



JUIN
2018

Le marché du vélo personnel à Paris : quelle évolution en regard des offres de vélos en libre-service ?

Enquête auprès des magasins de vélos parisiens

RAPPORT

ADEME



Agence de l'Environnement
et de la Maîtrise de l'Energie

En partenariat avec :



CITATION DE CE RAPPORT

6t-bureau de recherche. 2018. Le marché du vélo personnel à Paris : quelle évolution en regard des offres de vélos en libre-service ? Enquête auprès des magasins de vélos parisiens. ADEME. 35 pages.

Cet ouvrage est disponible en ligne www.ademe.fr/mediatheque

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite selon le Code de la propriété intellectuelle (art. L 122-4) et constitue une contrefaçon réprimée par le Code pénal. Seules sont autorisées (art. 122-5) les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé de copiste et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, pédagogique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées, sous réserve, toutefois, du respect des dispositions des articles L 122-10 à L 122-12 du même Code, relatives à la reproduction par reprographie.

Ce document est diffusé par l'ADEME

20, avenue du Grésillé
BP 90406 | 49004 Angers Cedex 01

Numéro de contrat : 18MAR000501

Étude réalisée pour le compte de l'ADEME par : 6t-Bureau de recherche

Coordination technique - ADEME : BENITA Denis
Direction Villes et Territoires Durables/Service Transports et mobilité

TABLE DES MATIERES

Résumé	4
1. Introduction	5
1.1 Contexte et objectifs de l'étude	5
1.2 Méthodologie	6
2 Etat des lieux du marché du vélo à Paris	8
2.1 Une répartition inégale des magasins de vélos dans la capitale.....	8
2.2 Ancienneté des magasins de vélos : des commerces ayant ouvert relativement récemment	11
2.3 Parcours professionnel des vendeurs de vélos : un métier de reconversion exercé en majorité par des passionnés.....	14
2.4 Typologie des vendeurs de vélos : la prépondérance des indépendants	16
2.4.1 Les grandes chaînes multisports (9 magasins, soit 10 % des magasins enquêtés).....	16
2.4.2 Les chaînes de taille moyenne spécialisées dans le vélo (17 magasins, soit 19 % des magasins enquêtés)	17
2.4.3 Les indépendants ayant plusieurs boutiques (18 magasins, soit 20 % des magasins enquêtés)	17
2.4.4 Les indépendants n'ayant qu'une seule boutique (42 magasins, soit 47 % des magasins enquêtés)	17
2.5 Analyse du chiffre d'affaires des magasins de vélos : montant et répartition	18
2.6 Le marché du vélo à assistance électrique (VAE).....	20
2.6.1 15 magasins vendent exclusivement des VAE, soit 19,2 % des répondants à cette question	21
2.6.2 49 vendeurs proposent aussi bien des vélos électriques que des vélos mécaniques, soit 63 % des répondants à cette question	22
2.6.3 14 magasins ne vendent pas du tout de VAE, soit 18 % des répondants à cette question.....	23
2.7 Le vélo cargo : un marché de niche	23
3 Evolution du marché du vélo à Paris et conjointement au développement de l'offre de vélos en libre-service	24
3.1 L'impact de l'arrivée du Vélib' à Paris en 2007 : un « effet Vélib' » difficile à mesurer	24
4. Conclusions	34
Index des tableaux et figures	35
Sigles et acronymes	35

Résumé

Implanté à Paris depuis juillet 2007, le système de vélos en libre-service (VLS) Vélib', jusqu'alors exploité par JCDecaux, a fait l'objet d'un changement d'opérateur pour la période 2018-2032.

Ce changement d'opérateur a généré une indisponibilité temporaire des Vélib', ce qui a conduit l'ADEME à lancer une étude pour recueillir des données sur l'existence d'un éventuel report des usagers vers le vélo personnel. À travers une enquête réalisée par 6t-bureau de recherche en avril 2018 dans l'ensemble des magasins de vélos parisiens, cette étude a visé les objectifs suivants :

- Dresser un état des lieux du marché du vélo à Paris
- Analyser l'évolution de ce marché conjointement à l'apparition et au développement du système Vélib'
- Analyser le report modal des usagers du Vélib' vers le vélo personnel

Abstract

Created in Paris in July 2007, the Vélib bicycle service, previously operated by JCDecaux, was subject to change of operator for the period 2018-2032.

The lack of availability of Vélib this change of operator entailed the need for led us to.

This change of operator entailed a temporary unavailability of Vélib', which led ADEME to launch a study aiming at collecting data on possible transfer of Vélib' users to bike owners. Through a survey carried out by the consulting company 6t in April 2018 in all Parisian bike shops, this study aimed at the following objectives:

- Make an inventory of the bike market in Paris
- Analyze the evolution of this market in relation to the creation and development of the Vélib bicycle system
- Evaluate the modal shift of Vélib 'users towards personal cycling

1. Introduction

1.1 Contexte et objectifs de l'étude

Implanté à Paris depuis juillet 2007, le système de vélos en libre-service Vélib', jusqu'alors exploité par le groupe JCDecaux, spécialisé dans la publicité urbaine, a fait l'objet d'un renouvellement de délégation de service public en avril 2017. Cela a abouti à la nomination par le syndicat mixte Autolib' et Vélib' Métropole (syndicat mixte regroupant Paris et une centaine de communes partenaires) d'un nouveau prestataire pour la période 2018-2032 : Smovengo, consortium franco-espagnol composé des sociétés Smoove, Indigo, Mobivia et Moventia, spécialisées dans le secteur des transports et de la mobilité. Ce changement d'opérateur a entraîné le remplacement des bornes et vélos installés par le prestataire précédent. Les travaux de remplacement ont alors occasionné une importante baisse de disponibilité des Vélib', d'autant plus que les opérations ont pris du retard par rapport au calendrier prévu et qu'un certain nombre de stations ne sont toujours pas opérationnelles début mai 2018¹. Début juin, seules 750 stations sur les 1 400 prévues sont opérationnelles² et le nombre d'abonnements est passé de près de 300 000 en 2017 à moins de 220 000 fin avril 2018³.

Parallèlement à ces travaux, des sociétés proposant des vélos en libre-service (VLS) sans station (en *free-floating*) se sont implantées sur le territoire parisien. On peut alors émettre l'hypothèse que ces dernières ont eu pour stratégie de profiter des dysfonctionnements du service Vélib', gageant que l'indisponibilité des Vélib' pousserait leurs usagers à se reporter sur d'autres offres de vélo en libre-service. Gobee.bike a ainsi déployé ses vélos verts dans Paris dès le début du mois d'octobre 2017 (mais a dû les retirer début 2018 pour cause de vandalisme)⁴, suivi d'oBike en novembre, d'Ofo début décembre et de Mobike en janvier 2018⁵. Ces VLS sans station, dont la location est facturée au tarif de 50 centimes d'euro la demi-heure ou les vingt minutes⁶, se sont ainsi multipliés sur les trottoirs parisiens, tandis que les stations de Vélib' étaient toujours en travaux.

Plutôt que d'utiliser ces VLS sans station, il existe néanmoins une autre possibilité pour les usagers du Vélib' durant la période de remplacement qui s'étire en longueur : celle de se reporter sur le vélo personnel. Il n'y a aujourd'hui pas de données sur l'existence ou non d'un tel report. Cependant, si ce report était avéré, il serait porteur de nombreuses implications pour les collectivités qui mettent en place des systèmes de vélo en libre-service. En effet, un report du vélo en libre-service au vélo personnel porte la possibilité d'une pérennisation et d'une intensification de la pratique du vélo. Les systèmes de VLS seraient alors à considérer non pas comme une solution à long terme mais plutôt comme un outil permettant la transition entre le non-usage du vélo et l'adoption d'un vélo personnel. Il serait alors intéressant pour les collectivités de développer des outils permettant d'encourager le passage du VLS au vélo personnel. De plus, si à long-terme les usagers financent eux-mêmes leur mobilité à vélo par l'achat d'un vélo personnel plutôt que de se reposer sur des systèmes de VLS coûteux pour les collectivités, cela permettrait un changement de regard sur la dépense publique liée aux VLS et sur son acceptabilité sociale. De ce fait, il pourrait être possible d'envisager à long terme un effacement total des systèmes de vélo en libre-service et des coûts qu'ils engendrent pour les collectivités.

Par ailleurs, l'hypothèse d'un phénomène de report du VLS vers le vélo personnel pose la question de l'évolution du marché du vélo, parallèlement au développement du VLS : comment les vendeurs de vélos ont-ils vu leur chiffre d'affaires évoluer depuis l'arrivée du Vélib' à Paris en juillet 2007 ? Au-delà de la baisse de disponibilité temporaire des Vélib', l'existence d'une offre de VLS est-elle de nature à

¹ Voir par exemple un article de presse à ce sujet : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2018/04/25/700-stations-de-retard-visualisez-le-deploiement-des-nouveaux-velib-a-paris_5290555_4355770.html (consulté le 16/05/18)

² <https://www.la-croix.com/Economie/France/deboires-nouveau-Velib-Paris-2018-06-11-1200946259>

³ <http://www.leparisien.fr/paris-75/paris-219-000-abonnes-restent-fideles-a-velib-29-04-2018-7689384.php>

⁴ Voir le communiqué de fin de service Gobee.bike : <http://gobeebike.fr/fr/goodbye-fr/> (consulté le 16/05/18)

⁵ Sur l'arrivée de ces différents opérateurs de VLS sans station, voir :

<http://www.lefigaro.fr/societes/2017/11/09/20005-20171109ARTFIG00259-obike-ajoute-500-velos-en-libre-service-a-paris.php> (consulté le 16/05/18)

<http://www.leparisien.fr/paris-75020/paris-ofo-le-geant-chinois-du-velo-en-libre-service-arrive-aujourd-hui-06-12-2017-7436091.php> (consulté le 16/05/18)

<http://www.lefigaro.fr/societes/2018/01/24/20005-20180124ARTFIG00011-velos-en-libre-service-mobike-debarque-a-paris.php> (consulté le 16/05/18)

⁶ Voir une comparaison des différentes offres de VLS sans station : <https://www.capital.fr/entreprises-marches/ofo-gobee-bike-mobike-qui-est-le-moins-cher-1268976> (consulté le 16/05/18)

encourager, sur le long terme, une habitude de la pratique du vélo aboutissant à l'adoption du vélo personnel ?

Cette étude aura donc pour objectif de répondre aux questions suivantes :

- La baisse de disponibilité des Vélib' due aux travaux de remplacement en cours depuis l'automne 2017 a-t-elle entraîné un report d'une partie des usagers du Vélib' vers le vélo personnel ?
- Comment le marché du vélo à Paris a-t-il évolué conjointement à l'apparition et au développement du système Vélib' ?

1.2 Méthodologie

Les observateurs de l'évolution du marché du vélo à Paris les plus accessibles étant les acteurs de ce marché eux-mêmes, ce sont les vendeurs de vélos qui ont été interrogés pour fournir l'essentiel du matériau sur lequel repose cette étude. Ces derniers peuvent aussi bien être des vendeurs indépendants que des salariés d'enseignes de grande distribution spécialisées dans les pratiques sportives et disposant d'un rayon dédié aux cycles, comme Décathlon ou Go Sport.

Le périmètre retenu pour l'étude est celui de Paris intra-muros, puisque c'est sur ce territoire que le Vélib' est implanté pour l'essentiel et que sa pratique est la plus répandue⁷. Nous avons dans un premier temps recensé l'ensemble des magasins⁸ de vélos dans le périmètre de Paris intra-muros, afin d'en interroger les vendeurs. Une recherche de magasins de vélos sur le site des Pages Jaunes (au 23/04/2018) affiche environ 120 résultats dans la capitale, ce qui a donc permis de viser l'exhaustivité et de chercher à interroger des vendeurs dans l'ensemble des magasins de vélos, sans avoir à sélectionner un échantillon représentatif. On notera toutefois que le nombre de vendeurs de vélos constituant la base de données est finalement inférieur aux 120 magasins recensés grâce aux Pages Jaunes : certains magasins ont fermé définitivement et certaines adresses correspondent au siège social d'une entreprise liée au secteur du vélo, et non à un point de vente. En apurant la base recensant les magasins de vélos établie à l'aide du site PagesJaunes.fr, nous avons abouti au nombre de 101 vendeurs de vélos en activité sur le territoire de Paris intra-muros.

On notera toutefois que certains magasins de vélos en activité peuvent ne pas figurer sur le site des Pages Jaunes. La Banque de Données sur le Commerce (BDCOM)⁹ recense en effet un nombre supérieur de magasins de vélos sur le périmètre de Paris intra-muros (127 boutiques). Cette différence peut s'expliquer par le fait que l'on a ici pris en compte uniquement les boutiques vendant, entre autres activités, des vélos (les loueurs ne vendant pas sont donc exclus de ce comptage), mais elle peut aussi être due à un manque d'exactitude du recensement réalisé grâce au site des Pages Jaunes.

Nous avons ensuite réalisé une enquête qualitative en face-à-face auprès de vendeurs de vélo. Les enquêtés étant des professionnels interrogés sur leur lieu de travail et pendant les heures d'ouverture de leur magasin, le guide d'entretien a été conçu selon un format relativement condensé, de manière à pouvoir réaliser rapidement les entretiens (environ cinq minutes) et ainsi obtenir un taux de réponse le plus élevé possible. Certains entretiens ont cependant duré plus longtemps.

Les questions portaient sur les points suivants :

- Le parcours professionnel de la personne interrogée : ancienneté dans la vente de vélos à Paris, date d'ouverture du magasin, déterminants du choix de localisation ;

⁷ Selon l'Observatoire des déplacements à Paris (Bilan 2016), les trois quarts des usagers du Vélib' sont des Parisiens et plus de 80 % des déplacements à Vélib' sont circonscrits au périmètre de Paris Intra-muros.

⁸ Les enseignes sélectionnées dans le cadre de cette enquête peuvent également proposer d'autres produits ou services liés au vélo (réparation, vente d'accessoires, etc.). Cependant, seuls les magasins vendant des vélos ont été retenus (excluant ainsi les loueurs de vélos qui n'en vendent pas).

⁹ La Banque de Données sur le Commerce (BDCOM) repose sur un recensement réalisé tous les trois ans dans la capitale. Ce travail est réalisé par l'APUR, la Ville de Paris et la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris.

- Le positionnement sur le marché du vélo et la composition du chiffre d'affaires entre vente de vélos, vente d'accessoires, réparation et, le cas échéant, location ou autres services (visites guidées, formation, etc.) ;
- La composition du chiffre d'affaires réalisé sur la vente de vélos : entre vélos neufs et d'occasions, vélos mécaniques et électriques, vélos cargos, etc. ;
- L'évolution des ventes depuis l'apparition du Vélib' en juillet 2007 si le magasin était suffisamment ancien pour que la question soit pertinente ;
- L'évolution des ventes depuis le début des travaux de remplacement des stations Vélib' à l'automne 2017 ;
- Les effets perçus de l'arrivée des systèmes de vélos en libre-service sans station.

L'intégralité des magasins de vélos recensés dans la base de données a été enquêtée. Au total, 89 vendeurs de vélos sur 101 ont pu être interrogés, six ayant clairement refusé de répondre et les cinq restants n'ayant pas pu être interrogés (absence d'une personne à même de répondre, manque de temps disponible pour répondre, etc.). On notera qu'un des vendeurs interrogés correspond à la deuxième boutique d'un indépendant, ouverte depuis moins d'un mois au moment de l'enquête, et qui ne disposait donc pas d'assez de recul pour pouvoir apporter des éléments significatifs. Le taux de réponse s'est ainsi révélé relativement élevé : 88 %. Lorsque cela était possible, nous avons interrogé le propriétaire, le gérant ou le responsable de la boutique (ce qui a pu être le cas dans 73 des magasins enquêtés, soit 82 %).

Le guide d'entretien mêlant questions ouvertes et questions fermées, l'enquête a permis de récolter un matériau tant qualitatif que quantitatif. Certaines questions appelaient une réponse sous forme numérique (chiffre d'affaire, année d'ouverture du magasin, etc.) ou une réponse pouvant être classée parmi un nombre restreint de catégories : les réponses à ces questions ont été codées afin de permettre un traitement statistique.

Les réponses à certaines questions, notamment celles touchant au chiffre d'affaires et à sa répartition en différents postes n'ont, dans un nombre important de cas, pas pu être obtenues, la personne interrogée ne souhaitant pas communiquer l'information ou bien ne la connaissant pas. Ainsi, concernant le montant du chiffre d'affaires, moins de la moitié des personnes interrogées a répondu (38 vendeurs sur 89, soit un taux de réponse de 43 %). Pour ce qui est de la répartition de ce chiffre d'affaires, le taux de réponse a été plus élevé : 67 % (60 répondants parmi les 89 enquêtés).

Il convient également de signaler que cette enquête qualitative par entretiens a permis de récolter des données déclaratives et que les enquêtés ont fourni des estimations ou des approximations, et non des chiffres exacts.

Enfin, bien que cette étude s'appuie pour l'essentiel sur les données récoltées durant l'enquête de terrain, d'autres sources d'informations ont été mobilisées, concernant notamment le marché du vélo à plus large échelle que celle de Paris, et son usage, aussi bien dans la capitale qu'en région Île-de-France.

2 Etat des lieux du marché du vélo à Paris

2.1 Une répartition inégale des magasins de vélos dans la capitale

Au total, la base de données recense 101 magasins de vélos actuellement en activité à Paris intra-muros. Il y a donc, dans l'ensemble de la capitale, 0,045 magasins de vélos pour 1 000 habitants¹⁰.

A titre de comparaison, en reprenant les données de la BDCOM (Banque de Données sur le Commerce)¹¹, on peut voir que l'offre de magasins de vélos se rapproche fortement de celle des concessions automobiles (0,055 pour 1 000 habitants) et deux-roues motorisés (0,048 pour 1 000 habitants), bien loin derrière les commerces de proximité que sont les boulangeries (0,53 pour 1 000 habitants) et les pharmacies (0,43 pour 1 000 habitants).

