



# ARGUMENTER EN FAVEUR DU VÉLO AU SEIN DE SON ENTREPRISE, SON INSTITUTION



## Critères du [cahier des charges](#)

- 1.1.4. Engagement de la direction en matière de mobilité vélo
- 1.2.1. Communication externe pro-vélo
- 1.2.3. Plaidoyer pro-vélo auprès des parties prenantes externes
- 2.1.1.B. Qualité et exhaustivité du contenu du support ou du guide centralisant les informations pro-vélo
- 2.1.2.A. Communications sur la mobilité vélo pour le personnel
- 2.1.2.B. Communications sur la mobilité vélo pour les nouvelles personnes venant sur le site
- 2.1.3.B. Conseil personnalisé pour inciter au report modal
- 2.3.1. Existence d'informations pertinentes incitant les visiteurs, usagers ou clients à venir à vélo

## / CONTEXTE

L'argumentation en faveur du vélo est une condition sine qua non pour le développement de la pratique. Elle s'appuie sur des techniques, des preuves mais aussi la compréhension des freins, des idées reçues et en miroir des attentes des salariés pour inscrire le vélo dans les trajets domicile-travail et professionnels.

Ces argumentaires renvoient à deux grands niveaux d'action pour promouvoir le vélo :

- le premier, pour **mobiliser les salariés** ;
- le second, pour **emporter le soutien des directions** d'entreprises, des institutions concernées.

À travers cette fiche ressource, nous présenterons les attentes et idées reçues qui peuvent inciter ou freiner la pratique du vélo, puis nous aborderons 3 grandes catégories d'arguments, pour déconstruire certaines de ces idées reçues et répondre aux nouvelles obligations des employeurs :

- Les arguments dits d'**intérêt général**, à travers le prisme de l'adaptation au changement climatique ;
- Les arguments relatifs au **bien-être et à la santé physique et mentale** ;
- Les arguments dits « **utilitaires** » (productivité, vitesse de déplacement, pouvoir d'achat, etc.).

Pour chacune de ces catégories, nous reviendrons sur les points d'intérêt des employeurs, des **chiffres clés** issus de la littérature grise et des conseils pour mobiliser vos collègues salariés.



Les pictos **salariés** et **employeurs** jalonnent la fiche et permettront de s'appesantir sur la portée et la cible de l'argument : permet-il de mobiliser les salariés ? Convaincre les décideurs ?

Cette fiche peut être un soutien précieux pour développer des actions en lien avec les critères du [cahier des charges du label](#) sur le pouvoir d'influence, la communication interne et externe sur la mobilité à vélo.

La question de « profil-type » et **l'adaptation des arguments en fonction de l'environnement, l'âge, la condition sociale** de la personne sont des éléments clés à intégrer dans tout support, guide et action de communication des employeurs pro-vélo.

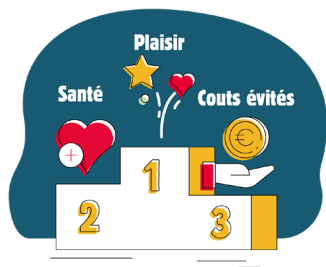


# / PRÉALABLE : CERNER LES ATTENTES DES SALARIÉS ET LES FREINS À LA PRATIQUE

## PLAISIR, SANTÉ ET COÛTS ÉVITÉS AU CŒUR DES ATTENTES ISSUES DES ENQUÊTES NATIONALES

La pratique du vélo chez les salariés français s'accompagne d'une diversité de besoins et de freins potentiels. Elle s'inscrit dans des contextes géographique, social mais aussi populationnel qui induisent des attentes et parfois des idées reçues. Parmi ces attentes plurielles, on peut citer **certaines constantes sur les facteurs motivationnels** et les services propices au développement de l'usage du vélo.


Dans le cadre d'une étude nationale de 2022 intitulée « La France à Vélo »<sup>1</sup>, le 1<sup>er</sup> facteur motivationnel expliquant le choix du vélo serait le plaisir associé à la pratique (pour 24 % des interrogés). Les avantages pour la santé et la faiblesse du coût d'utilisation seraient les deuxième et troisième raisons (23 % et 17 %) qui motiveraient le panel de français interrogés.



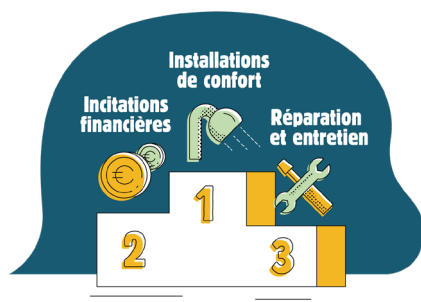
Le 1<sup>er</sup> facteur motivationnel expliquant le choix du vélo serait le plaisir associé à la pratique.

