



Tous
vélo-actifs

Colloque Wallonie cyclable

25 avril 2014



www.veloactif.be



Le plan Wallonie cyclable

Développer l'utilisation du vélo en Wallonie



- 10 communes pilotes Wallonie cyclables
- Amélioration de la qualité de l'infrastructure
- Déploiement de l'intermodalité vélo-transports en commun
- Promotion du vélo dans le cadre scolaire
- Promotion du vélo pour les déplacements domicile-travail
= Tous vélo-actifs

Constats

- Beaucoup moins d'usage du vélo en Wallonie que dans les autres Régions

En %	Flamands	Bruxellois	Wallons	Belges
marche	13,2	32,2	17,8	16,3
deux-roues	13,3	4,2	1,7	9,0
transport public	6,7	24,3	7,6	8,5
voiture	64,1	37,5	70,6	63,6
autre/inconnu	2,8	1,7	2,2	2,5

Source Beldam

Constats

- **Pourquoi ?**
- Culturel : image du vélo associée aux loisirs ou à la discrimination sociale (rouler à vélo c'est pour ceux qui n'ont pas les moyens, n'est pas valorisé socialement).
- Distances : les déplacements quotidiens moyens sont de
 - 12,28 Km pour les Flamands,
 - 8,34 Km pour les Bruxellois
 - 13,45 Km pour les Wallons (source Beldam).
- Relief plus accidenté
- Aménagements cyclistes moins nombreux.

Constats

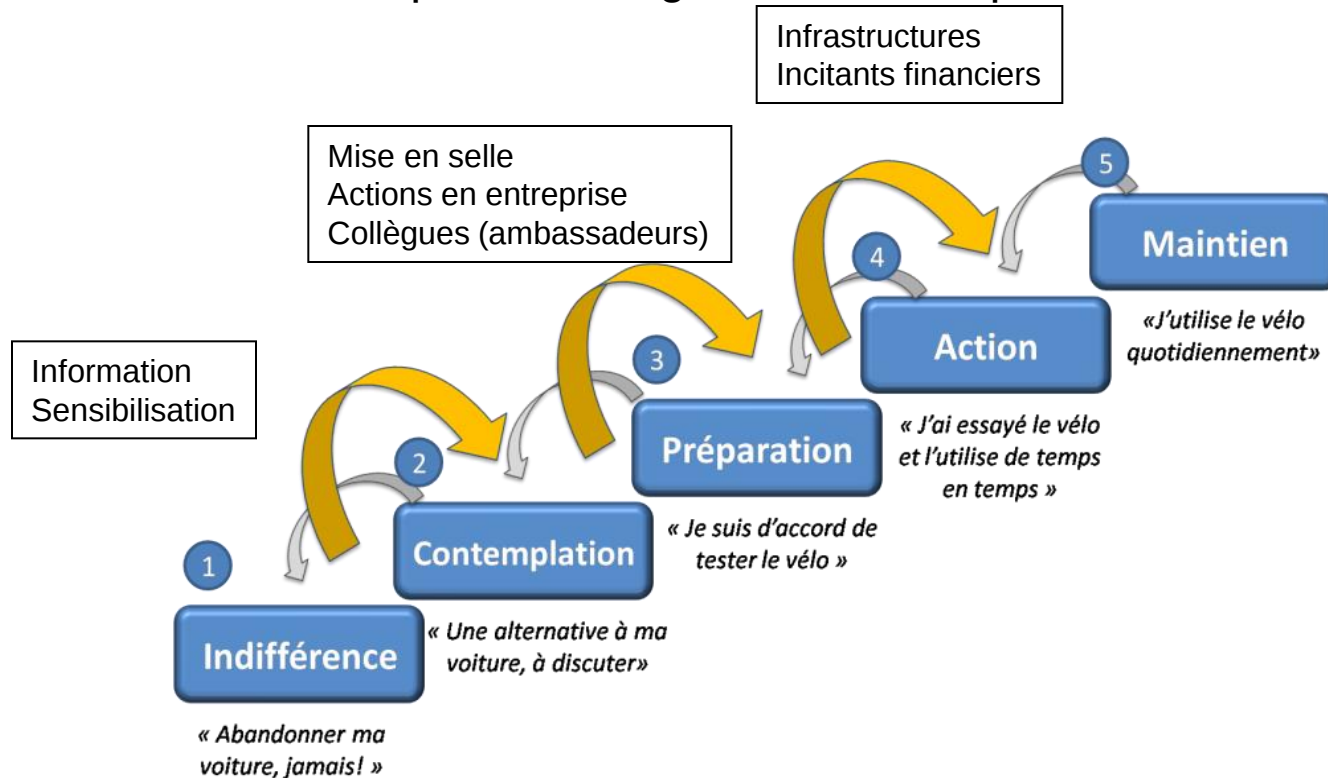
- **Cause perdue ?**
- 42% des Wallons utilisent le vélo au moins une fois par an (ils en possèdent donc un) ;
- 20% des utilisateurs de la voiture estiment qu'ils « ne peuvent pas faire autrement » (il y a donc un potentiel de changement) ;
- Les Wallons sont convaincus qu'à l'avenir il faudra prendre moins la voiture, à cause de l'augmentation du coût (65%) et des embouteillages (51%).
- Un mouvement dans tous les pays industrialisés d'augmentation de l'utilisation du vélo et de valorisation de son image : perméabilité culturelle.
- Améliorations technologiques : le vélo électrique.
- Amélioration des infrastructures cyclables.

