et par an, de moins de 1000 euros à presque 4000 euros. D'ailleurs, beaucoup se félicitent de ce que Orléans permette d'avoir enfin une donnée claire et transparente. Mais, en plus, C.-É. Le Maignen estime qu'il n'est pas pertinent de raisonner en prix du vélo par an. « Ce n'est pas le coût du vélo qui est intéressant, mais le coût du voyage. Si le système fonctionne, on aura six locations par jour. Dans ce cas, cela met le voyage à un peu plus de 1 euro. Alors on peut dire que ● ● ●

1. D'ailleurs, Movimento négocie actuellement avec des groupes internationaux pour créer avec eux des groupements afin de pouvoir répondre aux publicitaires à égalité.



● ● ● 774000 euros par an, c'est cher... mais le coût du voyage est deux fois moindre que celui du tramway ou du bus!»

La séparation des marchés est attendue par Jean Terrier, directeur innovation, métiers et produits chez Transdev, qui a acquis l'exclusivité pour la France de la licence Call a Bike (rebaptisée Allo Cyclo) : «*Nous [Transdev] sommes dans une logique où le vélo doit être dans la continuité des transports – et donc, où il n'est pas lié à des contrats publicitaires. Nous souhaitons donc nous positionner sur des appels d'offres secs, sans contrat de publicité, comme cela a été le cas à Orléans. Or, pour l'instant, le business model de ces produits n'est pas figé. Va-t-on aller vers des DSP classiques, de type transport public, ou, au contraire, continuer*

*dans des contrats jumelés avec la publicité? Il est encore un peu tôt pour le dire. Mais il est clair que nous souhaitons développer ce produit, dans une logique d'irrigation fine des centres-villes.*»

## Mieux faire jouer la concurrence

Finalement, l'une des questions de fond du vélo en libre-service, quelle que soit la solution retenue, est celle de la concurrence. Une concurrence loyale paraît, pour beaucoup, le gage d'un système transparent, ce qui serait tout bénéfique pour les collectivités, car la différence de prix considérable entre Besançon et Aix-en-Provence doit certainement beaucoup au fait qu'à Aix Decaux était seul en lice.

Cette concurrence n'a pas que des avantages : témoin, la guerre sans merci, y compris sur le terrain juridique, que se mènent les géants de la pub. Chacun a en tête l'exemple parisien et les avocats-conseils mis en branle par Decaux et Clear Channel pour sécuriser et vérifier tant leur projet vélo respectif que le processus d'obtention du marché public lui-même.

Mais ce sont les aléas de la concurrence. Vu sous un autre angle, on peut, avec Hubert Peigné, considérer que «*la réelle concurrence est indispensable : sinon, il y a une situation de monopole, qui s'accompagne forcément d'une mauvaise connaissance du service, parce que l'entreprise cherchera à garder les informations. En revanche, la concurrence permettra de constituer, peu à*

*peu, une base de données de plus en plus riche. Et l'on saura ce qu'il en est des coûts réels – ce qui donnera aux collectivités les moyens de choisir en connaissance de cause.*»

Séparation en plusieurs lots clairement définis, concurrence non faussée, intervention des prestataires de service ou même, demain, des groupes de transport. C'est à ces conditions, sans doute, que le VLS pourra se développer sans trop de heurts. Il n'y a aucune raison de boudier son plaisir en voyant les vélos rouges sillonner Lyon ou les premières bornes Vélib' sortir de terre à Paris. Cependant, les élus ont aussi tout intérêt à se pencher sur toutes les solutions alternatives. L'avenir du VLS se dessinera-t-il avec ou sans les afficheurs? Nous le saurons sans doute assez vite. ■

**Roulez électrique !**  
C'est bon pour vous et bien pour la ville

Velocito est le partenaire idéal des collectivités pour la promotion du vélo électrique, la fourniture et la gestion externalisée de votre service vélo.

Velocito sélectionne des vélos de grandes marques et propose des solutions complètes pour faciliter l'intégration du vélo électrique dans vos plans de déplacement.

