



IDÉES POUR LES MUNICIPALITÉS

Version : Janvier 2024

Idées pour les municipalités

Votre municipalité en selle !

Vous avez inscrit votre commune à la campagne VILLE EN SELLE. À vous d'inciter à présent le plus grand nombre de personnes possible à enfourcher un vélo.

Tandis que les équipes de l'Alliance pour le Climat s'occupent du travail de relations publiques au niveau supranational pour la campagne, c'est à vous qu'incombe le travail de relations publiques sur le terrain et de mobilisation des cyclistes. Nous avons élaboré ce guide pour vous afin de vous y préparer.

Le premier chapitre vous donne un aperçu des points auxquels vous devez prêter attention dans le cadre de la **sensibilisation du public** à la campagne. Les chapitres suivants fournissent une foule d'idées d'actions pour assurer la réussite de votre campagne. Ces idées sont subdivisées en différentes catégories : **Événements, Promenades à vélo, Participation citoyenne, Coopérations, Actions sur les stands, Groupes cibles, Compétitions et Produits dérivés**. De nombreuses idées peuvent être combinées et adaptées aux besoins sur le terrain.

Du reste : pour chaque catégorie, nous recherchons des **exemples concrets de réussite**. Nous vous invitons donc à nous faire part des activités organisées dans votre commune que vous considérez comme particulièrement réussies ! Nous aimerions les mettre en avant dans une prochaine édition de ce guide.

Alors, laissez libre cours à votre créativité dans le cadre de VILLE EN SELLE. Nous avons hâte de recevoir vos retours ! Bonne chance !

CHAPITRE 1

Les relations
publiques : mode
d'emploi
PAGE 3

CHAPITRE 2

Événements
PAGE 5

CHAPITRE 3

Promenades à
vélo
PAGE 6

CHAPITRE 4

VILLE EN SELLE
et Participation
citoyenne
PAGE 8

CHAPITRE 5

Coopération
et implication
d'autres acteurs
PAGE 8

CHAPITRE 6

ACTIONS SUR
LES STANDS ET
EXPOSITIONS
PAGE 10

CHAPITRE 7

Approche des
groupes cibles
PAGE 11

CHAPITRE 8

Compétitions
PAGE 12

CHAPITRE 9

Publicité et
produits dérivés
PAGE 13

CHAPITRE 1

Les relations publiques : mode d'emploi

Variez les plaisirs dans votre mission de relations publiques ! Les personnes résidant dans votre commune diffèrent par leur âge, leur éducation, leur profession, leur condition physique, leurs centres d'intérêt et donc aussi par leur vision du vélo. Afin d'atteindre le plus grand nombre possible, vous devez donc recourir à différents médias (par exemple, journaux, internet, activités dans la rue) et mettre en lumière les nombreuses facettes de la pratique cycliste.

Faites-vous aider par le service des relations publiques de votre municipalité et tirez parti des canaux de communication existants !

Qui voulez-vous atteindre, avec quoi et comment ?

Posez-vous ces questions avant chaque action que vous planifiez et avant chaque communiqué de presse que vous rédigez. Voici quelques exemples :

Vous envisagez un événement d'information sur les vélos électriques, essai de conduite à l'appui ? Voilà un sujet intéressant pour la population pendulaire ou les personnes âgées. En revanche, vous avez plus de chances de marquer des points auprès des enfants et des ados avec un cours d'initiation au VTT ou un jeu de piste à vélo. Pour attirer leur attention sur de telles activités, vous pouvez bien entendu publier une annonce au journal officiel, mais vous ne devez surtout pas oublier d'en faire la promotion sur les réseaux sociaux. Des petits pains comme en-cas pour les travailleurs et travailleuses pendulaires ? En voilà une bonne idée ! Le stand ne doit cependant pas être installé dans une zone piétonne un mardi matin, mais plutôt à l'heure de pointe sur une piste cyclable très fréquentée.

Vous pouvez viser un ou plusieurs groupes cibles (par exemple les scolaires, les personnes âgées ou la population pendulaire) que vous souhaitez convertir à la pratique du vélo. Il est préférable de compléter ce travail de relations publiques ciblé avec un thème spécifique (déplacements à vélo entre domicile et lieu de travail, cyclotourisme, sécurité routière, vélos

cargo) qui convient à ce groupe cible et que vous souhaitez mettre tout particulièrement en avant lors de vos campagnes et événements. Mais ne perdez pas de vue les autres groupes cibles !

