

Plus qu'un jeu, Salariés,

Les questions de santé, d'environnement et de coûts liés aux déplacements préoccupent un nombre grandissant d'entreprises et de salariés. En Allemagne, en Suisse, au Danemark, en Angleterre, en participant à l'action « bike to work », « à vélo au travail », les entreprises s'engagent chaque année dans des démarches pragmatiques pour inviter les salariés à se rendre au travail à vélo. Une action dans laquelle tout le monde s'y retrouve : salariés et employeurs. « A vélo au travail » existe déjà en France à Strasbourg, Grenoble, Chambéry et Toulouse. A quand son extension en France ?



Depuis quelques années, le phénomène « A vélo au travail » se répand comme une traînée de poudre en Europe. Les porte-parole de l'ADFC (la Fédération de cyclistes allemande) n'hésitent pas à parler de véritable phénomène de masse.

« Mit dem Rad zur Arbeit » : « à vélo au travail »

Des économies énormes

Pédaler, c'est la santé. L'ADFC indique que chaque cycliste permettrait d'économiser 1200 € par an à la sécurité sociale. Qu'un cycliste qui pédale au moins 30 minutes par jour diminue de 40% la probabilité d'une mort précoce en comparaison à un non-cycliste ; que le cycliste quotidien diminue de 40% le risque de tomber malade. (source : article de l'ADFC du 07/09/06). Des constats qui rejoignent ceux faits par la FUBicy pour sa campagne 2006 « A vélo, c'est la santé ».

Ce sont les bienfaits du vélo pour la santé qui ont donné naissance en Allemagne dès 2001 à l'une des plus grandes actions de vélo urbain jamais menées : « Mit dem Rad zur Arbeit », « à vélo au boulot », où l'ADFC prône « une pratique modérée, mais régulière » du vélo pour lutter contre un immobilisme nocif.

Un partenariat judicieux avec la Sécurité Sociale

L'ADFC, en partenariat avec l'AOK (la sécurité sociale allemande), propose aux entreprises de s'inscrire dans ce projet santé en incitant leurs salariés, par équipes de 3, à se rendre au travail à vélo durant un minimum de 20 jours sur une période de 3 mois (du 1^{er} juin au 31 août). Leur devise : « **bon pour moi, bon pour mon entreprise !** ».

Heidi Wright, vice présidente de l'ADFC, déclare qu'« il ne s'agit pas de faire de cette action une campagne de fitness de courte durée, mais d'agir sur la conscience en proposant une alternative judicieuse au déplacement individuel motorisé ».

Philosophie et clefs du succès

Les leviers actionnés par l'ADFC sont les suivants : le vélo conduit à une meilleure santé, diminue le stress et fait baisser le taux d'absentéisme au travail. Par ailleurs, il augmente la motivation et la productivité des salariés et crée une plus grande convivialité.

Voilà pourquoi, selon l'ADFC, les salariés s'y retrouvent pleinement : « la sensation de bien-être est immédiate lorsqu'ils viennent travailler à vélo ». Les employeurs, quant à eux, ne sont pas en reste. Les bénéfices sont partagés.

Il est essentiel d'inscrire cette action dans le temps. En effet, d'une année sur l'autre, les participants font part à leurs collègues et proches des bénéfices physique et psychologique de cette action, expliquant en partie le succès croissant de « à vélo au boulot ». Autres facteurs de motivation : des lots attractifs à remporter et la formation de petites équipes composées de 3 salariés, ce qui permet de partager son expérience et d'apprendre à mieux se connaître.

Un démarrage en force

L'action débute sa « marche triomphale » à l'été 2001, dans une localité pilote située en Bavière. Pas moins de 830 salariés y participent. L'ADFC ne s'attendait pas à un tel succès, l'action à peine lancée.

En 2002, c'est toute la Bavière qui répond à l'appel. L'action est propulsée par l'AOK et ses agences en région qui communiquent sur l'action auprès de centaines de milliers d'entreprises.

Rien d'étonnant qu'en 2003 le succès croisse encore. Le concept s'étend à d'autres régions allemandes et séduit les Hambourgeois. L'ADFC recense alors 33.973 participants dans la seule ville de Hambourg.