Stratégie

- Une offre de Clepsydre Communication avec l'expertise de Pro Velo
- La communication traditionnelle atteint ses limites
 - Une seule campagne de communication « classique » = 200.000 euros min. pour des résultats peu convaincants
 - Le changement de comportement demande du temps : inscrire l'action dans le long terme
- Avancer avec des entités « pilotes » plutôt que de vouloir « convaincre tout le monde en même temps ».
- Respecter les étapes du changement de comportement.

Stratégie

- Modèle transthéorique de changement de comportements



James O. Prochaska et Carlo C. DiClemente

25 entités pilotes « vélo-actives »

- Association d'entreprises AxE 4.25-UCL
- Belfius Banque
- Brillo
- Centre Reine Fabiola
- Clinique et Maternité Sainte-Elisabeth
- Clinique Sainte-Elisabeth Heusy (CHC)
- Club des entreprises des Hauts-Sarts
- Colruyt Group
- Delhaize
- Electrabel – GDF Suez
- Elia
- Ethias Assurance
- Gembloux Agro-Bio Tech
- GlaxoSmithKline Biologicals
- Lampiris
- Les Editions de l'Avenir
- Le Forem
- La Province de Namur
- Le Service Public de Wallonie
- Swift
- Thales Alenia Space Belgium
- UCL – Louvain-la-Neuve
- UMonS - Université de Mons
- ULG - Université de Liège
- UNamur - Université de Namur

La convention



Les entités s'engagent à

- Désigner une personne responsable du projet.
- Réaliser un mini audit vélo pour définir un plan d'actions.
- Identifier les cyclistes réguliers et le potentiel cyclistes.
- Participer aux quatre rendez-vous annuels de Tous vélo-actifs.
- Utiliser les outils d'information et de sensibilisation mis à disposition dans le cadre de l'opération.

Un label vélo-actif



- Toute entité qui signe l'engagement à participer à l'opération est « labelisée » (sauf zonings, clubs d'entreprises, etc.)
- Conçu et mis en pratique par Pro Velo
- Pour objectiver le développement de la politique vélo de l'entreprise
- Pour susciter l'envie de progresser et mesurer la progression
- Pour récompenser les efforts
- Pour créer l'émulation entre les entreprises

Les critères du label

Infrastructures et équipement

- Parking vélo sûr et confortable (20 points)
- Vestiaires pour cyclistes (15 points)
- Stationnement couvert (10 points)
- ...