Faut-il s'adresser aux cyclistes ou aux non-cyclistes ?

Bien que votre objectif dans le cadre de VILLE EN SELLE soit de faire monter à vélo de nombreuses personnes qui ont certainement l'habitude de se déplacer en voiture, nous vous conseillons néanmoins de ne pas trop vous focaliser sur ce groupe cible au début. Si la campagne VILLE EN SELLE est encore assez récente dans votre commune, elle doit d'abord s'établir et faire parler d'elle. Les personnes les plus désireuses de participer seront celles qui font déjà du vélo régulièrement. Ce sont de véritables prescriptrices pour votre campagne et sauront ainsi convaincre d'autres personnes au bureau, à l'école, à la maison ou dans le cercle amical à relever le défi VILLE EN SELLE.

CONSEIL

Les cyclistes de votre commune sont vos prescripteurs et prescriptrices les plus efficaces ! Demandez-leur d'en parler à leurs connaissances, leurs collègues ou leurs proches.

Important : même si la compétition VILLE EN SELLE ne dure que trois semaines dans votre commune, l'objectif est bien entendu d'inciter à une pratique cycliste durable. Par conséquent, évitez de communiquer avec un message du type « Sortons le vélo de la cave pendant trois semaines » ! Par ailleurs, ne parlez pas de « renoncer à la voiture ». Il s'agit de permettre aux gens de goûter à la qualité de vie qu'offre le vélo, et de leur montrer que ce n'est donc en rien un renoncement..

Gardez ces conseils à l'esprit lorsque vous faites la promotion de la campagne. À quels outils pouvez-vous alors accéder ?

Relations presse

Utilisez la force de la presse locale pour mobiliser le public autour de VILLE EN SELLE. Annoncez dans un premier communiqué de presse, publié suffisamment tôt avant le début de la campagne, l'événement de lancement prévu, la durée de l'opération au niveau local et bien sûr l'objectif de la campagne. Pendant la campagne, vous pouvez également annoncer les actions menées, telles que les promenades à vélo ou les journées d'action, au moyen d'un nouveau communiqué de presse.

Peu avant la fin de la campagne locale, il est conseillé d'envoyer un autre communiqué de presse dans lequel vous faites part des résultats obtenus jusqu'à présent, rappelez le délai supplémentaire accordé et lancez une invitation pour l'événement de clôture. Un dernier communiqué devra ensuite être publié après l'événement de clôture, afin d'annoncer les résultats officiels de votre municipalité et de désigner les équipes gagnantes.

CONSEIL

Dépliants, affiches, communiqués de presse ou certificats : nous vous proposons une grande variété de supports de relations publiques prêts à l'impression et des maquettes personnalisables pour vos communications !

www.ville-en-selle.org/ressources

Publicité

Donnez de la visibilité à la campagne ! Dans la rue, sur Internet et dans les lieux très fréquentés. Accrochez des banderoles ou diffusez des annonces publicitaires dans les journaux, dans le journal officiel ainsi que sur les écrans d'information dans les bus et les trains. Un bref clip publicitaire dans les cinémas

d'art et d'essai constitue un formidable moyen de faire connaître le challenge VILLE EN SELLE dans votre commune. Les émissions de télévision et radio attirent également l'attention.

Vous pouvez afficher votre présence dans l'espace public avec des dépliants, des affiches et des cartes postales. Utilisez de préférence des photos adaptées aux différents environnements et groupes cibles (écoles, bars, magasins, entreprises, bâtiments publics, bus de ville, etc.).

Communication numérique

Vous pouvez également obtenir la visibilité nécessaire au moyen des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, blogs). Exploitez régulièrement les comptes existants de votre municipalité et faites participer activement les groupes d'intérêt concernés en leur demandant de relayer vos publications. Vous trouverez des modèles pour vos publications sur les réseaux sociaux parmi nos supports de relations publiques.

