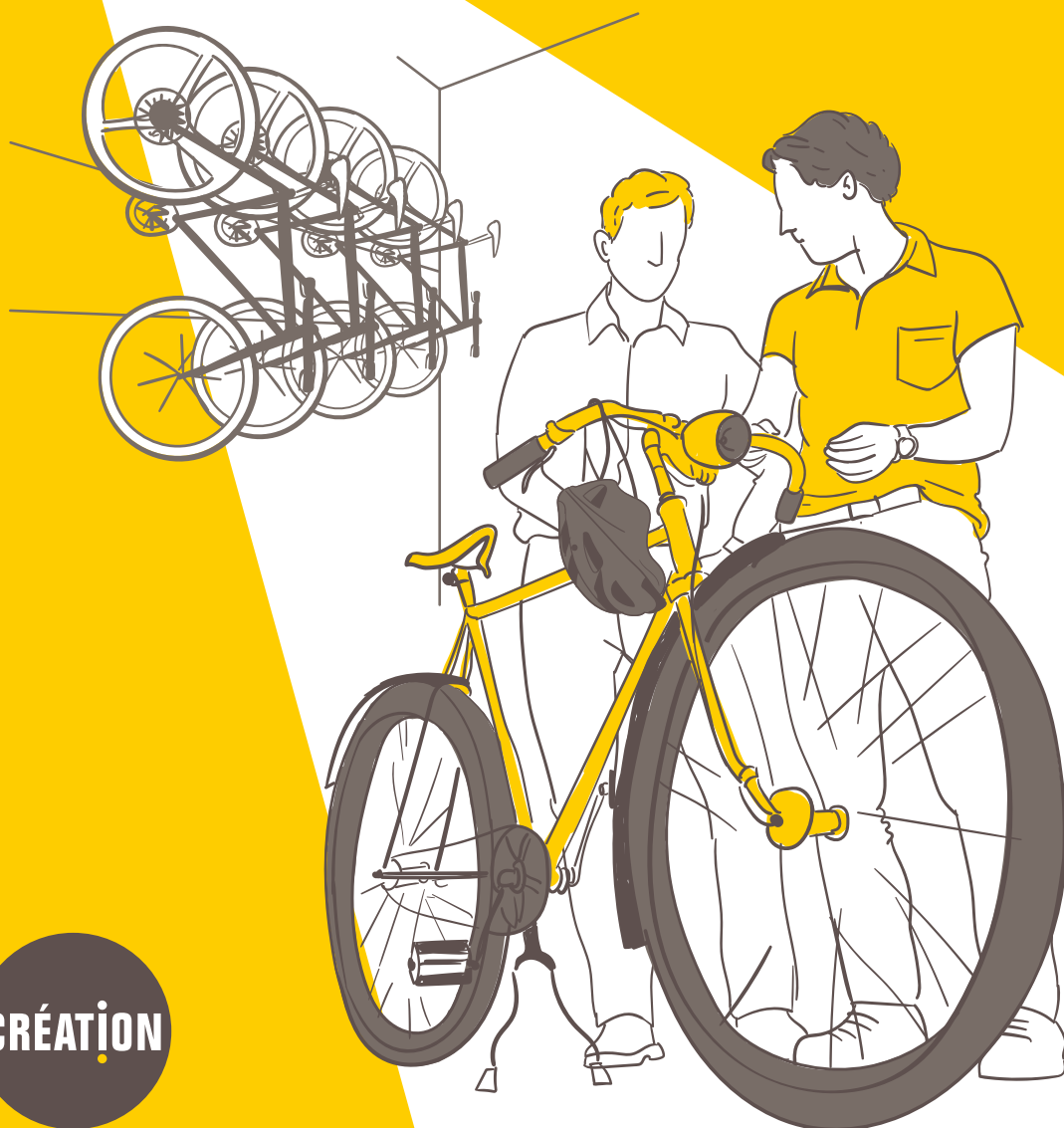


**PROJECTEURS**

**L'ÉCLAIRAGE INDISPENSABLE  
POUR PRÉPARER VOTRE PROJET**

# **OUVRIR UN MAGASIN DE VÉLOS**



FÉVRIER 2021

**bpi**france

**CRÉATION**

# PROJECTEURS

## AVANT-PROPOS

Les dossiers Projecteurs constituent un outil de premier niveau d'analyse d'un métier ou d'un secteur. Ils s'adressent aux porteurs de projets entrepreneuriaux, futurs micro-entrepreneurs ou dirigeants de TPE (commerçants, artisans, professions libérales, *etc.*), et à leurs conseillers.

Chaque dossier présente de façon synthétique et pédagogique une description de l'activité sur les plans économique et réglementaire, les tendances, les chiffres-clés du métier et/ou du marché, la réglementation applicable, des contacts et des sources d'information, une bibliographie ainsi que de nombreux conseils.

Ce document ne développe pas la méthodologie générale de création/reprise d'entreprise. Celle-ci est détaillée sur le site **[Bpifrance-creation.fr](https://bpifrance-creation.fr)**. Vous y trouverez des contenus spécifiques sur les **statuts juridiques**, les **financements**, les **aides**, la **fiscalité**, les **locaux**, le **statut fiscal et social de l'entrepreneur**... Rapprochez-vous également des **réseaux d'accompagnement** à la création/reprise d'entreprise pour une étude locale de votre marché.

Si vous souhaitez actualiser les informations contenues dans ce dossier, n'hésitez pas à vous renseigner directement auprès des sources mentionnées.

