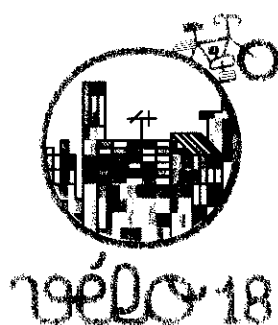


DOSSIER DE PRESSE

VELOS EN LIBRE-SERVICE, UN SYSTEME INNOVANT POUR LE 18^e ARRONDISSEMENT PARISIEN



Paul Berretrot, Syrine Catahier, Eric Zenden

ESSEC, Management général urbain, décembre 2006

ESSEC

INTRODUCTION

« *Le vélo est-il devenu le cheval de Troie des afficheurs ?* » s'interroge la journaliste Marie-Annick Depagneux¹. Tout a commencé en 2005 avec la grande médiatisation du système de Vélo'v à Lyon. L'afficheur JC Decaux a proposé aux édiles lyonnais un nouveau concept : le vélo en libre-service. Le vélo est ainsi devenu un accessoire important pour conquérir le marché de l'affichage publicitaire urbain. En 2006, les projets de vélo en libre-service ont connu un remarquable essor : Tours, Marseille, Aix-en-Provence, Nantes, Toulouse et bientôt Paris. Le point commun de ces villes : lier ces contrats de vélo en libre-service à ceux de la gestion du mobilier publicitaire urbain.

Ainsi, le financement est assuré par minoration des recettes publicitaires, donc par report du mobilier urbain vers les vélos en libre-service. La transparence économique du marché pour la collectivité est sévèrement altérée. La mise en place du service n'est pas assurée par des spécialistes du déplacement.

De plus, le libre-service ne répond qu'à une faible part des besoins en déplacement. Pour devenir un maillon sérieux de l'intermodalité, le vélo doit être considéré comme un mode de déplacement à part entière ; ce qui oblige aussi à repenser l'espace urbain pour modeler des villes « apaisées », propices aux circulations « douces ».

Dès lors, peut-on imaginer un système répondant aux besoins de mobilité urbaine et des cyclistes, indépendant du financement de l'affichage urbain ?

C'est l'objet du projet Vélo 18 : élaborer une offre innovante de vélos en libre-service pour le 18^e arrondissement parisien. Son modèle technique bénéficie d'une référence européenne. Vélo 18 a pour originalité de compléter l'utilisation en libre-service par un ensemble de prestations personnalisées.

Et il présente un intérêt économique en rapport au modèle des publicitaires. Les données économiques de Vélo 18 sont réelles : trois scénarii d'exploitation ont été conçus. Le bilan économique constate un différentiel de prix important, attractif pour les collectivités.

¹ Les Echos, 20/03/2006

Vélo 18 développe également une dimension sociale importante par sa tarification adaptée et par l'emploi de personnes en insertion et de handicapées.

Les décideurs politiques devraient se tourner vers ce type de solution pour alimenter leurs réflexions. En effet, le vélo est un mode de déplacement à part entière. Par conséquent, les décideurs politiques peuvent accepter de le financer directement et ouvertement. Cette pratique opère une transparence financière et une maîtrise complète du système.

De plus, cette approche mise sur la professionnalisation de l'exploitation, indispensable à la réalisation d'objectifs ambitieux.

Enfin, les impacts du développement du vélo sont riches en externalités urbaine, environnementale et humaine. Des critères incontournables pour les villes d'avenir !

Les décideurs locaux commencent, aujourd'hui, à l'investir comme un « *transport en commun individuel* ».

CONTEXTE ET PROBLEMATIQUE

Les principaux concepteurs du vélo en libre-service sont des « afficheurs publicitaires », groupes privés internationaux tels que JC Decaux, Clear Channel ou Via Com. Leur cœur de métier est constitué des activités de publicité et de gestion de mobilier urbain.

Pour remporter les contrats de gestion du mobilier publicitaire urbain, ces entreprises développent une offre accessoire. Le vélo est ainsi une activité secondaire dont ils assurent également la mise en œuvre et l'exploitation. C'est un facteur de différenciation fort de leurs offres².

« Nous proposons le vélo en libre-service aux collectivités locales. Certaines le refusent comme Strasbourg, mais la tendance est plutôt au développement des plans vélos », reconnaît Claude Mouchard³, directeur du développement de Clear Channel France.

Le vélo et les stations nécessaires à un système de VLS⁴ sont utilisés comme support d'affichage, en complément des autres supports exploités par l'afficheur, le service étant majoritairement financé par les recettes publicitaires. A première vue, ce service ne coûte rien à la collectivité locale. Il peut même lui rapporter de l'argent puisque l'exploitant peut éventuellement lui reverser les recettes tirées de la location des vélos.

Plusieurs aspects peuvent séduire la collectivité : l'absence d'investissement et de coûts directs et un concept livré clés en mains.