N'oubliez pas non plus de tirer parti du site Web et des éventuels bulletins d'information de votre commune, qui sont des canaux d'information déjà bien établis, pour faire la promotion de VILLE EN SELLE ! Par ailleurs, vous avez à votre disposition une page dédiée sur le site www.ville-en-selle.org, que vous pouvez utiliser comme plateforme d'information pour vos cyclistes.

Votre commune a déjà participé au défi VILLE EN SELLE ? Dans ce cas, discutez directement avec les personnes ayant participé à la saison dernière ! Vous pouvez utiliser à cette fin la liste de diffusion électronique de l'année précédente.



CHAPITRE 2

Événements

Les événements confèrent à votre campagne un cadre divertissant et constituent toujours une bonne occasion de reportages pour la presse locale. Qu'il s'agisse d'un événement de lancement mobilisateur ou d'une journée d'action à l'échelle de la ville, plusieurs formats entrent en ligne de compte ici :

- **Événement de lancement de VILLE EN SELLE**
en combinaison avec des actions médiatiques comme un rallye ou un contrôle des vélos
- **Événement de clôture de VILLE EN SELLE**
Cérémonie de remise des prix aux équipes et aux cyclistes ayant obtenu les meilleurs résultats, remise d'une distinction par la mairie ou le conseil régional, tirage au sort doté de prix

CONSEIL

Lors de la cérémonie locale de remise des prix, vous pouvez saluer l'implication de vos cyclistes et les honorer de multiples façons. La protection du climat étant avant tout un travail d'équipe, nous recommandons de récompenser en premier lieu les équipes plutôt que les cyclistes individuellement. Vous pouvez accorder des prix dans les catégories suivantes :

- Équipe ayant enregistré le plus grand nombre de kilomètres
- Équipe ayant enregistré le plus grand nombre de kilomètres par personne
- Équipe ayant enregistré le plus grand nombre de trajets
- Équipe ayant enregistré le plus grand nombre de trajets par personne
- Équipe comptant le plus de cyclistes dynamiques
- Si votre commune compte des VEDETTES EN SELLE, pensez à les mettre à l'honneur comme il se doit.

Pour que les vainqueurs ne soient pas connus d'avance (notamment dans le cas d'équipes scolaires ou de clubs cyclistes en nombre), vous pouvez également organiser un tirage au sort, par exemple parmi les 10, 30 ou 50 équipes ayant enregistré le plus grand nombre de kilomètres. Si vous souhaitez vous adresser à des groupes cibles spécifiques, vous pouvez attribuer des récompenses dans 11 catégories spéciales (école ou entreprise par exemple) que vous sélectionnez dès l'inscription de votre municipalité. Quel que soit le mode de récompense que vous choisissez, il est important que vous communiquiez sur ces décisions de façon transparente en amont !

- **Journée d'action dédiée au vélo**
En coopération avec les clubs cyclistes, les associations (sportives), les ateliers de réparation de vélos et les magasins spécialisés ainsi que d'autres organisations. Le programme peut par exemple prévoir le marquage antivols des vélos, une formation à la pratique du vélo classique ou électrique (en particulier pour les enfants, les personnes âgées ou les familles), des circuits, des balades en cyclo-pousse, des expositions et des défilés de mode (à vélo), des contrôles de sécurité, des bourses aux vélos, des tombolas, des débats publics, l'ouverture d'une nouvelle piste cyclable, la présentation du concept de trafic cycliste, etc. Pour votre manifestation, choisissez un lieu très fréquenté de manière à toucher un public le plus large possible !
- **Journées du vélo dans les crèches et les écoles maternelles**
- **Séances d'information autour du vélo**
- **Diaporamas ou spectacles multivision** (sur le cyclotourisme par exemple)
- **Marché aux vélos d'occasion**
- **Inauguration d'une infrastructure cyclable**

CHAPITRE 3

Promenades à vélo

Il s'agit probablement du loisir le plus connu pratiqué avec un deux roues. Circuits thématiques, grands rallyes ou démonstrations à vélo : les balades à vélo rassemblent de nombreuses personnes, offrent au mieux à la presse l'occasion de faire un reportage sur l'événement et permettent en même temps d'engranger pas mal de kilomètres pour votre commune.

