

Campagnes de promotion de l'utilisation du vélo

Afin d'encourager la mobilité durable et un comportement respectueux de l'environnement, les villes et municipalités peuvent, en plus de mettre en place les infrastructures nécessaires, recourir à des campagnes promotionnelles pour la pratique quotidienne du vélo. De tels exemples existent déjà, en Allemagne comme en France. Elles motivent les villes à agir pour protéger le climat en développant l'usage du vélo dans leurs rues.

Sommaire

I. VILLE EN SELLE, un dispositif très populaire en Allemagne.....	1
II. Exemples français de sensibilisation au vélo	3
III. Liens.....	5

I. VILLE EN SELLE, La campagne de promotion du vélo en Allemagne

STADTRADELN/VILLE EN SELLE est une campagne de Climate Alliance qui promeut pour plus de protection du climat et une meilleure promotion de l'usage du vélo..

Elle s'adresse aux collectivités locales (par ex. villes, municipalités, intercommunalités/régions), qui s'engagent à utiliser le plus souvent possible le vélo, sur une période de 21 jours consécutifs, entre le 1er mai et le 30 Septembre.

Le concept de VILLE EN SELLE

L'objectif de la campagne est de sensibiliser les citoyens à l'utilisation du vélo dans la vie quotidienne ainsi que d'inclure la thématique du vélo et des pistes cyclables dans les débats politiques locaux.

Les élus locaux, en tant que responsable au niveau local dans le domaine mobilité à vélo, décideuse déplaçant à vélo, doivent expérimenter eux-mêmes, ce que cela signifie se déplacer à vélo sur le territoire de sa collectivité et sur la base de cette expérience inciter ou autrement dit mettre en œuvre les mesures nécessaires pour améliorer les infrastructures dédiées aux vélos.



VILLE EN SELLE
Pédaler pour le climat

La campagne est conçue comme une compétition, au cours de laquelle les membres du conseil municipal et des citoyens en équipe font la course en vélo. Sur la période de 21 jours

Fiche thématique – Promotion du vélo

consécutifs, le but est de cumuler autant de cyclo-kilomètres (km parcourus à vélo) que possible, tant dans le cadre professionnel que privé. A cette occasion, les capitaines d'équipe peuvent servir d'exemple auprès de leurs concitoyens d'exemple et promouvoir l'utilisation accrue du vélo. Les écoles ou classes, clubs, associations, entreprises, citoyens, etc. sont également invités à former leurs propres équipes.

Au cours de la campagne de trois semaines, chaque équipe entre le nombre de cyclo-kilomètres parcourus dans leur journal de bord en ligne, une base de données enregistrant les distances parcourues à vélo. Les résultats des équipes et des villes sont publiés sur le site internet de VILLE EN SELLE afin de permettre une comparaison entre villes.

VILLE EN SELLE peut être accompagnée d'une campagne de promotion afin de sensibiliser les citoyens aux avantages de la mobilité durable. La mise en œuvre d'une journée du vélo, impliquant par exemple des visites, des points d'information, des tables rondes, etc., offre l'occasion de sensibiliser le public et de faire la promotion de la pratique quotidienne du vélo.

En 2017, la campagne a fêté ses dix ans en Allemagne, et s'est ouverte pour la première fois aux villes du monde entier. Une belle opportunité pour les villes françaises d'entrer en compétition avec leurs homologues allemands, ensemble en selle pour le climat.

Modalités de mise en œuvre et résultats

En plus calendrier en ligne, l'application VILLE EN SELLE (en allemand) permet de créditer les cyclo-kilomètres encore plus simplement! Soit manuellement, soit via la fonction GPS: l'itinéraire exact est répertorié et les kilomètres parcourus sont directement calculés.

Une fonctionnalité supplémentaire de l'application est l'accès à la plate-forme de signalement RADar! Elle permet aux participants de mettre une épingle directement sur un plan via l'application VILLE EN SELLE afin d'informer leur municipalité des améliorations à apporter aux infrastructures cyclables.

Les gagnants ? Le climat, l'environnement et nous tous! Pour chaque kilomètre parcouru à vélo plutôt qu'en voiture, l'émission de 142 g de CO₂ est évitée et le trafic, et le bruit résultant s'en trouvent réduits, ce qui conduit à des villes et collectivités plus agréables à vivre. A l'issue de la campagne de 21 jours, la collectivité publie la quantité d'émissions de CO₂ évitées et le nombre de cyclo-kilomètres parcourus par les participants. Si possible, les participants et / ou équipes les plus actifs sont récompensés à l'échelon local par leur collectivité.