Les afficheurs publicitaires ont su, en marge de leur métier de base, innover et investir suffisamment en recherche et développement pour lancer des expérimentations réussies. A ce titre, Lyon est un véritable « showroom ».

Face à cette similitude d'opérateurs du VLS, aux solutions techniques standardisées et aux montages financiers particuliers, les collectivités peuvent être à la recherche de solutions alternatives qui allient un système vélo performant et une transparence financière.

² « Le vélo gratuit, cheval de Troie des afficheurs », Les Echos, 20/03/2006

³ « Des deux-roues à la carte pour conquérir les collectivités », les Echos, 20/03/2006

⁴ Cf. Chapitre III

Le contexte des expériences actuelles de VLS présente une insécurité juridique des contrats liés à l'affichage publicitaire. Leur manque de transparence financière, leur réponse incomplète à un objectif d'accroissement fort de la part modale du vélo est un constat.

Ainsi, est-il indispensable de confier le service de VLS à un opérateur publicitaire ? Existe-t-il d'autres solutions techniques opérationnelles plus variées et moins onéreuses ?

LA DEMARCHE

Les limites des moyens impartis au projet Vélo 18 (ressources et délais) et la réelle complexité de mise en œuvre d'un système VLS, ont conduit à restreindre le périmètre d'analyse à un territoire précis. La bonne connaissance du 18^e arrondissement à Paris par un des membres de l'équipe et son implication politique locale ont emporté notre choix pour cette zone d'étude.

En préalable à l'élaboration de notre modèle, un diagnostic fin du 18^e arrondissement a été nécessaire, ainsi qu'une analyse du contexte vélo à Paris.

Vélo 18 démontre comment une collectivité peut mettre en place un système de vélo en libre-service (VLS), **indépendant de la gestion du mobilier urbain** et intégré à une politique cohérente en faveur du vélo.

LE CONCEPT VELO 18

Vélo 18 tend à prouver qu'un système VLS est à lui seul, viable à tous points de vue, et qu'il présente même des avantages majeurs.

Au plan technique, le système retenu par Vélo 18 est commercialisé indépendamment du choix de l'opérateur. Basé sur l'utilisation du téléphone ou d'une carte magnétique, il nécessite peu d'infrastructures et permet **une mise en œuvre simple**. Il est économe de l'espace public. Moins sophistiqué que les systèmes concurrents, il facilite l'appropriation opérationnelle et la maintenance.

Très certainement, d'autres technologies seront commercialisées bientôt, le marché du VLS est encore en phase initiale mais promis, à de rapides développements. Dès à présent, Vélo 18 prouve qu'il est possible de choisir un système indépendant de l'opérateur.

Au plan économique, Vélo 18 affiche un coût annuel prévisionnel par vélo de 1 150 € dans sa version VLS seule (scénario 1). Les chiffres annoncés à Lyon sont de l'ordre de 3 000 € par an, soit plus du double. Nos prévisions de trafic et de recettes influencent peu le coût total ; même dans l'hypothèse pessimiste d'une faible utilisation du service, nous concluons donc qu'il est possible de mettre en œuvre un VLS à un **prix très largement moindre** à celui pratiqué par les gestionnaires de mobilier urbain. Un recours limité à la publicité n'est pas exclu pour autant : u Mais pour que le vélo soit un mode de déplacement à pat entière, il convient de coupler l'offre en libre-service avec des prestations complémentaires ainsi que de l'information et du conseil. C'est pourquoi, nous proposons les scénarios 2 et 3.

de compléter l'offre standard et automatique par une palette de services nécessaires au développement de la pratique du vélo : équipements, vélos spéciaux et de toutes tailles, conseils... La réponse la plus large possible aux besoins des cyclistes, actuels et futurs, passe par cet enrichissement de l'offre. Cette offre d'ensemble s'insère à son tour dans la politique cyclable de la collectivité pour constituer un ensemble cohérent et efficace.

Vélo 18 s'attache également à prouver **qu'un projet vélo peut être lui-même le terrain d'actions d'insertion** et créer du lien entre les habitants : stations employant du personnel

d'accueil et de conseil, ateliers de maintenance, apprentissage du Code de la Rue, système tarifaire accessible aux demandeurs d'emplois...

Le **mode de gestion** de Vélo 18 poursuit cet objectif social. Le service est délégué à une entreprise privée qui encadre, par le biais d'une structure ad hoc du personnel en insertion. La collectivité choisit comme opérateur **un spécialiste de la mobilité urbaine**, des transports publics ou des modes de déplacements doux.

L'ensemble des caractéristiques de Vélo 18 en fait un **système reproductible à plus grande échelle (tous les arrondissements parisiens) et transposable** à d'autres territoires, villes moyennes ou entreprises.

Par conséquent et après l'analyse objective des critères de choix, il apparaît que la question essentielle reste celle de la **volonté politique**. Si le VLS est perçu comme une simple innovation technique, ludique, propice à la communication, la collectivité ne souhaitera probablement pas investir. La solution visant alors à lier le VLS à la publicité est séduisante : elle ne génèrera que de recettes amoindries, sans une inscription directe au budget de la collectivité.