Sensibilisation et information

- Exemplarité du top management (10 points)
- Carte des itinéraires cyclables pour rejoindre l'entreprise (15 points)
- Espace dédié à la mobilité (15 points)
- ...



Les critères du label



Actions pour mettre en selle les nouveaux cyclistes

- Formation vélo dans le trafic (15 points)
- Implication des cyclistes actuels (10 points)
- Balade à vélo (5 points)
- ...



Actions pour fidéliser les cyclistes

- Indemnité vélo (20 points)
- Service d'entretien et de réparation vélo (5 points)
- Petit-déjeuner pour les employés venus à vélo (5 points)
- ...

Les critères du label

Politique vélo dans l'entreprise

- Coordinateur mobilité (20 points)
- Recours au service d'un coursier vélo (5 points)
- ...



Part de cyclistes

- Entre 5 et 15% du potentiel cycliste (20 points)
- Entre 16 et 30% du potentiel cycliste (30 points)
- Entre 31 et 100% du potentiel cycliste (40 points)

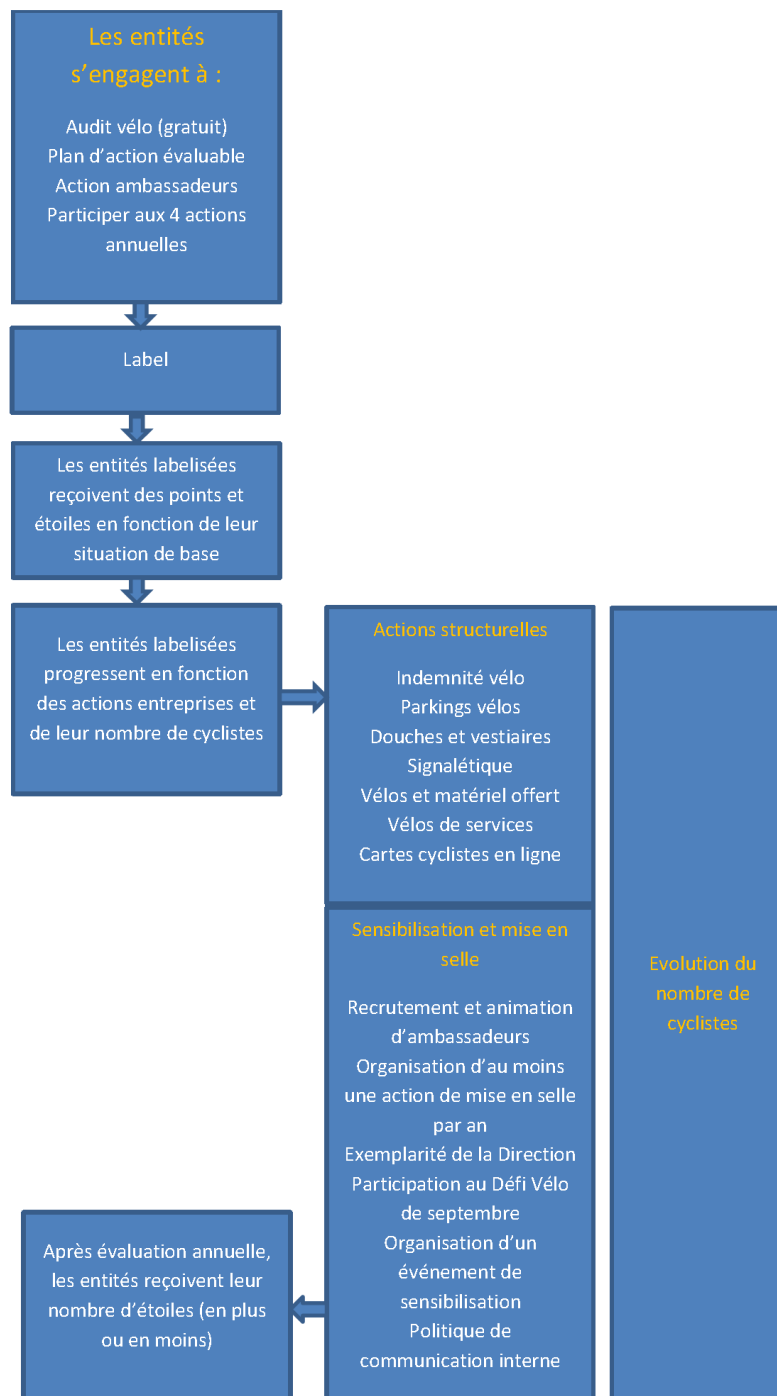
Un plan d'action



- Accompagne la remise du label
- Reprend pour chacun des critères les actions à mettre en œuvre pour progresser
- Des « quick wins » et des actions à plus long terme

Un plan d'action

Thème	Action(s)	Priorité (1 à 3 / 1 = la plus prioritaire)	TIMING				Indicateur(s) de réussite	Remarques / conseils
			QUICK WIN	CT	MT	LT		
Sensibilisation et Information	Carte des itinéraires cyclables pour rejoindre l'entreprise (et entre les différents sites) * assembler tout ce qui existe en terme d'itinéraires et les mettre sur une plateforme * communiquer sur une appli existante iPhone qui permet le téléchargement de la carte afin de se déplacer facilement * créer un "mode d'emploi", communiquer autour et le publier sur le site mobilité * retravailler la fiche d'accès multimodale pour Adèle et Solway	1						Demandez aux cyclistes actuels de partager leurs itinéraires et centraliser-les (par ex. Sur le site www.bitely.com)