### Le dossier Projecteurs **OUVRIR UN MAGASIN DE VÉLOS** est édité par Bpifrance.

Son contenu est 100 % numérique. Il est vendu au prix de 16€ TTC à l'adresse : <https://bpifrance-creation.fr/librairie>

27-31, avenue du Général Leclerc, 94700 Maisons-Alfort

#### DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Nicolas Dufourcq

#### CONTACTS

Sonia Julaud ([sonia.julaud@bpifrance.fr](mailto:sonia.julaud@bpifrance.fr))

Laurence Tassone ([laurence.tassone@bpifrance.fr](mailto:laurence.tassone@bpifrance.fr))

ISBN : 978-2-38076-019-4

Bpifrance, février 2021

### MISES EN GARDE

1. Ce dossier est réalisé par Bpifrance Création avec la collaboration de certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à sa réalisation, Bpifrance ne peut garantir les informations dans le temps et décline toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles. Les exemples sont donnés à titre indicatif et non exhaustif, et ne sauraient en aucun cas engager la responsabilité de Bpifrance à quelque titre que ce soit.
2. Ce dossier ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise. Seules sont analysées les spécificités d'une profession. Pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création d'entreprise, reportez-vous au site Internet de Bpifrance Création : <https://bpifrance-creation.fr>
3. En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation préalable écrite de Bpifrance Création. Pour toute demande, utilisez le [formulaire de contact](#) du site de Bpifrance Création.

## OUVRIR UN MAGASIN DE VÉLOS

“ Le vélo ! C’est bon pour la circulation ; ça fait toujours une voiture de moins ! ”

Françoise Dorin\*

## MERCI

aux personnes qui ont bien voulu répondre à nos questions et relire ce dossier Projecteurs, notamment :

- Grégoire Billette, secrétaire général de la **Filière 2-Roues** (FNCRM) du Conseil national des professions de l’automobile (**CNPA**)
- Matthias Costes, directeur du centre de formation **Sup de vélo**

N’hésitez pas à partager avec nous vos réflexions et expériences !

\* « Les bonshommes » (1970).

# PROJECTEURS



## AVERTISSEMENT

Chers créateurs entrepreneurs,

**Vous venez d'acquérir ce dossier Projecteurs rédigé avant ou pendant la crise liée à la Covid-19.**

**Une grande partie des secteurs d'activité et des métiers que nous traitons dans ces dossiers ont vu leurs perspectives de marché à court terme bouleversées par cet arrêt brutal et inédit de l'activité lié aux périodes de confinement et par une reprise plus ou moins effective et rapide selon les activités.**

Les informations que nous mettons à votre disposition dans la partie 3 des dossiers Projecteurs sont, pour la plupart, des éléments concernant la structure de votre marché qui restent pertinents pour la mise en place de votre projet.

En cette période incertaine, les organisations professionnelles mentionnées dans la dernière partie de chaque dossier Projecteurs sont mobilisées pour accompagner au mieux leurs adhérents actuels et futurs dans la traversée de cette crise ou la création de leur entreprise. Afin d'obtenir les informations les plus récentes sur l'évolution de votre futur marché, nous vous invitons à vous rapprocher de ces organisations qui sont les plus à même de vous communiquer les derniers chiffres et les éventuelles mesures spécifiques mises en place par le gouvernement en faveur de votre secteur.

Parallèlement à cette démarche, nous vous conseillons d'effectuer une veille régulière en mettant en place les actions suivantes :

- Surveillez les nouveaux contenus de **Bpifrance Création** et abonnez-vous à sa **newsletter**.
- Effectuez une veille sur le site du **Cedef**, le centre de documentation du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance.
- Consultez régulièrement des sources qui suivent l'activité sectorielle, comme :
  - > l'analyse « **Prévisions sectorielles Xerfi : le chemin chaotique du rebond à la reprise** » mise à jour régulièrement, et la chaîne **Xerfi canal** ;
  - > les *newsletters* des revues sectorielles, notamment celles mentionnées dans la partie 7 de chaque dossier Projecteurs.

Nous vous souhaitons une belle réussite dans votre projet !

L'équipe des dossiers Projecteurs

# SOMMAIRE

<b>1.</b>	<b>EN BREF</b>	<b>6</b>
<b>2.</b>	<b>DÉFINITION DE LA PROFESSION</b>	<b>8</b>
<b>3.</b>	<b>ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ</b>	<b>11</b>
<b>4.</b>	<b>MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ</b>	<b>32</b>
<b>5.</b>	<b>ÉLÉMENTS FINANCIERS</b>	<b>37</b>
<b>6.</b>	<b>RÈGLES DE LA PROFESSION</b>	<b>43</b>
<b>7.</b>	<b>CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION</b>	<b>46</b>

**EN  
BREF**

**1.**

# EN BREF

**Les cyclistes ont le vent en poupe. Quelle que soit leur monture – vélo de route, de ville, VTC, VTT, vélo-cargo... –, ils sont de plus en plus nombreux à sillonner l'Hexagone. Mise en cause, la voiture est tenue de leur faire de la place. En effet, les préoccupations écologiques des Français s'intensifient, notamment face au changement climatique. Ils plébiscitent la mobilité douce, un engouement qui stimule le développement des infrastructures : 67 000 km d'aménagement cyclable quadrillent la France en 2020. Du macadam qui ouvre des perspectives aux détaillants de cycles !**

Nombre de Français découvrent aujourd'hui qu'avant d'être un sport ou un loisir, le vélo est d'abord et avant tout un excellent moyen de déplacement. Les préoccupations écologiques, l'engorgement des transports publics, la densité du trafic routier dans les grandes villes... mais aussi la multiplication des pistes cyclables et les nombreuses aides financières en faveur de la mobilité douce les encouragent à se mettre en selle. Depuis l'apparition de la pandémie de Covid-19 et la crainte de la contamination, la pratique du vélo est même devenue un geste barrière.