**SHOWROOM PARIS**  
7, rue St-Ambroise  
75011 Paris  
01 43 38 47 19

**VELOCITO**  
[www.velocito.fr](http://www.velocito.fr)

**edf**

### 3 Lyon, Paris

## > retour sur les contrats



Le Grand Lyon reste et restera le pionnier du VLS à (très) grande échelle. Sans revenir sur le fonctionnement de Vélo'v et Vélib', connu de tous les spécialistes du vélo, il est intéressant de comprendre la façon dont se sont conclus les marchés lyonnais et parisien.



Crédit photo > Club des villes cyclables

Berges du Rhône. Deux navettes de régulation du dispositif Vélo'v.

Bernard Lagache rappelle que l'opération a démarré en 2004, c'est-à-dire à l'époque où les appels d'offres se faisaient sur performance : « On fixe des objectifs, et on cherche auprès des entreprises les meilleures solutions techniques. » La collectivité lyonnaise, après avoir vu ce qui se faisait en matière de VLS à Oslo et à Vienne (respectivement « tenus » par Clear Channel et Decaux), souhaite mettre en place un tel système à Lyon. En juillet 2004, les candidats sont auditionnés; il leur est demandé de fournir trois prestations – Atribus, Mupi et vélo en libre-service.

« Pour étudier les dossiers, beaucoup d'intervenants ont été sollicités : la Direction de la communication, de la voirie, le service déplacement, le Sytral (syndicat des transports). Nous nous sommes fait accompagner, en plus, par un cabinet d'avocats et un bureau d'études technique. Les conditions étaient claires et fixées par nous dès le début : un nombre de vélos situé entre deux mille et quatre mille, un maillage fort sur Lyon et Villeurbanne, une interstation de

*« Nous avons écrit un avenant, que Decaux a signé, pour éviter des sorties de marché un peu difficiles. »*

Bernard Lagache

300 m et la possibilité d'accéder aux vélos soit avec une carte d'abonnés, soit avec une carte Bleue. »

Quatre candidats se sont présentés – Decaux, Clear Channel, l'Espagnol Semusa, et un vélociste local, Hollyday Bike. Ce dernier s'est trouvé éliminé par défaut, ne pouvant pas fournir la prestation publicitaire. « Il est donc resté trois candidats, puis deux. Après les offres définitives, nous avons dû choisir en privilégiant, dans cet ordre : la valeur technique des offres et leur coût. » Les offres techniques des deux candidats étant à peu près équivalentes, le critère prix a joué. « C'est Decaux qui l'a emporté, en nous offrant 18,2 millions de rede-

vance et un prix de prestation égal à zéro. »

Détail important : le Grand Lyon a tenu à aménager, avant même que soit décidé le résultat de l'appel d'offres, les clauses de fin de contrat avec Decaux. Histoire d'éviter des mésaventures telles que celle de Rennes où, à peine le contrat perdu au profit de Clear Channel, Decaux a fait démonter tous ses Atribus d'un coup, laissant les usagers sous la pluie. « Nous avons écrit un avenant, raconte B. Lagache, que Decaux a signé, pour éviter des sorties de marché un peu difficiles. Il s'est engagé, si c'était Clear Channel qui emportait le contrat lyonnais, à démonter son matériel selon un calendrier fixé par nous. »

### Pénalités sur la qualité

Finalement, ce ne sera pas nécessaire : Decaux a emporté le Grand Lyon. Mais l'agglomération, prévoyante, a demandé à l'afficheur de mettre en place un système de mesure de la qualité, avec d'éventuelles pénalités en cas de non-respect de celle-ci. « Les indicateurs de qualité que nous avons fixés sont les suivants : avoir en permanence quatre mille vélos en service – c'est-à-dire sur le terrain, en stock ou en maintenance. Et que, sur les vélos présents en station, il y en ait 72 % au minimum en état de fonctionner. » Pour respecter ces clauses, Decaux a mis en place un système informatique complexe permettant de contrôler l'état du réseau en temps réel – avec, par exemple, un comptage quotidien du nombre de vélos disponibles à 20 heures. Les sanctions sont, en effet, relativement lourdes : pour la disponibilité des ● ● ●



● ● ● quatre mille vélos, elles sont de 2000 euros par tranche de cent vélos manquants. Et pour l'objectif des 72% de vélos en état de fonctionner, de 5000 euros par mois si la différence entre l'objectif et le réel est supérieure à 5%.