	Espace dédié à la mobilité (intranet ou valve) * collaborer étroitement avec la cellule communication et planifier au mieux les besoins de la cellule mobilité afin que les informations soient efficacement relayées : les mesures les plus brillantes sont inutiles si personne n'en a connaissance ou si elles sont mal communiquées * demander les statistiques d'utilisation et de fréquentation du site mobilité * mettre à jour le site mobilité sur base de ces statistiques, le rendre plus attractif et intuitif. * retravailler la mise en page avec un logiciel plus récent : le rendre plus sexy * désigner une personne qui a la mise à jour du site dans ses attributions officielles	1						Mettre à jour l'espace mobilité au moins 4x/an. Sources d'infos : www.pavelo.org/ www.groq.be/ http://veloactif.be/ http://mobilité.wallonie.be/apencma/apencma/fr/wallonie_cyclable/
	Exemplarité du top management * proposer au management de monter l'exemple en participant aux inaugurations, en s'informant sur les actions mises en place * proposer au HR de se faire coacher par un cycliste averti * convaincre quelques figures d'autorité à venir au moins 1 x / semaine à vélo	2						Impliquer et mettre en avant les figures d'autorité et détenteurs d'influence de l'entreprise.
	Information sur la politique vélo de l'entreprise à l'engagement * s'assurer des informations transmises aux nouveaux engagés * rédiger un résumé de ce qui est mis en place au niveau de la mobilité chez Swift (leasing vélo, carpooling...) et ajouter les coordonnées du responsable mobilité * recevoir les coordonnées des nouveaux employés afin d'aller les rencontrer directement	2						Dès leur engagement, les nouveaux employés se voient remettre des <u>informations</u> sur la politique vélo de l'entreprise (infrastructures, incitants...)
	Organiser des actions de sensibilisation * atelier de réparation prévu en mars * diverses activités durant la semaine de la mobilité : formation « pour rouler dans la circulation en toute sécurité » * Test de vélos (à assistance électrique, pliants)	2						Organiser plusieurs petites actions régulières plutôt qu'une seule grande (pour une majorité des gens, les actions isolées ne suffisent pas). Les mesures les plus brillantes sont inutiles si personne n'en a connaissance Proposer la formation en avance et demander les inscriptions.