Les détaillants spécialisés surfent sur cet enthousiasme. Leur expertise attire une clientèle motivée, de mieux en mieux informée, prête à consacrer un budget important pour l'achat d'un vélo confortable, élégant – et de plus en plus souvent électrique. En effet, aujourd'hui le vélo à assistance électrique (VAE) tire le marché du cycle. Les détaillants lui doivent souvent la rentabilité de leur affaire.

Mettre en avant des accessoires – textiles, chaussures, produits de nutrition – est également très lucratif. Quant à l'offre de réparation et d'entretien, essentielle pour fidéliser les clients et augmenter la fréquentation du magasin, elle est proposée par la plupart des commerces.

Face à cette homogénéisation des prestations offertes, la qualité du service et des produits fait plus que jamais la force des détaillants de cycles. Mais de nombreuses options de diversification existent aujourd'hui pour se démarquer de la concurrence.

Les planètes sont donc alignées pour les acteurs du marché. Le vélo est à la mode, il participe de la métamorphose de la mobilité ; et le gouvernement, avec son Plan Vélo, veut doper la pratique cycliste. Objectif, pour une France en queue de peloton des pays européens : que d'ici 2024, la part du vélo dans les modes de déplacement passe de 4 % à 9 %, pour se situer dans la moyenne européenne. La Petite Reine est en route pour la gloire !

## CHIFFRES-CLÉS

+ 10 %

**de progression du chiffre d'affaires  
du marché du cycle sur un an**

55 %

**des parts de marché en valeur détenues  
par les détaillants de cycles**

Source : Union sport & cycle, en France en 2019.

**2.**

# **DÉFINITION DE LA PROFESSION**



# DÉFINITION DE LA PROFESSION

## Activité

Le détaillant en cycles est un commerçant dont l'offre peut être généraliste ou spécialisée sur un segment particulier : vélo de ville, vélo de route, vélo tout chemin (VTC) ou tout terrain (VTT), vélo électrique ou vélo à assistance électrique (VAE)... Qu'il soit ou non spécialisé, ce commerçant propose aussi, dans la majorité des cas, la réparation et l'entretien des cycles ainsi qu'une offre d'articles périphériques (selles, sacoches, vêtements, chaussures, accessoires, produits diététiques...).

Au quotidien, le détaillant en cycles :

- achète et revend des cycles, des composants (selles, guidons, roues, pneus...) et des équipements (casques, lunettes, vêtements, chaussures, bagagerie...) ;
- sélectionne les produits adaptés à sa clientèle (urbaine, péri-urbaine ou rurale) ;
- assure la gestion des stocks ;
- effectue des réparations, le plus souvent confiées à un ou plusieurs salariés ;
- gère le personnel, le cas échéant.

L'activité de commerce de cycles est classée sous l'activité principale de l'entreprise (APE) correspondant au code NAF **47.64Z** qui concerne le « Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé ». Cette sous-classe comprend :

- le commerce de détail d'articles de sport, d'articles pour la pêche, de matériel de camping, de bateaux et de bicyclettes ;
- le commerce de détail de chaussures à usage exclusivement sportif.

Lorsque l'activité principale est la vente de vélos électriques, le code NAF **45.40Z** « Commerce et réparation de motocycles » peut alors être attribué, car il s'agit de cycles motorisés. Cette sous-classe comprend :

- le commerce de gros et de détail de motocycles, y compris les vélomoteurs et les cyclomoteurs ainsi que les motos-neige ;
- le commerce de gros et de détail de pièces et accessoires de motocycles (y compris par des intermédiaires et par correspondance) ;
- l'entretien et la réparation de motocycles.

Elle ne comprend pas le commerce de gros de bicyclettes et de pièces et accessoires (46.49Z), le commerce de détail de bicyclettes et de pièces et accessoires (47.64Z), la location de motocycles (77.39Z), la réparation et l'entretien de bicyclettes (95.29Z).

Soulignons que les données chiffrées correspondant aux codes NAF 47.64Z et 45.40Z, qui couvrent un large éventail d'activités, ne peuvent refléter spécifiquement l'activité de commerce de bicyclettes que nous abordons dans ce dossier Projecteurs.

Les activités de réparation seule (code NAF **95.29Z**) et de location seule (code NAF **77.21Z**) ne font pas l'objet de ce dossier. Cependant, la réparation étant un service crucial pour les commerces de cycles, elle sera traitée dans la rubrique « **La gestion de l'activité de réparation** » en partie 5.

### Pour en savoir plus :

➔ « **Activité de votre entreprise : code APE, code NAF, qu'est-ce que c'est ?** » sur le portail de l'Économie, des Finances et de la Relance, article publié le 18/07/2018.

