

Strasbourg, 16 octobre 2014

## **Le vélo, un remède aux crises que connaît la société**

Olivier Razemon

**Pauvre France, pauvre pays (dia 1).** Les gens sont malheureux, n'ont plus d'argent, ils paient trop d'impôt parce qu'il faut rembourser la dette, ils n'ont plus aucune perspective, ne cessent de se plaindre et le moindre changement les effraie.

Comment en sommes-nous arrivés là ? La société française, malgré ce que l'on a appelé les « crises », a connu depuis 1945 une période de prospérité et de paix sans précédent. Or, aujourd'hui, elle se révèle passablement cabossée. Et les autres pays d'Europe ne sont pas toujours dans une situation plus enviable.

La crise économique perdure, des crises financières surviennent, la crise de l'énergie menace, mais c'est la crise sociale qui affecte le plus durement les fondements de la société. Dans les quartiers pauvres des métropoles, les régions rurales, les petites villes, des ménages peinent à joindre les deux bouts, le chômage s'installe, on enchaîne les petits boulots, les demandes d'allocation, les faux espoirs.

**(dia 2)** Comme souvent, l'état des transports reflète celui de la société. Or, de nos jours, malgré les promesses de vitesse, il devient compliqué de se déplacer. Les transports contraints, bus en retard ou métro bondé, pèsent sur le moral. La voiture individuelle coûte cher ; certains renoncent à l'assurance, roulent sans permis, comptent les gouttes de carburant en même temps que les heures d'embouteillage.

**Magma péri-urbain. (dia 3)** Le territoire change, lui aussi. L'étalement urbain transforme la campagne en ville ou plutôt en informe magma péri-urbain. A la recherche de gisements d'emploi introuvables, les décideurs ne cessent de construire des zones de logistique, des hypermarchés, des parkings, des rocadés. Les conséquences de cette frénésie se font sentir au cœur des villes qui, à l'exception d'une quinzaine de grandes métropoles, se paupérisent, se dévitalisent. La société du tout-voiture isole les individus, favorise le repli sur soi, tue définitivement le petit commerce.

**La société est malade. (dia 4)** La pollution s'insinue dans nos bronches, le dérèglement climatique se précise. Personne ne pense sérieusement que l'on parviendra vraiment à réduire les émissions de CO2 par quatre d'ici à 2050. Le diesel, bénéficiant d'une fiscalité bienveillante, plombe littéralement l'atmosphère. Et pourtant, chacun aimerait vivre en bonne santé, souffle long et cuisses fermes, le plus longtemps possible. Enfin, pour ne rien arranger, les caisses sont vides : les pouvoirs publics, nationaux comme locaux, croulent sous le poids de la dette. Les dotations s'amenuisent, des subventions sont réduites, des budgets rétrécis, des projets ajournés.

**Hypnotisés par la technologie. (dia 5)** Face à ces difficultés grandissantes, les services publics, les collectivités territoriales, les attachés parlementaires, les conseillers ministériels et les élus locaux, désemparés, inventent des plans Marshall, des commissions, des acronymes ou encore des lois compliquées qui profitent surtout aux juristes chevronnés. Dans le secteur des transports, on veut encore croire à la technologie toute-puissante, aux applications facilitatrices, aux propulsions nouvelles ; agrocarburants, batteries au lithium et autres téléphériques sont présentés comme des solutions d'avenir. On aimerait construire des tramways et des bus qui ressemblent à des bijoux mais on n'a plus l'argent.

**Le vélo, un outil tout terrain. (dia 6)** Et si on faisait plus simple ? Le vélo est un objet robuste, bon marché, facile à utiliser, simple à réparer. En ville, mais aussi dans les quartiers, les bourgades, les villages, il s'agit souvent du moyen de déplacement le plus adapté et le plus agréable. Dans plusieurs villes d'Europe, on l'a vu ce matin, la pratique du vélo maintient la

population en bonne santé, limite les effets de l'étalement urbain, soutient le commerce local, réduit la pollution atmosphérique, épargne les budgets des collectivités.

**L'économie relocalisée.** Notre société cabossée a besoin de vélo et de l'économie qui va avec. C'est le principal propos de cet exposé. **(dia 7)** Car, contrairement à une idée fortement ancrée, les automobilistes ne sont pas de bons consommateurs, et même si de nombreux maires, depuis quelques mois, réintroduisent la voiture en centre-ville, en espérant « relancer le commerce ». « No parking, no business », affirmait, dans les années 1950, le truculent consultant Bernardo Trujillo, un Américain d'origine colombienne qui organisait des conférences sur l'implantation des hypermarchés. Mais la réalité, c'est « No parking, yes business ». Voyez ces deux images contradictoires **(dia 8, 9)**

Plusieurs études universitaires montrent que l'automobiliste n'a pas la soif de consommer qu'on lui prête. Ces enquêtes ont été réalisées dans des villes différentes, à des époques différentes, ne portent pas nécessairement sur le même objet, elles mais toutes présentent les mêmes conclusions.