En revanche, si le vélo s'inscrit pleinement dans une politique des déplacements, alors le VLS sera considéré comme un mode de « transport public individuel », dont le coût et la gestion doit être parfaitement identifiés pour mesurer précisément les effets de la politique menée.

Tout système de déplacement a un coût : le vélo aussi.

Au-delà de ce choix politique, le vélo en libre-service est un concept réaliste, novateur, passionnant et promis à un rapide développement en France. C'est un véritable service de transport, apte à favoriser la pratique générale du vélo et à décongestionner des espaces urbains menacés de saturation.

UN CONCEPT VIABLE ECONOMIQUEMENT

L'équipe de Vélo 18 a développé trois scénarios. Le premier concerne la version VLS seule.

Mais pour que le vélo soit un mode de déplacement à pat entière, il convient de coupler l'offre en libre-service avec des prestations complémentaires ainsi que de l'information et du conseil. C'est pourquoi, nous proposons les scénarios 2 et 3.

Vélo 18 affiche un coût annuel prévisionnel par vélo de **1 150 € dans sa version VLS seule (Cf. 1^{er} scénario). Les chiffres annoncés à Lyon et à Paris sont de l'ordre de 3 000 € par an, soit plus du double.**

Nos prévisions d'utilisation du service et de recettes influencent peu le coût total. En effet, même dans l'hypothèse pessimiste d'une faible utilisation du service, nous concluons donc qu'il est possible de mettre en œuvre un VLS à un **prix très largement moindre** à celui pratiqué par les gestionnaires de mobilier urbain.

➤ 1^{er} Scénario

Il intègre la mise en place en deux phases du système libre-service sur le périmètre du projet.

Pour la première année (démarrage au 01/07/2007), Vélo 18 réalise la mise en place de 26 stations libre-service comportant entre 10 et 15 vélos en moyenne soit 288 vélos libre-service actifs à la location.

Le dispositif est complété en début de deuxième année (démarrage au 01/07/2008), par 16 stations, totalisant 42 stations. Et 480 vélos actifs sont utilisables. **Ce scénario ne comporte ni agence d'information et prestations complémentaires, ni emplois sociaux. Il permet d'établir une comparaison avec les systèmes de location libre-service en place dans d'autres villes.**

➤ 2^{eme} Scénario

Il est identique au 1^{er} scénario, mais il est complété par la mise en place en deux phases de **2 agences d'information et prestations complémentaires**: la première au 01/07/2007, la seconde au 01/07/2008.

L'ensemble des effectifs de remise en place des vélos, de maintenance et de gestion des stations humanisées provient d'un partenariat avec une association d'insertion par l'emploi. Quant au management, il est assuré par des emplois conventionnels.

➤ 3eme Scénario

Ce scénario ne comporte qu'**une seule agence d'information et prestations complémentaires** mise en place le 01/07/2007.

L'ensemble des effectifs de remise en place des vélos, de maintenance et de gestion des stations humanisées provient d'un partenariat avec une association d'insertion par l'emploi. Le management est assuré par des emplois conventionnels.

De plus, une **analyse de sensibilité** des scénarios a été réalisée pour évaluer la viabilité économique du projet en fonction des variations des hypothèses.

Les facteurs de risques identifiés sont les suivants :

- La variation de la recette directe liée à l'utilisation payante du service
- La variation des coûts de rééquilibrage du service par remise en place des vélos
- La variation des coûts de maintenance des vélos

Des trois paramètres étudiés, l'entretien des vélos est celui qui altère le plus le résultat opérationnel. Les scénarios n°2 et n°3 minimisent cet impact par la dilution des charges du libre-service dans une structure financière plus importante intégrant le concept **d'agence d'information et prestations complémentaires**.

Le scénario n°1 est beaucoup plus sensible que les deux autres modèles. Réalisé afin de comparer la solution technique proposée avec la solution mise en place à Lyon, il permet de mesurer que l'ensemble des risques étudiés peut facilement amener à un déséquilibre économique du projet.

Le scénario n°2 (2 agences d'information et de conseils) est le plus coûteux pour la collectivité, mais présente l'avantage de pouvoir absorber une variation de 30% de l'un des paramètres étudiés sans remettre en cause sa viabilité financière.

Le scénario n°3 (1 seule d'information et de conseils) deviendrait déficitaire sur 10 ans si la maintenance des vélos dépassait de plus de 30% les données de base de l'étude.

Par conséquent, les scénarios 2 et 3 offrent une viabilité économique intéressante pour le projet Vélo 18.

Vélo 18 a opté pour le scénario n° 3. Certes, il engendre des coûts moins importants. De plus, il présente également la capacité de tester le système de l'agence humanisée sans hypothéquer la mise en œuvre d'une deuxième agence d'information et de prestations complémentaires ultérieurement.