Nous avons rassemblé ici quelques idées de promenades :

Promenades à vélo liées à un événement précis

- Lors de l'événement de lancement ou de clôture, un dimanche où les magasins restent ouverts, conjointement à une fête locale (exploiter les synergies !), pendant les journées d'action locales (durant la semaine du développement durable par exemple), etc.

Promenades à vélo avec certains groupes de personnes

- **Avec des personnalités politiques de premier rang** ou d'autres célébrités locales
- Avec l'**ensemble du conseil municipal** avant ou après une réunion du conseil, sur le thème des deux roues par exemple
- **Assemblée citoyenne de cyclistes** sur différents thèmes
- **Avec des organisations et des entreprises**
comme les clubs cyclistes, les associations (sportives), les congrégations religieuses, les caisses d'assurance maladie, la presse, etc. Exploitez là aussi les synergies et faites par exemple participer les clubs cyclistes locaux, qui peuvent ainsi placer leurs habituelles promenades à vélo sous le signe de VILLE EN SELLE.
- **Circuit de bienvenue** avec le président ou la présidente du conseil municipal pour accueillir les personnes récemment arrivées dans la commune

Circuits thématiques

- **Pour des projets porteurs sur le thème du cyclisme et de l'environnement** dans la commune, notamment le jardinage urbain

CONSEIL Mettez à profit les grands événements existants, tels qu'un rassemblement cycliste de « masse critique » ou une randonnée à vélo organisée par un club cycliste local, pour exploiter les synergies et faire la promotion de VILLE EN SELLE. Fournissez des listes sur lesquelles les cyclistes inscrivent leur nom et acceptent le cas échéant que les équipes de coordination locales notent les kilomètres parcourus à vélo dans le cadre de VILLE EN SELLE à leur place.

- Un « **circuit de la semaine** » avec une thématique différente à chaque fois
- **Circuit cycliste en soirée, nocturne ou au clair de lune**, par exemple pour sensibiliser au thème de l'éclairage
- **Défilé ou démonstration de bicyclettes**
- **Circuit « Afterwork »**
- Dans le cadre d'une **visite d'entreprise** pour les journées portes ouvertes
- **Passage de relais à une municipalité voisine** au début ou à la fin de la campagne
- Promenade à vélo avec **réunion conviviale**
- **Circuit de découverte de l'histoire ou du patrimoine local**
- **Rallye à travers le groupement de communes** pour un événement de lancement ou de clôture commun
- **Tournée événement conjointe**
Il est possible d'organiser une randonnée cycliste en partenariat avec les municipalités voisines participantes, suivie d'une séance de cinéma en plein air, d'un concert ou d'un barbecue. Durant le barbecue, l'accent peut être mis sur les alternatives végétariennes. Pour le « cyclociné », vous pouvez utiliser un vidéoprojecteur fonctionnant avec l'énergie produite en pédalant.

Informations concernant l'assurance pour les événements et les promenades à vélo

Il n'existe a priori pas d'assurance tous risques pour les balades à vélo. Il est donc recommandé d'ajouter une note « en petits caractères » sur toutes les publications/annonces concernant les promenades cyclistes pour indiquer que la participation se fait à ses propres risques et que le Code de la route doit impérativement être respecté. En outre, lors de l'inscription à VILLE EN SELLE, chaque participant ou participante doit dans tous les cas valider une clause de non-responsabilité énonçant qu'il ou elle participe à VILLE EN SELLE de son plein gré et à ses propres risques.



CHAPITRE 4

VILLE EN SELLE et participation citoyenne

VILLE EN SELLE est non seulement une campagne en faveur de la mobilité durable, mais aussi un outil de participation citoyenne. Que désirent les gens de votre commune pour profiter davantage du vélo ? Y a-t-il des lacunes dans votre stratégie de trafic cycliste ? Demandez aux spécialistes du quotidien de votre commune !

- **Lancez une enquête sur le trafic cycliste dans la municipalité auprès de la population locale.**
- **Organisez un atelier sur l'avenir de la circulation cycliste.**
Invitez la population de votre commune à discuter avec vous des améliorations possibles de l'infrastructure cyclable. C'est aussi l'occasion pour vous de mieux faire connaître votre engagement antérieur dans ce domaine.