## DES ATTENTES DIFFÉRENTES ENTRE SALARIÉS ET EMPLOYEURS


Ces motivations évoluent de manière significative en fonction de l'âge des personnes interrogées : ainsi, les 25-34 ans seraient plus nombreux à s'intéresser à la pratique du vélo pour ses vertus écologiques (18 %) et moins aux enjeux sanitaires (16 %), alors que **pour les 45-54 ans, ce rapport serait largement inversé (8 % pour l'abord écologique contre 25 % pour la santé)**.

 Du côté des salariés, si l'on s'intéresse aux services ou éléments incitatifs mis à leur disposition, une enquête d'EKODEV<sup>2</sup> pour le compte de l'ADEME, soulignait en 2020 leur **large intérêt pour** :

- Les installations de confort (douches, vestiaires, etc.),
- Les incitations financières,
- Les services d'entretiens et réparation.



La question des installations de confort (douches, vestiaires, casiers) est d'ailleurs particulièrement plébiscitée par les usagers qui n'utilisent pas le vélo comme mode de transport principal. C'est un élément qui les rassure pour se mettre au vélo, alors que ceux qui utilisent déjà le vélo en éprouvent moins le besoin, avec un équipement adapté (sacoques, adaptation du rythme, vêtement plus ample l'été, etc.).

 En revanche, les travaux de l'ADEME soulignent un **intérêt distinct des employeurs** et une volonté de promouvoir l'usage du vélo à travers les enjeux sécuritaires et la mise à disposition de stationnements vélo, **en écho à leurs obligations réglementaires**.

La prise en compte de ces attentes et de ces besoins dans vos argumentaires pourra vous permettre de prioriser vos actions : « est-ce que je souhaite d'abord embarquer ma direction ? Me focaliser sur la mobilisation des salariés ? Trouver un équilibre entre les deux ? »

<sup>1</sup>Enquête menée par l'Observatoire Société et Consommation sur un échantillon de 3098 personnes, dont 2000 personnes pratiquant du vélo chaque mois.  
<sup>2</sup>[ekodev-barometre-velo-employeurs.pdf](https://ekodev-barometre-velo-employeurs.pdf)

## RÉPONDRE AUX APPRÉHENSIONS LÉGITIMES SUR LE VÉLO ET RELATIVISER LES IDÉES REÇUES

Toujours selon l'étude de « la France à Vélo »<sup>3</sup>, on peut citer des freins et idées reçues qui reviennent de façon constante. La **distance et le temps de trajet** seraient les principaux freins, suivis de près par les enjeux **liés à la sécurité**, au **manque de confort** et de praticité, notamment dans le cadre de boucles de trajets (pour aller au travail, faire les courses, déposer les enfants, etc.).



①

Les distances moyennes pour se rendre à vélo au travail est de 8 km (pour les utilisateurs de vélos mécaniques) et 10 km pour les VAE (OBSOCO, 2022), soit 25 à 30 minutes. Des travaux soulignent la tendance des usagers à **surestimer la distance et la durée pour se rendre à vélo** au travail, mais aussi vers des commerces et services du quotidien. Ainsi, plus de 75 % des Français seraient situés à moins de 10 minutes à vélo d'un supermarché et à 5 minutes à vélo d'une boulangerie (BL Evolution, 2021). Une majorité de la population aurait également accès à une gare en moins de 20 minutes à vélo et pourrait commencer par réaliser ponctuellement certains de ces trajets à vélo.

②

Le risque d'accident à vélo n'est pas une idée reçue. Il est réel. **Néanmoins, il y a une différence entre insécurité réelle et insécurité perçue.** En effet, le risque d'accidents à vélo serait largement surestimé par les usagers (ORS IDF, 2012) notamment par un public féminin comparativement à un public masculin (Cho et Al 2009), alors que ce dernier est objectivement le plus à risque.



Dans les faits, **les chances d'être victime d'un accident mortel à vélo sont 10 fois inférieures à celles d'un deux roues motorisés** (Amoros et al. 2012). Le risque d'accident est quant à lui 5 fois inférieur. D'après le concept de sécurité par le nombre (Jacobsen, 2003), la probabilité d'accident vélo/voiture est plus faible lorsque le nombre de cyclistes et de piétons augmente, et inversement. Ainsi, au Danemark et au Pays-Bas, territoires de référence des aménagements sécurisés et d'un nombre élevé de pratiquants, le risque de décès à vélo est en moyenne 3 à 3,5 fois plus faible par rapport à la France.