Leur répartition n'est cependant pas homogène et certains arrondissements apparaissent bien mieux pourvus que d'autres : cela va d'un seul magasin de vélos dans le 7^{ème} arrondissement à 11 magasins dans le 15^{ème} et, rapporté au nombre d'habitants, de 0,12 magasins de vélos pour 1 000 habitants dans le 1^{er} arrondissement à, respectivement, 0,016 et 0,018 dans les 19^{ème} et 7^{ème} arrondissements.

Arrondissement	Nombre de magasins de vélos	Nombre de magasins pour 1 000 habitants
1 ^{er}	2	0,120
2 ^{ème}	2	0,095
3 ^{ème}	4	0,112
4 ^{ème}	2	0,073
5 ^{ème}	5	0,083
6 ^{ème}	3	0,069
7 ^{ème}	1	0,018
8 ^{ème}	2	0,054
9 ^{ème}	3	0,050
10 ^{ème}	7	0,076
11 ^{ème}	9	0,060
12 ^{ème}	10	0,070
13 ^{ème}	7	0,038
14 ^{ème}	6	0,043
15 ^{ème}	11	0,046
16 ^{ème}	8	0,048
17 ^{ème}	7	0,041
18 ^{ème}	4	0,020
19 ^{ème}	3	0,016
20 ^{ème}	5	0,025

Figure 1 : Nombre de magasins de vélos par arrondissement à Paris

Les arrondissements comportant le plus grand nombre de magasins de vélos sont les 15^{ème} (11 magasins), 12^{ème} (10), 11^{ème} (9) et 16^{ème} (8) arrondissements. Le 10^{ème}, le 13^{ème} et le 17^{ème} sont également bien dotés, comptant 7 enseignes proposant des vélos à la vente.

A l'inverse, les arrondissements disposant du plus faible nombre sont les 7^{ème}, 1^{er}, 2^{ème}, et 4^{ème} arrondissements, avec seulement ou un deux magasins de vélos. Cependant, il faut souligner que ces derniers, à l'exception toutefois du 7^{ème}, apparaissent finalement assez bien dotés si l'on rapporte ce nombre à leur population (ratio pour 1 000 habitants).

¹⁰ Population des arrondissements parisiens en 2014 (source : INSEE, Comparateur de territoire)

¹¹ Recensement réalisé tous les trois ans dans la capitale, issu d'un partenariat entre la Ville de Paris, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et l'APUR. Informations tirées de l'étude de l'APUR *L'évolution des commerces à Paris* (mars 2018).

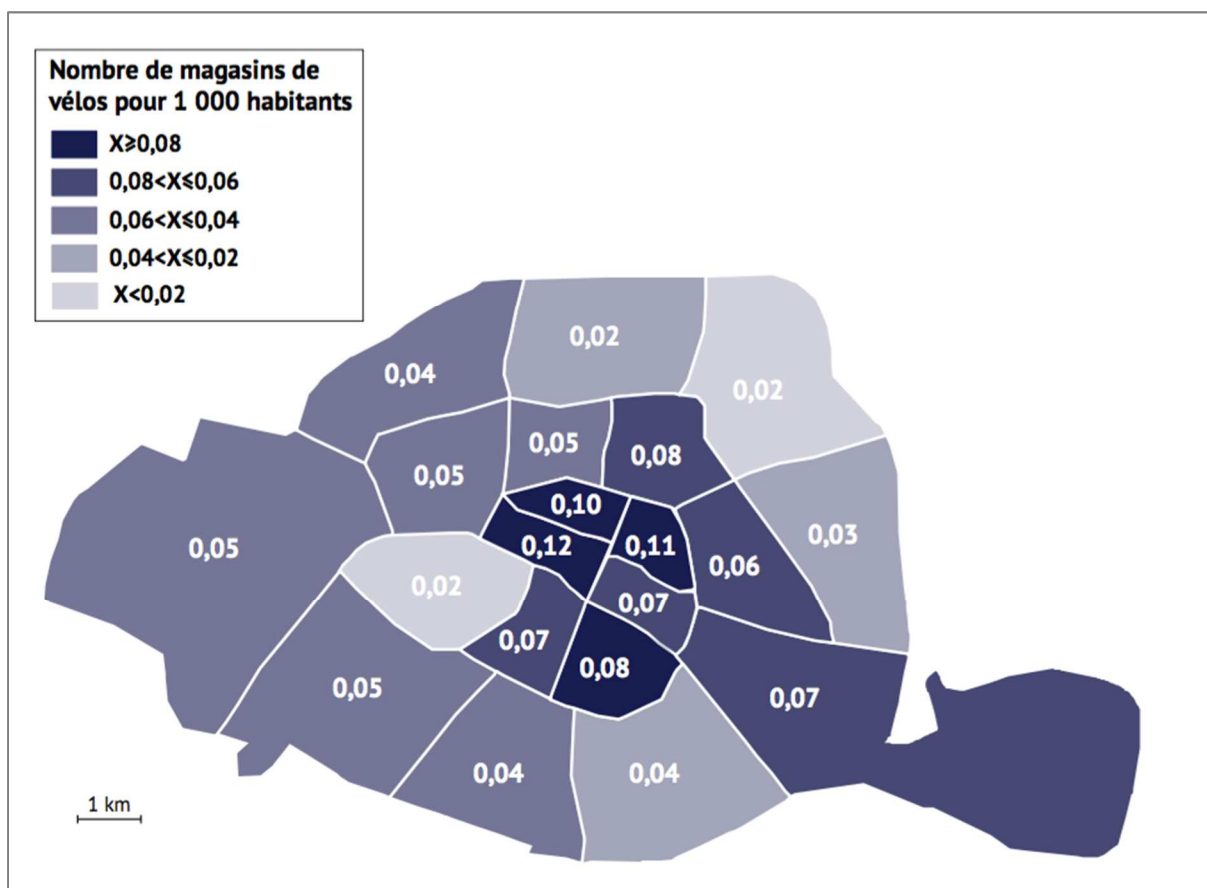


Figure 2 : Répartition des magasins de vélos à Paris par arrondissement (nombre de magasins pour 1 000 habitants)

Quels sont alors les facteurs pouvant expliquer cette inégale répartition ?

D'un point de vue géographique, les arrondissements qui comptent le plus grand nombre de magasins de vélos sont situés vers l'extérieur de Paris. De plus, ce nombre semble corrélé à la superficie des arrondissements : plus l'arrondissement est grand et plus il compte de magasins de vélos. Cependant, si l'on prend en compte la population de chaque arrondissement et que l'on calcule le nombre de magasins de vélos pour 1 000 habitants, il apparaît que ce ratio est le plus élevé dans les arrondissements centraux comportant peu de vendeurs de vélos (et étant également parmi les moins peuplés) comme les cinq premiers arrondissements.

Nous avons souhaité tester l'hypothèse d'une corrélation entre la répartition des magasins de vélos et le niveau de vie de la population des différents arrondissements. Si l'on considère la médiane du revenu disponible par unité de consommation (données INSEE 2013), on constate qu'il n'y a pas de relation linéaire entre cette médiane et le nombre de magasins de vélos par arrondissement ou entre celle-ci et le nombre de magasins pour 1 000 habitants (parmi les ratios les plus faibles, on trouve aussi bien le 7^{ème} arrondissement que le 18^{ème} ou le 19^{ème}).

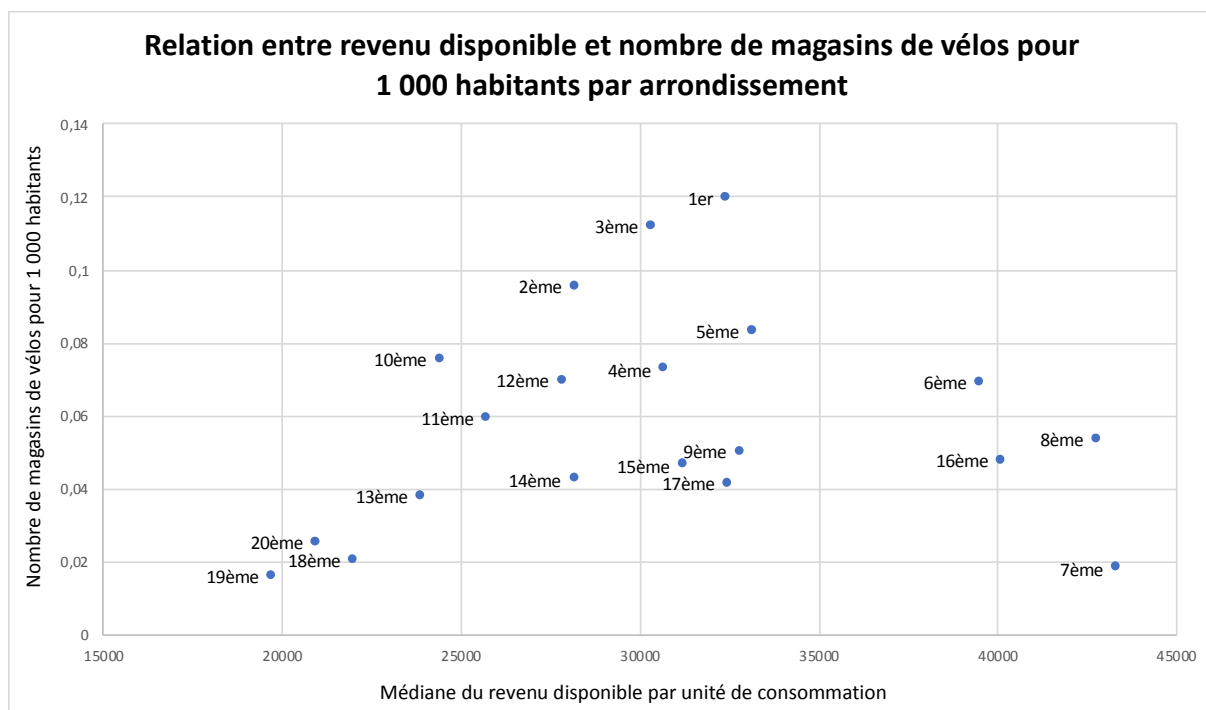


Figure 3 : Relation entre revenu disponible et nombre de magasins de vélos pour 1 000 habitants par arrondissement

Le nuage de points assez éparpillé du graphique ci-dessus montre en effet qu'il n'y a pas de relation linéaire entre le niveau de vie d'un arrondissement et la présence de magasins de vélos. Néanmoins, certains groupes semblent se détacher. Comme expliqué précédemment, il apparaît nettement que les arrondissements centraux (notamment les 1^{er}, 2^{ème} et 3^{ème}) se caractérisent par un ratio particulièrement important, pour une médiane du revenu disponible qui n'est pas parmi les plus élevées de la capitale. Juste au-dessous se situent les arrondissements présentant le nombre le plus élevé de magasins mais des ratios moyens. Aux deux extrémités de l'axe des abscisses, on trouve d'une part les arrondissements du Nord de Paris, aux populations plus modestes et, d'autre part des arrondissements très aisés de l'Ouest parisien. Ces deux groupes, malgré leurs caractéristiques socio-économiques très différentes, se caractérisent par le fait qu'ils sont faiblement dotés en magasins de vélos.

Le ratio plus élevé dans les arrondissements centraux peut s'expliquer par le fait que ces derniers sont les moins peuplés de la capitale, ce qui tire le ratio « nombre de vendeurs de vélos pour 1 000 habitants » vers le haut. On peut faire l'hypothèse que les magasins de ces arrondissements de l'hypercentre attirent une clientèle qui ne se limite pas à leurs habitants (zone de chalandise dépassant les limites de l'arrondissement), ce qui peut rendre possible et économiquement viable une concentration assez élevée de magasins de vélos dans ces zones (existence d'une clientèle).

Le nombre plus élevé de magasins de vélos dans les arrondissements les moins centraux, notamment à l'Ouest (15^{ème}, 16^{ème}) et à l'Est (12^{ème}, 11^{ème}) peut s'expliquer par le fait qu'ils disposent aussi de grands axes de circulation et de pistes cyclables, ce qui peut être perçu comme facilitant l'usage du vélo (c'est un élément qu'ont avancé plusieurs vendeurs de vélos au cours de l'enquête). Un certain nombre d'enseignes sont d'ailleurs situées le long de ces axes : l'avenue de Versailles (16^{ème}) et l'avenue Daumesnil (12^{ème}) comptent par exemple chacune trois magasins de vélos. Il en est de même pour l'avenue de la Grande Armée dans le 16^{ème} arrondissement, qui regroupe également un nombre important d'enseignes liées aux deux-roues motorisés.

Les vendeurs interrogés expliquent d'ailleurs parfois leur choix de localisation par ces facteurs : ils évoquent la présence de pistes cyclables ou d'importants flux de circulation à vélo sur les axes sur lesquels ils se situent. Un vendeur de vélos électriques rue de la Grande Armée explique par exemple avoir choisi d'implanter son activité dans la « rue des motos » car, selon lui, les personnes intéressées par les deux-roues motorisés vendus par ses voisins peuvent aussi se tourner vers les vélos, notamment électriques.

Pour les autres, **le choix de localisation obéit souvent à une logique stratégique, contrainte cependant par leurs moyens financiers** (le prix du m² commercial est un facteur qui entre en compte dans le choix du quartier d'implantation des vendeurs de vélos) et la disponibilité des locaux : les vendeurs cherchent à s'implanter dans des zones où il n'y a pas ou peu de concurrence mais où il y a une clientèle. Les plus anciens expliquent parfois qu'à l'époque de leur installation, ils apportaient une offre manquante dans le quartier, mais que d'autres vendeurs ont pu par la suite venir s'implanter à proximité. En ce qui concerne les chaînes mais aussi les indépendants disposant de plusieurs enseignes, le choix de localisation obéit aussi à une stratégie de maillage du territoire parisien.

2.2 Ancienneté des magasins de vélos : des commerces ayant ouvert relativement récemment

Afin de connaître l'ancienneté des différents magasins de vélos à Paris, le guide d'entretien comportait une question sur la date d'ouverture de chacun de ces commerces. La moyenne de la date d'ouverture des magasins de vélos enquêtés est ainsi de 2007, la boutique la plus ancienne datant de 1903 et la plus récente ayant ouvert en 2018, quelques semaines avant l'enquête. La médiane de l'année d'ouverture est 2012. Il ressort donc que les magasins de vélos à Paris sont relativement récents. En effet, seuls 17 commerces sur les 89 enquêtés ont ouvert avant 2000, soit 19 % de l'effectif. En 2007, année de la mise en service du Vélib' à Paris, 25 magasins, soit 28 % de l'effectif, étaient déjà ouverts. Enfin, plus d'un tiers (37 %) de l'effectif a ouvert après 2015. Comme le montre le graphique ci-dessous, un nombre important de magasins de vélos actuellement en activité a ouvert au cours des dernières années : 12 ont ouvert au cours de l'année 2015 et 13 en 2016. Par contre, le nombre de magasins de vélos ayant ouvert en 2017 est plus restreint : 7 des commerces enquêtés ont ouvert cette année-là, avec une diminution par rapport aux deux années précédentes. S'il semble difficile d'expliquer ce phénomène, on peut avancer l'hypothèse d'une « saturation » du marché parisien de l'activité de vente et réparation de vélos : le nombre important d'ouvertures en 2015 et 2016 peut avoir absorbé l'essentiel de la demande existante, ce qui rendrait moins opportune l'ouverture d'un magasin de vélos supplémentaire dans une zone où l'offre est déjà bien présente.

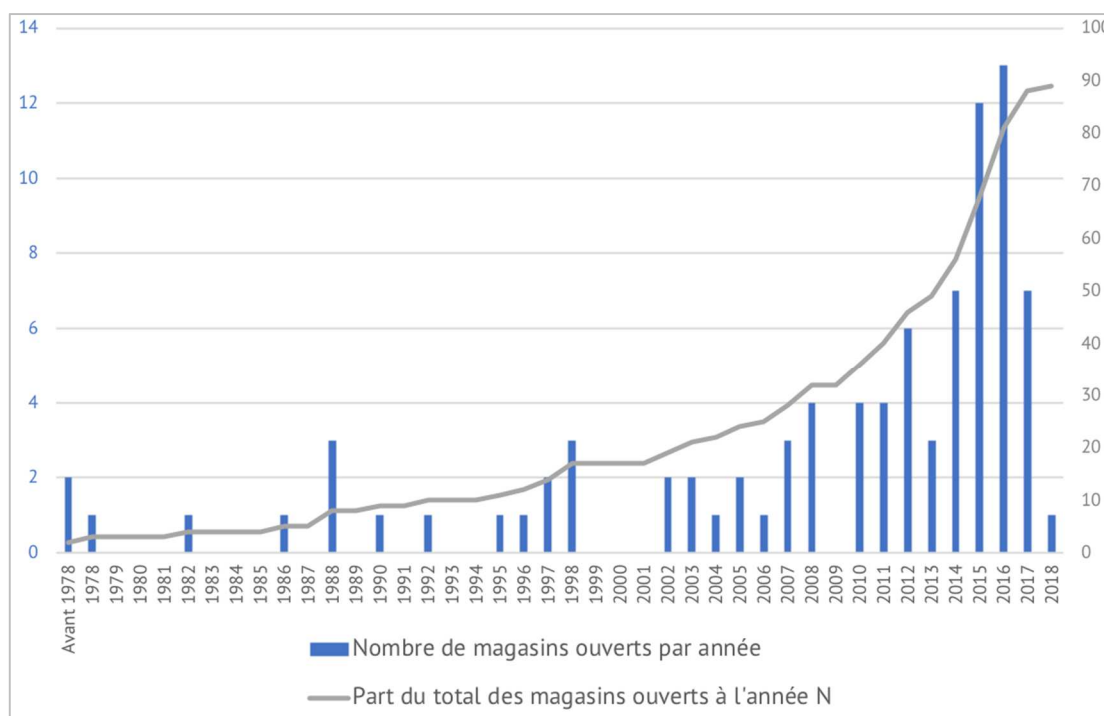


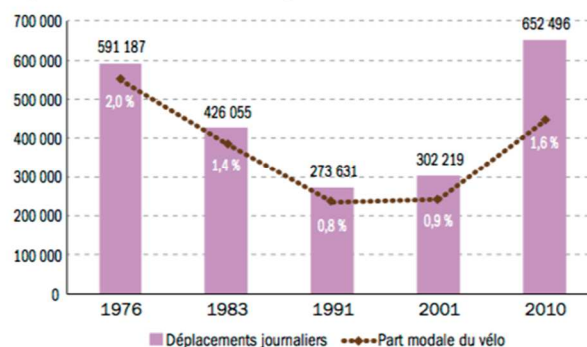
Figure 4 : Année d'ouverture des magasins de vélos à Paris

Lecture : parmi les vendeurs de vélos interrogés, 3 ont ouvert en 1998, année à laquelle près de 20 % de l'effectif total étaient déjà ouverts

Il semble donc que, parmi les vendeurs interrogés, un nombre croissant ait ouvert à partir des années 2000, et notamment à partir de 2015, ce qui est à mettre en lien avec le développement de politiques publiques favorables à la pratique du vélo (promotion de ce mode, mise en place du Vélif', aménagement de pistes cyclables, réalisation par l'APUR du premier schéma directeur vélo 2002-2020) et le changement d'image de ce moyen de déplacement en ville¹².