En 2004, ce ne sont pas moins de 10 régions allemandes qui communiquent sur « à vélo au travail », mais toujours au sein de localités pilotes désignées dans ces régions. D'un seul coup, le nombre de participants à vélo avait doublé : 62.000 « burocyclistes » de plus de 7000 entreprises !

Le triomphe continue en 2005. Le bilan est plus que positif : 15 régions allemandes participent, 101.529 salariés, 26.523 équipes de cyclistes sont formées, 11.740 entreprises allemandes participent... La Bavière remporte la palme avec, à elle seule, 50.000 participants.

un enjeu : tous en selle !

ADFC



Le bilan de clôture de 2006 n'a pas encore été réalisé (certaines régions n'ayant pas encore communiqué leurs chiffres). Néanmoins, avec les données actuelles de l'AOK, on recense déjà : 16 régions allemandes participantes - dans 14 régions : environ 130.000 salariés en selle - environ 13.100 entreprises.

... Et ensuite ?

Armin Falkenhein de l'ADFC ne se laisse pas griser par le succès de l'action et décrète que ce dernier sera total à partir du moment où, à l'instar du Danemark, 2% de la population se mettra à pédaler dans cette action. Ce qui représente, à long terme, 1,6 million de participants. De quoi être pantois...

Plus d'infos sur :

<http://www.mit-dem-rad-zur-arbeit.de/>

Infothèque intéressante : présentation à télécharger... (en allemand) : http://www.adfc.de/2947_1



L'exemple suisse

Interview de Mathilde Geiges, coordinatrice pour la Suisse romande de PRO VELO (IG VELO du côté allemand). L'association PRO VELO SUISSE regroupe 30 associations et plus de 23.000 membres. Son but : susciter le réflexe vélo au quotidien et dans les loisirs.

Vélocité (V) : quel est le concept de « Bike to work » (à vélo au boulot) ?

Mathilde Geiges (MG) : la première édition a vu le jour en 2005. Il s'agit d'un concours organisé dans toute la Suisse toujours au mois de juin pendant 1 mois. Cela laisse le temps de prendre de nouvelles habitudes, de trouver l'itinéraire

le plus agréable et le plus rapide et aussi de prendre du plaisir ! L'action s'adresse à toutes les entreprises et services publics. En fait, nous nous sommes inspirés des actions de même type qui se sont déroulées en Allemagne, au Danemark ou encore en Norvège. Il s'agit d'encourager les salariés à se rendre au travail à vélo, ne serait-ce que sur une partie du trajet (pour ne léser aucun salarié, même ceux qui viennent de loin, nous acceptons qu'ils combinent TC+vélo). Il y a, en fait, 2 conditions : - venir au travail à vélo (ou vélo et TC) au moins la moitié de leurs journées de travail, - former des équipes de 4 salariés ou éventuellement 2 ou 3 pour les petites entreprises ou les succursales. Nous nous servons des leviers « santé » et « dynamisme de l'entreprise » pour inciter les entreprises à participer. La « carotte », ce sont les lots attractifs auxquels ont accès les participants.

V : cette approche « ludique » vous semble nécessaire ?

MG : absolument. Au moins pour les salariés. Les entreprises qui participent à l'action sont, à la base, motivées. Elles sont inscrites d'office

au tirage au sort. Après les prix entreprises, vous avez les prix individuels, puis enfin les prix d'équipes, pour celles dont tous les membres ont rempli les conditions de participation. Les prix sont axés sur la détente, justement pour appuyer aussi le côté plaisir du vélo, comme une sortie « construction de radeau », et aussi une semaine d'essai de vélos électriques ! Les lots sont déterminés avec PRO VELO et offerts par nos sponsors.

V : quel est l'intérêt de former des petites équipes ?

