

## Mobilités

Département du Loiret

Tous à vélo !

### Le problème

Comment inciter les Loirétains à se déplacer en vélo pour limiter l'usage des véhicules polluants ?  
Comment rendre la communication moins institutionnelle pour toucher les plus jeunes ?

### Votre solution innovante

Le Département du Loiret a réalisé une campagne de communication à 360 degrés à l'occasion de la campagne nationale « Mai à vélo », en collaborant avec des partenaires et relais du territoire, y compris un Youtuber loirétain, Léonard, qui totalise plus d'un million d'abonnés sur sa chaîne.

### Les objectifs

Promouvoir la pratique du vélo sur le territoire loirétain  
Renforcer et accompagner la dynamique du vélo née de la crise COVID-19  
Valoriser les atouts du territoire : circuits vélos aménagés, cadre naturel, acteurs dynamiques  
Créer une synergie entre tous les acteurs du secteur concerné.

### L'histoire de votre action innovante

- **Qui**

Le Président du Département a demandé à la direction de la communication et de l'information de travailler sur une campagne favorisant la pratique du vélo dans le Loiret.

- **Pour qui**

Les Loirétains, notamment les plus jeunes

- **Quoi**

La Direction de la communication a lancé un dispositif global pour toucher le plus grand nombre de Loirétains.

- Une campagne d'affichage a été réalisée sur tout le territoire : 360 faces d'abribus, réseau Loire Vision chez les commerçants du quotidien, affichage sur 30 000 sacs à baguette chez les boulangeries locales, publicité dans les médias locaux, affichage digital dans les centres commerciaux. Cet affichage a permis de toucher toutes les populations.
- Un événementiel gratuit sur le parvis de l'Hôtel du Département avec des ateliers de maintenance des vélos tous les mercredis du mois de mai, ouverts à tous. Ces ateliers étaient réalisés par un ESAT (Établissement et service d'aide par le travail). Des chasubles fluo (sécurité vélo) à l'image de la campagne ont été distribuées à cette occasion aux Loirétains.
- Une prestation gratuite de marquage BICYCODE était proposée lors de ces ateliers. L'objectif de ce marquage est de permettre la restitution des vélos volés à leurs propriétaires par les services de police/gendarmerie.
- Une exposition de vélos Helyett (marque loirétaine), vélos centenaires et vélos champions du monde des années 50.
- Inscription au challenge géovélo (le Loiret a développé l'appli sur son territoire). Cela prend la forme d'un compteur commun, partagé avec tous les participants du challenge, avec comme objectif le plus de kilomètres possibles à atteindre en un certain temps. Un dépliant sur l'appli

géovélo a également été réalisé (tirage : 2500 exemplaires), avec une diffusion dans tous les offices de tourisme, les fédérations de cyclisme, les sites touristiques, les communes, etc

- Un partenariat mis en place avec La République du Centre pour la sortie d'un hors-série « Le Loiret à vélo ». C'est une action à double enjeu : unir les forces des différents acteurs pour promouvoir le vélo et soutenir la presse locale. Ce guide, diffusé dans toute la région Centre et en région parisienne, a été tiré à plus de 10 000 exemplaires.

Plus original, un partenariat avec un Youtuber loirétain, Léonard, qui totalise plus d'un million d'abonnés sur sa chaîne :

- En avril 2021, il lui est proposé un défi : réaliser une série de vidéos sur l'itinéraire cyclable de la Scandibérique pour promouvoir la pratique du vélo sur le territoire. Bingo ! Il n'a pas hésité longtemps ! Il faut dire que les défis, il connaît, c'est l'ADN même de ses contenus diffusés sur la plateforme YouTube.
- Un programme concocté avec soin : découverte d'une écluse, dégustation de cidre du Gâtinais, histoire du pont-canal de Briare, rencontre avec les mariniers... Un planning riche pour promouvoir le vélo et les acteurs locaux.
- Un épisode a été diffusé chaque soir sur les réseaux sociaux du Département pendant une semaine. Un véritable succès qui ne passe pas inaperçu auprès de l'opération Mai à Vélo qui n'a pas manqué pas de relayer les vidéos. Les posts facebook ont touché 210 000 personnes.

- **Quand**

Campagne sur tout le mois de mai 2021.

### **Les moyens humains et financiers**

Budget total : 25 000 euros TTC

L'équipe projet était composée d'une responsable de com en charge du pilotage de la campagne, d'une journaliste, d'un community manager, d'un attaché de presse et d'une graphiste.

### **L'évaluation de l'innovation**

- **Impact**

L'objectif principal était de favoriser la pratique cyclable. L'appli géovélo permet une évaluation pertinente de la campagne par le nombre de kms parcourus dans le Loiret.

En mai 2020, il y avait eu 4 882 km parcourus pour 749 trajets effectués.

En avril 2021, il y avait eu 14 511 km parcourus pour 2 492 trajets effectués.

En mai 2021, il y a eu 35 786 km parcourus et 3 629 trajets effectués : on peut donc noter une forte progression grâce à la campagne.

- **Potentiel de diffusion et de répliation**

Le dispositif de campagne est totalement reproductible avec les acteurs locaux propres à chaque territoire.

- **Bilan, suivi, projet d'évolution**

La campagne sera renouvelée en 2022 afin de consolider l'effort. Elle sera renforcée par de nouvelles actions.

En juillet 2021, le Président du Département a convié les journalistes et acteurs locaux à la descente de la Loire à vélo pour continuer de promouvoir le territoire et le circuit vélo aménagé.

**Mots clés** : Mobilité - Environnement – Communication