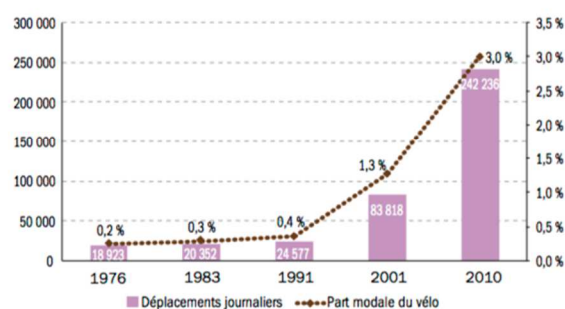
En effet, même si ce mode reste minoritaire, l'usage du vélo a fortement augmenté au cours des dernières années : entre 2001 et 2010, le nombre de déplacements à vélo (par personne et par jour) a plus que doublé (augmentation de 114 %) en Île-de-France selon les résultats de l'Enquête Globale Transport (EGT) 2010 (STIF-OMNIL-DRIEA)¹³. A l'échelle régionale, la part modale du vélo, qui était en diminution constante depuis les années 1970, remonte depuis 2001 et retrouve presque son niveau de 1976 (1,6 % en 2010 contre 2 % alors).

Figure 1 - Évolution de l'usage du vélo en Île-de-France



Source : EGT 2010 Stif-Omnil-DRIEA - Traitements IAU IdF

Figure 3 - Évolution de l'usage du vélo à Paris



Source : EGT 2010 Stif-Omnil-DRIEA - Traitements IAU IdF

Figure 5 : Évolution de l'usage du vélo en Île-de-France et à Paris

Source : IAU, 2014, d'après les résultats de l'EGT 2010 (STIF-OMNIL-DRIEA)

On note aussi que l'usage du vélo est plus fort à Paris qu'en banlieue : 0,12 déplacement/pers./j. en moyenne en 2010 contre 0,05 en petite couronne et 0,04 en grande couronne. Il s'agit essentiellement de trajets internes à une même zone (Paris-Paris ou banlieue-banlieue).

Concernant l'évolution de l'usage du vélo, on observe aussi que c'est à Paris que sa part modale a le plus augmenté (et, contrairement à l'ensemble de l'Île-de-France, la part modale du vélo à Paris n'a pas connu de diminution depuis les années 1970, où elle était quasi-nulle), comme le montre une analyse des résultats de l'EGT 2010 par l'IAU¹⁴. Entre 1970 et 2010, la part modale du vélo à Paris est passée de 0,2 % à 3 % (elle a donc été multipliée par 15).

Le vélo connaît donc un important essor depuis les années 2000, notamment en milieu urbain. Cette tendance est à replacer dans un contexte favorisant le recours à ce mode de déplacement (et étant dans le même temps de moins en moins favorable à la voiture individuelle). Ainsi, les itinéraires cyclables en Île-de-France sont passés de 1 375 km en 1999 à 3 532 km en 2012 et ont donc été multipliés par plus de 2,5. A Paris, on comptait seulement 6 km d'aménagements cyclables en 1995 contre 585 km en 2015 (IAU, 2014 et IAU, 2018). Dans l'ensemble de ces aménagements cyclables, on distingue les aménagements spécifiquement réservés aux vélos que sont les bandes (voie exclusivement réservée sur la chaussée) et les pistes¹⁵ (voie exclusivement réservée et séparée physiquement de la chaussée) cyclables, mais aussi les linaires accessibles aux vélos et aux autres véhicules comme les couloirs de bus ouverts aux vélos, les double-sens cyclables et les voies vertes (piétons et vélos). Plus précisément, aujourd'hui, sur les 585 km d'aménagements cyclables de Paris, 204 km de linéaire sont exclusivement réservés aux cyclistes (pistes et bandes cyclables). Bien que Paris concentre les réseaux les plus aboutis, à l'échelle de l'ensemble de la région Île-de-France, le

¹² Selon l'Observatoire des déplacements à Paris (Bilan 2016), 81 % des Parisiens interrogés ont une image positive du vélo en 2016, contre 39 % en 2007

¹³ Les résultats de l'EGT 2010 sont disponibles ici : <http://www.omnil.fr/spip.php?article81> (consulté le 16/05/18)

¹⁴ Note rapide n°670 de l'IAU, décembre 2014, « Le vélo retrouve sa place parmi les mobilités du quotidien »

¹⁵ Voir article R110-2 du Code de la route :

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?cidTexte=LEGITEXT000006074228&idArticle=LEGIARTI000006841274&dateTexte=&categorieLien=cid>

linéaire cyclable a également beaucoup augmenté (il a été multiplié par 4 entre 1999 et 2015, passant de 1 375 km à 5 600 km), comme on peut le voir sur le graphique ci-dessous.

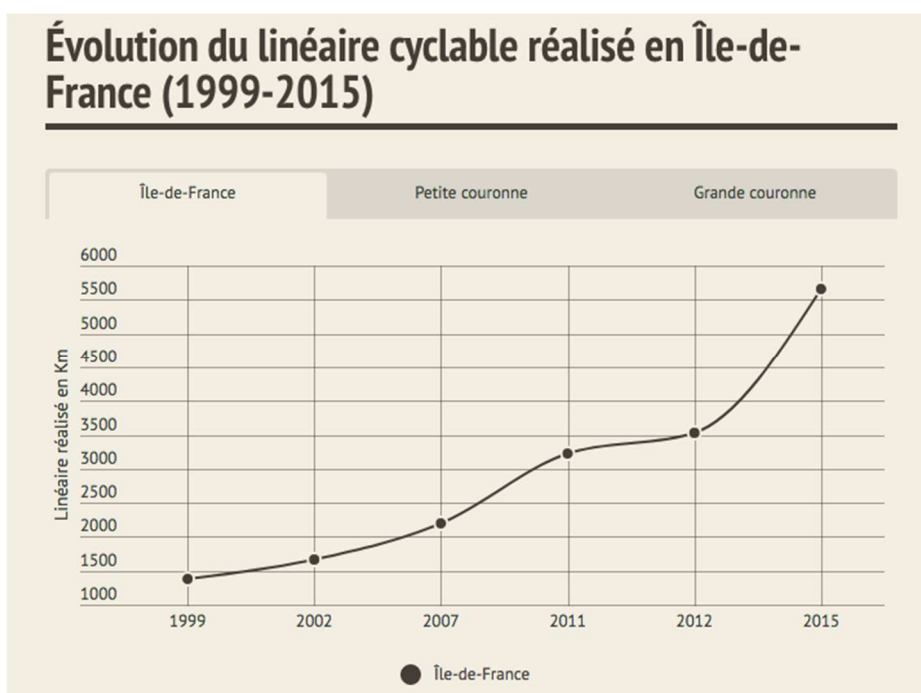


Figure 6 : Évolution du linéaire cyclable en Île-de-France entre 1995 et 2015

Source : IAU, <http://www.iau-idf.fr/savoir-faire/mobilite-et-transport/modes-actifs/territoires-cyclables.html> (consulté le 30/05/18)

A titre de comparaison, la longueur du réseau routier à Paris (voirie communale) est de 1 625 km¹⁶. Les risques liés à la pratique du vélo en ville ont également diminué. Selon l'Observatoire de la sécurité routière en Île-de-France, le nombre de victimes parmi les cyclistes est resté stable entre 2001 et 2010 alors que l'usage du vélo a plus que doublé durant cette période, ce qui revient donc à une diminution du risque par kilomètre parcouru à vélo. De plus, les résultats de la dernière EGT (STIF-OMNIL-DRIEA) font ressortir que 19 % des Parisiens perçoivent le vélo comme dangereux en 2010, contre 39 % en 2007. Ces éléments, en lien avec une évolution des représentations associées au vélo, expliquent ainsi le très fort développement qu'a connu ce mode depuis les années 2000 et peuvent être un facteur explicatif du nombre important de vendeurs de vélos ayant ouvert à partir de cette période.

Afin d'étayer les données issues de l'enquête concernant l'ancienneté des vendeurs de vélos, on peut s'appuyer sur les travaux de l'APUR, qui présente des données sur les commerces parisiens tirées de la Banque de Données sur le Commerce (BDCOM), recensement réalisé tous les trois ans dans la capitale, issu d'un partenariat entre la Ville de Paris, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et l'APUR. On trouve ainsi le nombre de commerces, par activité (nomenclature détaillée de 221 postes), à chaque enquête et l'on peut établir des comparaisons temporelles. Ces données sont aussi localisées et le site de l'APUR en propose une cartographie interactive. On se réfère ici à l'étude « Évolution des commerces à Paris 2014-2017 »¹⁷, publiée par l'APUR en mars 2018 et qui présente une exploitation des données issues du dernier recensement.

La catégorie « vente, réparation, location de vélos/vélos électriques » n'est apparue qu'en 2014, les catégorisations s'étant affinées au cours des derniers recensements. Avant 2014, les vendeurs de vélos étaient regroupés au sein de la catégorie « articles de sport », puis « spécialiste d'un sport » à partir de 2003. Les comparaisons des résultats des enquêtes antérieures à 2014 sont donc difficiles pour ce qui est du vélo. Néanmoins, cet affinement des catégories et la création d'une catégorie spécifique au vélo sont intéressants en eux-mêmes et peuvent être interprétés comme indicateurs de l'essor de cette pratique au cours des dernières années.

¹⁶ Source : https://www.insee.fr/fr/statistiques/2012705#tableau-TCRD_076_tab1_departements (consulté le 25/05/18)

¹⁷ <https://www.apur.org/fr/geo-data/evolution-commerces-paris-2000-2017> (consulté le 16/05/18)

La BDCOM recense 127 enseignes liées au vélo en 2017, soit un nombre plus élevé que celui de l'enquête réalisée (qui en recensait 101 en activité). Cela peut s'expliquer par le fait que l'on a pris en compte uniquement les boutiques vendant, entre autres activités, des vélos (les loueurs ne vendant pas sont donc exclus de ce comptage), mais peut aussi être dû à un manque d'exactitude du recensement réalisé grâce au site des Pages Jaunes.

On constate que le nombre d'enseignes spécialisées dans la « vente, réparation, location de vélos/vélos électriques » passe de 81 en 2014 à 127 en 2017, avec 46 commerces supplémentaires (57 créations et 11 disparitions sont recensées), soit une augmentation de 57 %. L'APUR souligne que cette catégorie fait ainsi partie des secteurs d'activité qui se sont le plus développés entre 2014 et 2017, et que cet « essor accompagne les mesures de la Ville de Paris pour favoriser les circulations douces ». De manière générale, « Les principales évolutions relevées lors de l'enquête de 2017 reflètent les changements dans les modes de vie des Français et des Parisiens. », ce qui est peut-être plus vrai encore en ce qui concerne les vendeurs de vélos. L'étude signale également que les activités de vente et réparation automobile à Paris font partie des baisses les plus importantes (-11 % entre 2014 et 2017), et que ce phénomène est « à mettre en parallèle avec le développement de la vente des vélos ».

L'exploitation par l'APUR des données de la BDCOM corrobore ainsi les résultats de l'enquête menée auprès des vendeurs de vélos. Cependant, la BDCOM ne fournit pas d'information sur l'année d'ouverture et l'ancienneté des commerces (ce qui pourrait permettre de comparer le cas des vendeurs de vélos à l'ensemble des commerces parisiens).

2.3 Parcours professionnel des vendeurs de vélos : un métier de reconversion exercé en majorité par des passionnés

Si l'enquête de terrain visait à connaître l'activité des magasins de vélos, on s'est aussi intéressé aux vendeurs y travaillant, afin de récolter des données sur leur parcours professionnel mais aussi sur les déterminants de leur choix d'activité. Les vendeurs de vélos ont-ils toujours exercé cette activité ou bien s'agit-il d'une reconversion ? Comment et pourquoi se sont-ils tournés vers ce secteur ?

Pour ce qui est des déterminants du choix d'activité, bien que les réponses obtenues lors de l'enquête constituent un matériau qualitatif (les vendeurs expliquant pourquoi ils en étaient venus à faire ce travail), elles ont pu être classées en deux grandes catégories : d'une part ceux qui ont fait ce choix par passion pour le vélo et d'autre part ceux qui sont devenus vendeurs (et réparateurs) de vélos, parfois un peu par hasard, car l'opportunité s'est présentée. Dans certains cas, le choix d'activité s'explique par ces deux facteurs à la fois.

Il ressort de l'enquête que **la majorité des vendeurs de vélos interrogés a exercé une autre activité par le passé : 58 vendeurs sur 89 se sont reconvertis, soit près des deux tiers (65 %) de l'effectif**. Ce pourcentage particulièrement élevé semble donc faire apparaître la vente (et la réparation) de vélos comme un métier de reconversion. On notera que la quasi-totalité des personnes interrogées étaient des hommes (d'âge variable).

Parmi ces reconversions, les vendeurs interrogés ont exercé des métiers très divers, appartenant aussi bien aux catégories socio-professionnelles des employés ou des ouvriers que des cadres et professions intellectuelles supérieures. Nous avons par exemple interrogé d'anciens cuisiniers, un ancien boulanger, des personnes ayant été ouvriers du bâtiment ou de la métallurgie, veilleur de nuit ou militaire. D'autres ont travaillé dans l'immobilier, dans la finance ou dans le domaine de la culture. Parmi les métiers exercés avant la reconversion, on trouve en effet un certain nombre d'activités pouvant se rattacher à la « classe créative »¹⁸ : graphiste, designer industriel, coloriste, secteur de la publicité ou de l'édition.

Pourquoi des personnes aux parcours si différents se tournent-elles vers la vente et la réparation de vélos ?

Si l'on s'intéresse aux déterminants de ce choix d'activité, il apparaît que la grande majorité des personnes interrogées exerce ce métier par passion. Parmi les 89 répondants, 57 disent avoir choisi

¹⁸ Florida R., (2002), *The Rise of the Creative Class*

cette activité par passion (64 %) et pour 10 autres d'entre eux le motif « passion » se combine au motif « l'opportunité s'est présentée » (11 %). Si l'on cumule les deux, les trois quarts des vendeurs (75 %) exercent ce métier par passion. Il s'agit de personnes pratiquant le vélo, souvent depuis très longtemps, et ayant décidé d'en faire leur métier. L'un des vendeurs interrogés, originaire du Danemark, a ainsi grandi dans une culture très tournée vers le vélo (« je suis né sur un vélo ! »), un autre déclare que « ce n'est plus de la passion, c'est un mode de vie ! ». Certains ont aussi parfois pratiqué le vélo à haut niveau (compétition sportive).

La volonté de se mettre à son compte et le désir d'autonomie dans le travail sont des facteurs également évoqués de façon récurrente : « Je voulais être mon propre patron », « J'ai une certaine liberté dans mon atelier ». De même, le goût pour la réparation et l'activité manuelle ou technique constitue un facteur explicatif. Ces éléments viennent compenser un salaire parfois très faible (notamment dans le cas d'indépendants travaillant seuls dans leur boutique) et, dans les cas de reconversions (notamment de cadres et professions intellectuelles supérieures), la satisfaction que les enquêtés trouvent désormais dans l'exercice de leur nouveau métier vient contrebalancer la diminution de leurs revenus¹⁹ (« J'aime réparer des vélos »).

On notera que les convictions écologiques (le vélo comme mode de transport durable) ont été très rarement évoquées : seul un vendeur a expliqué son choix d'activité par la volonté de pratiquer le réemploi, en ne vendant que des vélos d'occasion et en en réparant. Ce vendeur s'est d'ailleurs dit opposé au vélo électrique, qu'il considère comme une « catastrophe écologique » du fait de la question du recyclage de la batterie.

Parmi les vendeurs interrogés, seule une minorité (24 %) déclare avoir choisi ce métier car l'opportunité s'est présentée à eux, alors qu'ils n'aimaient pas particulièrement le vélo ou ne le pratiquaient pas. Certains ont par exemple repris le commerce de leurs parents, ou bien rejoint leur conjoint exerçant cette activité professionnelle à son compte, d'autres ont trouvé un poste dans ce secteur après un licenciement ou bien un peu par hasard. L'un d'eux explique par exemple : « j'ai repris le magasin de mon père ». C'est aussi parfois parce qu'ils voyaient dans le vélo un créneau porteur, sans forcément eux-mêmes le pratiquer, que certains vendeurs ont décidé de se lancer dans cette activité. Plusieurs professionnels ayant ouvert leur boutique il y a relativement longtemps évoquent les grèves de 1986 ou 1995 : la paralysie des transports en commun ayant contraint les usagers à se tourner vers des solutions alternatives, ils ont alors vu dans le vélo un marché à fort potentiel (« Avec les grèves des transports en 1995, les gens ont dû trouver d'autres solutions pour aller travailler »).