MG : il est multiple. D'abord, le noyau de l'équipe est souvent formé d'au moins un « cycliste convaincu » qui va motiver ceux qui rechignent à pratiquer de l'exercice physique. Parfois aussi, il n'y a pas de cycliste quotidien, mais l'équipe a juste envie « d'essayer ». Et ça marche, car en plus de gagner du temps sur leur déplacement de proximité de moins de 5km, ils reconnaissent être beaucoup plus décontractés et se mettent pour près d'un tiers d'entre eux définitivement à aller au travail à vélo. Cela permet aussi d'encourager l'esprit d'équipe. En outre, le « mini contrôle social » exercé par les membres de l'équipe permet de s'assurer qu'ils utilisent réellement un vélo pour se rendre au travail.

V : comment l'action a-t-elle démarré ?

MG : après réflexion, il nous a semblé judicieux de mener d'abord un projet pilote avec une seule entreprise, avant de l'étendre à plusieurs entreprises, histoire de voir les résultats, les points forts et les points faibles de l'action. La Migros (ndlr leader du commerce de détail suisse), qui affiche aussi une démarche santé et environnement, a rapidement adhéré au projet. 21 magasins et 1.600 salariés ont participé au projet pilote en 2005. Son succès et la satisfaction de tous les acteurs ont dépassé nos attentes. La Migros s'est réengagée d'office pour sponsoriser la 2^e édition et nous avons élargi le projet au niveau national. C'est comme ça

Bougez autrement

qu'en 2006, il y a eu plus de 400 entreprises participantes, soit un peu plus de 21.000 salariés. Nous espérons convaincre encore plus d'employeurs en 2007 !

V : pouvez-vous donner quelques noms d'entreprises ayant participé en 2006 ?

MG : Alstom, Nestlé, l'Aéroport de Genève, Siemens, ABB, les 2 écoles polytechniques de Lausanne et Zurich, et beaucoup d'autres, parfois de taille plus modeste.

V : leur participation est-elle gratuite ?

MG : non, PRO VELO demande une participation modeste de 200 CHF pour les entreprises de 200 employés (ndlr environ 130 €) puis 0,50 CHF par salarié supplémentaire. Cela nous permet de financer environ 60% des coûts du projet... et ne fait pas reculer les entreprises !

V : outre la participation financière, quelles sont les modalités d'inscription à « Bike to work » ?

MG : les démarches sont assez simples. L'entreprise valide sa participation en nous renvoyant un bulletin prédécoupé dans une plaquette éditée par PRO VELO SUISSE envoyée au moment de la prise de contact. L'entreprise s'acquitte de ses 200 CHF et nous leur envoyons toute la documentation nécessaire à la mise en place de l'action (notamment une boîte à outils, la « toolbox », affiches...). Le coordinateur prend le relais au sein de l'entreprise pour mettre en place des actions inhérentes au projet « bike to work ». Il n'y a pas d'inscription par informatique. Nous centralisons les demandes des entreprises au siège de PRO VELO et surtout, nous tenons à leur offrir un service de conseils personnalisés afin de les accompagner tout au long de la mise en place du projet.

V : comment allez-vous convaincre les entreprises ?

MG : parfois, elles nous contactent elles-mêmes. Le plus souvent, c'est PRO VELO et/ou ses associations qui les contactent. Un très bon exemple est celui de la ville de Berne (voir encadré*). De toutes façons, les entreprises qui s'engagent le savent bien : elles sont dans un schéma gagnants/gagnants. « Bike to work » donne une image positive et progresse de l'entreprise qui relaie les thématiques de la santé, de la mobilité et de l'environnement de façon pragmatique. D'autres aspects positifs sont à souligner : climat de travail plus agréable, retombées publicitaires des reportages médiatiques, et bien sûr, les économies : diminution des absences au travail pour cause de maladie et réduction des coûts liés aux places de stationnement. Les salariés s'y retrouvent très largement : santé, bien-être, meilleure cohésion sociale, plus grande disponibilité au travail, etc.

V : qu'est-ce que cela implique pour l'entreprise ?