**Lille, 2003. (dia 10)** La première étude qui démonte l'idée de la voiture-acheteuse date de 2003. L'économiste Frédéric Héran, que nous avons entendu ce matin, a montré dans une étude financée par l'Ademe Les clients non motorisés sont au moins aussi intéressants pour les commerçants que les automobilistes. Certes, ils achètent moins à chaque visite mais ils reviennent plus souvent. Frédéric Héran les qualifie de « clients fidèles » alors que les automobilistes sont des « acheteurs volages ». Les revenus des piétons et des cyclistes, contrairement aux idées reçues, sont en outre tout à fait comparables à ceux des automobilistes. C'est simple à comprendre : en voiture, on cherche à se garer devant le magasin, on râle quand on ne trouve pas de place et on ne supporte pas le moindre ralentissement. La promesse du zéro embouteillage est rarement tenue. Cela amène une partie des automobilistes qui avaient été attirés par la promesse de places de stationnement gratuites à désertier le centre-ville et à se rendre directement là où le stationnement est abondant et bon marché, dans les zones commerciales.

**New York, 2012. (dia 11)** D'autres études, plus récentes, confirment ces constats. Le Department of Transportation de New York, en 2012, a montré que les commerces installés le long de la 9<sup>ème</sup> avenue ont connu une progression de leurs ventes de 49% entre la période qui précède les travaux et la période qui lui succède. Dans l'ensemble de la ville, dans le même laps de temps, le chiffre d'affaires du commerce de proximité avait progressé également, mais de 3% seulement. « Les commerçants imaginent les automobilistes qui passent devant leurs boutiques comme des chalands potentiels, mais en réalité la rue n'est pour ces usagers qu'un tuyau, un moyen d'aller d'un point A à un point B », note ce site américain. En outre, sur ce tronçon de la 9<sup>ème</sup> avenue, les accidents corporels ont baissé de 59%. Références : Measuring the Street: New Metrics for 21st Century Streets

**Portland, 2012. (dia 12)** Une autre enquête a été menée à Portland (Oregon). Les enquêteurs se sont postés aux alentours des cafés et bars, commerces et restaurants et ont demandé aux consommateurs de leur montrer leurs tickets de caisse. Le constat est surprenant : les automobilistes, qui représentent, à Portland, la majorité des consommateurs, dépensent, en un mois, moins d'argent que les autres catégories d'usagers, cyclistes, piétons et utilisateurs des transports publics. Les cyclistes s'avèrent les plus dépensiers, avec 75 dollars déboursés par mois, grâce notamment à leur fréquentation assidue des cafés. Viennent ensuite, à égalité avec 68 dollars, les piétons et les automobilistes puis, avec 58 dollars, les utilisateurs des transports publics. Référence : Jonathan Maus, « Study shows biking consumers spend more », Bikeportland.org, 6 juillet 2012.

**Dublin, 2011.** Sans doute la plus intéressante car elle concerne la capacité de jugement des commerçants, ces grands spécialistes des transports, comme chacun sait. On a demandé aux commerçants de deux rues du centre de la capitale irlandaise, Grafton Street et Henry Street, par quel moyen de transport leurs clients se rendaient dans leur magasin. On a ensuite demandé aux clients comment ils avaient effectué le trajet. Le résultat montre une certaine méconnaissance de la part des commerçants.

Ils ont tendance à minimiser la capacité d'achat des personnes qui viennent en bus ou à pied et à maximiser la proportion des automobilistes et des passagers du tramway. Sur Grafton Street, 31% des acheteurs seraient venus en bus et 11% à pied si l'on écoute les commerçants, alors que les réelles proportions sont respectivement de 35% et 20%. La sous-estimation est encore plus nette sur Henry Street. 40% des acheteurs seraient venus en bus et seulement 6% à pied, alors qu'en réalité, ils sont respectivement 49 et 19%. L'image du piéton incapable de remplir son cabas a la vie dure.

Référence : « Report on shopper travel behaviour in Dublin City Centre ». Dublin Institute of Technology. David O'Connor, Dublin Institute of Technology, James Nix, Irish Environmental Network, Simon Bradshaw, Enda Shiel

**Et ailleurs. (dia 13, 14, 15, 16)** Berlin, Ile de Ré, Bolzano, Innsbruck, Amsterdam, les photos parlent d'elles-mêmes. Aux Pays-Bas, une étude de 2010 réalisée dans 9 villes, et que Cor van der Klaauw m'a transmise en néerlandais, différentes montre que les consommateurs qui viennent à pied et à vélo font le bonheur des maraichers, des primeurs et des petits supermarchés. Référence : cabinet Soab, 2010.

**(dia 17)** C'est partout la même chose : à Turin, ce sont les commerçants eux-mêmes qui ont demandé à la municipalité d'instaurer une « zone à trafic limité », afin que les places de stationnement ne soient pas encombrées des voitures des salariés. Ils se sont aperçus ensuite que ces ZTL, comme il y en a dans toutes les villes italiennes, étaient excellentes pour le commerce.

Nantes, le même aménagement a été installé en 2012, il est globalement accepté par tout le monde aujourd'hui.

**(dia 18)** Regardez les centres de Florence, Fribourg, Utrecht, Anvers, Strasbourg !

**(dia 19)**

Alors, No parking, yes business !