On remarque que la part des enquêtés ayant choisi ce métier par passion (passion et passion combinée à l'opportunité) est un peu plus élevée chez ceux qui ont toujours travaillé dans le vélo (83 %) que chez les reconvertis (72 %). Cela pourrait s'expliquer par le fait que certaines reconversions auraient été plus subies que choisies et que cette nouvelle activité a été choisie en partie par défaut.

¹⁹ Sur cette question : Crawford M., (2009), *Éloge du carburateur. Essai sur le sens et la valeur du travail*

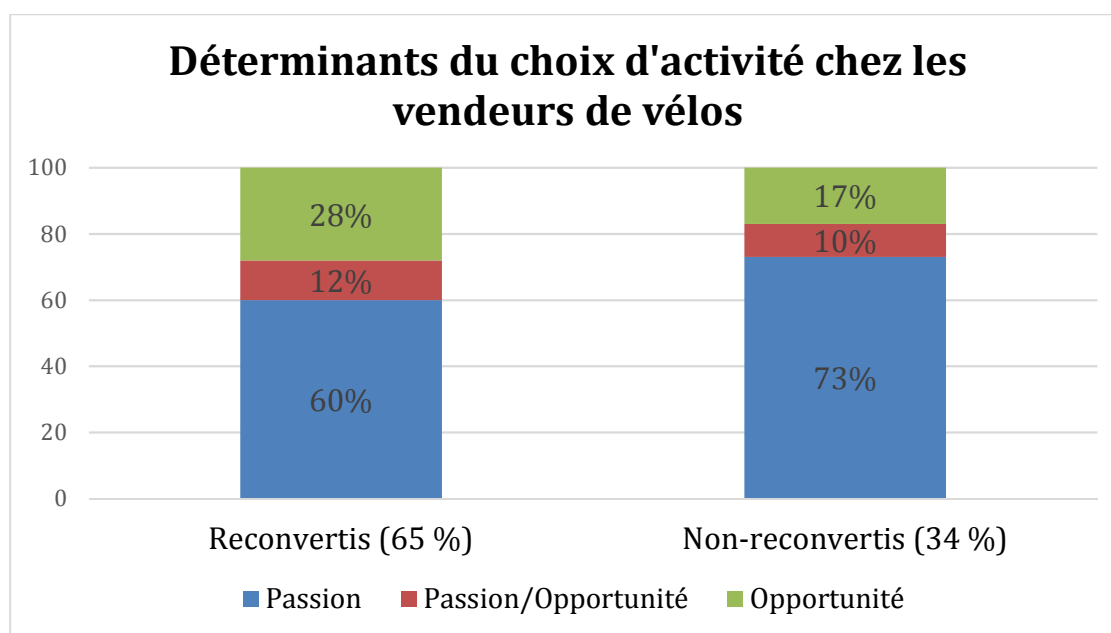


Figure 7: Déterminants du choix d'activité chez les vendeurs de vélos

Lecture : 34 % des vendeurs de vélos interrogés ont déclaré avoir toujours exercé cette activité et 73 % d'entre eux l'ont choisie par passion

2.4 Typologie des vendeurs de vélos : la prépondérance des indépendants

Les 89 magasins de vélos enquêtés ont des profils variés, allant de la minuscule boutique tenue uniquement par son propriétaire au grand magasin de chaîne. Afin de faciliter l'analyse, ces magasins peuvent cependant être rassemblés en plusieurs grandes catégories²⁰.

Nous proposons une typologie distinguant quatre grands types de vendeurs de vélos :

- Les grandes chaînes multisports (9 magasins, soit 10 % des magasins enquêtés)
- Les chaînes de taille moyenne spécialisées dans le vélo (17 magasins, soit 19 %)
- Les indépendants ayant plusieurs boutiques (18 magasins, soit 20 %)
- Les indépendants n'ayant qu'une seule boutique (42 magasins, soit 47 %)

Les indépendants sont majoritaires et représentent près des deux tiers des magasins de vélos à Paris (66 %). Cette prépondérance des indépendants est renforcée par la part très importante d'indépendants n'ayant qu'une seule boutique : 47 % de l'effectif total, constituant la catégorie la plus représentée.

2.4.1 Les grandes chaînes multisports (9 magasins, soit 10 % des magasins enquêtés)

Les magasins de cette catégorie appartiennent à deux enseignes : Décathlon (301 magasins en France) et Go Sport (119 magasins en France). Il s'agit de magasins multisports, occupant de grandes surfaces (plusieurs centaines de m²), dans des centres commerciaux (Go Sport à Italie 2, Décathlon à Paris Rive Gauche) ou dans des zones très commerçantes (Décathlon City rue du Commerce). Ils disposent d'un rayon cycle, qui a souvent gagné en importance au cours des dernières années, comprenant des vélos et accessoires à la vente ainsi qu'un atelier de réparation, avec parfois une partie en libre-service. Ils proposent des vélos électriques mais pas de vélos d'occasion. Go Sport dispose même d'une boutique spécialisée dans le vélo, Go Sport Cycles (boulevard Richard Lenoir), extension du magasin situé place de la République. La date d'ouverture de ces magasins de chaîne multisports est souvent antérieure à celle des autres magasins de vélos : 1997 en moyenne, contre 2007 pour l'ensemble des boutiques enquêtées. Cependant, on ne sait pas si, à l'époque de l'ouverture, le rayon cycle était déjà aussi développé.

²⁰ Trois enseignes n'ont pu être classées de manière satisfaisante dans aucune de ces catégories.

Parmi ces grandes chaînes multisports, Décathlon apparaît comme un acteur particulièrement important du cycle avec sa gamme B'Twin. Les deux chaînes proposent des vélos d'entrée de gamme à des prix attractifs, à partir de 150 €, ainsi que des vélos électriques à partir de 699 € pour Décathlon ou 650 € pour Go Sport.

Dans cette catégorie de magasins, les vendeurs sont en général jeunes, parfois étudiants ou exerçant leur premier emploi. Cependant, les déterminants du choix du métier demeurent semblables à la moyenne, avec une surreprésentation du choix par passion, comme dans le reste de l'échantillon. Le nombre d'employés en équivalent temps-plein (ETP) dédiés au rayon cycles est plus élevé que dans les autres catégories de magasins : 4 ETP en moyenne contre 2 environ pour les autres.

2.4.2 Les chaînes de taille moyenne spécialisées dans le vélo (17 magasins, soit 19 % des magasins enquêtés)

Cette seconde catégorie correspond à des chaînes spécialisées dans le vélo (électrique ou non), et de taille bien plus modeste que Décathlon ou Go Sport. On dénombre cinq chaînes différentes dans cette catégorie, dont trois spécialisées dans l'électrique :

- Cyclable : 45 boutiques en France dont 6 à Paris, le premier magasin ayant ouvert en 2003
- Culture Vélo : 72 magasins en France dont 2 à Paris, créée en 2000
- Altermove : spécialisée dans l'électrique (proposant aussi des trottinettes électriques), 14 magasins en France dont 4 à Paris, créée en 2010
- Ecox : spécialisée dans le vélo à assistance électrique, 7 magasins en France dont 4 à Paris, créée en 2007
- AC-Emotion : spécialisée dans l'électrique, 4 magasins en Île-de-France dont 3 à Paris, ayant ouvert plus récemment

Ces magasins sont souvent de taille supérieure aux boutiques des indépendants mais inférieure à celles des enseignes Décathlon et Go Sport.

Cette catégorie de magasins est celle dont l'année moyenne d'ouverture est la plus récente (2014), ce qui peut s'expliquer par la forte représentation des spécialistes du vélo électrique, produit apparu plus récemment sur le marché, mais aussi peut-être par un mouvement de développement du vélo ayant fait apparaître l'ouverture de ce type de boutiques comme plus rentable.

2.4.3 Les indépendants ayant plusieurs boutiques (18 magasins, soit 20 % des magasins enquêtés)

Parmi les 66 % de magasins indépendants, on peut distinguer ceux appartenant à un propriétaire qui a plusieurs boutiques de ceux appartenant à un indépendant n'ayant qu'une seule boutique. Ceux qui ont plusieurs boutiques en possèdent généralement deux ou trois, exceptionnellement quatre. Les différentes boutiques d'un même propriétaire sont en général éloignées géographiquement les unes des autres, obéissant à une stratégie de maillage du territoire parisien, sur lequel elles sont souvent toutes situées (ceux qui ont aussi des boutiques ailleurs en France, voire à l'étranger, sont plus rares).

2.4.4 Les indépendants n'ayant qu'une seule boutique (42 magasins, soit 47 % des magasins enquêtés)

Cette catégorie est surreprésentée et regroupe près de la moitié des magasins de vélos enquêtés. Le nombre de personnes y travaillant, en ETP, est plus restreint (1,8 en moyenne) et un certain nombre de boutiques ne sont tenues que par une seule personne (le propriétaire en général). Après la catégorie des grandes chaînes multisports, ces enseignes sont les plus anciennes, avec une moyenne de l'année d'ouverture équivalente à 2004. Il ressort notamment que c'est la catégorie dont la proportion du chiffre d'affaires générée par la réparation est la plus élevée (35 %). Cela peut s'expliquer par le fait qu'il s'agit

souvent de petites boutiques, accueillant une clientèle de quartier et d'habités, qui viennent donc faire réparer un vélo qu'ils possèdent déjà. C'est aussi la catégorie qui vend le plus de vélos d'occasion.

Même si ce n'est pas le cas de tous, certains indépendants qui n'ont qu'une seule boutique et y travaillent seuls évoquent « un milieu où il est très difficile de gagner de l'argent » et connaissent une certaine précarité.

	Effectif	Moy. date d'ouverture	Moy. nb ETP	Moy. CA/nb d'ETP	% CA réparation	% CA neuf*
Grandes chaînes multisports	9 10,1 %	1997	4 (rayon vélo)	Non significatif	9,3	100
Chaînes de taille moyenne spécialisées dans le vélo	17 19,1 %	2014	2,5	225 267	10,1	99,8
Indépendants ayant plusieurs boutiques	18 20,2 %	2010	1,9	167 262	16,4	87,2
Indépendants n'ayant qu'une seule boutique	42 47,2 %	2004	1,8	165 562	35,3	69,5

Figure 8 : Tableau récapitulatif des caractéristiques des différentes catégories de magasins de vélos

*Cette colonne correspond à la part générée par la vente de vélos neufs dans l'ensemble du chiffre d'affaires généré par la vente de vélos.

ETP : Équivalent temps-plein

CA : Chiffre d'affaires

2.5 Analyse du chiffre d'affaires des magasins de vélos : montant et répartition

Selon l'Observatoire du Cycle²¹, 2 782 577 vélos ont été vendus en France au cours de l'année 2017, générant un chiffre d'affaires de 1,278 milliards d'euros²² (représentant une augmentation de 9,6 % par rapport à 2016). Le chiffre d'affaires généré par les pièces et accessoires s'élève à 749 millions d'euros. Au total, la vente de vélos représente donc 63 % du chiffre d'affaires total généré par la filière vélo et les pièces et accessoires 37 %. Dans le périmètre de Paris intra-muros, l'enquête de terrain a également permis de récolter des données concernant l'activité des magasins de vélos et leur chiffre d'affaires (montant annuel et composition du CA, entre vente de vélos, vente d'accessoires et réparation d'une part, entre neuf et occasion de l'autre).

Les données concernant le chiffre d'affaires des magasins de vélos s'avèrent difficiles à exploiter. En effet, le taux de réponse est faible : sur les 89 vendeurs interrogés, moins de la moitié a répondu (38 vendeurs, soit 43 %), 13 ont déclaré ne pas savoir et 38 n'ont pas souhaité communiquer ces informations. Il est donc difficile de raisonner avec un échantillon aussi restreint et les résultats concernant le chiffre d'affaires sont à considérer avec précaution. En outre, il s'agit de données

²¹ Lien vers la présentation des résultats de l'Observatoire du Cycle pour l'année 2017 (avril 2018) :

[file:///Users/mac11/Downloads/conference-de-presse-observatoire-du-cycle-2017_1253749569%20\(1\).pdf](file:///Users/mac11/Downloads/conference-de-presse-observatoire-du-cycle-2017_1253749569%20(1).pdf) (consulté le 16/05/18)

²² A titre de comparaison, en 2017 plus de 7,7 millions de voitures particulières ont été immatriculées en France (dont 2,08 millions de véhicules neufs et 5,640 millions de véhicules d'occasion) et près de 800 000 motocycles (dont environ 170 000 neufs et 626 000 d'occasion), selon le Répertoire statistique des véhicules routiers du Service de la Donnée et des Études Statistiques (SDES) du Ministère de la Transition Écologique et Solidaire.

http://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/transports/r/vehicules-routiers-immatriculations.html?tx_ttnews%5Btt_news%5D=25507&cHash=73b29c942b12dbc2f52ad551f26429d9 (consulté le 30/05/18)

déclaratives et, même lorsque les personnes interrogées ont répondu à la question, elles ont donné une estimation et non un chiffre précis.

Le chiffre d'affaires annuel est intéressant s'il est mis en relation avec le nombre d'employés en équivalent temps-plein (ETP) dans chaque enseigne vendant des vélos. Parmi les vendeurs ayant répondu, le chiffre d'affaires, ainsi que le nombre d'employés en ETP, se révèlent très variables : de 40 000 € par an pour un indépendant travaillant seul dans sa boutique à 700 ou 800 000 € annuel pour des boutiques employant plusieurs vendeurs (jusqu'à 5).

Si l'on essaye de répartir les différents magasins de vélos selon leur chiffre d'affaires, rapporté au nombre d'ETP, (voir tableaux ci-dessous), on constate que la classe dans laquelle se situent le plus de magasins est celle correspondant à un CA annuel par ETP compris entre 100 000 et 200 000 € et, dans une moindre mesure, celles correspondant à un CA annuel par ETP compris entre 50 000 et 100 000 € d'une part et 200 000 et 350 000 € d'autre part. Les classes les plus extrêmes regroupent quant à elles moins de magasins.

	CA≤50	50<CA≤ 100	100<CA≤200	200<CA≤350	350<CA≤500	CA>500
Effectif	4	5	7	8	3	11

Figure 9 : Répartition des 38 répondants selon le chiffre d'affaires (CA) annuel (en K€)

	CA≤50	50<CA≤ 100	100<CA≤200	200<CA≤350	350<CA≤500	CA>500
Effectif	5	8	14	9	1	1

Figure 10: Répartition des 38 répondants selon le chiffre d'affaires (CA) annuel par nombre d'employés en équivalent temps-plein (en K€)

Si l'on se réfère à la typologie présentée précédemment, il apparaît que la catégorie ayant le chiffre d'affaires le plus important (rapporté au nombre d'ETP) est celle des chaînes de taille moyenne spécialisées dans le vélo (avec un CA par ETP de 225 267 € annuels en moyenne). On peut ici rappeler que, parmi les 17 magasins de cette catégorie qui ont été enquêtés, plus de la moitié (9) ne vendent que de l'électrique, ce qui peut expliquer ce montant plus élevé du chiffre d'affaires (le prix unitaire d'un vélo électrique étant supérieur à celui d'un vélo mécanique). Viennent ensuite les indépendants ayant plusieurs boutiques (167 262 €), suivis de près par les indépendants n'ayant qu'une seule boutique (165 562 €). Pour les grandes chaînes multisports, un seul vendeur parmi les neuf magasins enquêtés a répondu à cette question, ce qui rend cette donnée non exploitable. Il ressort donc que les indépendants génèrent en général un chiffre d'affaires bien inférieur à celui des chaînes.

Outre le montant, on peut aussi s'intéresser à la composition du chiffre d'affaires. Lors de l'enquête, nous avons posé des questions sur sa répartition :

- D'une part entre vente de vélo, vente d'accessoires, réparation et, le cas échéant, autres prestations (location par exemple, mais parmi les répondants, le cas ne s'est pas présenté) ;
- D'autre part, parmi la vente de vélo, entre la vente de vélos neufs et la vente de vélos d'occasion.

Le taux de réponses a été plus élevé pour ces questions que concernant le montant du chiffre d'affaires : 60 vendeurs ont accepté de répondre, soit les deux tiers des enquêtés (17 ont déclaré ne pas savoir et 12 ne se sont pas prononcés). Parmi les 60 répondants, le chiffre d'affaires se répartit comme suit :

	% vente de vélos	% vente d'accessoires	% réparation
Moyenne	54	22	23
Médiane	60	20	15

Figure 11: Répartition du chiffre d'affaires des 60 répondants

Dans l'ensemble, on constate que la majeure partie du chiffre d'affaires des magasins de vélos se fait sur la vente de vélos, et que le reste se répartit à peu près équitablement entre vente d'accessoires et réparation.

Néanmoins, on peut signaler que **l'activité de réparation a un poids plus important chez les indépendants** (voir tableau partie D), notamment les indépendants n'ayant qu'une seule boutique : ceux-ci réalisent en moyenne plus d'un tiers de leur chiffre d'affaires grâce aux réparations (35 %), alors

que les autres (toutes catégories confondues) ne réalisent en moyenne que 12 % de leur chiffre d'affaires grâce aux réparations.