## Aptitudes

Le commerçant de cycles est le plus souvent un passionné de vélo, parfois même un ancien coureur professionnel. Dans bien des cas, il s'agit donc d'un reconverti qui s'oriente vers une profession porteuse de sens à ses yeux. Il lui faut :

- **Avant tout, avoir le sens du contact**, faire preuve d'écoute et d'empathie, savoir cerner le besoin du client. Soutenir ce dernier dans sa décision d'acheter un vélo, voire le rassurer. Comme dans beaucoup de métiers où le conseil fait la différence, une bonne communication crée la confiance.
- **Être pédagogue**, donner des conseils avisés, notamment à propos du vélo électrique qui demande, pour une utilisation optimale, des connaissances particulières.
- **Avoir la mémoire des caractéristiques techniques** de chaque modèle et des besoins auxquels elles répondent.
- **Détenir une expertise technique** :
  - > Pour déterminer précisément le modèle correspondant aux desiderata du client (loisirs, route, ville, course, VTT, VAE...). Il peut être amené à concevoir un vélo à la carte (le client choisit lui-même le cadre, la couleur, le pédalier, la selle, les roues).
  - > Pour procéder aux divers réglages du vélo.
  - > Pour effectuer des réparations.
- **Posséder une excellente connaissance des produits complémentaires** : casques, équipements de sécurité, vêtements, chaussures, produits nutritionnels...
- **S'intéresser de près à l'innovation** dans tous les domaines qui touchent au cyclisme (*via* la presse et les salons professionnels, ou les réseaux sociaux...).
- **Avoir des connaissances en informatique**. L'informatisation du magasin est capitale pour connaître les stocks et les historiques de vente, effectuer sa comptabilité ou ses commandes, gérer l'affichage électronique des prix et des informations en magasin, ou encore se constituer un fichier clients. Celui-ci sera précieux pour des campagnes d'*e-mailing* (voir la rubrique « **Communication** » en partie 3).

### Les « plus » que le commerçant peut offrir :

- Une **étude posturale** (réglage du cycle en fonction de la morphologie, de l'âge et de la pratique). Ce qui requiert quelques connaissances dans le domaine.
- Des conseils en matière de **Sécurité routière**.

**3.**

**ÉLÉMENTS  
DE L'ÉTUDE  
DE MARCHÉ**

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

## Le marché

### L'état des lieux du secteur

Selon l'**Observatoire des métiers des services de l'automobile**, en 2019, il existe en France 1 774 établissements ayant pour activité principale le commerce et/ou la réparation de cycles (codes NAF 47.64Z et 95.29Z). La plupart d'entre eux proposent également une offre d'accessoires et d'équipements cyclistes qui, dans bien des cas, assure la rentabilité du magasin.

Rien qu'à Paris, le nombre de boutiques de vélos (vente, réparation et location) a connu une hausse spectaculaire entre 2014 et 2017 : + 57 %, soit 46 boutiques supplémentaires en trois ans.

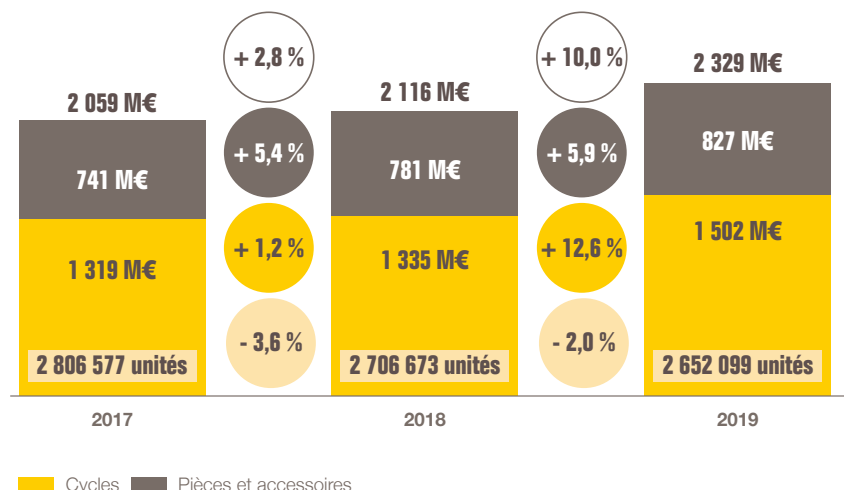
Source : ATELIER PARISIEN D'URBANISME (APUR). « **L'évolution des commerces à Paris – Inventaire des commerces 2017 et évolutions 2014-2017** », étude publiée en mars 2018.

### Le chiffre d'affaires du marché du cycle

Le marché du cycle est en progression constante en France, en accélération depuis trois ans, avec un bond de 25 % entre 2016 et 2019 des ventes de cycles, pièces et accessoires compris. La dynamique de croissance est à la fois portée par la montée en gamme des produits et par le développement de la qualité du service. Le nombre de vélos vendus diminue depuis deux ans, même si cette baisse est moins marquée en 2019 (- 2,0 % vs - 3,6 % en 2018).

**Le chiffre d'affaires relatif aux ventes de cycles et aux services de maintenance a augmenté de 10 % en 2019 par rapport à 2018, s'élevant à 2,33 milliards d'euros (pièces et accessoires inclus), avec une croissance plus forte de + 12,6 % pour les seuls cycles, à 1,5 milliard d'euros, contre + 5,9 % pour les pièces et accessoires, à 827 millions d'euros.**

#### ÉVOLUTION DU MARCHÉ DU CYCLE EN FRANCE, 2017-2019



Note de lecture : y compris les marchés des pièces et accessoires, et des services de maintenance.