③

Sur les constats de manque de confort et de praticité, ils sont réels, notamment en temps de pluie, mais ils sont souvent largement surévalués. Selon une étude de météo France (Trajan, 2019), malgré les disparités territoriales, le risque d'être exposé à des intempéries à vélo est minime, d'un trajet sur 6 à Brest, à un trajet sur 20 à Strasbourg, Lyon ou Paris.

Enfin, une connotation forte sur **l'association du vélo au sport et au loisir peut également présenter un frein, notamment dans les villes moyennes.** D'après une étude menée dans 12 villes moyennes en France, **78 % des usagers interrogés considèrent le vélo comme un outil de loisir ou sportif, avant de le voir comme un moyen de se déplacer** (Transdev et ville de France, 2021), alors que dans ces villes moyennes<sup>4</sup> et leurs agglomérations, près de 3/4 des déplacements font moins de 10km (BL Evolution, 2021).

### DES PROCÉDÉS POUR ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT

La psychologie et les sciences sociales peuvent être de précieux alliés pour faire passer un message au sein de votre institution et le rendre plus acceptable auprès d'une personne rétive au changement. Dans la suite de cette fiche ressource, nous reviendrons sur des effets de cadrage ou des éclairages sur les leviers comportementaux propices à convaincre et renforcer son usage. Les biais ou effets seront spécifiés à travers un liseré jaune au fil de cette fiche et détaillés dans des ressources de référence.

#### Ressource de référence sur les attentes des salariés et les freins à la pratiques

- Ekodev (2021), Enquête vélo : ce qu'attendent les salariés
- L'OBSOCO (2023), [Observatoire du rapport des Français au vélo](#)
- Transdev (2023), [Cahier des solutions locales sur l'avenir du vélo](#)
- BL Evolution (2021), [La France à 20 minutes à vélo](#)
- Trajan, Météo France (2021), [Pour l'environnement](#)

<sup>3</sup> Op.cit

<sup>4</sup> Dans les villes moyennes, la pratique du vélotaf serait à ailleurs très conditionnée par l'offre de services, d'aménagements cyclables et les actions des collectivités et des associations, avec d'importantes disparités entre La Rochelle, Colmar, Albi (très dynamiques, avec une part modale supérieure à 7 %) et le reste des villes moyennes françaises (2,6 % de part modale), selon l'INSEE en 2017.



# / 1 Arguments d'intérêt général : le vélo et l'environnement<sup>5</sup>


Les arguments d'intérêt général auraient globalement moins de chance et d'incidence pour mobiliser un salarié vers la pratique du vélo que des arguments liés au bien-être et à la santé par exemple. Ce constat serait à relativiser, avec **un fort impact du levier environnemental auprès des jeunes générations**, comme évoqué précédemment.

Ils pourraient en revanche impacter plus largement les **décideurs**, en lien avec des obligations réglementaires et la poursuite d'objectifs de développement durable et de responsabilité sociétale chez les employeurs publics, mais aussi privés.

## POURQUOI LES EMPLOYEURS DEVRAIENT PROMOUVOIR LE VÉLO EN LIEN AVEC L'ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE ?

Les employeurs privés (+ de 500 salariés) et publics (+250) sont particulièrement concernés par des obligations réglementaires en lien avec la réduction des émissions de CO<sub>2</sub> et la mise en place d'un bilan d'émissions de gaz à effet de serre (BEGES), dans les suites du Grenelle II. Ces obligations pourraient bientôt être élargies aux entreprises de plus de 50 salariés en lien<sup>6</sup> avec la loi européenne sur le climat et l'objectif de réduction des émissions de GES d'ici 2030.

Comme nous l'évoquions précédemment, les jeunes générations sont de plus en plus attentives aux choix des entreprises et leur implication sur la préservation de l'environnement.

  
**Les trajets domicile-travail représentent 15 % des émissions de CO<sub>2</sub> liées au transport terrestre.**

## DES CHIFFRES POUR LIER VÉLO ET BÉNÉFICES SUR L'ENVIRONNEMENT

Face à ces constats, **les trajets domicile-travail constituent le premier poste d'émissions de gaz à effet de serre des activités de bureau**. Ils représentent par ailleurs 15% des émissions de CO<sub>2</sub> liées au transport terrestre. Un salarié se rendant au travail chaque matin en voiture rejettera en moyenne 700 kg de CO<sub>2</sub> par an, juste pour ses trajets quotidiens domicile-travail, alors que **les émissions liées au vélo seraient 100 fois inférieures** (ADEME, 2022).