CHAPITRE 5

Coopération et implication d'autres acteurs

Recherchez des partenaires sur le terrain ! Vous pouvez ainsi faire baisser le budget de la campagne (par exemple grâce à un parrainage par des entreprises locales), mais aussi certainement inciter directement de nouvelles personnes à participer, ainsi que dénicher des prescripteurs et prescriptrices supplémentaires.

Discutez avec les commerçants, les entreprises, les clubs, les organisations et les associations de votre commune et demandez-leur des idées d'actions. Ou organisez vous-même des opérations spéciales :

- **Concours « VILLE EN SELLE s'affiche en vitrine »**
Demandez aux commerçants de laisser parler leur créativité et de décorer ainsi leurs vitrines sur le thème du vélo. Des spécificités locales ou des groupes cibles spécifiques peuvent également être pris en compte. Pour attirer encore plus l'attention et mobiliser le plus grand nombre, invitez les crèches ou les écoles à décorer aussi les vitrines. Une fois l'opération terminée, récompensez publiquement les plus belles vitrines aux couleurs de VILLE EN SELLE.
- **Promotions chez les commerçants**
C'est l'occasion pour les magasins de se distinguer pendant la campagne grâce à des offres spéciales ou des réductions : il leur suffit de proposer une glace, une boisson ou des petits pains à prix réduit en guise de récompense pour les kilomètres parcourus.
- **Implication d'entreprises et de magasin locaux**
Distribuez des dépliants et des affiches pour faire la promotion de VILLE EN SELLE et demandez des dons (en nature), par exemple pour la cérémonie de remise des prix lors de votre événement de clôture ou pour une tombola. Si l'entreprise ou le magasin participe lui-même avec une équipe VILLE EN SELLE, c'est encore mieux !

- **CITY CYCLING - VILLE EN SELLE**

Les municipalités peuvent encourager leurs villes jumelées à l'étranger à relever ensemble le défi VILLE EN SELLE, puisque toutes les communes du monde entier sont chaleureusement invitées à participer ! Le site Web et l'application VILLE EN SELLE sont déjà traduits dans plusieurs langues. Vous trouverez de plus amples informations sur la participation des municipalités dans le monde sur le site www.ville-en-selle.org

- **Service de livraison par vélo cargo**

Offrez la possibilité de louer et d'essayer des vélos cargo. C'est une excellente occasion de sensibiliser au fait qu'il est possible de faire ses courses du week-end à vélo et qu'en fin de compte, on se déplace plus vite et on y prend aussi plus de plaisir. Pour les personnes à mobilité réduite, les achats constituent souvent une source de difficultés et de dépenses importantes. Montez des équipes de bénévoles pour transporter les courses jusqu'au domicile d'autres personnes. Il existe des plateformes de location dans certains pays, dont certaines à l'échelle nationale.

- **Pédaler pour une bonne cause**

Donnez une motivation supplémentaire aux cyclistes en leur proposant par exemple de pédaler pour atteindre des objectifs régionaux concrets. Par exemple, pour chaque kilomètre parcouru, une somme d'argent spécifique peut être reversée à un projet social et écologique local. Trouvez dans cette optique des sponsors appropriés parmi vos partenaires au niveau local.

- **Faire participer les médias**

Incitez les médias locaux et régionaux à participer à VILLE EN SELLE avec leurs propres équipes. Vous augmentez ainsi vos chances de bénéficier d'une couverture médiatique pour votre campagne.

- **Faire participer la police**

L'idéal pour la police est de constituer une équipe dédiée avec un relais à bicyclette. De cette façon, elle peut délibérément se montrer davantage (à vélo) pendant la campagne VILLE EN SELLE, informer spécifiquement sur les mesures de sécurité (circulation, vol de vélo), conseiller aux automobilistes et aux cyclistes de se comporter avec courtoisie et prévenance, faire la promotion de la plateforme RADar! et bien entendu apporter sa propre contribution avec une équipe policière VILLE EN SELLE et engranger ainsi des kilomètres pour la commune.