## Paris explose les chiffres

La Ville de Paris, quant à elle, a décidé à l'été 2005 de se lancer dans l'aventure. Les choses sont allées relativement vite, puisque le service va être mis en place en juillet. En ce printemps 2007, les chantiers d'installation éclosent partout dans la capitale, et l'on sent que la municipalité a décidé de tenir ses promesses.



Première prise de contact avec les bornes Vélib'.

Ce qui ne sera pas évident, car la surenchère est montée très haut entre Cats and Dogs. Tant mieux! disent les amoureux du vélo qui se réjouissent d'avance de voir vingt mille six cents bicyclettes dans la capitale à la fin de l'année. Casse-cou! s'écrient d'autres,

Crédit photo > Club des villes cyclables

qui craignent que les objectifs de Decaux ne soient irréalisables – notamment à cause des milliers de places de stationnement qui vont disparaître et de la résistance attendue des architectes des Bâtiments de France.

Rappelons qu'au départ les offres s'échelonnaient entre six mille et sept mille vélos – du moins, le pensait-on. Mais Clear Channel a enchéri le premier, avec une offre à quatorze mille vélos et une redevance de 9 millions à la Ville. Clear Channel est alors pressentie pour remporter la capitale (et ses 1628 panneaux publicitaires). On connaît la suite : les juristes de Decaux réussissent à trouver un vice de forme dans la rédaction de l'appel d'offre et font casser la décision par

le tribunal. Lorsque le maire de Paris relance le marché en novembre 2006, Decaux « offre » vingt mille six cents vélos et 14 millions de redevance – et emporte le marché. Decaux, qui avait dit ne pas souhaiter renouveler ailleurs qu'à Lyon des conditions aussi avantageuses, a finalement choisi de mettre tous ses moyens dans la balance pour remporter la prestigieuse vitrine de Paris. Une surenchère qui va, finalement, profiter aux cyclistes.

## Stations avec ou sans borne

L'implantation des stations dans l'espace fort contraint de Paris va se faire au cas par cas, explique ● ● ●

### ESPACES DE SÉCURITÉ

- **ABRIS VÉLOS/MOTOS**  
Fabriqués en acier galvanisé à chaud et en polycarbonate, nos espaces de stationnement deux roues sont composés de modules allant du simple à l'infini pour s'adapter à tous vos besoins spécifiques.
- **SUPPORTS ET BORNES VÉLOS**

Prenez contact dès maintenant avec notre équipe commerciale au **02 40 78 08 08**  
 Rue de l'Industrie - ZA de Grand Lieu - 44 310 SAINT-PHILBERT-DE-GRAND-LIEU  
 Fax : 02 40 78 08 10 - [abri-plus@wanadoo.fr](mailto:abri-plus@wanadoo.fr)

→ [www.abri-plus.com](http://www.abri-plus.com)

● ● ● Matthieu Fierling, chargé du projet VLS à la mairie de Paris. «Lorsque cela sera possible, elles seront implantées sur les trottoirs, ou bien sur des places de livraison sous-utilisées. Ce qui est sûr, c'est qu'il y aura deux types de stations : une standard, munie de bornes, où l'on pourra consulter son abonnement et les informations de son compte usager, ainsi que l'état de remplissage des stations proches. Les autres stations seront sans borne, avec simplement un lecteur de carte sans contact à chaque point d'attache.» Les abonnés longue durée à Vélib' auront une carte sans contact qui leur permettra de se servir directement aux points d'attache. Quant aux abonnés courte durée, ils auront besoin d'entrer un code de déverrouillage, ce qu'ils ne pourront faire qu'aux stations munies d'une borne. La location sera possible avec le pass Navigo (carte sans contact des transports franciliens). La question a fait l'objet de négociations avec l'autorité organisatrice régionale. C'est en tout cas le souhait de la mairie de Paris et de Denis Baupin : «Ce sera non seulement très pratique, mais également extrêmement symbolique de la volonté de chacun de faciliter les modes alternatifs à la voiture.»



Crédit photo > Club des villes cyclables

Nouvelle scène de rue. En attendant les Vélib'... à Paris !

Par ailleurs, le maire adjoint de Paris ne semble pas inquiet des risques que pourrait provoquer l'arrivée massive (et soudaine) de vélos dans la capitale. «Bien sûr, il va y avoir beaucoup de nouveaux usagers. Nous allons faire de larges campagnes de communication pour que chacun apprenne les bons réflexes. Les automobilistes vont s'adapter. Ils vont protester, naturellement, mais ils vont s'adapter. Car je rappelle en passant que ce ne sont pas les vélos qui sont dangereux. Ce sont les voitures!»