Les marges de manœuvre grâce au vélo et aux transports en commun sont importantes alors que l'on sait que 60% des trajets domicile-travail de moins de 5km sont réalisés en voiture, ce qui équivaut à un trajet inférieur à 20 minutes à vélo.



**60 % des trajets domicile-travail de moins de 5km sont réalisés en voiture.**

## CONSEILS POUR MOBILISER LES SALARIÉS SUR LE VÉLO ET L'ENVIRONNEMENT

Les travaux de psychologie sociale insistent sur l'opportunité de « personnifier », d'assurer une proximité sociale (vers moi, mon environnement) sur un sujet d'intérêt général, plutôt que de donner des grands chiffres et des éléments désincarnés à l'échelle d'un territoire.

### • Personnifier le propos

« Pour Elisa, 26 ans, salariée au sein de notre entreprise, le développement du vélo au travail améliore la qualité de l'air en ville, le cadre de vie et ses capacités respiratoires. »

<sup>5</sup>Si la focale a été mise sur les questions environnementales, le vélo présente également d'autres leviers en matière d'intérêt général : créateur d'emplois, vecteur d'inclusion, outil de santé publique, etc.

<sup>6</sup>Le décret 2022-678 impose à toutes les entreprises de plus de 50 salariés de présenter au CSE les postes d'émission directe et si possible, les volumes de gaz à effet de serre correspondant.

## Arguments liés au bien-être et à la santé

Nous l'avons vu précédemment, les arguments liés au plaisir et à la santé représentent **les principaux facteurs motivationnels pour mobiliser les salariés**. Ils ont d'autant plus d'impact chez les publics de plus de 35 ans.



### POURQUOI LES EMPLOYEURS DEVRAIENT PROMOUVOIR LE VÉLO EN LIEN AVEC LA SANTÉ ET LE BIEN-ÊTRE ?

Pour les employeurs, les notions de productivité, de réduction des arrêts maladies et de l'absentéisme sont des problématiques majeures pour assurer la pérennité de leurs activités. Ces enjeux deviennent de plus en plus prégnants et peuvent être mis en perspective avec **les nouvelles obligations et incitations sur la qualité de vie et les conditions de travail (QVCT), avec les lois de 2013, 2016 et la récente loi du 2 août 2021 sur la santé au travail**. Turn-over, absentéisme constituent par ailleurs des indicateurs clés des ressources humaines et peuvent être liés aux responsabilités des employeurs sur la santé au travail<sup>7</sup>.

Cette qualité, dans les conditions de travail et la mobilité, est également un enjeu intégré dans **l'image de marque** et les critères d'attractivité d'un emploi.



### DES CHIFFRES POUR LIER VÉLO, SANTÉ ET BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Le vélo et la pratique d'une activité physique utilitaire sont les garants d'une amélioration de la santé physique, mentale et sociale. La pratique d'activité physique régulière permettrait de **réduire aussi bien les risques de prévalence de pathologies telles que le diabète ou l'obésité** (cf schéma page 09, de moins 25 % à 35 %) que le risque de dépression. Les vertus sanitaires associées au vélo sont soulignées dans de nombreux travaux de revue de littérature en France (ORS 2012) et à l'international (Gelb et Al, 2021).

À contrario, le recours quotidien à la voiture pour ses déplacements peut conduire à des effets négatifs : en ville, où vit 80 % de la population française, la Pollution Atmosphérique (PA) est essentiellement (NOx, PM) due au trafic routier. Par ailleurs, en Ile-de-France, les personnes utilisatrices d'une voiture, d'une moto ou d'un scooter **ne réalisent en moyenne que 8 minutes d'activité physique** dans le cadre de leurs déplacements quotidiens, contre 47 minutes pour les utilisateurs du vélo (INSERM – NEMESIS, 2016). Cette exposition aux risques et à l'inactivité physique souligne les opportunités pour la santé liées à la pratique du vélo !

Sur les lieux de travail, des études néerlandaises (TNO, 2010), américaines (Dorr, 2023) et anglaises (NICE, 2008) évoquent **une réduction de l'absentéisme de 15 à 20 %<sup>8</sup>** pour les salariés se rendant à vélo comparativement à ceux utilisant leur véhicule motorisé.