Climate Alliance récompense en fin de campagne, les meilleures municipalités classifiées selon 5 tailles dans les catégories suivantes):



- le conseil municipal le plus cyclo-actif (nombre de kilomètres à vélo par conseiller, en fonction du nombre de conseillers participants)
- les collectivités les plus actives avec le plus de cyclo-kilomètres (dans l'absolu)



Fiche thématique – Promotion du vélo

Les Vedettes EN SELLE contribuent à attirer l'attention des médias

La catégorie spéciale Vedette EN SELLE s'adresse directement aux conseillers municipaux et aux personnalités publiques. L'idée est qu'ils montrent l'exemple et n'utilisent pas leur voiture mais leur vélo pendant les 21 jours de la campagne VILLE EN SELLE. Des actions médiatiques efficaces telles que la "mise en demeure" de votre voiture personnelle ou de fonction en la bâchant pour la durée de la campagne a pour objectif d'attirer l'attention sur la campagne au niveau local et/ou régional.

Toutes les Vedettes EN SELLE reçoivent en guise de cadeau incitatif un compteur de vélo haut de gamme ainsi qu'une sacoche de vélo étanche, en plus d'une inscription au tirage au sort permettant de gagner de l'équipement cycliste.

II. Exemples français de sensibilisation au vélo

En France, certaines villes ou régions, comme l'Alsace, cherchent à promouvoir le vélo à travers des initiatives locales. Toutefois, il n'existe pas de campagne à l'échelle nationale comme VILLE EN SELLE.

« Au boulot à vélo », Strasbourg et Alsace du Nord

A Strasbourg, le défi « Au boulot à vélo » existe depuis 2009. Il est ouvert aux entreprises et administrations comptant plus de 2 employés, implantées sur l'une des 33 communes de l'Eurométropole de Strasbourg. Chaque établissement participant s'efforce de motiver le plus grand nombre possible de ses employés à parcourir le plus de cyclo-kilomètres sur leurs trajets domicile-travail et/ou professionnels au cours d'une campagne de 2 semaines. Le défi récompense donc les établissements qui auront su mobiliser un nombre important de participants de manière régulière sur les 14 jours.

Cette campagne s'inscrit dans une politique volontariste de l'Eurométropole, qui s'est fixée comme objectif à l'horizon 2025 que 16% de tous les déplacements quotidiens soient effectués à vélo. L'évènement permet aux employeurs de promouvoir le vélo auprès de leurs employés, de créer une cohésion d'équipe autour d'un événement aux valeurs positives et par ce biais de mettre en avant la participation plutôt que la performance.

Les administrations et entreprises participantes sont classées en fonction de leur statut (public ou privé) et de leur taille (nombre d'employés).

Les premiers de chaque catégorie reçoivent un prix et un lot. Les deuxième et troisième de chaque catégorie reçoivent un prix.

STRASBOURG
VELOPTIMISTE



Un défi très similaire est organisé par l'Alsace du Nord, hors Strasbourg Eurométropole. Depuis 2011 le défi « Au boulot, j'y vais à vélo ! » s'adresse aux salariés des entreprises, associations et

Fiche thématique – Promotion du vélo

administrations mais aussi aux établissements scolaires implantés sur tout le reste du territoire alsacien.

L'objectif est que les participants effectuent le plus possible de cyclo-kilomètres, sur une période de deux semaines. L'objectif à long terme est de contribuer à l'abandon de l'utilisation de la voiture individuelle au profit du vélo, mode de transport quotidien économique, écologique et bon pour la santé. Le défi, qui est conçu comme une compétition, comptabilise tous les kilomètres parcourus à vélo du lieu de résidence des participants jusqu'à leur lieu de travail. Par la suite, 5 centimes par cyclo-kilomètre (chiffres de 2016) parcourus par l'ensemble des structures participantes seront reversés à une association caritative alsacienne sous la forme d'une dotation financière.

Concours « Talents du Vélo »

Le concours « Talents du Vélo » est organisé par le Club des villes et territoires cyclables depuis 2011. Il récompense des femmes et des hommes - ou une équipe de partenaires - dont les actions exemplaires contribuent au développement de l'usage quotidien du vélo en milieu urbain.

Le concours s'adresse à toute personne de plus de 18 ans, de toute nationalité, quel que soit son statut : salarié, entrepreneur, fonctionnaire, étudiant, bénévole... qui œuvre pour le développement de l'usage du vélo au quotidien. Il est possible de s'inscrire dans l'une des 6 catégories suivantes :

- Entrepreneuriat
- Solidarité
- Pédagogie
- Communication
- Innovation de service
- Style



Fiche thématique – Promotion du vélo

III. Liens

Campagne STADTRADELN / VILLE EN SELLE :

<https://www.stadtradeln.de/home/> (DE/EN)

Challenge « Au boulot à vélo, Strasbourg » :

<https://auboulotavelo.eu/le-challenge/> (FR)

Challenge « Au boulot, j'y vais à vélo !, Alsace du Nord »:

<http://defi-jyvais.fr/presentation/editions-precedentes/> (FR)

Concours „Talents du vélo“:

<http://www.villes-cyclables.org/> (FR)

Des exemples supplémentaires au niveau local en Allemagne :

<https://www.radkultur-bw.de/> (DE)

<https://www.agfk-bw.de> (DE)