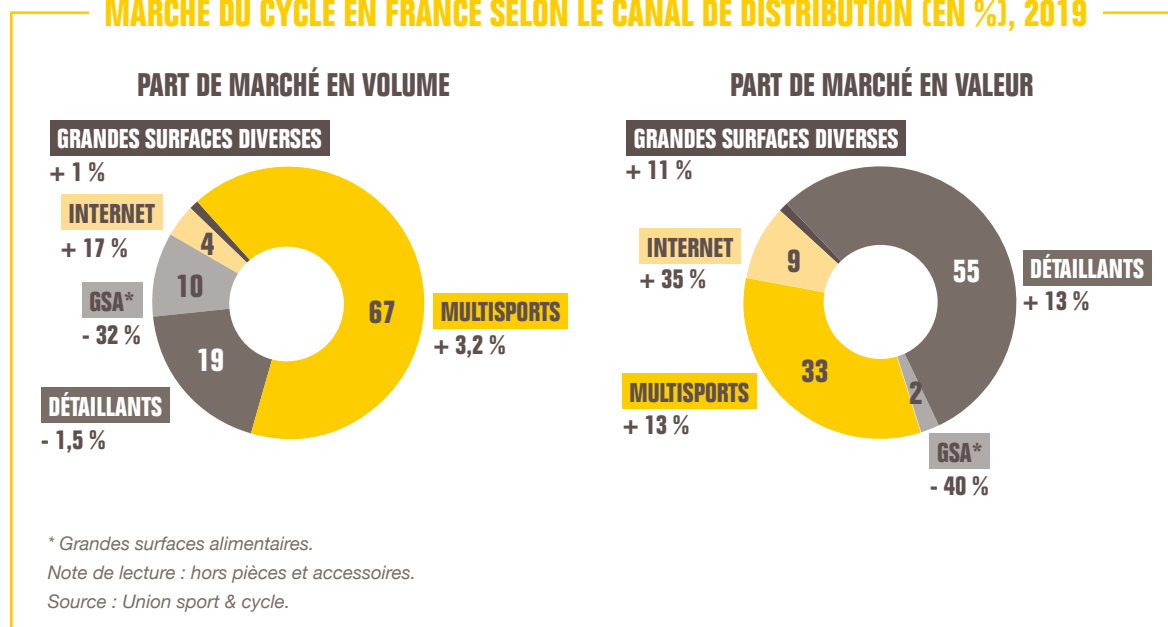
Source : Union sport & cycle.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

La multiplication par trois de la croissance du chiffre d'affaires du secteur est portée en totalité par celle des ventes de cycles, celle des pièces et accessoires étant constante sur les deux dernières années. Par ailleurs, la pratique cycliste en général recule ces dernières années, sauf dans les grandes villes, où elle se développe fortement. Mais au printemps 2020, à la suite du confinement lié à la pandémie de Covid-19, une explosion des ventes nationales de + 117 % a eu lieu au premier semestre 2020 (voir la rubrique « **Vers une vélocratie ?** » plus loin dans cette partie). L'institut Xerfi a prévu en effet une augmentation de 15 % des ventes en valeur de vélos, pièces et accessoires en 2020, en raison notamment de l'effet rebond post-confinement et de l'engouement pour la Petite Reine (voir la rubrique « **Évolution du secteur** » plus loin dans cette partie).

Les détaillants captent un cinquième du volume de ventes de cycles mais la moitié du chiffre d'affaires, ce qui reflète leur positionnement plus haut de gamme que celui des autres canaux de distribution.

## MARCHÉ DU CYCLE EN FRANCE SELON LE CANAL DE DISTRIBUTION (EN %), 2019



Sources :

- UNION SPORT & CYCLE. « **Observatoire du Cycle – Marché 2019** », mai 2020.
- UNION SPORT & CYCLE. « **Observatoire du Cycle – Marché 2018** », avril 2019.

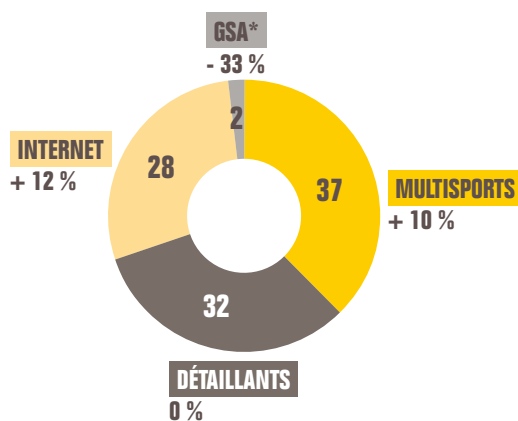
La part des services de maintenance (entretien et réparation), traduisant une exigence de qualité, représente 4 % de la valeur du marché (56,4 millions d'euros en 2019), à partager principalement entre les détaillants et les grandes surfaces spécialisées. Les trois quarts du chiffre d'affaires tirés de ces services de maintenance sont réalisés par les détaillants (le quart restant relève du segment multisports). Cette activité d'entretien et réparation est, la plupart du temps, effectuée dans un atelier au sein du magasin, ou éventuellement par externalisation de la prestation à un acteur dont c'est l'activité principale (voir la rubrique « **La gestion de l'activité de réparation** » en partie 5).