Le choix d'un mode de déplacement « actif » comme le vélo est également un atout pour la productivité. Des travaux internationaux (Liang Ma et Al, 2019) soulignent une meilleure performance au travail chez les usagers se déplaçant à vélo, parmi un panel de 1100 salariés de Sydney, Melbourne and Brisbane, comparativement à ceux utilisant les transports en commun et la voiture. **Cette productivité est explicitée à travers une augmentation de sa satisfaction au travail, une réduction du stress notamment sur la première heure de travail, etc.** (Dorr, 2023 ; Brutus et Al 2017).



**Le vélo et la pratique d'une activité physique utilitaire sont les garants d'une amélioration de la santé physique, mentale et sociale.**



### CONSEILS POUR MOBILISER LES SALARIÉS SUR LE VÉLO ET L'ENVIRONNEMENT

Différents facteurs peuvent réduire la distance psychologique entre une personne et un objet, en l'occurrence la pratique du vélo. La distance sociale (cela me concerne t'il directement ?), temporelle (est-ce maintenant ou dans un futur lointain ?), mais aussi la distance spatiale, etc. Les travaux de littérature évoqués précédemment soulignent que **la population française, dans l'ensemble des territoires, est concernée directement et à court terme par un impact mélioratif du vélo sur la santé**.

#### • Utiliser un cadrage en gain et réduire la distance psychologique

Pour réduire cette distance psychologique, **le cadrage en gain** a un effet de conviction important pour une première action de sensibilisation sur le vélo et d'accompagnement de salariés éloignés de la pratique (Mir et al 2016). Dans ce cas précis, il consiste à valoriser les effets positifs sur la santé et le bien-être du vélo avec par exemple : **« la pratique régulière du vélo améliore votre endurance, votre souffle, votre sommeil et réduit les risques de mortalité prématurée »**, plutôt que d'interpeller sur les effets négatifs de l'utilisation de la voiture et l'aggravation de l'état de santé lié à la sédentarité.

<sup>7</sup> « L'employeur prend les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs » Article L4121 du code du travail.  
<sup>8</sup> Cette réduction de l'absentéisme serait encore plus forte en lien la régularité de la pratique du vélo, et directement en lien avec les effets sanitaires positifs liés à ces pratiques.

## Arguments utilitaires



### POURQUOI LES EMPLOYEURS DEVRAIENT PROMOUVOIR LE VÉLO EN LIEN AVEC DES ENJEUX DE COÛT ET DE TEMPS ?

Pour les employeurs, les tensions liées à l'accroissement des temps de trajet (allongement des distances domicile-travail, engorgement des axes routiers pour les déplacements professionnels, etc.) et aux coûts des voitures et de l'énergie sur leurs budgets et ceux des salariés pourraient représenter des arguments pour promouvoir l'usage du vélo.

Les tensions budgétaires pour les employeurs se répercutent notamment sur les flottes de véhicules motorisés, impactées les crises internationales et le renchérissement des coûts des carburants, mais plus largement par le Dieselgate (2015), les lois LOM (2019) et Climat & résilience (2021).

Les employeurs sont ainsi particulièrement concernés par le renouvellement des flottes d'entreprises vers des véhicules faiblement émetteurs en CO<sub>2</sub>, qui s'accroîtra dans les années à venir et posera la question d'une recomposition de ces flottes et de choix en lien avec d'autres modes de transport ou services dont le vélo (vélo de fonction/service, transport en commun, location ponctuelle et autopartage, etc.).

Le vélo peut représenter également une solution pragmatique : ces employeurs seront également confrontés à de nouvelles évolutions liées aux restrictions de circulation des voitures en ville et dans les zones densément peuplées : zones à trafic limité, zones à faibles émissions (ZFE), augmentation des coûts de stationnement, plans de circulation, développement des voies de bus en site propre et tramway, qui inciteront au recours à d'autres modes de déplacement que la voiture.



Le vélo de fonction donne droit à une réduction d'impôts sur les sociétés de 25 %.



### DES CHIFFRES POUR LIER VÉLO, GAINS FINANCIERS ET TEMPS DE TRAJET

Le coût total de détention et d'utilisation d'un véhicule de fonction, tous segments confondus, s'élèverait à 11 998 euros<sup>9</sup> par an en France (LeasePlan 2022) contre 700 euros en moyenne pour un vélo de fonction en location (Tandem, 2022). Le vélo de fonction donne par ailleurs droit à une réduction d'impôts sur les sociétés de 25 % et bénéficie d'une exemption des frais liés aux avantages en nature par l'URSAAF, ce qui implique un gain financier pour l'employeur et le salarié.