Pour ce qui est de la répartition du chiffre d'affaires entre vente de vélos neufs et vente de vélos d'occasion, le taux de réponse a été encore plus élevé : 83 vendeurs de vélos sur les 89 magasins enquêtés ont pu répondre à cette question, soit 93 %. En moyenne, pour l'ensemble de ces magasins, **la vente de vélos neufs représente 82 % du chiffre d'affaires généré par la vente de vélos** : il y a donc une nette prépondérance du neuf sur l'occasion. Cependant, cette moyenne cache en réalité des répartitions très variables selon les magasins, le nombre important de boutiques ne vendant pas d'occasion tirant la moyenne vers le haut. En effet, 55 magasins, soit quasiment les deux tiers (66 %), vendent exclusivement des vélos neufs. Il s'agit des enseignes appartenant à des chaînes, aussi bien multisports que spécialisées dans le vélo (Décathlon et Go Sport ne vendent pas d'occasion mais les autres peuvent en vendre exceptionnellement). Il n'y a que 22 magasins de vélos qui vendent aussi bien du neuf que de l'occasion, soit 27 %. Pour ces 22 magasins, le neuf reste en moyenne majoritaire, générant 58 % du chiffre d'affaires lié à la vente de vélos. Plus des trois quarts des magasins de vélos enquêtés (76 %) ont une part de chiffre d'affaires générée par la vente de vélos neufs supérieure à 50 %. Symétriquement, le quart restant (soit 20 magasins) réalise la majorité de son chiffre d'affaire lié à la vente de vélos grâce aux vélos d'occasion. Seule une minorité d'enseignes (6 magasins, soit 7%) vend exclusivement de l'occasion, parfois par conviction écologique (réemploi) mais aussi par exemple car le propriétaire s'est spécialisé dans le vélo vintage. Ces vendeurs de vélos d'occasion sont tous des indépendants n'ayant qu'une seule boutique, tenu pour la quasi-totalité par une seule personne (le plus souvent le propriétaire), et générant un chiffre d'affaire annuel en général plutôt faible (moins de 100 000 € annuels par ETP).

Ainsi, la catégorie pour laquelle la vente de vélos d'occasion a le poids le plus important est celle des indépendants n'ayant qu'une seule boutique, qui réalisent en moyenne 31 % de leur chiffre d'affaires lié au vélo grâce à l'occasion (même si l'on vient de voir que cette part peut varier fortement d'un magasin à un autre). Pour les indépendants ayant plusieurs boutiques, cette part tombe à 13 %. **Il semble donc que le poids de l'occasion dans le chiffre d'affaires diminue lorsque l'importance de la boutique augmente** (taille, chiffre d'affaires annuel, nombre d'ETP, nombre d'enseignes appartenant au même propriétaire). Cela est similaire à ce que l'on observe pour la part du chiffre d'affaire générée par l'activité de réparation. Ces deux éléments – réparation et vélos d'occasion – peuvent donc apparaître comme signes de « précarité » des magasins de vélos.

2.6 Le marché du vélo à assistance électrique (VAE)

Apparu plus récemment sur le marché (le premier VAE à batterie lithium n'est apparu en Europe qu'en 2003²³), le vélo à assistance électrique a connu une croissance très importante au cours des dix dernières années. Selon l'Observatoire du Cycle, près de 255 000 VAE ont été vendus en France en 2017, soit une augmentation de 90 % environ par rapport à 2016 (134 000 VAE vendus). On peut y voir en partie un effet de l'instauration, au début de cette année-là, d'une prime nationale à l'achat d'un VAE. On note que 59 % des vélos électriques sont achetés chez des détaillants, selon cette même source.

²³ http://www.toutsurlevae.org/histoire_du_velo_electrique.htm (consulté le 16/05/18)

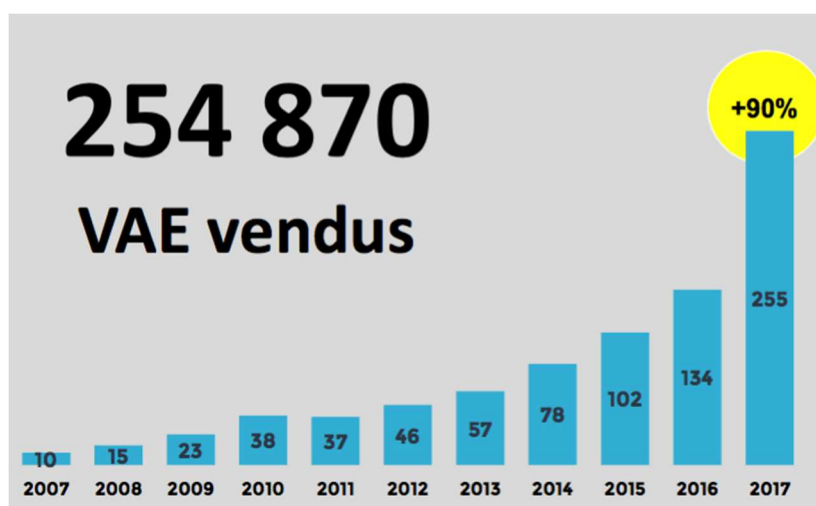


Figure 12 : Évolution du nombre de VAE vendus en France au cours des dix dernières années
Source : Observatoire du Cycle, conférence de presse du 7 avril 2018

Au cours de l'enquête, concernant la répartition du chiffre d'affaires entre vente de vélos mécaniques et vente de vélos électriques, 78 vendeurs sur les 89 magasins enquêtés ont répondu (pour les autres, on compte 4 « ne se prononce pas » et 7 « ne sait pas »).

Dans l'ensemble, si l'on prend en compte les 78 vendeurs ayant répondu à cette question, le VAE représente en moyenne 37 % du chiffre d'affaires, ce qui cache en fait de fortes variations. On peut donc distinguer différents profils parmi les répondants, en fonction de la part de VAE vendus.

Ainsi, plus précisément, les 78 magasins où l'on a obtenu des réponses concernant le VAE se répartissent comme suit :

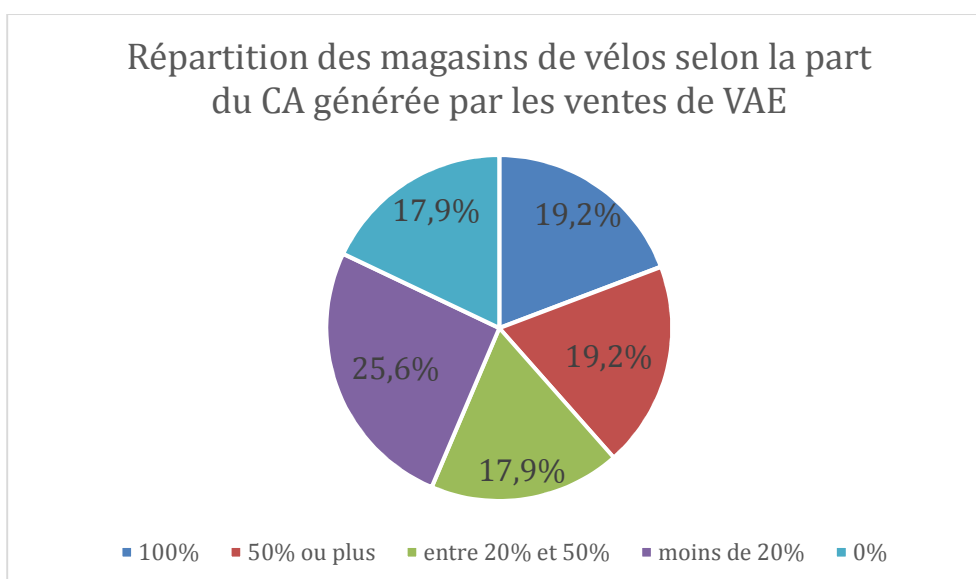


Figure 13 : Répartition des magasins de vélos selon la part du chiffre d'affaires générée par les ventes de VAE

2.6.1 15 magasins vendent exclusivement des VAE, soit 19,2 % des répondants à cette question

Il existe donc une proportion relativement importante de magasins spécialisés dans le VAE. Certaines de ces enseignes spécialisées dans l'électrique vendent aussi, outre des vélos, des trottinettes électriques. Il s'agit de boutiques appartenant à des chaînes spécialisées dans le vélo, et en l'occurrence dans le VAE, comme Altermove, Ecox ou AC Emotion (9 parmi ces 15 magasins), mais aussi d'indépendants (6 parmi ces 15 magasins), quasi exclusivement des indépendants ayant plusieurs boutiques (seul un des six indépendants spécialisé dans le VAE n'a qu'une seule boutique).

Cela pourrait s'expliquer par le fait que ce segment du marché nécessite davantage d'investissements (le prix unitaire d'un VAE étant bien plus élevé que celui d'un vélo mécanique), investissements que les indépendants n'ayant qu'une seule boutique ne sont peut-être pas toujours à même de réaliser (on a pu voir que certains magasins de cette catégorie présentaient une certaine fragilité économique).

Il ne semble pas y avoir de déterminants géographiques particuliers en matière de VAE, les vendeurs qui réalisent 100 % de leur chiffre d'affaires grâce à l'électrique étant localisés dans différents arrondissements. On remarque cependant que les trois vendeurs de vélos situés le long de l'avenue de la Grande Armée dans le 16^{ème} arrondissement de Paris ne vendent que des vélos électriques (et parfois aussi des scooters électrique) en lien avec le nombre important de vendeurs de deux-roues motorisées implantés dans ce secteur.

Pour ce qui est de l'ancienneté, les magasins qui ne vendent que des VAE ont ouvert plus récemment que l'ensemble des vendeurs de vélos, ce qui n'est pas surprenant puisque ce type de produit est arrivé sur le marché bien plus récemment que le vélo mécanique et n'a connu un réel développement qu'à partir des années 2010. Ainsi, parmi les magasins ne vendant que de l'électrique, la boutique la plus ancienne a ouvert en 2005 et la moyenne de la date d'ouverture est 2012 (pour rappel, celle de l'ensemble des vendeurs de vélos interrogés est 2007).

De même, étant donnée la récente apparition des VAE sur le marché du vélo, les boutiques vendant exclusivement de l'électrique ne vendent pas d'occasion. Cette corrélation entre vente d'occasion et vente de VAE se retrouve aussi dans le cas des vendeurs proposant à la fois des VAE et des vélos classiques : plus le VAE représente une part importante du chiffre d'affaires et plus l'occasion en représente une faible part.

Dans l'ensemble, les vendeurs spécialisés dans les VAE (ou fortement axés sur ce type de vélo) déclarent avoir une clientèle assez aisée, du fait du prix relativement élevé de ces vélos (le prix d'achat moyen d'un VAE en France est estimé à 1 060 € en 2014²⁴), avec une forte représentation des cadres, achetant souvent un VAE pour leurs déplacements domicile-travail. Il ressort également de leurs réponses que les femmes et les retraités constituent aussi des profils surreprésentés parmi la clientèle des VAE.

2.6.2 49 vendeurs proposent aussi bien des vélos électriques que des vélos mécaniques, soit 63 % des répondants à cette question

Ce groupe, qui représente plus de la moitié de l'effectif des répondants à cette question, présente cependant de fortes disparités internes. Certains magasins ne vendent que très peu de VAE, parfois même uniquement sur commande, tandis que d'autres réalisent la majorité de leur chiffre d'affaires grâce au VAE (les VAE coûtant en général plus cher que les vélos mécaniques, même un faible nombre de VAE vendus peut peser de manière significative dans le chiffre d'affaires).

Plus précisément, 15 magasins sur 78 (soit 19,2 %), vendent aussi bien des vélos électriques que des vélos mécaniques mais réalisent 50 % de leur chiffre d'affaires ou plus grâce aux VAE. 14 magasins sur 78 (soit 18 %) réalisent entre 20 % et 50 % de leur chiffre d'affaires grâce au VAE. 20 magasins sur 78 (soit 26 %) ne réalisent qu'une faible part de leur CA (moins de 20 %) grâce aux ventes de VAE.

Les grandes chaînes multisports comme Décathlon ou Go Sport se trouvent dans cette dernière catégorie. En effet, ces enseignes proposent des VAE, dont certains modèles entrés de gamme sont vendus à des prix relativement bas (moins de 1 000 €), mais ce type de vélos ne représente en général pas une part très importante de leur chiffre d'affaires.

²⁴ Enquête en ligne de Gt-bureau de recherche (2014)

2.6.3 14 magasins ne vendent pas du tout de VAE, soit 18 % des répondants à cette question

Il s'agit exclusivement d'indépendants n'ayant qu'une seule boutique, les chaînes proposant toujours des VAE, même si ceux-ci ne représentent qu'une faible part de leurs ventes.

Compte tenu du faible nombre de vendeurs ayant accepté de communiquer le montant de leur chiffre d'affaires, il apparaît difficile de mettre en relation le montant du chiffre d'affaires et la part que les VAE représente dans celui-ci.

2.7 Le vélo cargo : un marché de niche

De même que pour le VAE, le guide d'entretien comprenait une question sur la vente de vélos cargos. Il s'agit de vélos comportant une remorque à l'avant avec deux roues (biporteurs) ou parfois trois (triporteurs). D'usage répandu au XIX^{ème} siècle et au début du XX^{ème} siècle, ces vélos étaient utilisés par des commerçants pour livrer leurs marchandises. Avec le développement des véhicules motorisés au cours du XX^{ème} siècle, le recours à ce système est devenu plus rare²⁵. Toutefois, celui-ci est réapparu dans les villes et notamment dans les villes d'Europe du Nord, avec le développement de préoccupations écologistes dans les années 1980 (l'importante capacité de stockage offerte par le vélo cargo lui permettant de représenter une alternative à la voiture lorsque le déplacement implique le transport de biens). Ainsi, les vélos cargos sont aujourd'hui plus répandus dans les villes d'Europe du Nord où le vélo comme mode de déplacement est déjà massivement utilisé²⁶, comme Copenhague ou Amsterdam, où il n'est pas rare de voir des parents transporter leurs enfants en bas âge en vélo cargo. Cet usage reste plus rare en France. Ils sont également utilisés par des professionnels pour livrer des marchandises et s'adaptent bien aux contextes urbains denses, tout en s'inscrivant dans une perspective de développement durable. Ils représentent alors une solution en matière de logistique du dernier kilomètre.

Si ce type de vélo demeure peu répandu en France, il pourrait néanmoins se développer, le Club des Villes et Territoires cyclables soulignant l'enjeu que représente le vélo cargo, notamment pour les utilisations professionnelles²⁷ (500 vélos cargos seraient utilisés en France par des professionnels, hors enseignes de distribution). On peut citer deux exemples d'initiatives encourageant son développement. Dans le cadre de son Plan Vélo 2014-2020, la Ville de Paris propose des subventions aux particuliers allant jusqu'à 600 € pour l'achat d'un vélo cargo (électrique ou non). Par ailleurs, à Strasbourg, le service de location de vélos en libre-service Vélohop propose des vélos cargos.

Lors de l'enquête, dans la très grande majorité des magasins enquêtés, la personne interrogée a répondu ne pas vendre de vélos cargos. Parmi les 89 enquêtés, 83 ont pu répondre à cette question (2 ont déclaré ne pas savoir et 4 ne se sont pas prononcés). Parmi ces 83 répondants, la très grande majorité ne vend pas du tout de vélos cargos (68 magasins, soit 82 % des répondants). 10 (soit 12 %) en vendent exceptionnellement, par exemple uniquement sur commande, ou bien ils n'en ont vendu qu'un seul depuis qu'ils en proposent. Enfin, 4 magasins (5 %), vendent des vélos cargos mais cela ne représente jamais plus de 10 % de leur chiffre d'affaire, ce produit restant marginal. Seul un des vendeurs interrogés s'est spécialisé sur ce segment du marché et vend exclusivement des vélos cargos. Sa clientèle est composée à 80 % de professionnels (qui utilisent ces vélos pour réaliser des livraisons), dont des coursiers à vélo. Il propose également de l'équipement, comme une ligne de vêtements techniques pour les coursiers.

On voit donc que le vélo cargo, produit très spécifique et (encore) peu répandu en France, reste très marginal sur le marché parisien du vélo. La plupart des magasins de vélos n'en proposent pas et, s'ils le font, cela représente une part très minoritaire de leurs ventes.

Parmi les facteurs explicatifs de cette sous-représentation du vélo cargo chez les vendeurs de vélos parisiens, on peut citer la spécificité du produit, pour lequel il n'existe pas forcément un marché très développé, ainsi que son prix élevé (au-delà de 1 500 €). En effet, compte tenu de ce prix élevé, il est probable que les vendeurs de vélos ne prennent pas le risque d'investir et de proposer des vélos cargos

²⁵ <http://carfree.fr/index.php/2013/04/23/historique-du-velo-cargo/>

²⁶ Hérin F., (2014), *Le retour de la bicyclette. Une histoire des déplacements urbains en Europe, de 1817 à 2050*, La Découverte, 256 p.

²⁷ http://www.villes-cyclables.org/modules/kameleon/upload/1V&V72_WEB.pdf (consulté le 16/05/18)

Voir aussi Robert Marcel (2013), *Vélogistique*, Carefree Editions, 166 p.

qu'ils ne sont pas sûrs de parvenir à écouler. Un autre facteur explicatif réside dans le fait que ce type de produit est très volumineux. Plusieurs vendeurs ont ainsi souligné le manque de place dans leur boutique, en lien avec le prix élevé du m² à Paris, ne leur permettant pas de stocker des vélos cargos.

3 Evolution du marché du vélo à Paris et conjointement au développement de l'offre de vélos en libre-service

Après avoir présenté une « photographie » du marché et des magasins de vélos à Paris, en s'appuyant sur les données récoltées lors de l'enquête de terrain, nous analysons l'évolution de ce marché conjointement à l'apparition et au développement du Vélib', d'une part, et à la baisse de disponibilité des Vélib' engendrée par les travaux de remplacement en cours depuis l'automne 2017, d'autre part. Nous nous intéressons également aux effets de la nouvelle offre proposée par les opérateurs de vélos en libre-service sans station.

Les informations récoltées lors de l'enquête constituent des données déclaratives (nous nous appuyons sur les dires des vendeurs de vélos), correspondant à des estimations et non pas à des analyses reposant sur des chiffres précis. Les résultats présentés ici doivent donc être pris en compte dans ce contexte.