## Le marché des pièces et accessoires

Les commerces de cycles tirent une bonne rentabilité de la vente de pièces et accessoires. Toutefois, la part de marché des détaillants sur cette activité est stable. Ils partagent aujourd'hui le marché à parts à peu près égales avec les enseignes multisports et les e-commerçants, dont la présence est de plus en plus forte sur ce segment (taux de croissance à deux chiffres de leurs parts de marché en valeur).

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

## MARCHÉ DES PIÈCES ET ACCESSOIRES POUR CYCLES EN FRANCE (EN VALEUR ; EN %), 2019



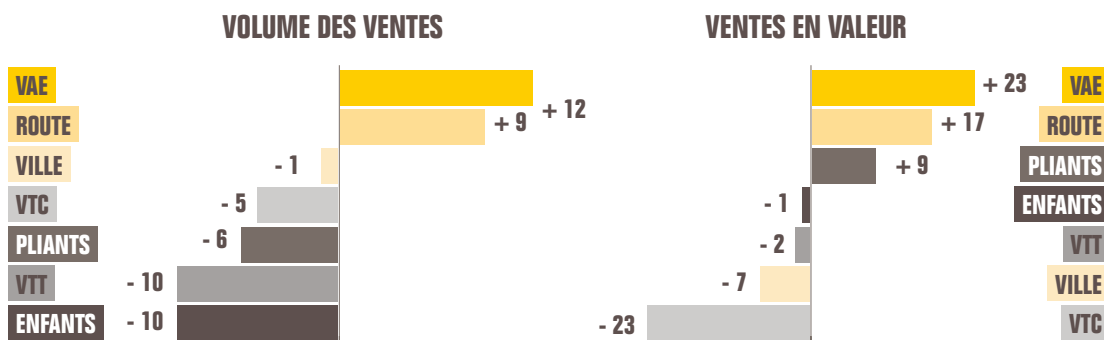
\* Grandes surfaces alimentaires.

Source : Union sport & cycle.

## Les évolutions par segments

Le chiffre d'affaires du marché progresse, mais les ventes en volume baissent depuis 2 ans. Les vélos traditionnels en souffrent particulièrement. Un transfert des ventes de vélos traditionnels vers celles de vélos à assistance électrique (VAE) s'observe dans les pratiques d'achat.

## VARIATION ANNUELLE DES VENTES SELON LE TYPE DE CYCLE ACHETÉ EN FRANCE (EN %), 2019



Source : Union sport & cycle.

Sources :

- BERBON Carine, « [Le marché français du vélo change de braquet](#) », Xerfi Precepta, étude publiée le 09/10/2020.
- UNION SPORT & CYCLE. « [Observatoire du Cycle – Marché 2019](#) », mai 2020.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

## Un marché porté par la croissance du VAE et la demande de produits de qualité

- **L'augmentation des ventes de vélos électriques entre 2018 et 2019** : + 12 % de croissance en volume (388 100 unités vendues).
- **La forte demande en vélos de qualité**. L'intensification de l'usage du vélo crée un cercle vertueux : plus on pratique, plus on veut un vélo confortable, voire haut de gamme, dont le prix est nécessairement plus élevé (le prix moyen des vélos traditionnels et des VAE, porté à 566 euros, a augmenté de 15 % en 2019 par rapport à 2018) ; et plus l'investissement consacré au vélo est important, plus il est utilisé. Les vélos de qualité sont souvent la spécialité des détaillants.

Sources :

- INDDIGO ET VERTIGOLAB POUR LA DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES (DGE), L'AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE (ADEME), LA DIRECTION GÉNÉRALE DES INFRASTRUCTURES, DES TRANSPORTS ET DE LA MER (DGTIM) ET LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CYCLISME (FFC). « **Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France en 2020** », avril 2020.
- SPORT & CYCLE. « **Observatoire du Cycle – Marché 2019** », mai 2020.

## Une tendance pérenne ?

L'effervescence du marché du vélo serait-elle passagère ? Dans son étude intitulée « La flambée du marché du vélo à l'horizon 2023 », l'institut Xerfi prévoit que, malgré les difficultés d'approvisionnement et de production générées par la crise sanitaire, ce marché s'élèvera à 3,4 milliards d'euros à l'horizon 2023 (contre 2,3 milliards en 2019). Une croissance portée avant tout par l'explosion des ventes du VAE qui avoisineront 1 million d'unités en 2025, représentant alors, selon Union sport & cycle, un taux de pénétration du marché de 50 %.

Les utilisateurs changent de vélo tous les 6 à 7 ans environ, et montent en gamme – les cycles étant équipés de technologies de plus en plus sophistiquées. De sorte qu'il se crée un marché de renouvellement qui devrait pérenniser la croissance.

De plus, les aides financières à la pratique ou à l'achat d'un vélo (voir la rubrique « **Les incitations financières à l'achat et à la pratique du vélo** » plus loin dans cette partie) contribuent à dynamiser le marché. Il peut d'ailleurs être intéressant pour les commerces de cycles de communiquer sur ces aides réduisant le coût d'acquisition d'un vélo pour augmenter leurs ventes.

Sources :

- LE FIGARO. « **Vente, réparation, les boutiques de vélos spécialisés fleurissent en centre-ville** », article publié le 12/10/2018.
- TOUTE LA FRANCHISE. « **2020 est une année charnière pour le marché du vélo selon Xerfi** », article publié le 05/11/2020.
- UNION SPORT & CYCLE. « **Observatoire du Cycle – Marché 2019** », mai 2020.