## Quelle extension vers la banlieue ?

L'une des dernières questions épineuses qu'il faut poser est celle de l'extension de Vélib' vers la banlieue.

Déjà, de nombreux maires de la première couronne, à la périphérie de la capitale, se plaignent de ce que Vélib' sera «parisien-parisien». Dans ce domaine, reconnaît Denis Baupin, «choisir d'avoir recours aux publicitaires n'est pas l'idéal» parce que les villes de banlieue ne sont pas forcément liées avec Decaux, d'où d'inextricables problèmes juridiques. Et les choses sont rendues plus compliquées encore par le fait que la capitale n'a aucun lien d'intercommunalité avec ses voisins – encore un particularisme parisien. «Il y a actuellement un gros travail qui est mené par les services techniques et juridiques pour trouver une solution, explique D. Baupin. Ce sera compliqué, mais on va trouver un moyen de le faire.»

Ce serait souhaitable en effet, notamment parce que ce serait un moyen formidable de faire en sorte que le périphérique ne soit pas, comme aujourd'hui, une sorte de barrière virtuelle à l'usage du vélo : moins de 1% des déplacements Paris-banlieue se font à vélo. Voilà encore, sans doute, un enjeu de plus pour le VLS! Rendez-vous «dans un an ou deux», comme le dit Hubert Peigné, pour savoir si le vélo en libre-service, servi ou non par les publicitaires, aura tenu toutes ses promesses. ■

## BULLETIN D'ABONNEMENT

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 adhérent du Club des villes cyclables..... **15 euros TTC**  
 > Tarif associations membres de la FUBicy, agences du réseau Fnau, DDE-DRE-CETE **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

Références bancaires : Banque : Crédit Mutuel, 47, rue Lafayette - 75009 Paris - Code banque : 10278  
 Code guichet : 06039 N° de compte : 00020182645 - Clé RIB : 28 IBAN: FR76-1027-8060-3900-0201-8264-528

**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 :**  
 Franck Lemarc  
 Christiane Keukens

**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 :**



Mairie de Paris, Clear Channel, l'Agglo, Thierry Nava, Denis Desailly, Frédéric Houdaert, FFCT, Jorgis Matyassy

**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  
[ddesailly@mac.com](mailto:ddesailly@mac.com)

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

**Illustrations :**  
 Sabine Hurault de Ligny

**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 : juin 2007

**N° CPPAP :**  
 0108 K 81197  
 Ville & Vélo  
 est membre du SPEJP.

LYON 2007

17<sup>e</sup>

CONGRÈS DU CLUB DES VILLES CYCLABLES  
PALAIS DES CONGRÈS DE LYON

# « le vélo aux rythmes de la ville » »

17  
18  
19  
octobre  
2007

programme et inscription > septembre 2007  
[www.villes-cyclables.org](http://www.villes-cyclables.org)

Conception & réalisation > Studio Desailly/Edery • Paris • crédits photos > Thierry Nava, Frédéric Houdaert, • Illustration > Sabine Hurault de Ligny • Impression > LVR



Credits photos : FFCT > portrait : Décor > jeanclicid@fotolia



## Dominique Lamouller, président de la Fédération française de cyclotourisme, vice-président du Comité de promotion du vélo

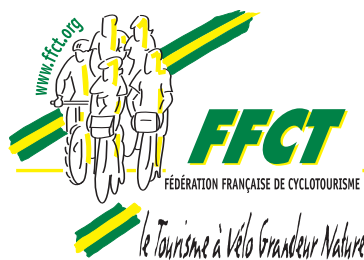
**1) Le vélo est l'activité sportive numéro un des Français, devant la natation et la marche. Que vous inspire cette première place sur le podium ?**