3.1 L'impact de l'arrivée du Vélib' à Paris en 2007 : un « effet Vélib' » difficile à mesurer

Avec le retour et le développement de la pratique du vélo en ville à la fin du XX^{ème} siècle²⁸ (après plusieurs décennies d'un modèle essentiellement tourné vers l'automobile), un nouveau type de service est apparu, permettant aux citadins de louer des vélos sans passer par une boutique de location classique. Les systèmes de vélos en libre-service (VLS), mettent ainsi des vélos à la disposition des usagers, qui peuvent les louer pour une période plus ou moins longue, en les retirant dans des stations et en les reposant dans n'importe quelle autre station une fois leur trajet terminé. Ce type de service a commencé à se développer à grand échelle dans les années 1990²⁹, notamment dans les villes d'Europe du Nord (où il existe une forte culture du vélo), comme à Copenhague où a été lancé le programme Bicykler København en 1995³⁰, qui apparaît comme précurseur, mais aussi aux Pays-Bas par exemple. En France, c'est la municipalité de La Rochelle qui a la première mis en place, dès 1974, les « vélos jaunes », considérés comme les premiers vélos en libre-service (350 vélos répartis en trois stations). En 1998, la ville de Rennes propose un service de « vélo à la carte », développé par Clear Channel (spécialiste de la publicité et du mobilier urbain). Il s'agit du premier système informatisé de VLS, ressemblant aux systèmes que l'on trouve aujourd'hui comme le Vélib'. JCDecaux, concurrent de Clear Channel, est l'opérateur du Vélov', implanté à Lyon depuis 2005. De nombreuses villes françaises proposent aujourd'hui des systèmes de vélos en libre-service.

Avec l'arrivée du Vélib' en 2007, la ville de Paris n'est donc pas la première à avoir mis en place un système de VLS et s'inscrit dans un mouvement généralisé de développement de la pratique du vélo en ville. L'opérateur, sélectionné suite à un appel d'offre lancé par la Ville (et combinant deux marchés, celui de la publicité urbaine et celui du système de VLS, ce qui a suscité des critiques), est JCDecaux, à qui le marché a été attribué pour une période de 10 ans. Le système Vélib' est inauguré le 15 juillet 2007, avec 7 500 vélos répartis dans 750 stations. Les usagers du Vélib' doivent déposer une caution (300 €) et souscrire à un abonnement, qui peut être de courte durée (pass un jour à 5 €) comme de longue durée (jusqu'à 8,30 € par mois, selon les formules)³¹. En 2017, dix ans après sa mise en service,

²⁸ Hérin F., (2014), *Le retour de la bicyclette. Une histoire des déplacements urbains en Europe, de 1817 à 2050*, La Découverte, 256 p.

²⁹ Voir un bref article à ce sujet : <https://www.la-croix.com/Economie/Petite-histoire-velos-libre-service-2017-05-04-1200844504>

³⁰ De Maio P., (2009), « Bike-sharing : History, Impacts, Models of Provision, and Future », *Journal of Public Transportation*, Vol. 12, n°4, pp. 41-56

³¹ Tarifs 2018, <https://www.velib-metropole.fr/offers>

on compte 1 800 stations Vélib', pour un parc fluctuant autour de 20 000 vélos, et 300 000 abonnés³². D'après les résultats de l'EGT 2010 (STIF-OMNIL-DRIEA), les VLS (donc le Vélib', puisque c'était à l'époque la seule offre de VLS) représentent 28 % des déplacements à vélo dans Paris, soit une part non négligeable (on notera également qu'un tiers de ces déplacements en VLS sont réalisés par des utilisateurs disposant d'un vélo personnel à domicile). Le bilan des déplacements 2016 de la Mairie de Paris (Observatoire des Déplacements à Paris) fait apparaître que 40 % des cycles comptabilisés sur différents sites parisiens représentatifs au cours d'une journée sont des Vélib'.

On peut alors se demander comment le marché parisien du vélo a évolué conjointement à l'apparition du Vélib' : quels ont été les effets de la mise en service de ce système de VLS pour les magasins de vélos parisiens ?

Un nombre important d'enseignes vendant des vélos ayant ouvert en 2007 ou plus tard (64 magasins parmi les 89 enquêtés, soit 72 %), dans la majorité des cas, la question « Avez-vous observé une évolution de votre activité et de vos ventes de vélos depuis l'apparition du Vélib' en 2007 ? » ne s'avérerait pas pertinente. Le nombre de répondants est donc relativement faible, ce qui rend délicate l'exploitation de ces données. De plus, même lorsque la boutique était déjà en activité avant l'apparition du Vélib', les réponses fournies par les vendeurs portent sur des faits assez anciens (remontant à une dizaine d'années), ce qui peut avoir influé sur les informations fournies.

Parmi les magasins de vélos parisiens enquêtés, seuls 25 ont ouvert avant 2007 et ont donc pu se prononcer sur l'impact de l'arrivée du Vélib'.

Dans les cas où le magasin de vélos enquêté a ouvert en 2007 ou après cette date, on a demandé à la personne interrogée si elle travaillait déjà dans ce secteur avant l'arrivée du Vélib' (dans un autre magasin par exemple). Si oui, la question sur l'impact de l'arrivée du Vélib' lui a aussi été posée, ce qui augmente le nombre de répondants et le porte à 38, avec les résultats suivants :

- 11 déclarent une augmentation de leurs ventes, soit 29 %
- 9 déclarent une diminution de leurs ventes, soit 24 %
- 11 déclarent ne pas avoir observé d'évolution, soit 29 %
- 7 ne savent pas dire s'il y a eu une évolution ou non, soit 18 %

La différence entre le nombre de magasins où la personne interrogée déclare une augmentation des ventes et ceux où elle déclare une diminution apparaît alors trop faible pour pouvoir conclure sur un éventuel impact de la mise en service du Vélib'.

Les effets de l'arrivée du Vélib' semblent ainsi difficiles à mesurer et les données récoltées délicates à interpréter, d'autant plus que ce phénomène est relativement ancien, ce qui peut avoir un impact négatif sur la fiabilité des réponses obtenues.

Néanmoins, si les vendeurs de vélos interrogés ne savent pas toujours dire avec certitude si leurs ventes ont augmenté depuis la mise en service du Vélib', les entretiens ont souvent pu fournir un matériau qualitatif plus exploitable.

Certains vendeurs signalent un impact négatif du Vélib' sur leurs ventes : ce système aurait détourné une partie de leur clientèle. Par exemple, pour l'un d'entre eux, soulignant le problème des vols de vélos à Paris, le Vélib' « a attiré les gens qui étaient dégoûtés de se faire voler leurs vélos ». Certains vendeurs disant avoir observé une diminution de leurs ventes depuis 2007 établissent certes un lien avec la mise en service du Vélib' à Paris mais nuancent l'impact de ce phénomène : selon l'un d'entre eux, il y aurait aussi eu « une évolution du marché », évolution favorable aux grandes chaînes multisports au détriment des indépendants, ces grandes chaînes ayant développé une offre importante et attractive en matière de vélo (« les gens sont partis chez Décathlon »). Selon l'Observatoire du Cycle (2017), les grandes surfaces multisports représentent 64 % des vélos vendus en France.

A l'inverse, au cours de l'enquête, d'autres vendeurs interrogés soulignent plutôt les effets à moyen et long termes du Vélib', qui viendraient contrebalancer un éventuel effet de concurrence à court terme. En effet, si le Vélib' a pu, dans un premier temps, séduire une partie de la clientèle des magasins de

³² <http://www.lefigaro.fr/economie/le-scan-eco/dessous-chiffres/2017/07/14/29006-20170714ARTFIG00012-le-velib-fetes-10-ans-retour-sur-les-chiffres-cles-du-velo-en-libre-service.php>

vélos parisiens, une telle politique a également favorisé le développement de la pratique du vélo et, *in fine*, a pu profiter à ces mêmes magasins. Plusieurs vendeurs disent ainsi avoir observé dans un premier temps une diminution de leurs ventes, puis une hausse dans un second temps (« j'ai vu plutôt un temps mort sur les ventes de vélos, ensuite il y a eu un regain »), permettant à leur activité de retrouver et même de dépasser son niveau antérieur. La diminution des ventes constatée par les vendeurs de vélos dans un premier temps pourrait donc s'expliquer par un effet de substitution à court terme : les avantages que le Vélib' procure aux usagers du vélo (prix, dimension non-contraignante de la location par rapport à la possession, etc.) pourraient rendre cette offre plus attractive que le vélo personnel à leurs yeux, expliquant qu'un nombre plus élevé d'entre eux arbitre en faveur de cette solution. Cependant, avec la hausse des ventes de vélos dans un second temps, cet effet de substitution ne semblerait plus fonctionner à moyen et long termes. Il serait compensé par le fait qu'une politique publique comme le Vélib' et le mouvement de développement du vélo comme mode de déplacement urbain amèneraient davantage de personnes à pratiquer le vélo de manière plus importante et donc à choisir d'investir dans un vélo personnel. On peut aussi faire l'hypothèse que, si à court terme, des cyclistes et non-cyclistes se tournent vers le Vélib' car ils trouvent cette offre plus flexible que la possession d'un vélo personnel, faisant temporairement baisser le chiffre d'affaires des vendeurs de vélos, ils se rendent compte à plus long terme des inconvénients du Vélib' (poids et qualité des vélos), et décident d'acheter leur propre vélo.

Il en ressort qu'un certain nombre de vendeurs ne voit pas dans ce système de vélo en libre-service une concurrence mais plutôt un élément positif pouvant favoriser leur activité : « pour nous, c'est pas un concurrent, c'est une opportunité ! » ; « les gens testent d'abord avec Vélib' et après ils vont se lancer dans le vélo » ; « Vélib' ramène des gens ». L'un d'entre eux résume ainsi la situation : « Vélib' a injecté la culture vélo dans Paris ».

Si le Vélib' n'a peut-être pas à lui seul remis à l'honneur le vélo dans Paris, la mise en place de cette politique publique a bien marqué un tournant dans la pratique du vélo dans la capitale (le nombre de cyclistes ayant augmenté de manière significative, comme le montre le graphique ci-dessous³³) et s'inscrit dans un contexte de développement de ce mode de déplacement. Certains vendeurs interrogés pensent ainsi que le Vélib' est une bonne chose car il ne faut pas y voir simplement une concurrence mais le replacer dans un contexte favorable au vélo, ce système de VLS s'accompagnant de politiques et d'infrastructures (comme des pistes cyclables) encourageant la pratique du cycle. Tous ces éléments, en créant un climat favorable au développement de la pratique du vélo en ville peuvent donc s'avérer bénéfiques pour les vendeurs de vélos, en leur apportant de nouveaux clients. Un des vendeurs interrogés considère alors que « si les gens font du vélo c'est forcément positif pour tout le monde ».

Indice d'évolution annuel du nombre de cyclistes

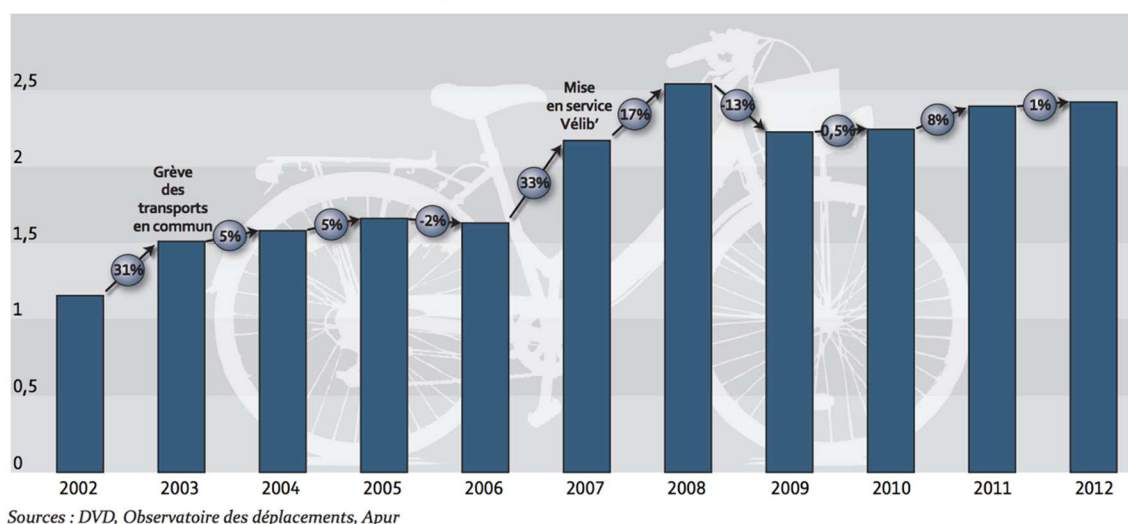


Figure 14 : Indice d'évolution annuel du nombre de cyclistes
Source : DVD, Observatoire des déplacements, APUR

D'autres vendeurs estiment que le Vélib' constitue un service bien spécifique et clairement distinct de leur offre et n'empiète donc pas sur leur marché. Il s'agit notamment des magasins de vélos proposant

³³ APUR, (2014), *Paris, de la ville à la métropole cyclable...*, 16 p.

des produits spécialisés : des vélos de course, des vélos électriques ou des vélos de ville hollandais. Selon plusieurs vendeurs, la qualité des Vélib' (poids, confort, nombre limité de vitesses) leur assure de garder leur clientèle : par exemple, un vendeur de Ménilmontant explique que, dans un quartier en pente comme le sien, le Vélib' montre très vite ses limites.

Comme l'ont suggéré plusieurs vendeurs au cours de l'enquête, il est aussi possible de faire l'hypothèse que certains usagers utilisent le Vélib' pour une partie de leurs déplacements, tout en possédant également un vélo personnel pour d'autres types d'activités : par exemple recours au Vélib' en semaine pour se rendre sur leur lieu de travail et pratique sportive ou de loisir du vélo personnel le weekend.

Il apparaît ainsi difficile de se prononcer sur l'existence d'un éventuel impact du de l'arrivée du Vélib' sur les ventes des magasins de vélos, le nombre restreint de réponses obtenues ne faisant pas ressortir de phénomène de manière significative. S'il y a eu un « effet Vélib' », qu'il soit bénéfique ou non aux vendeurs de vélos, son impact est difficile à isoler de celui d'autres facteurs, comme le changement de regard sur la pratique du vélo en ville ou bien la réalisation d'aménagements favorisant cette pratique (pistes cyclables). A cette imbrication de multiples facteurs, il faut également ajouter le fait que la mise en place du service Vélib' remonte à plus de dix ans, l'ancienneté du phénomène pouvant diminuer la fiabilité des réponses.

3.2 Les impacts des travaux de remplacement du Vélib' en 2017-2018 : une augmentation des ventes pour 30 % des magasins de vélos enquêtés

S'il semble difficile d'évaluer les effets de la mise en service du système de VLS Vélib' à Paris en juillet 2007 (et d'isoler ces effets de leur contexte), on peut se demander quelles sont les conséquences des travaux de remplacement du Vélib', phénomène bien plus récent et aux conséquences concrètes directement observables : des stations Vélib' en travaux et inaccessibles, sans vélos disponibles pour les usagers.

Jusqu'alors, l'opérateur exploitant le système Vélib' était JCDecaux, spécialiste de la publicité et du mobilier urbain ayant remporté l'appel d'offre initial lancé par la Ville de Paris et s'étant vu attribuer le marché pour une période de dix ans (2007-2017). Ce contrat a donc pris fin l'an dernier et le renouvellement de la délégation de service public a abouti à la nomination par le syndicat Autolib' et Vélib' Métropole (syndicat mixte regroupant Paris et une centaine de communes partenaires) d'un nouvel opérateur pour gérer ce système de VLS. Le nouveau prestataire sélectionné pour la période 2018-2032 est Smovengo, consortium franco-espagnol composé des sociétés Smoove, Indigo, Mobivia et Moventia, spécialisées dans le secteur des transports et de la mobilité.

Ce changement d'opérateur a entraîné le remplacement, à partir de début octobre 2017, des bornes et vélos installés par le prestataire précédent. Les travaux de remplacement ont alors occasionné une importante baisse de disponibilité des Vélib', d'autant plus que les opérations ont pris du retard par rapport au calendrier prévu et qu'un certain nombre de stations ne sont toujours pas opérationnelles courant mai 2018.

Pour assurer le changement d'opérateur, JCDecaux a d'abord dû démonter ses stations, afin que Smovengo puisse installer sa nouvelle version du Vélib', version qui prévoyait deux innovations : une offre de vélos électriques, devant représenter 30% de la flotte, et un système « parking plus », permettant de garer un Vélib' même dans une station déjà pleine. Initialement, il était prévu que le nouveau service Vélib' fonctionne de manière normale au mois d'avril 2018. Cependant, les travaux ont pris du retard, les stations n'étant pour l'essentiel pas reliées au réseau électrique (des Vélib' électriques fonctionnant sur batterie ont temporairement été proposés). Les stations étaient donc pour la plupart bloquées et les usagers mécontents. En plus de cela, Smovengo a dû faire face à une grève de son personnel : si le nouveau prestataire avait finalement accepté de reprendre les anciens salariés de Vélib' de la période JCDecaux, ce fut au prix d'une dégradation de leurs conditions de travail. Ainsi, le nombre journalier de courses réalisées en Vélib', qui était de 30 000 début avril n'est plus que de 10 000 au début du mois de mai, très loin des 100 000 courses par jour avec l'ancien Vélib'³⁴.

³⁴ Source : <https://www.nouvelobs.com/economie/20180503.OBS6166/sos-velib-retour-sur-un-plantage-industriel-historique.html>

Face à cette « crise du Vélib' », on peut se demander comment réagissent les usagers, qui éprouvent de grandes difficultés à trouver un VLS disponible. Nous avons donc cherché à tester l'hypothèse d'un report des usagers du Vélib' sur le vélo personnel, en interrogeant les vendeurs de vélos parisiens sur l'évolution de leurs ventes depuis le début des travaux de remplacement du Vélib' à l'automne 2017. Le manque de disponibilité des Vélib' dans les stations s'est-il traduit par une augmentation du nombre de vélos vendus dans Paris ? On notera que l'enquête auprès des magasins de vélos exclut par définition les cas de report sur un vélo personnel que les usagers possédaient déjà.