Un soutien personnalisé



- Des événements de sensibilisation interne
- Des actions de mise en selle (Friday bike day, journée vélo, balades...)
- Vélos mis à disposition
- Coaching (formation à vélo dans le trafic...)
- Ateliers de check-up vélo
- Action Cyclomap
- Kit de communication et conseil en communication orientée vélo
- Un relais avec les autorités locales et régionales
- Information, workshops et partage d'information

Les ambassadeurs du vélo

Les cyclistes réguliers deviennent des exemples



- Promouvoir le vélo au sein de leur entreprise
- Convaincre leurs collègues d'essayer le vélo, les aider, les coacher...
- Participer activement aux actions de sensibilisation vélo mises en place par leur employeur
- Proposer des activités conviviales sur le thème du vélo
- Relayer informations, photos, vidéos
- Plus de 60 ambassadeurs actifs aujourd'hui

Sensibilisation : grand public

- Journée « A vélo au boulot » (Semaine de la Mobilité)



Sensibilisation : chefs d'entreprises

- Conférence au Cercle de Wallonie
 - 3 chefs d'entreprise plaident pour le vélo (Sodexo, Lampiris, Swift)



Partenariats actifs

- Pro Velo
- GRACQ
- Maisons des cyclistes
- UWE
- Cellules syndicales de mobilité
- Blue Bike
- Cyclo TEC
- L'Heureux cyclage

Evolution

- **21 entités** ont été labélisées le 20 septembre 2013.
- **Plus d'un millier de cyclistes** occasionnels ou réguliers ont participé à une ou plusieurs actions de « Tous vélo-actifs ».
- **280 cyclistes** bénéficient de l'indemnité vélo (les entreprises sont encouragées à identifier les autres).
- **60 cyclistes** sont devenus « ambassadeurs ».
- 300 salariés participants au dernier « Printemps du vélo »
- 12 séances d'information et de sensibilisation, 70 actions du type « vendredis vélo », prêts de vélos, journée vélo, bourse aux vélos, essai de vélos électriques, ... 28 check-up vélo.
- 6 formations

Evolution

- **Exemples d'évolution :**
- Ethias Liège : a doublé le nombre de cyclistes en 2 ans (passant de 20 à 40)
- GSK : 45 cyclistes début 2013 > 70 aujourd'hui
- Delhaize : 7 cyclistes en 2008 > 52 aujourd'hui

Evolution

- Tous vélo-actifs mise sur le long terme et travaille par étape : évolution de l'esprit d'entreprise > sensibilisation > mise en selle > contagion.
- On constate : une augmentation de la prise en compte du vélo dans l'esprit d'entreprise
- Des investissements en infrastructures (parkings, vestiaires...) :
 - Au Forem, chez Elia, Ethias, Electrabel, GSK, au SPW, aux cliniques Sainte-Elisabeth d'Heusy et de Namur, à Gembloux Agro-Bio Tech, aux Editions de l'Avenir
- Vélos de service se généralisent (GSK (100 et 66,000 km parcourus en un an), Ethias (4), Forem (4 électriques), Lampiris (7), Gembloux Agro Bio-Tech (40), Campus provincial (2), Swift (10 électriques), SPW (22), Editions de l'Avenir (1 électrique).
- Ethias (au niveau national) a proposé un achat groupé de vélos qui a connu un énorme succès : 500 vélos achetés par 250 personnes.



Tous vélo-actifs

- Un site web
www.veloactif.be
- Une page Facebook
www.facebook.com/tousveloactifs
- Un compte Twitter
https://twitter.com/velo_actifs
- Une newsletter

**Tous
vélo
actifs!**