- **Impliquer les équipes sportives professionnelles et d'autres personnalités (locales)**

Comptez-vous dans votre commune des équipes sportives professionnelles et des personnalités qui peuvent publier des déclarations et des messages de bienvenue sur votre page VILLE EN SELLE dédiée afin de motiver les autres à participer ? Il est aussi possible qu'une personne souhaite endosser le rôle de VEDETTE EN SELLE. Pour en savoir plus, consultez la page www.ville-en-selle.org/vedettes.



CHAPITRE 6

ACTIONS SUR LES STANDS ET EXPOSITIONS

Entrez en contact direct avec le public ! Vous pouvez ainsi répondre individuellement aux questions, discuter du trafic cycliste et, dans le meilleur des cas, attirer des cyclistes pour le challenge VILLE EN SELLE.

Voici des idées d'actions sur les stands :

- **Stand VILLE EN SELLE sur le marché hebdomadaire ou à l'occasion d'un salon local ou régional**
C'est l'occasion pour les équipes et les cyclistes de s'inscrire directement.
- **Exposition dans l'hôtel de ville sur les thèmes du vélo, de la mobilité durable, du changement climatique, etc.**
- **Priorité au stationnement cyclable**
Pendant toute la durée de la campagne ou au moins l'espace d'une journée, certaines places de stationnement automobile en agglomération peuvent être réaménagées par des associations locales ou des entreprises horticoles. On peut ainsi montrer combien de porte-vélos tiennent sur une place de parking. Et sur une autre, on peut poser du gazon en plaques et y disposer des bacs à fleurs, des canapés, des parasols, etc. pour matérialiser l'espace précieux bloqué par le stationnement automobile. Autre bonne source d'inspiration : le « PARK(ing)-Day », un événement mondial organisé chaque année en septembre qui appelle à un réaménagement créatif des places de parking.
- **Stations-service VILLE EN SELLE**
Distribuez des petits pains ou des fruits aux personnes à vélo de manière à attirer l'attention sur la campagne VILLE EN SELLE. Vous pouvez également mener cette opération avec le soutien d'initiatives locales de jardinage urbain ou de foodsharing.
- **Stand spécial remerciement**
- **Table thématique « Bicyclette » dans la bibliothèque municipale avec possibilité d'inscription**
- **Contrôle de sécurité des vélos**



CHAPITRE 7

APPROCHE DES GROUPES CIBLES

Comment atteindre vos groupes cibles ? En vous adressant directement à eux ! On trouve le public étudiant dans les universités, la population pendulaire dans les entreprises et ces dernières au sein des CCI, les élèves dans les écoles, les personnes intéressées par l'environnement dans les associations pour la protection de l'environnement, etc. Souvent, il existe déjà des canaux de communication internes ayant fait leurs preuves.

Vous trouverez ci-dessous quelques exemples de la façon dont vous pouvez mobiliser des groupes cibles en faveur de VILLE EN SELLE en les impliquant directement.

- **Messe (œcuménique) des cyclos**

avec bénédiction des vélos pour faire participer les églises

- **Participation des écoles/classes ou des entreprises avec une évaluation et une récompense de la municipalité**

Qui pédale le plus ? Qui compte le plus grand nombre de membres dans son équipe ? Encouragez les écoles et les entreprises à récompenser leurs cyclistes, par exemple avec un petit-déjeuner sain, des accessoires de cyclisme ou un contrôle gratuit des vélos.

- **Lecture pour les enfants**

- **Offres de vélos pour les personnes réfugiées**

Encouragez la création d'une équipe VILLE EN SELLE composée de personnes réfugiées, de bénévoles travaillant avec des personnes réfugiées et d'autres parties prenantes. Il est ainsi démontré que la pratique cycliste n'est pas que bonne pour le climat ; elle revitalise également les villes et les municipalités, soude davantage la société et triomphe des éventuelles barrières linguistiques. Il est possible d'organiser ensemble des excursions vers les sites touristiques locaux, un lac de baignade ou un barbecue clôturant la journée. L'offre peut être complétée par un prêt de vélo gratuit ou un passage dans un atelier de réparation de vélos pour les personnes réfugiées.

- **Événement placé sous une thématique spécifique**

Trouvez des occasions et événements qui peuvent être associés à la campagne VILLE EN SELLE: « À l'eau en vélo », « Faire ses courses à vélo », « Au travail à vélo », journée sans voiture, journée de protection du climat, fête de la ville dans la zone piétonne, etc.