Tous les vendeurs de vélos interrogés au cours de l'enquête de terrain ont pu répondre à la question portant sur l'impact des travaux du Vélib' sur leur activité. Sur les 89 enquêtés, les résultats sont les suivants :

- 27 déclarent avoir constaté une augmentation de leurs ventes, soit 30 % de l'effectif total
- 53 déclarent ne pas avoir constaté d'impact particulier sur leurs ventes, soit 60 %
- 8 ne savent pas dire s'il y a eu ou non un impact sur leurs ventes
- Un seul vendeur déclare avoir vu ses ventes diminuer

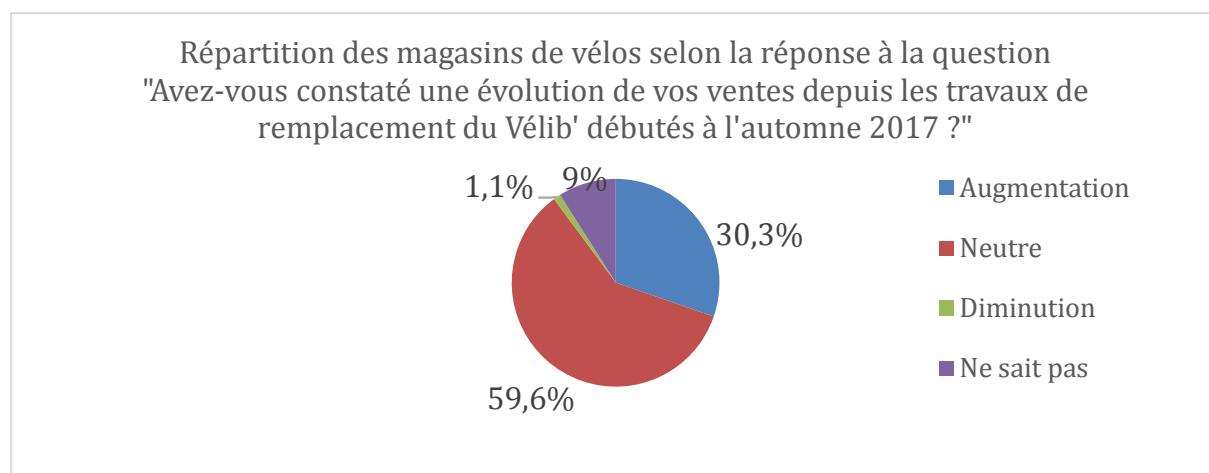


Figure 15 : Répartition des magasins de vélos selon la réponse à la question « Avez-vous constaté une évolution de vos ventes depuis les travaux de remplacement du Vélib' débutés à l'automne 2017 ? »

Bien que dans la majorité des magasins de vélos enquêtés (60 %), les vendeurs déclarent ne pas avoir constaté d'impact sur leur activité, 30 % d'entre eux disent tout de même avoir observé une augmentation de leurs ventes de manière concomitante au manque de disponibilité des Vélib' dans les stations. Cette proportion relativement importante peut donc laisser penser qu'il existe bien un effet des travaux de remplacement du Vélib', influant de manière positive sur les ventes de vélos à Paris.

On peut alors s'interroger sur le profil de ces magasins de vélos ayant tiré profit des travaux de remplacement du Vélib'.

	Effectif	Impact travaux de remplacement du Vélib'	
Grandes chaînes multisports	9 (10%)	8 augmentations (89 %) 1 ne sait pas (11 %)	
Chaînes de taille moyenne spécialisées dans le vélo	17 (19%)	1 augmentation (6 %) 14 neutres (82 %) 2 ne sait pas (12 %)	19 augmentations (24 %) 1 diminution (1 %) 53 neutres (66 %) 7 ne sait pas (9 %)
Indépendants ayant plusieurs boutiques	18 (20%)	8 augmentations (44 %) 8 neutres (44 %) 2 ne sait pas (11 %)	
Indépendants ayant une seule boutique	42 (47%)	9 augmentations (21 %) 1 diminution (2 %) 30 neutres (71 %) 2 ne sait pas (5 %)	
Autres	3 (3%)	1 augmentation (33 %) 1 neutre (33 %) 1 ne sait pas (33 %)	

Figure 16 : Tableau récapitulatif des effets des travaux de remplacement du Vélib' selon le type de magasin de vélos

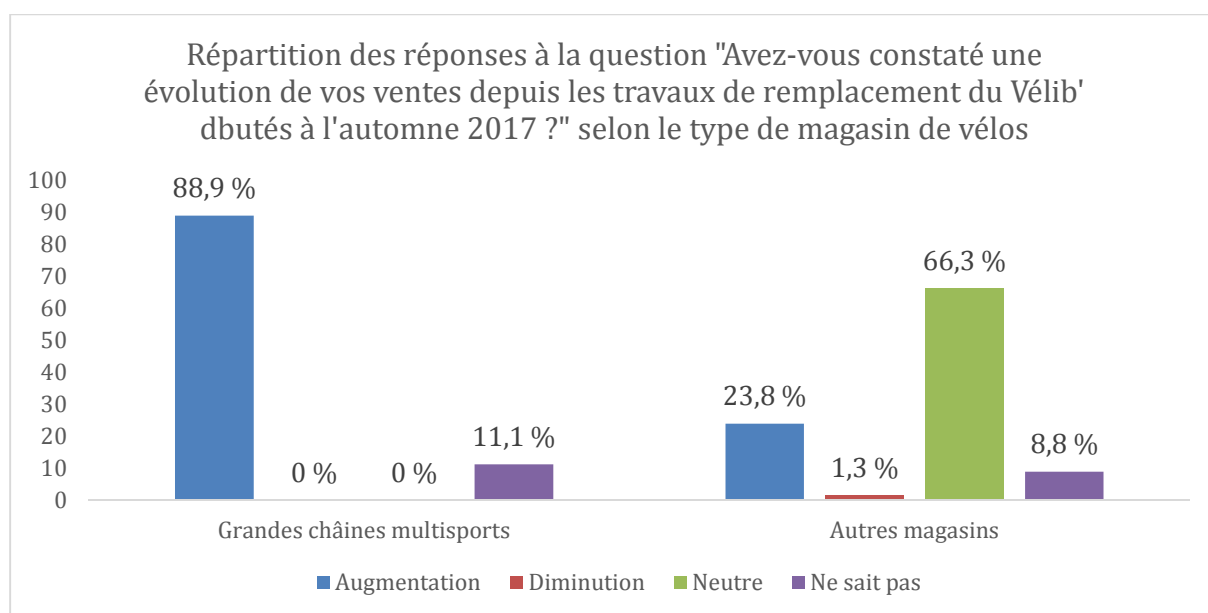


Figure 17 : Répartition des réponses à la question « Avez-vous constaté une évolution de vos ventes depuis les travaux de remplacement du Vélib' débutés à l'automne 2017 ? » selon le type de magasin de vélos

Les catégories dans lesquelles les magasins de vélos sont les plus nombreux à avoir vu leurs ventes augmenter avec les travaux de changement d'opérateur du Vélib' sont les grandes chaînes multisports (89 % des répondants de cette catégorie signalent une augmentation) et, dans une moindre mesure, les indépendants ayant plusieurs boutiques (44 % des répondants de cette catégorie).

En effet, pour les grandes chaînes multisports, dans huit des neuf magasins enquêtés, le vendeur a déclaré avoir constaté une augmentation des ventes, tandis que la proportion n'est que de 23,8 % pour l'ensemble des autres boutiques : ce seraient donc avant tout ces grandes chaînes multisports qui profiteraient du manque de disponibilité des Vélib'.

Il semblerait ainsi qu'un report des usagers du Vélib' sur le vélo personnel profite avant tout aux grandes chaînes multisports Décathlon et Go Sport, ce qui peut s'expliquer par le fait que celles-ci proposent des vélos à des prix plus abordables. En effet, selon l'Observatoire du Cycle (2017), le prix d'achat moyen d'un vélo chez un détaillant est de 1 320 € contre 225 € en grande surface sportive. Dans l'un de ces grands magasins multisports, la personne interrogée a par exemple expliqué que l'augmentation des ventes constatée depuis les travaux de remplacement du Vélib' étaient « flagrants sur les premiers prix essentiellement ».

On peut aussi émettre l'hypothèse que ce report du Vélib' vers un vélo personnel acheté pour l'occasion touche un public certes pratiquant le vélo mais dont on peut penser qu'il n'était pas suffisamment « impliqué » dans la pratique du vélo pour en posséder un, le Vélib' lui suffisant. Ce type d'usagers, qui ne serait donc pas spécialiste du vélo, pourrait donc avoir tendance à se tourner davantage vers de grandes chaînes multisports que vers des indépendants ou des chaînes spécialisées, car il ne recherche pas un modèle spécifique mais seulement un vélo « classique », entrée de gamme (comme les modèles « grand public » proposés par Décathlon et Go Sport). On peut également penser que ce type d'usager ne souhaite pas trop investir dans l'achat d'un vélo trop coûteux. On peut citer, à titre d'exemple, le cas d'un vendeur indépendant spécialisé dans le vélo hollandais, qui explique que, selon lui, « après le Vélib', ils [les usagers] ne passent pas direct par la case vélo hollandais » et vont d'abord chez Décathlon ou Go Sport.

Qui plus est, l'un des principaux avantages offerts par le Vélib' réside dans le fait qu'il évite aux usagers d'avoir à trouver une place de stationnement sécurisée. Or, avec l'achat d'un vélo personnel, le problème du stationnement se pose et les personnes ne disposant pas d'emplacements sécurisés à leur domicile ou sur leur lieu de travail peuvent, face au risque de vol, faire le choix de ne pas investir dans un vélo trop cher.

Ces deux hypothèses – report des usagers du Vélib' vers des vélos personnels peu onéreux et recours aux grandes chaînes multisports – peuvent aussi expliquer en partie le fait que les personnes interrogées dans les chaînes de taille moyenne spécialisées dans le vélo soient beaucoup moins

nombreux à déclarer une augmentation de leurs (seul un magasin sur 17). En effet, ces boutiques ne vendent pas de vélos entrée de gamme à des prix aussi attractifs que ceux pratiqués par Décathlon ou Go Sport par exemple (les vélos de ville les moins chers qu'elles proposent coûtent plus de 300 €). On notera également que, pour plus de la moitié d'entre elles, elles ne proposent que de l'électrique, ce qui peut aussi expliquer ce faible impact des travaux de remplacement du Vélib' sur leurs ventes (si l'on fait l'hypothèse que la clientèle des VAE est différente de celle du Vélib').

On peut alors émettre l'hypothèse selon laquelle, si les effets des travaux de remplacement du Vélib' sont durables (c'est-à-dire si les usagers qui se sont reportés sur le vélo personnel ne retournent pas au Vélib' même si ce service se remet à fonctionner normalement), l'effet positif sur les ventes qui semble exister pour les grandes chaînes multisports pourrait, à plus long terme, se traduire par un effet positif pour les indépendants et les chaînes spécialisées. En effet, les anciens usagers du Vélib' qui achètent dans un premier temps un vélo entrée de gamme chez Décathlon ou chez Go Sport pourraient, dans un deuxième temps, le remplacer et décider d'investir dans un modèle plus coûteux et plus haut de gamme acheté chez un indépendant ou dans une boutique de chaîne spécialisée. L'effet du manque de disponibilité des Vélib', touchant d'abord les grandes chaînes multisports, pourrait ainsi se reporter ensuite sur les autres magasins de vélos. Ce report serait cependant facilité par l'existence de places de stationnement vélo sécurisées, le risque de vol pouvant être un frein à l'achat d'un vélo plus coûteux.

Concernant les magasins spécialisés dans le VAE, on observe que parmi les 15 enseignes ne vendant que de l'électrique, la majorité (soit 10 boutiques) déclare ne pas avoir constaté d'impact, 3 signalent une augmentation et 2 ne savent pas dire s'il y a eu un impact ou non. Bien qu'il soit délicat de raisonner avec un échantillon si restreint (15 magasins), il semblerait que les enseignes ne vendant que de l'électrique profitent moins du manque de disponibilité des Vélib' : 20 % d'entre elles ont vu leurs ventes augmenter, contre un peu plus de 30 % pour l'ensemble des magasins enquêtés, toutes catégories confondues. Si l'on prend en compte toutes les boutiques réalisant au moins 50% de leur chiffre d'affaires grâce à l'électrique (donc en incluant aussi celles proposant à la fois des vélos électriques et mécaniques), les résultats sont similaires : 23 % ont vu leurs ventes augmenter (sur un total de 30 boutiques). Néanmoins, les résultats concernant les magasins qui vendent des vélos électriques ne s'écartant pas de manière assez significative des résultats globaux, et l'échantillon étant en outre de taille restreinte, il n'apparaît pas possible de les interpréter et de conclure à un moindre effet du manque de disponibilité des Vélib' sur leur chiffre d'affaires.

De plus, concernant les magasins qui proposent des vélos électriques, plusieurs facteurs explicatifs peuvent entrer en compte. Le nombre élevé de vendeurs disant ne pas avoir vu leurs ventes augmenter avec le manque de disponibilité des Vélib' peut s'expliquer par le fait que le VAE constitue un produit bien spécifique, plus coûteux qu'un vélo classique. Certains vendeurs spécialisés dans l'électrique ont ainsi fait remarquer que la clientèle du VAE n'est pas forcément la même que celle du Vélib', car il s'agit de deux offres bien différentes.

Par ailleurs, comme l'ont signalé plusieurs vendeurs lors de l'enquête, les primes à l'achat d'un vélo électrique constituent également un facteur important concernant ce segment du marché. Il existe en effet des aides nationales et locales (Ville de Paris) à l'achat d'un VAE, ce qui peut fortement peser sur la décision des consommateurs.

Entrée en vigueur le 18 février 2017, la première version de la prime de l'État à l'achat d'un VAE permettait à tous les Français, sans conditions de ressources, de bénéficier d'une aide financière à l'achat d'un vélo électrique neuf. Cette aide était limitée à 200 € et ne pouvait dépasser 20 % du coût unitaire d'acquisition. Elle n'était pas non plus cumulable avec d'autres offres.

Au 1^{er} janvier 2018, une nouvelle version de cette aide est entrée en vigueur, dont les conditions d'éligibilité sont plus resserrées. Le bonus de l'État est désormais cumulable avec ceux proposés par certaines collectivités locales mais, pour en bénéficier, un ménage doit être non-imposable et doit bénéficier d'une aide locale. Le montant cumulé des deux aides ne peut excéder 200 € et 20 % du prix du vélo.

Dans le cas de Paris, la ville propose une aide pour l'achat d'un VAE : 400 € d'aide maximum et celle-ci est plafonnée à 33% du prix d'achat. Parmi la clientèle des vendeurs de vélos parisiens, les aides à l'achat d'un VAE se sont donc restreintes pour les personnes n'habitant pas dans Paris intra-muros.

Certains vendeurs ont ainsi signalé un effet « fin de prime », pouvant expliquer une augmentation de leurs ventes de VAE durant la fin de l'année de 2017, et un ralentissement à partir de l'entrée en vigueur

des nouvelles conditions d'attribution de la prime en janvier 2018. Cela viendrait donc se mêler à un éventuel effet du changement d'opérateur du Vélib' et rend l'interprétation de l'évolution des ventes de VAE plus difficile. Mis à part les événements touchant au Vélib', le marché du VAE connaît en effet un essor important depuis quelques années, et ce à l'échelle de toute la France : ce phénomène pourrait aussi avoir une influence sur les réponses fournies lors de l'enquête. Selon l'étude 2017 de l'Observatoire du Cycle, plus de 250 000 VAE ont été vendus en France en 2017, soit une croissance de 90 % par rapport à 2016, ce qui peut s'expliquer par la subvention introduite en 2017 au niveau national.

En matière de VAE, il y a donc la conjonction d'une dynamique de développement de ce marché au cours des dernières années et du coup d'arrêt porté par la restriction des aides à l'achat, ce qui vient complexifier l'analyse et ne permet pas de se prononcer sur un effet du manque de disponibilité des Vélib' spécifique à ce segment.

Les ventes de vélos électriques en France

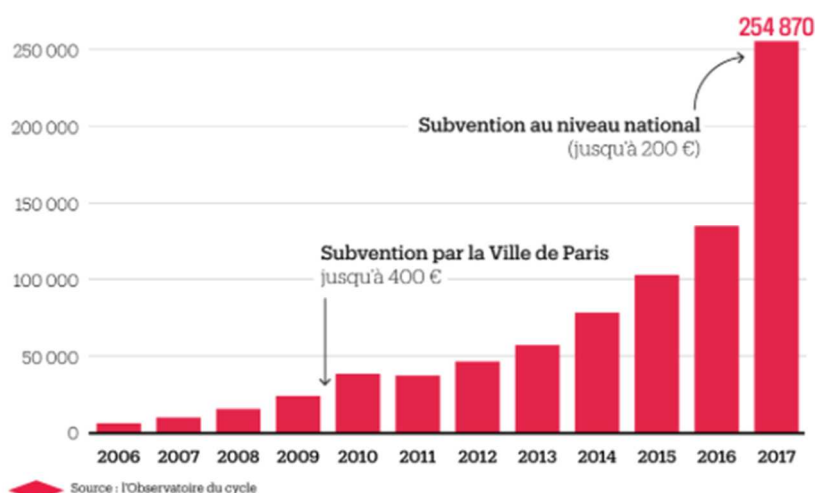


Figure 18 : Évolution du nombre de VAE en France conjointement à la mise en place de subventions publiques à l'achat d'un VAE

Source : http://www.libération.fr/direct/element/les-ventes-de-velos-electriques-en-forte-progression_80468/

Qu'ils vendent des VAE ou non, plusieurs vendeurs de vélos ont signalé que leurs ventes avaient été particulièrement mauvaises la saison passée (automne-hiver 2017-2018), notamment à cause des conditions météorologiques et de l'hiver très long et froid (« on n'a jamais aussi peu vendu que cet hiver » ; « en ce moment le vélo c'est la Bérézina totale »). Ces vendeurs ne sont pas particulièrement plus nombreux que les autres à déclarer avoir constaté un effet positif ou négatif sur leurs ventes suite au manque de disponibilité des Vélib'. Cet élément – saison passée très difficile – peut alors venir complexifier l'analyse de l'impact des travaux de remplacement du Vélib' sur les ventes de vélos à Paris.