La place prise par le vélo dans les activités sportives des Français nous incite à persévérer dans la promotion des divers usages qui peuvent en être faits : vélo utilitaire, vélo loisir, etc. En effet, s'il est rassurant d'observer un tel engouement pour le vélo, force est de constater que son utilisation reste encore faible lorsqu'il s'agit de se rendre à l'école, au travail ou pour tous les autres déplacements quotidiens en milieu urbain. Dans le même temps, on relève localement, depuis quelques années déjà, des évolutions et des initiatives intéressantes. Pour accélérer puis pérenniser ce processus, il faut faire découvrir le vélo dès la petite enfance. Or, dans les fédérations cyclistes, en règle générale, ce sont les jeunes qui manquent le plus. Faut-il pour autant être inquiet pour l'avenir ? Il y a lieu de mobiliser, à commencer par les jeunes générations. De ce point de vue, j'espère que les diverses actions menées par les associations et les fédérations permettront de maintenir et d'amplifier l'engouement exprimé par les Français pour la pratique du vélo. La politique effrénée favorable aux engins motorisés reste encore forte, alors que le vélo représente une solution à de nombreux problèmes d'environnement et de santé.

Depuis sa création, en 1923, la Fédération française de cyclotourisme, avec ses 3150 associations affiliées et ses près de 120 000 adhérents, joue un rôle important pour la promotion de l'usage du vélo dans notre pays. Songez que l'origine de notre mouvement remonte à 1887. Aussi, nous ne manquerons pas de célébrer cette année les cent vingt ans du développement de la pratique cyclotouristique.

**2) La fête du Vélo, chaque premier week-end de juin, participe-t-elle d'un nouvel essor du vélo dans notre pays ?**

La fête du Vélo contribue à cet essor, c'est évident. Cependant, sans les actions nombreuses et diversifiées « à l'année » évoquées plus haut, elle ne serait pas utile.



Cette fête représente aussi, pour les acteurs institutionnels et économiques du vélo présents dans le Comité de promotion du vélo, un rendez-vous annuel important avec les médias, locaux ou nationaux, généralistes ou spécialisés. Leur attention se focalise alors sur le vélo et ses usages possibles.

Pour qu'il ait un véritable impact, toutes les communes urbanisées de France devraient soutenir cet événement – à l'instar de ce qui se passe lors de la fête de la Musique. De plus en plus, les discours et argumentaires politiques intègrent les bienfaits du vélo. Cependant, on constate que seules 300 villes et agglomérations participent à cette opération coordonnée à l'échelon national. C'est trop peu pour être réaliste et efficace. Nous devrions avoir entre 3 000 et 8 000 villes mobilisées à cette occasion pour promouvoir ce mode de transport. Ce serait la concrétisation d'une réelle prise de conscience environnementale et sociale.

**3) Le cyclotourisme, au-delà du sport et du loisir, peut-il être un outil de développement des territoires ? Comment ?**

Le cyclotourisme n'est pas seulement un sport de loisir, c'est tout simplement le « tourisme à vélo », qui allie dans sa pratique le tourisme, le sport, la santé et la culture. Développer des itinéraires cyclables agréables et accessibles, encourager l'essor de programmes et de services touristiques spécifiques, c'est promouvoir et favoriser la pratique du vélo, mais c'est aussi et surtout permettre un développement durable des territoires avec des pratiques touristiques respectueuses des habitants, de l'environnement et du cadre de vie. Les retombées économiques de ce tourisme à vélo sont importantes. L'exemple de la Loire à Vélo prouve que ce vecteur du tourisme est important. Pour tout dire, les indicateurs sont aussi au beau fixe en ce domaine.

Par ailleurs, développer l'accessibilité des territoires au vélo, c'est aussi faire des efforts à l'attention de l'ensemble des pratiques de tourisme, en intégrant les besoins et les attentes des touristes de manière générale. En ce sens, le cyclotourisme est un outil d'aménagement du territoire et un instrument pour développer concrètement dans une ville, une agglomération, un département, une région, l'offre dédiée aux touristes et aux excursionnistes.

Les deux événements importants de la seconde partie de l'année 2007 pour notre fédération seront la semaine fédérale et internationale de cyclotourisme (du 5 au 12 août à Périgueux), près de 15 000 cyclotouristes attendus, et la fête du cyclotourisme les 15 et 16 septembre. Pour ce dernier, ce sont pas moins de 250 balades à vélo - des « cyclo-découvertes » - qui seront organisées et encadrées par des guides compétents. Deux rendez-vous qui participent également à développer auprès des décideurs et des entrepreneurs locaux l'intérêt de prendre en compte et d'investir pour favoriser le développement du cyclotourisme en France. ■