Au-delà des véhicules de fonction, se pose la question des coûts souvent sous-évalués liés à l'achat et l'entretien d'une voiture pour un ménage, estimés à 5000 euros par an en moyenne (ADETEC, 2018). En miroir, les aides et subventions nombreuses que nous détaillons dans une récente fiche ressource peuvent orienter les ménages vers une transition et la réduction du nombre de voitures possédées.

En termes de gain de temps, la vitesse moyenne du vélo pour les trajets domicile travail est évalué à environ 14,5km/h dans un grand nombre de villes et métropoles Françaises, comme Tours, Nantes, Grenoble (ADMA, 2022), et atteindrait même une moyenne de 19km/h pour les vélos à assistance électrique (VAE) (6-t, 2015). Avec une vitesse proche, voir supérieure à celle estimée pour une voiture à l'intérieur des zones urbaines (18km/h), le vélo constitue la solution la plus rapide pour les trajets de courte distance (1 à 5 km) et de nombreux trajets de moyenne distance (moins de 15km), du fait des contraintes liées à la congestion routière et au temps de recherche d'un stationnement voiture, comme le souligne des travaux Lyonnais (La Ville à Vélo, 2020) et bruxellois (RTBF, 2018).



Le vélo est la solution la plus rapide pour les trajets de courte distance.



### CONSEILS POUR MOBILISER LES SALARIÉS SUR LE VÉLO ET LES ARGUMENTS UTILITAIRES

Pour projeter les salariés et ses collègues vers la pratique du vélo sur les trajets domicile-travail, se pose l'enjeu de développer des actions d'argumentaires « engageantes » autour des dimensions utilitaristes (temps et argent) évoquées ci-dessus.

- Porter une communication engageante et des actes préparatoires (cf schéma page 9)

Si l'on s'attarde sur la dimension « le vélo, comme moyen de transport le plus rapide pour relier un point A à un point B », un moyen efficace de communiquer en entreprise ou sur un territoire autour du vélo est de mettre à disposition, en amont de la communication/argumentaire, des exemples de trajets réalisables à vélo, avec le temps et le détail des trajets associés. Il s'agirait donc d'amener le salarié à faire un acte préparatoire avant de recevoir votre argumentaire en faveur du vélo et/ou l'organisation d'un challenge de type « au boulot à vélo » (Bourg, 2011).

<sup>9</sup> Ce prix moyen pourrait d'ailleurs s'accroître avec une orientation de plus en plus forte du parc des véhicules d'entreprise vers l'électrique et un prix moyen des véhicules électriques à forte autonomie autour de 40 000 euros (Arval, 2023).

## / SYNTHÈSE : IDÉES REÇUES ET CONTRE-ARGUMENTS

« La distance est trop importante pour me déplacer à vélo. »



Le temps réel de trajet à vélo est souvent surestimé (comparez les temps !). De même que le temps d'accès au véhicule et de recherche d'un stationnement, sous-estimé en agglomération.

« Se rendre à vélo au travail, ce n'est pas sûr. »



Le risque existe, mais il est surestimé ! Le meilleur moyen de réduire le risque (5 fois inférieur à un accident en scooter), c'est d'être nombreux sur des routes sécurisées (sécurité par le nombre), et de faire émerger des communautés à l'échelle des entreprises !

« Ce n'est pas pratique de me rendre au vélo au travail, je ne veux pas me mouiller et je dois déposer mes enfants avant. »



Si je me déplace quotidiennement à vélo au travail à Lyon ou Paris, j'ai une chance sur 20 d'être impacté par la pluie. Ce sera toujours une chance sur 6, même à Brest !



## / SYNTHÈSE : 3 ARGUMENTS POUR PROMOUVOIR LE VÉLO

### INTÉRÊT GÉNÉRAL ET ENVIRONNEMENT



Le vélo, c'est bon pour le bilan carbone des employeurs. Collectez des chiffres et intégrez le vélo dans la stratégie RSE des établissements.

Chiffres :

- [Vélo et émissions de CO2](#)
- [Trajets domiciles travail et niveaux d'émission de CO2](#)



Le vélo comme objet de préservation de l'environnement touche plus particulièrement les 18/34 ans. Personnalisez votre message et ciblez votre communication auprès des salariés !

- [Personnalisation de la communication](#)

## VÉLO, BIEN-ÊTRE ET SANTÉ



Les vertus sanitaires du vélo s'expriment dans la QVT, la réduction de l'absentéisme et l'attractivité des emplois. 3 enjeux clés pour les employeurs !