MG : d'autres mesures concrètes peuvent être prises à différents niveaux : management, infrastructure, aménagement du temps de travail, etc. PRO VELO propose une « action clé en mains » : tout est précisé dans le dossier que nous remettons au « coordinateur responsable de la promotion interne » chargé de relayer l'action dans l'entreprise. Mais c'est sûr que pour convaincre les adeptes du « tout auto », les entreprises doivent y mettre du leur. On n'a rien sans rien ! Je pense particulièrement à l'aménagement des places de parking, des vestiaires adaptés, des douches, etc. Pendant ou après la durée de l'action, certaines entreprises ont décidé de transformer les places de stationnement auto en stationnement vélo. C'est un point de départ...

Contact : mathilde.geiges@provelo.ch

internet : www.pro-velo.ch - www.biketowork.ch



Un schéma gagnants/gagnants

Interview de Patrick Walser, responsable déplacements et chef de projet du département environnement à la Migros depuis février 2002.

Vélocité (V) : Migros est l'entreprise pilote de l'action « Bike to work » - « à vélo au boulot » en Suisse. Comment le projet a-t-il démarré ?

Patrick Walser (PW) : l'idée émane de l'association IG Vélo Suisse qui nous a contactés pour nous proposer de participer à l'action. De part mes responsabilités, j'ai pris la tête du projet.

V : comment la Migros a-t-elle réagi à cette proposition ?

PW : le groupe Migros a rapidement pris la décision de soutenir ce projet. Il restait quand même à convaincre nos filiales. Un grand nombre d'entre elles a néanmoins voulu y participer spontanément.

V : d'après vous, quels sont les avantages pour une entreprise de s'inscrire dans un tel projet ?

PW : il s'insère parfaitement dans une démarche de promotion de la santé au travail. En un mot, les entreprises s'engagent concrètement à inciter leurs salariés à se dépenser physiquement et se déplacer sans voiture pour leurs trajets domicile/travail.

D'autre part, un dernier point important, me semble-t-il, c'est que l'action « à vélo au boulot » est un formidable moteur d'intégration pour les collaborateurs.

V : pourriez-vous nous dire si vous êtes globalement satisfait de l'action ?

PW : globalement, oui. Mais force est de constater que l'entreprise doit réellement faire des efforts pour motiver un maximum de salariés.

V : qu'en ont pensé vos salariés ?

PW : nous avons eu d'excellents retours des participants. La constitution de petites équipes est un vrai facteur de motivation. Les sondages que nous avons réalisés le montrent : à la fin de l'action, nombreux sont les salariés qui ont adopté le vélo pour leurs déplacements pendulaires. Par conséquent, nous pensons avoir atteint l'objectif de l'action.

> M. WALSER et ses collaborateurs de la Migros



Migros

V : quels sont, d'après vous, les facteurs qui freinent les entreprises à participer à ce type de projet ?

PW : il doit avant tout correspondre à une culture et une stratégie d'entreprise en matière de promotion de santé et de déplacements. Si tel n'est pas le cas, l'entreprise n'y prendra pas part. D'autres entreprises sont plus réticentes, notamment celles dont les salariés travaillent par roulement ou bien encore celles qui sont très isolées d'un point de vue géographique. La plupart du temps, ce sont les hommes d'affaires d'une entreprise qui prennent la décision de participer ou non.

V : conseillez-vous aux autres entreprises de participer à « à vélo au boulot » ?

PW : absolument. Si très peu de salariés y prennent part ou peuvent y prendre part, nous n'aurions pas renouvelé l'opération. Néanmoins l'action devient de plus en plus connue d'année en année.

V : pourriez-vous nous dire en quelques mots ce que l'action implique pour l'entreprise ?

PW : les entreprises mettent à disposition des salariés, de façon très inégale, des aménagements spécifiques à l'action (ndlr : douches, vestiaires, places de stationnement, etc). La première année, nous avons organisé des contrôles techniques vélo et organisé un rallye au départ du siège.

Chocolat Frey, une entreprise industrielle de notre groupe, a spécialement proposé un repas diététique et lancé un concours interne.

Une bonne communication interne est primordiale, soit par l'intranet, ou encore par le biais d'affiches ou d'un stand publicitaire au restaurant d'entreprise, où les salariés peuvent échanger de façon personnelle sur l'action.