CHAPITRE 8

COMPÉTITIONS

L'attrait de VILLE EN SELLE réside bien entendu dans le facteur compétition. C'est le succès de la campagne qui prouve que ce principe fonctionne. Pimentez encore le défi VILLE EN SELLE dans votre commune en y glissant d'autres compétitions. Les municipalités qui participent à l'opération VILLE EN SELLE depuis plusieurs années peuvent ainsi ménager un peu de suspense !

Voici des exemples de compétitions locales envisageables :

- **Programme libre / prix du public de l'« entreprise la plus attentive aux cyclistes » ou du « magasin le plus attentif aux cyclistes »**

Qui a les places de stationnement pour vélos les mieux situées, les plus sûres et les plus nombreuses, des douches et des vestiaires ? Certaines entreprises disposent de leur propre responsable de la mobilité ; le personnel peut prendre une bicyclette en leasing, la faire réparer et même combiner le vélo de service avec les transports publics.

- **Jeu de piste VILLE EN SELLE**

- **Deviner le kilométrage / Oracle du kilométrage**

Qui peut pronostiquer le résultat de sa commune ?

- **Organisation de prix (en nature)**

Organisez par exemple un tirage au sort pour faire gagner un voyage dans la ville jumelée avec la commune.

- **Duel vélo-voiture ou duel à vélo entre parlementaires et journalistes**

Qui pédale le plus pendant la campagne VILLE EN SELLE ? Qui renonce le plus souvent à la voiture ?

- **Pédaler en chantant**

Libérez 50 mètres de piste cyclable pour chanter à tue-tête : une radio / équipe de tournage enregistre tout et les meilleures prestations sont récompensées, par exemple par un vote sur les réseaux sociaux !

- **Concours photo**

Définissez les thèmes des photos ou des vidéos que les cyclistes doivent réaliser puis publier sur les réseaux sociaux en utilisant un hashtag que vous leur aurez communiqué. Il est préférable de choisir un hashtag adapté à votre municipalité, par exemple : #nomdelamunicipalitévilleenselle.

Voici quelques propositions de thèmes que vous pouvez aussi utiliser en alternance chaque semaine :

Mon endroit préféré : les cyclistes se rendent à vélo dans leur endroit préféré et se prennent en photo.

Grand ménage de printemps : vidéos montrant (de façon amusante) comment les cyclistes ont remis en état leur vélo pour VILLE EN SELLE.

Je soutiens le commerce local : photos montrant des cyclistes qui vont chercher un plat à emporter dans leur restaurant préféré ou acheter un livre dans leur librairie de quartier.

Tenue amusante : les cyclistes peuvent se déguiser ou déguiser leur bicyclette.

CHAPITRE 9

PUBLICITÉ ET PRODUITS DÉRIVÉS

- **Compteur VILLE EN SELLE**

Affichage public du kilométrage du jour dans les entreprises, les écoles, les bibliothèques et à la mairie, ainsi que sur le site Web de la municipalité.

- **Ruban ou fanion VILLE EN SELLE sur le vélo**

Un ruban ou un fanion permet de rendre visibles les cyclistes qui participent à la campagne VILLE EN SELLE (production propre de la municipalité).

- **Distribution à grande échelle de housses de selle VILLE EN SELLE**

Grâce à la distribution de housses de selle dans les gares et autres lieux publics (à commander sur www.stadtradeln.de/werbegeschenke), la campagne gagne aussi en visibilité.

- **Pochoirs**

Attirez l'attention sur la compétition VILLE EN SELLE sur les voies piétonnes, les pistes cyclables ou les places de stationnement à l'aide d'un pochoir pour marquage au sol et d'une bombe de peinture à la craie hydrosoluble (à commander sur www.ville-en-selle.org/ressources).

ville-en-selle.org



**CLIMATE
ALLIANCE**

Klima-Bündnis | Climate Alliance | Alianza del Clima e.V. | Alliance pour le Climat
Bureau européen
Galvanistr. 28 | 60486 Francfort-sur-le-Main | Allemagne
Tél. +49 69 717139-0, Fax +49 69 717139-39
europe@climatealliance.org
climatealliance.org