Enfin, même les vendeurs qui ont du mal à estimer l'impact concret et du manque de disponibilité des Vélib' sur leurs ventes constatent un mécontentement des usagers du Vélib' : « il y a beaucoup de gens qui en parlent et quelques personnes qui achètent » ; « [il n'y a pas d'impact sur les ventes] par contre il y a plus de gens qui râlent ! ».

Ainsi, si les effets de la mise en service du Vélib' en 2007 apparaissent difficiles à évaluer, **les travaux de remplacement du Vélib', débutés à l'automne 2017, semblent bien avoir un impact concret (30% des vendeurs interrogés déclarent avoir vu leurs ventes augmenter) et profiter d'abord aux grandes chaînes multisports.**

3.3 Le cas des vélos en libre-service sans station : une différenciation de l'offre protégeant les magasins de vélos de cette nouvelle concurrence

Profitant des dysfonctionnements du service Vélib' occasionnés par le changement d'opérateur, des sociétés proposant des vélos en libre-service sans station (en *free-floating*) ont alors décidé de s'implanter sur le territoire parisien pendant les travaux de remplacement. Face à l'indisponibilité des Vélib', elles ont fait le pari que les usagers pourraient se reporter sur d'autres offres de vélo en libre-service plutôt que sur le vélo personnel. Dès le début des travaux de remplacement du Vélib' en octobre 2017, la société hongkongaise Gobe.e.bike a été la première à déployer ses vélos verts dans Paris (mais elle a dû les retirer début 2018 pour cause de vols et de dégradations). oBike a ensuite déployé ses vélos en décembre, suivie d'Ofo début décembre puis de Mobike en janvier 2018. Ces VLS sans station se sont multipliés sur les trottoirs parisiens, à mesure que les travaux de remplacement du Vélib' traînaient en longueur.

Opérateur ▼	Tarifs (en €)	Nombre de vélos	Cautiion (en €)	Poids (en kilos)	Vitesse
Gobe.e.bike	0,50/30min	2,000	15	18	Non
Mobike	0,50/30min	3,000	1	23	Oui
Obike	0,50/30min	2,000	5	17	Non
Ofo	0,50/20min	1,000	Pas de caution	16	Oui

Figure 19 : Tableau comparatif des offres privées de VLS sans station à Paris (janvier 2018)

Source : <https://www.capital.fr/entreprises-marches/ofo-gobe-e-bike-mobike-qui-est-le-moins-cher-1268976>

De même que pour le Vélib', avec sa mise en service en 2007 d'une part, et les travaux de remplacement débutés à l'automne 2017 d'autre part, on peut s'interroger sur les effets de l'arrivée de ces offres de VLS sans station sur le marché du vélo à Paris.

Pour tous les magasins de vélos enquêtés, la personne interrogée a accepté de répondre à la question portant sur l'impact des VLS sans station sur son activité. Sur les 89 enquêtés, les réponses récoltées se répartissent de la façon suivante :

- 4 déclarent avoir constaté une augmentation de leurs ventes, soit 5 % de l'effectif total
- 68 déclarent ne pas avoir constaté d'impact particulier sur leurs ventes, soit 76 %
- 10 déclarent avoir observé une diminution de leurs ventes, soit 11 %
- 7 ne savent pas dire s'il y a eu ou non un impact sur leurs ventes, soit 8 %

Répartition des magasins de vélos selon la réponse à la question
"Avez-vous constaté une évolution de vos ventes depuis l'arrivée des
VLS sans station dans Paris ?"

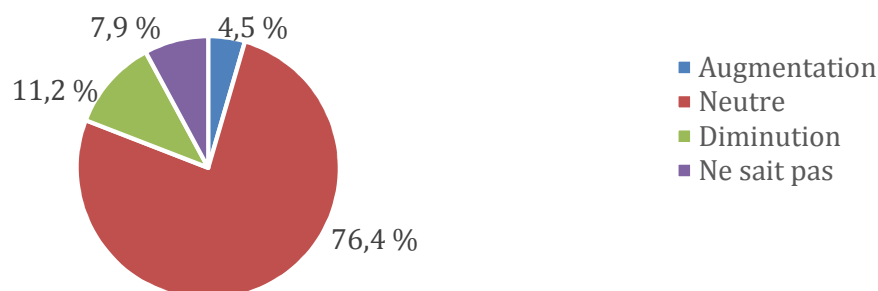


Figure 20 : Répartition des magasins de vélos selon la réponse à la question « Avez-vous constaté une évolution de vos ventes depuis l'arrivée des VLS sans station dans Paris ? »

Il ressort ainsi que, en grande majorité, les vendeurs de vélos interrogés pensent que les VLS sans station n'ont pas d'impact sur leur activité : 76,4 %, soit plus des trois quarts, déclarent que l'impact sur leurs ventes est neutre.

Ceux qui disent avoir vu leurs ventes diminuer à cause de l'arrivée des VLS sans station sont minoritaires, de même que ceux qui disent avoir vu leurs ventes augmenter, même si on compte légèrement plus de diminutions que d'augmentations.

D'après les vendeurs de vélos interrogés, cette absence d'impact sur leurs ventes s'explique par la faible qualité de l'offre proposée par les sociétés de VLS en *free-floating*, qui ne représenterait donc pas une concurrence sérieuse. Par exemple, l'un des vendeurs explique que les VLS sans station ne constituent pas une menace car cette offre est, du point de vue de la qualité, « pire que Vélib' ».

Par contre, les vendeurs de vélos sont plusieurs à percevoir ces VLS sans station comme un « substitut au Vélib' » (selon l'expression utilisée par l'un d'eux) : « je pense qu'ils ont surtout bouché le trou laissé par Vélib' » analyse par exemple l'un des vendeurs interrogés, qui souligne le « très bon timing » des opérateurs des VLS sans station, qui ont commencé à s'implanter à Paris dès le début des travaux de changement d'opérateur du Vélib'. Les opérateurs privés Ofo, Obike ou Mobike viendraient donc avant tout concurrencer l'offre Vélib' et non la vente de vélos en boutiques.

Le fait que dans la majorité des magasins de vélos la personne interrogée déclare que l'arrivée des VLS sans station n'a pas eu d'impact sur les ventes ne doit cependant pas laisser croire à une indifférence des vendeurs de vélos vis-à-vis des Mobike, Ofo et autres oBike. Bien au contraire, rares sont les vendeurs à avoir une opinion positive des VLS sans station (contrairement au Vélib', qui était tout de même perçu positivement par un certain nombre d'entre eux). Les personnes interrogées sont en grande majorité extrêmement critiques face à ce qu'ils perçoivent comme une offre déloyale : ils dénoncent le fait que ces opérateurs, contrairement à eux, ne paient pas de charges.

Au cours de l'enquête, un autre élément est ressorti concernant les VLS sans station : la question de la dégradation de ces vélos et l'impact sur l'espace public. Les personnes interrogées ont ainsi parlé de « pollution visuelle » concernant les carcasses de vélos laissées sur les trottoirs parisiens (« c'est pas respectueux » ; « c'est anti-écologique »). Certains soulignent également que la piètre qualité de ces vélos, combinée à leur état de dégradation, décrédibilise l'image du vélo (« ça a un impact négatif sur l'image du vélo » ; « ça dégrade l'image du vélo ») en en revoyant l'image d'un objet « jetable », que les usagers ou les passants ne respectent pas³⁵. Le cas du GoBee Bike, très touché par ces dégradations (l'opérateur ayant d'ailleurs dû se retirer pour cette raison), semble ainsi être particulièrement présent à l'esprit des vendeurs de vélos quand ils expliquent que les VLS sans station nuisent à l'image du vélo.

Ainsi, il ressort de l'enquête que, **si les VLS sans station n'ont pas d'impact économique marqué sur les ventes réalisées par les magasins de vélos parisiens, les vendeurs de vélos demeurent très critiques vis-à-vis de cette offre.**

³⁵ Sur le parallèle entre VLS et tragédie des communs (Hardin, 1968) : <http://theconversation.com/les-velos-en-libre-service-une-double-tragedie-des-communs-92638>

4. Conclusions

L'enquête de terrain visant l'exhaustivité réalisée auprès des vendeurs de vélos dans le périmètre de Paris intra-muros, a permis de récolter des données auprès de 89 magasins proposant des vélos à la vente, sur les 101 recensés en activité (soit un taux de réponse de 88 %). Face au manque de disponibilité des Vélib' depuis octobre 2017, engendré par les travaux découlant du changement d'opérateur, l'hypothèse principale à laquelle nous avons cherché à répondre à travers cette étude est celle d'un report des usagers du Vélib' vers le vélo personnel. Cependant, l'enquête de terrain menée auprès des vendeurs des magasins de vélos parisiens, constituant des observateurs privilégiés du marché du cycle, a été l'occasion d'élaborer une base de données diversifiée sur le marché du vélo dans la capitale.

Nous avons ainsi établi une « photographie » du marché parisien du cycle grâce aux réponses collectées lors des entretiens. Il ressort de l'enquête que, si le périmètre de Paris intra-muros est bien doté en magasins de vélos (une centaine a été recensée), leur répartition est très inégale selon les arrondissements, les 15^{ème} et 16^{ème} arrondissements, ainsi que les 11^{ème} et 12^{ème} concentrant un nombre élevé de magasins. On constate aussi que ces magasins ont, pour nombre d'entre eux, ouvert relativement récemment (2007 étant la moyenne de l'année d'ouverture). A partir de l'année 2015, le nombre d'ouvertures a été particulièrement élevé, ce qui est à replacer dans un contexte de développement du vélo comme mode de déplacement en milieu urbain. Il s'agit en majorité de magasins indépendants (pour près des deux tiers des enquêtés), le reste correspondant à des chaînes de taille moyenne spécialisées dans le vélo (19 %) ou à de grandes chaînes multisports comme Décathlon et Go Sport (10 %). On note qu'une part non négligeable de magasins de vélos (15 parmi les 89 enquêtés, soit 17 %) est spécialisée dans l'électrique, qui semble aujourd'hui représenter un marché en plein essor.

L'enquête a aussi fait apparaître l'activité de vente et réparation de vélos comme un métier de reconversion, exercé en majorité par des passionnés : 65 % des vendeurs interrogés ont exercé une autre activité par le passé (cette activité pouvant aussi bien correspondre aux catégories socioprofessionnelles des ouvriers ou employés que des cadres et professions intellectuelles supérieures) et les trois quarts disent l'avoir choisie par passion pour le vélo.

Outre cet état des lieux du marché du vélo à Paris, l'enquête sur laquelle s'appuie cette étude a permis de récolter des données sur l'évolution des ventes de vélos, conjointement à l'apparition du Vélib' en juillet 2007 et au manque de disponibilité des Vélib' engendré par les travaux de changement d'opérateur depuis l'automne 2017. On a ainsi tenté de mesurer l'impact de ces phénomènes sur le marché du vélo.

Pour ce qui est de l'arrivée du Vélib', l'impact semble difficile à mesurer et les résultats obtenus s'avèrent délicats à exploiter de manière satisfaisante, compte tenu notamment du nombre restreint de magasins déjà ouverts avant la mise en service du Vélib'.

Par contre, concernant le manque de disponibilité des Vélib' causé par les travaux de remplacement, des résultats apparaissent de manière bien plus nette. Si la majorité des enquêtés déclare ne pas avoir constaté d'impact sur leur activité, 30 % disent avoir vu leurs ventes augmenter. Il s'agit surtout des grandes chaînes multisports et, dans une moindre mesure, des indépendants possédant plusieurs boutiques. Il y aurait donc bien un phénomène de report vers le vélo personnel, avec un effet des travaux de remplacement du Vélib', bénéficiant avant tout aux grandes chaînes comme Décathlon ou Go Sport.

La mise en place du service Vélib' en 2007, et le contexte favorable à l'usage du cycle en milieu urbain dont cette politique est l'événement le plus marquant, a participé à rendre plus accessible la pratique du vélo dans Paris. Dix ans plus tard, le manque de disponibilité des Vélib' engendré par les travaux de changement d'opérateur et le mécontentement des usagers (ainsi que le report sur le vélo personnel pour certains d'entre eux) semble faire ressortir que le vélo fait désormais pleinement partie des modes de déplacements à Paris. Ainsi, si l'arrivée du Vélib' en 2007 a participé à rendre possible la pratique du vélo à Paris, les travaux de remplacement en 2017 ont fait apparaître ce mode de déplacement comme étant devenu nécessaire pour les usagers.

Enfin, il ne semble pas que les VLS sans station comme oBike, Mobike ou Ofo qui ont profité du manque de disponibilité des Vélib' pour s'implanter à Paris constituent une concurrence pour les vendeurs de vélos (ils déclarent en majorité que la présence de ces derniers n'engendre pas d'impact sur leurs ventes), ce qui n'empêche pas les vendeurs de vélos d'être très critiques vis-à-vis de cette nouvelle offre.

Index des tableaux et figures

Figures⁽ⁱ⁾

Figure 1 : Nombre de magasins de vélos par arrondissement à Paris	8
Figure 2 : Répartition des magasins de vélos à Paris par arrondissement (nombre de magasins pour 1 000 habitants)	9
Figure 3 : Relation entre revenu disponible et nombre de magasins de vélos pour 1 000 habitants par arrondissement.....	10
Figure 4 : Année d'ouverture des magasins de vélos à Paris.....	11
Figure 5 : Évolution de l'usage du vélo en Île-de-France et à Paris.....	12
Figure 6 : Évolution du linéaire cyclable en Île-de-France entre 1995 et 2015.....	13
Figure 7 : Déterminants du choix d'activité chez les vendeurs de vélos.....	16
Figure 8 : Tableau récapitulatif des caractéristiques des différentes catégories de magasins de vélos	18
Figure 9 : Répartition des 38 répondants selon le chiffre d'affaires (CA) annuel (en K€).....	19
Figure 10: Répartition des 38 répondants selon le chiffre d'affaires (CA) annuel par nombre d'employés en équivalent temps-plein (en K€)	19
Figure 11: Répartition du chiffre d'affaires des 60 répondants	19
Figure 12 : Évolution du nombre de VAE vendus en France au cours des dix dernières années.....	21
Figure 13 : Répartition des magasins de vélos selon la part du chiffre d'affaires générée par les ventes de VAE.....	21
Figure 14 : Indice d'évolution annuel du nombre de cyclistes.....	26
Figure 15 : Répartition des magasins de vélos selon la réponse à la question « Avez-vous constaté une évolution de vos ventes depuis les travaux de remplacement du Vélib' débutés à l'automne 2017 ? »	28
Figure 16 : Tableau récapitulatif des effets des travaux de remplacement du Vélib' selon le type de magasin de vélos.....	28
Figure 17 : Répartition des réponses à la question « Avez-vous constaté une évolution de vos ventes depuis les travaux de remplacement du Vélib' débutés à l'automne 2017 ? » selon le type de magasin de vélos	29
Figure 18 : Évolution du nombre de VAE en France conjointement à la mise en place de subventions publiques à l'achat d'un VAE.....	31
Figure 19 : Tableau comparatif des offres privées de VLS sans station à Paris (janvier 2018)	32
Figure 20 : Répartition des magasins de vélos selon la réponse à la question « Avez-vous constaté une évolution de vos ventes depuis l'arrivée des VLS sans station dans Paris ? »	32

Sigles et acronymes

ADEME	Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie
BDCOM	Banque de Données sur le Commerce
VLS	Vélos en libre-service
VAE	Vélo à assistance électrique

L'ADEME EN BREF

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Elle met ses capacités d'expertise et de conseil à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale.

L'Agence aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre et ce, dans les domaines suivants : la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de l'Environnement, de l'Energie et de la Mer et du ministère de l'Education nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.

LES COLLECTIONS DE L'ADEME



ILS L'ONT FAIT

L'ADEME catalyseur : Les acteurs témoignent de leurs expériences et partagent leur savoir-faire.



EXPERTISES

L'ADEME expert : Elle rend compte des résultats de recherches, études et réalisations collectives menées sous son regard.



FAITS ET CHIFFRES

L'ADEME référent : Elle fournit des analyses objectives à partir d'indicateurs chiffrés régulièrement mis à jour.



CLÉS POUR AGIR

L'ADEME facilitateur : Elle élabore des guides pratiques pour aider les acteurs à mettre en œuvre leurs projets de façon méthodique et/ou en conformité avec la réglementation.



HORIZONS

L'ADEME tournée vers l'avenir : Elle propose une vision prospective et réaliste des enjeux de la transition énergétique et écologique, pour un futur désirable à construire ensemble.



Le marché du vélo personnel à Paris : quelle évolution en regard des offres de vélos en libre-service ?

Enquête auprès des magasins de vélos parisiens

Résumé :

Implanté à Paris depuis juillet 2007, le système de vélos en libre-service (VLS) Vélib', jusqu'alors exploité par JCDecaux, a fait l'objet d'un changement d'opérateur pour la période 2018-2032.

Ce changement d'opérateur a généré une indisponibilité temporaire des Vélib', ce qui a conduit l'ADEME à lancer une étude pour recueillir des données sur l'existence d'un éventuel report des usagers vers le vélo personnel. À travers une enquête réalisée par 6t-bureau de recherche en avril 2018 dans l'ensemble des magasins de vélos parisiens, cette étude a visé les objectifs suivants :

- Dresser un état des lieux du marché du vélo à Paris
- Analyser l'évolution de ce marché conjointement à l'apparition et au développement du système Vélib'
- Analyser le report modal des usagers du Vélib' vers le vélo personnel

Essentiel à retenir

L'enquête de terrain réalisée auprès des vendeurs de vélos dans le périmètre de Paris intra-muros, a permis de récolter des données auprès de 89 magasins proposant des vélos à la vente, sur les 101 recensés en activité (soit un taux de réponse de 88 %).

Elle a été l'occasion d'élaborer une base de données diversifiée sur le marché du vélo dans la capitale.



www.ademe.fr