Sachant que les salariés utilisent davantage leur vélo pendant l'action, il faut mettre à disposition suffisamment de places de stationnement vélo. Nous avons d'ailleurs loué des arceaux mobiles pour vélo. Je conseille également à chaque entreprise de mettre en place un concours interne qui lui est propre avec des lots, sachant que les chances de gagner au niveau national sont très faibles.

Plus d'informations sur la Migros : http://www.migros.ch/Migros_FR - rubrique durabilité

*Suisse : l'exemple de Berne

Pour la seconde édition de « Bike to work » en Suisse, les associations de PRO VELO se sont mobilisées. Plusieurs exemples de partenariats réussis avec les entreprises. L'expérience de l'association PRO VELO Berne mérite particulièrement d'être mentionnée.

Après avoir gagné un concours Agenda 21 local organisé par la ville de Berne, l'association PRO VELO Berne a obtenu de la ville qu'elle arrose toutes les entreprises du canton de documents de communication les incitant à participer à « Bike to work ». En outre, la ville a placardé les espaces publicitaires d'affiches faisant la promotion de l'action et distribué des cartes postales qui représentent des salariés d'échelons différents incitant à se rendre au travail à vélo : ouvrier, boucher, cadre supérieur, etc. Franc succès assuré pour la ville et le canton.



Les chiffres parlent : « Bike to work » en Suisse

- > Durant le projet pilote de 2005 : 38% des salariés ont changé de mode de transport sur la durée de l'action.
- > 2006 : Plus d'un tiers des participants n'étaient pas des cyclistes chevronnés.
- > 2006 : 95% des salariés se sont montrés favorables pour continuer à utiliser le vélo pour aller au travail.

Quelques exemples d'initiatives vélo/travail en France



Grenoble : « Allons au travail à vélo »

Cette journée est organisée depuis 3 ans par l'ADTC, Association pour le Développement des Transports en Commun, des voies cyclables et piétonnes, et la communauté d'agglomération Grenoble Alpes Métropole, lors de la fête du vélo au mois de juin. Elle a lieu sur tout le périmètre de l'agglomération. Cette initiative est soutenue par l'ADEME et la CCI de Grenoble.

« Allons au travail à vélo », c'est sur une journée : un challenge vélo inter-établissements sur toute l'agglomération, des parcours d'accompagnement à vélo, du marquage antiviol, des réparations de vélo sur 2 zones d'activités.

C'est une action de sensibilisation à l'usage du vélo pour les déplace-

ments domicile-travail pour les salariés de l'agglomération grenobloise. Il s'agit de « crédibiliser l'usage du vélo dans les entreprises ou administrations », comme le souligne l'ADTC. Pour récompenser l'établissement le plus cycliste du jour, l'ADTC et Grenoble Alpes Métropole procèdent à une remise de lots.

L'édition 2005 a rassemblé 50 établissements participants, comptabilisant 21.000 salariés présents ce jour-là, dont 16% sont venus à vélo !

En 2006, le challenge inter-entreprises a réuni 56 participants et 12% de cyclistes (au total : près de 19.000 salariés présents). Quelques entités participantes de plus qu'en 2005, mais un pourcentage de cyclistes un peu en baisse dû, très certainement, à une météo très hasardeuse ce jour-là.

Contact : 04 76 63 80 55
contact@adtc-grenoble.org
<http://www.adtc-grenoble.org>



Toulouse : « Allons-y à vélo ! »

Interview de Christian Clerc, vice président, animateur de la commission « écoles et entreprises » au sein de son association - Vélo Toulouse et coordinateur de « Allons-y à vélo ! ».

Vélocité (V) : quels sont les objectifs de l'action « Allons-y à vélo ! » (AYAV) ?

Christian Clerc (CC) : AYAV, c'est d'abord une campagne d'incitation à prendre le vélo, pour aller à l'école, au travail, au cinéma, au restaurant, faire les courses... Cette opération conviviale et dynamique s'inscrit dans le cadre de la fête européenne du vélo et, pour l'édition 2006 de la Semaine du Développement Durable. La première édition a vu le jour le 3 juin 2005 et se renouvelle chaque année depuis.