## Le vélo à assistance électrique, star du marché

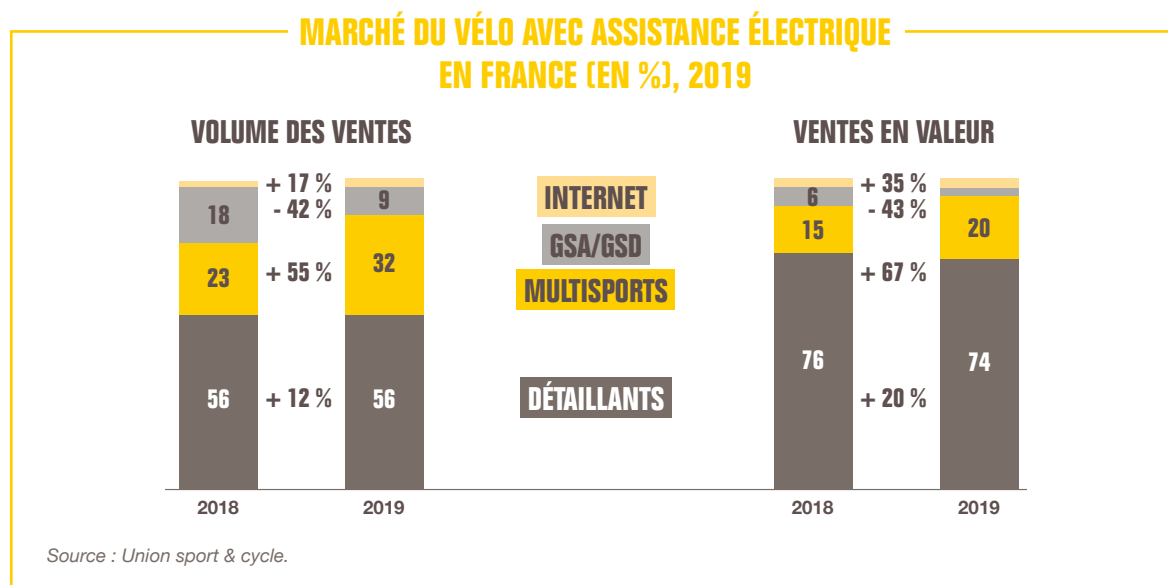
Au cours des dix dernières années, le VAE, jusque-là peu répandu, s'est défait de son image de produit de luxe – ou de vélo destiné aux seniors – pour se démocratiser et attirer une population d'utilisateurs plus diversifiée.

En 2019, le VAE représentait 45 % du marché des cycles en valeur, soit 679 millions d'euros, en croissance forte de + 23 % par rapport à 2018. Ainsi, il s'est vendu 388 100 unités en 2019, soit une croissance de + 12 % en volume.

Les détaillants surfent davantage sur cette vague que les autres acteurs du marché. En effet, le VAE représente 39 % de leurs ventes en volume (contre 12,5 % pour l'ensemble des acteurs).

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

En 2019, les détaillants captent plus de la moitié du marché des VAE en volume (en hausse de + 12 %), et les trois quarts en valeur (en hausse de + 20 %).



Sources :

- OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DES SERVICES DE L'AUTOMOBILE DE L'ANFA. « **Autofocus 'Commerce et réparation de cycles'** », étude publiée en février 2020.
- UNION SPORT & CYCLE. « **Observatoire du Cycle – Marché 2019** », mai 2020.

## Qui sont les adeptes du vélo électrique ?

En 2019, 80 % de la clientèle est âgée de 40 à 50 ans, en majorité des urbains actifs. Les femmes se font de plus en plus présentes (12 % d'entre elles utilisent un VAE contre 10 % chez les hommes).

## Pourquoi cet engouement ?

Ses amateurs l'utilisent avant tout comme moyen de locomotion, comme l'atteste le nombre élevé de ventes de vélos de ville et de VTC (Vélos tout chemin), qui représentent respectivement la moitié et un quart des parts de marché en volume en 2019. En effet, le confort du VAE et l'investissement qu'il implique sont à l'origine de sa fréquence d'utilisation : les Français qui en possèdent un parcourent en moyenne 1 900 km par an, contre 300 km pour ceux qui ont un vélo classique. Les trois quarts des Français possédant un vélo le plébiscitent pour leurs déplacements quotidiens, notamment sur les trajets domicile-travail, pour des distances allant jusqu'à 8 km – contre 4 km avec un vélo traditionnel... et ils n'arrivent pas en nage à destination ! Le VAE à usage sportif est également en plein essor (+ 37 % en volume par rapport à 2018).

Le VAE satisfait aussi l'engagement écologique de ses adeptes. Union sport & cycle le qualifie même de « locomotive verte » du marché du cycle. Conscients de la nécessité de réduire les émissions de gaz à effet de serre dans un paysage où les transports sont encore en majorité non électriques, pas moins de 71 % de ses usagers ont délaissé leur voiture pour lui. Un choix parfois stimulé par la location de VAE longue durée, qui permet de se familiariser avec l'engin : en effet, 43 % des locataires en achètent un à l'issue de leur abonnement.



# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Par ailleurs, le regain d'intérêt pour le vélo lors de la pandémie de Covid-19 a particulièrement stimulé le marché du VAE (voir la rubrique suivante).