Chiffres :

- [CVTCM et ADEME, Argumentaires – encourager le vélo dans les entreprises](#)
- [Notin \(2021\), Mieux bouger, c'est bon pour la santé](#)
- [D'onghia et Al \(2017\), Effets du cadrage et de la présence d'une image dans les messages de prévention sur l'intention comportementale en faveur du respect des limitations de vitesse](#)



Un premier argumentaire pour promouvoir la santé et le vélo doit s'attacher à des conséquences simples, immédiates et directes pour les salariés visés ! Il doit être positif et centré sur les gains sanitaires du vélo plutôt que ce que vous fait perdre la voiture.

- **Cadrage en gains**

## VÉLO, GAINS FINANCIERS ET UTILITAIRES



Pour les employeurs, le vélo peut contribuer à réduire les coûts de gestion des flottes de véhicules et optimiser les temps de déplacement professionnels des salariés !

Chiffres :

- [Arval Mobility Observatory \(2023\), les mutations du marché d'entreprise en 10 questions](#)
- [Académie des experts en mobilités actives \(2022\), Les vitesses du vélo](#)
- [6-t \(2015\), le vélo à assistance électrique : un nouveau mode de transport métropolitain](#)



Utiliser des cartes ou des présentations d'itinéraires domicile-travail et professionnels, le mettre à disposition des salariés avant d'entamer un challenge ou une action de promotion du vélo.

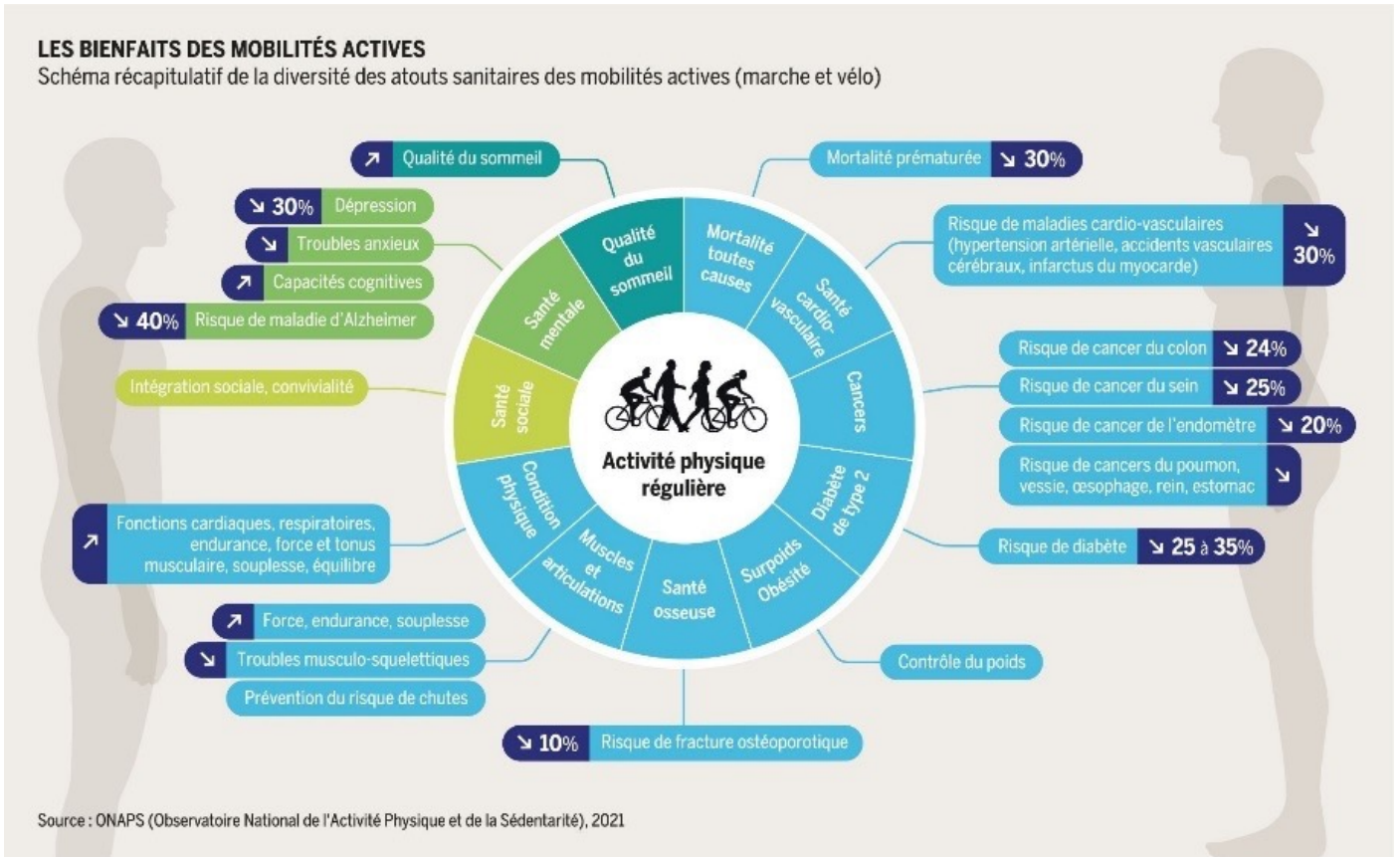
Le vélo est la solution la plus rapide pour les trajets de moins d'5km en agglomération : des outils et supports peuvent projeter les salariés vers l'action !