V : comment l'idée a-t-elle germé ?

CC : nous avons voulu faire ce type d'action à Toulouse, suite à un article lu dans Vélocité au sujet de l'action de Grenoble (ndlr : voir encadré). Ce projet important semblait viable, à condition de mobiliser les adhérents et les sympathisants de l'association, de les inciter à « montrer l'exemple en se déplaçant à vélo » dans leur environnement immédiat : famille, voisins, collègues, etc. et surtout de s'impliquer dans des animations locales d'incitation à utiliser le vélo (c'est ce qu'on appelle du « marketing viral ») pour accompagner ces derniers au changement.

V : quelles ont été les premières réactions, en 2005, quand l'action a démarré ?

CC : en fait, on s'est confronté à un peu de scepticisme, de la part de certains membres de l'association, mais aussi des entités (entreprises, écoles, administrations...) à qui le projet a été soumis. Pour cette première édition, nous n'avons pas recherché le soutien des institutionnels, il s'agissait avant tout de voir si cela pouvait marcher. Plusieurs institutionnels ont cependant été sollicités en tant qu'entité. La Mairie de Toulouse et plusieurs villes de l'agglomération ont relayé l'action auprès de leurs agents en les incitant à venir travailler à vélo. Le Conseil Régional a organisé des animations.

V : malgré un démarrage lent, comment s'est passée AYAV 2005 ?

CC : pas trop mal. Il fallait au moins 1 ou 2 entreprises pour porter le projet. Par chance, Alcatel Space venait de créer récemment une commission transports et déplacements dans son CE et l'entreprise a tout de suite été partante ! Puis, on a fait jouer notre réseau de connaissances (membres ou non de l'association). L'expérience de Grenoble en 2004 et Alcatel Space ont été nos bras de levier, puisque MATRA Astrum s'est dit « alors, pourquoi pas moi ? », puis finalement, ce sont près de 20 entreprises et administrations qui ont participé - une trentaine avec les écoles. Pour que ça marche, il faut d'abord un référent motivé et ensuite qu'il ait un peu d'écoute dans l'entité qu'il souhaite faire participer.

V : l'action a-t-elle rapidement pris de l'ampleur ?

CC : relativement, mais à coup de nombreuses relances principalement par mails par manque de disponibilité dans la journée. J'avais beaucoup d'échanges avec les référents (les employés qui portent le projet dans l'entreprise). De la prise de contact à la prise de décision, il ne faut surtout pas baisser les bras et ne pas hésiter à relancer. Comptez environ 3-4 mois de contacts avant le lancement de l'opération dans les entreprises. Puis, il y a eu tellement d'échanges que nous avons créé très rapidement un site internet toulouseallonsyavelo.free.fr, véritable portail d'échanges entre les référents : idées de manifestation pour la journée AYAV (piqué-nique, café croissant, bus cyclistes...), réponses aux questions courantes, mise en ligne de documentations de communication personnalisables, power point de l'action... En fait, une fois que tout est bien parti, les référents proposent leurs idées, leurs supports de communications... et nous les mettons en lignes à destinations des autres. Dans l'idéal nous n'aurions plus qu'à regarder. C'est par exemple à ce moment-là que s'est concrétisée l'idée qui a donné le jour à buscyclistes.org avec comme objectif de rassembler les cyclistes pour pédaler ensemble au travail.

Ce qui est intéressant, c'est que AYAV 2005 a, me semble-t-il, fourni des arguments aux gens qui portaient dans leur entreprise le projet de création d'une commission transports et déplace-

« Allons-y à vélo ! », c'est avant tout du marketing viral !

ments, comme Motorola ou Rockwell Collins, par exemple.

V : quelles conclusions avez-vous tirées de cette journée ?

CC : même si le mois de juin est idéal, une journée, c'est bien trop peu ! C'était un vendredi et tout le monde n'est pas disponible ce jour-là et puis, tout dépend de la météo ! Cela ne laisse pas le temps aux gens de s'habituer et d'avoir du plaisir. Le bilan est pourtant positif. Pendant la période qui a entouré l'action, il y a eu une croissance du nombre de cyclistes dans les entités qui avaient déjà commencé leur campagne de communication interne. Les comptages réguliers faits par EADS-Astrum plusieurs semaines avant la journée l'ont très bien démontré. L'effet d'annonce dans les médias a donné aux gens « l'envie d'essayer ». Par exemple, dans une branche du CNRS qui compte 80 salariés, un seul venait occasionnellement à vélo. Le 3 juin, ils étaient 11 ! Et puis, cela a duré au-delà de l'action... Sans challenge (comptage dans les entreprises participantes avec classement en fonction du taux de cyclistes), l'impact de l'opération est difficile à évaluer, mais on a compté 8% de cyclistes chez Astrum au lieu des 4% habituels. Deux fois plus qu'à l'accoutumé aussi chez Alcatel. **+ 50% au Conseil Régional.** Nous estimons donc que la part vélo, assez faible généralement dans nos entreprises (autour de 4% pour les mieux placées) a été presque doublée malgré une météo défavorable.

V : que s'est-il passé en 2006 ?

CC : « l'essayer c'est l'adopter ! ». Tel était le credo de l'opération soutenue en 2006 par les principales collectivités et institutions locales. Nous avons associé des étudiants en Master de communication sur Toulouse pour porter plus loin le projet. La charge d'organisation de l'action était d'autant plus lourde que nous avons fait AYAV sur 1 semaine entière (la semaine du développement durable, du 29/05 au 03/06), mais cette fois-ci avec le soutien des institutionnels (près de 20 en tout). La CPAM a également suivi l'action AYAV 2006, alors que nous n'avions pas pu concrétiser leur participation en 2005, principalement

par manque de disponibilité des coordonnateurs de l'opération. Encore une fois, le suivi des contacts et la motivation des référents sont essentiels et il ne faut pas hésiter à persévérer !

Chaque entité pouvait choisir à sa guise sa « journée phare ». Beaucoup d'actions ont ainsi été proposées et nous avons pu intervenir dans plusieurs entités, chaque jour dans une autre, et Movimento a pu faire la promotion de ses ateliers vélo (réparations de vélos en entreprises) dans différentes entités. Au niveau national, AYAV était inscrite dans le Top 100 des actions remarquables organisées dans le cadre de la semaine du développement durable.

Ce sont en tout 51 entités (entreprises, commerces, écoles ou administrations) représentant près de 60.000 personnes, qui se sont engagées à promouvoir et essayer le vélo pendant cette semaine... Les plus gros employeurs de l'agglomération ont répondu présent : Aéroconseil, Alcatel, EADS Astrium, France Télécom, Météopole, Siemens, Thales...

V : quels sont vos projets pour 2007 ?

CC : l'action repart sur Toulouse. 10 jours (du 2/06 au 10/06) de vélo avec différentes actions et, nous espérons, une campagne commune avec le « fil vert » (randonnée VTT autour de Toulouse sur 2 jours), la fête du vélo et AYAV. **Pas de règles, pas de limites, que des idées portées et dynamisées par les référents eux-mêmes !**

Nous sentons que les acteurs locaux sont de plus en plus prêts, ce qui n'était pas vraiment le cas en 2005. En 2006, quelques référents ont organisé une opération commerce dans une ville de l'agglomération, nous allons utiliser cette expérience pour porter notre action sur vélo et commerces. Globalement, depuis 2 ou 3 ans sur Toulouse, il y a de plus en plus de cyclistes. Mais **je reste convaincu que les entités (entreprises, écoles, administrations, commerces...) auront une part très forte dans l'accompagnement au changement.**

Contact : Christian Clerc
toulouseallonsyavelo@free.fr

DOSSIER RÉALISÉ PAR ADH



Strasbourg : opération « 1000 Km à vélo »

Ce jeu-concours a pour objectif d'inciter les personnes à choisir le vélo pour leurs déplacements quotidiens, notamment pour leurs trajets domicile-travail, sur la base d'une forte argumentation « environnement » et plus particulièrement « santé ». Ce jeu-concours s'appelait d'ailleurs initialement « 1000 Km à vélo pour ma santé ».