- **Communication engageante**



**LES BIENFAITS DES MOBILITÉS ACTIVES**

Schéma récapitulatif de la diversité des atouts sanitaires des mobilités actives (marche et vélo)



Source : ONAPS (Observatoire National de l'Activité Physique et de la Sédentarité), 2021

Figure 1 : les gains pour la santé des mobilités actives (FHB, 2021)

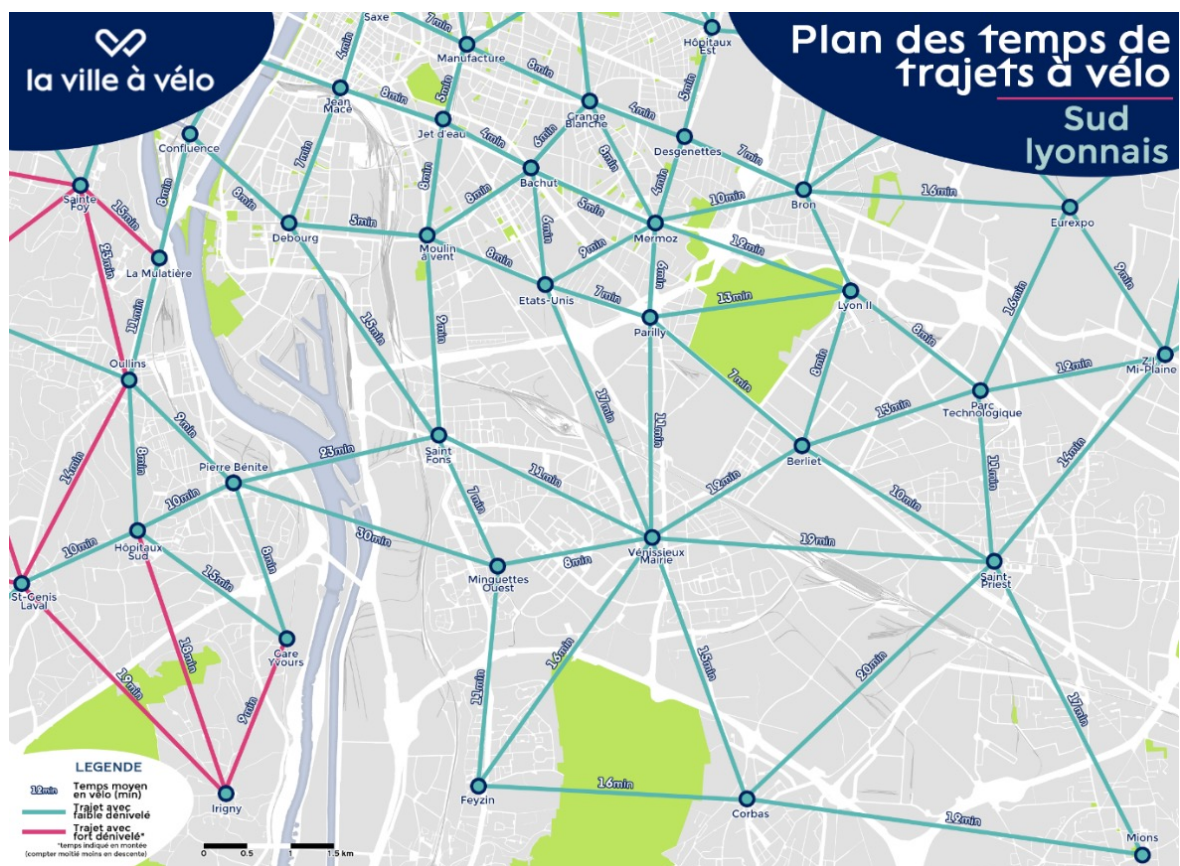


Figure 2 : Itinéraires et temps de trajets dans le sud Lyonnais (La ville à vélo, 2020)