En 2006, il a été proposé à une quinzaine d'entreprises et collectivités qui sont dans une démarche de Plan de Déplacement Entreprise (PDE). Près de la moitié d'entre elles y ont répondu favorablement. On peut nommer la CPAM, la CAF, le groupe Masterfoods (entreprise Mars à Haguenau), le CR et CG, la Communauté Urbaine de Strasbourg et le Centre de Réadaptation Fonctionnelle...

Inscriptions dans les entreprises, aux stands ou au CADR 67

Les inscriptions à « 1000 Km à vélo » ont eu lieu du 31 mars au 15 avril 2006 au sein des entreprises participant à l'opération, mais aussi lors de stands grand public - par exemple à un marché -, ou encore à l'accueil de l'association. Les 858 personnes inscrites ont reçu une fiche kilométrique afin d'y reporter chaque jour, du 15 avril au 15 juillet, les distances parcourues à vélo. 200 compteurs kilométriques ont été proposés, afin de faciliter le comptage.

Du 15 juillet au 10 septembre, les inscrits ont pu retourner leur fiche pour participer au tirage au sort. Le comptage ne donne pas lieu à un contrôle, le jeu étant basé sur la confiance.

Projection d'un film en avant- première et remise des prix

Il y a eu 336 retours. Ces participants ont été invités par courrier à venir retirer à l'accueil du CADR 67 une place de cinéma pour la soirée de remise des prix, organisée dans un cinéma

strasbourgeois, avec projection en avant première du film « Une Vérité qui dérange » de Davis Guggenheim.

Les lots ont été attribués aux particuliers par tirage au sort, selon des critères prédéfinis (le participant le plus âgé, la plus âgée,...) et offerts à l'entreprise qui a eu le plus grand nombre de participants et à celle dont les salariés ont cumulé le plus de Km parcourus à vélo. De nombreux lots d'un total de plus de 2500 euros ont été remis : quatre vélos de ville accompagnés chacun d'un cadenas en U, des bons d'achats chez un vélociste de la région, des accessoires tels que capes, antivols...

Bilan positif

Parmi les 336 retours, 44 % sont des femmes et 56 % des hommes, avec une moyenne d'âge de 41 ans (à titre de comparaison, en 2005, il y avait eu environ 250 retours).

En 2006, 336.920 Km ont été parcourus en 3 mois, soit une moyenne de 1003 Km par personne. Cette distance, ramenée aux 91 jours de l'opération, indique qu'en moyenne les participants se sont déplacés quotidiennement sur 11 kilomètres. L'objectif santé de l'opération (1/2 heure d'activité physique par jour) a donc été atteint. D'un point de vue environnemental, près de 83 tonnes de dioxyde de carbone ont été épargnées à la population alsacienne ! Certains salariés ayant participé au jeu ont même déclaré avoir « sorti leur vélo de la cave », selon leurs propres dires, pour se remettre à pédaler et participer à l'action.

Un bon taux de satisfaction dans l'ensemble, du côté des salariés, mais aussi des employeurs, qui se montrent prêts à participer à une nouvelle édition de « 1000 Km à vélo ».

Le bouche-à-oreille des employeurs fonctionne d'ailleurs plutôt bien... Nous avons été contactés par d'autres entreprises qui souhaiteraient s'inscrire à ce jeu-concours.

SÉGOLÈNE CHAUMIEN

03 88 75 17 50 - cadr67@fubicy.org



Chambéry, « Bougez autrement ». Depuis deux ans, Chambéry métropole (avec l'agence Ecomobilité) incite les salariés à rouler autrement pendant toute la semaine de la mobilité, à vélo, en TC, ou en covoiturage. En 2006, sur 1.500 entreprises et administrations sollicitées, avec le concours de la CCI, il y a eu 31 employeurs et 562 participants. Des lots sympas sont venus récompenser les challengers, par exemple des vélos remis aux entreprises ou administrations pour servir de vélos de service.