Sources :

- DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES. « [Baromètre du tourisme à vélo en France](#) », juin 2017.
- INDDIGO ET VERTIGOLAB POUR LA DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES (DGE), L'AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE (ADEME), LA DIRECTION GÉNÉRALE DES INFRASTRUCTURES, DES TRANSPORTS ET DE LA MER (DGTIM) ET LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CYCLISME (FFC). « [Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France en 2020](#) », avril 2020.
- LE NOUVEL ÉCONOMISTE. « [La belle échappée du VAE](#) », article publié le 17/10/2019.
- UNION SPORT & CYCLE. « [Observatoire du cycle : le vélo, une solution d'avenir incontournable](#) », actualité publiée le 04/05/2020 ; [présentation vidéo](#) sur YouTube publiée le 05/05/2020.
- VILLES CYCLABLES. « [Ville et vélo](#) », hors-série publié en avril 2019.

Pour en savoir plus :

➔ EBIKE GENERATION. « [5 raisons d'acheter un vélo électrique](#) », rubrique en ligne.

## L'impact économique de la pandémie de Covid-19 sur le marché du cycle

Dans un premier temps, les détaillants de cycles ont été touchés de plein fouet par le confinement du printemps 2020. Du fait de leur fort besoin en trésorerie, ils ont été les plus impactés du secteur : en mars, 54 % d'entre eux ne disposaient que d'un mois de trésorerie d'avance, contre deux mois et demi pour les magasins multisports. Ainsi, 63 % d'entre eux ont eu recours au chômage technique. Au premier semestre 2020, la chute des ventes a été vertigineuse : la perte de chiffre d'affaires des magasins spécialisés dans la vente et la réparation de cycles sur cette période est estimée à 170 millions d'euros, soit une baisse de 42 % sur ces mêmes six premiers mois de 2019.

À l'inverse, dès le déconfinement de mai 2020, les commerces ont dû faire face à une explosion de la demande – situation inédite. La pratique du vélo est alors considérée non seulement comme étant écologique et économique, mais comme participant aux gestes barrière.

Sources :

- RTL. « [Vélo : pourquoi est-il de plus en plus compliqué d'en acheter un ?](#) », article publié le 20/08/2020.
- UNION SPORT & CYCLE. « [Observatoire du cycle : le vélo, une solution d'avenir incontournable](#) », actualité publiée le 04/05/2020 ; [présentation vidéo](#) sur YouTube publiée le 05/05/2020.
- UNION SPORT & CYCLE. « [Les impacts du Coronavirus sur les entreprises du sport, des loisirs, du cycle et de la mobilité](#) », enquête de conjoncture n° 2 publiée en mars 2020.

## Les incitations financières à l'achat et à la pratique du vélo

Depuis 2016, plusieurs aides publiques à l'achat et à la réparation de vélos ont été mises en place, contribuant à l'essor de la pratique cycliste. Ces politiques étant sujettes à évolution, nous présentons donc ci-dessous les mesures en vigueur au moment de la rédaction de ce dossier Projecteurs. Les liens vers les sites officiels permettent de vérifier leur validité et les conditions de leur obtention, ainsi que de suivre les éventuelles nouvelles mesures.

### • Le « Coup de pouce vélo »

À la date de publication de ce guide, ce dispositif donne droit à une réduction des frais de réparation de vélo de 50 euros.

Pour en savoir plus :

➔ Site [Alvéole Coup de pouce vélo](#).

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- **Les primes à l'achat d'un vélo électrique**

- > Un nombre croissant de Régions et de collectivités territoriales mettent en place des aides. Nous vous conseillons de vous adresser à la mairie et au conseil départemental ou régional.
- > Au niveau national, l'obtention du bonus vélo à assistance électrique est conditionnée à celle d'une prime régionale.

**Pour en savoir plus :**

➔ MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA RELANCE. « **Bonus vélo, une aide pour l'achat d'un vélo à assistance électrique (VAE)** », mise à jour du 03/06/2020.

- **Le forfait « Mobilités durables »**

Il s'agit de la prise en charge facultative par l'employeur des frais de transport personnel entre le domicile et le lieu de travail. Il peut se cumuler sous certaines conditions avec la participation de l'employeur à l'abonnement de transport en commun public.

**Pour en savoir plus :**

➔ SERVICE-PUBLIC.FR. « **Entrée en vigueur du forfait mobilités durables** », article publié le 30/07/2020.

## Évolution du secteur

### L'engouement pour les mobilités douces

La parution du 4<sup>e</sup> rapport du GIEC, en 2007, a alarmé le monde entier sur l'urgence climatique. Depuis lors, l'engagement pour le respect de l'environnement ne cesse de progresser. En 2019, la hausse inédite des températures dans certains points du globe, la multiplication des feux de forêt et des mouvements initiés par la jeunesse ont encore accentué la prise de conscience environnementale. Aujourd'hui, de plus en plus de citoyens, en modifiant leur façon de vivre, agissent au quotidien pour un monde plus vert.

La mobilité est un des points forts de cet engagement. Selon l'Ademe, en France, le secteur des transports représente 33 % de la consommation d'énergie finale en 2015, contre 29 % en 1990. Il est le principal émetteur de CO<sub>2</sub>, avec 39 % des émissions totales.

Sur un trajet quotidien de 2 km en moyenne, la voiture est le véhicule le plus polluant, devant le bus et la moto. Conscients du problème, un nombre croissant de Français adoptent une mobilité douce, notion apparue dans les années 2000. Selon le Nouvel observatoire des risques routiers et de la mobilité, 58 % des Français envisagent de modifier durablement leurs habitudes en matière de mobilité.

C'est particulièrement vrai chez les jeunes. Dans l'enquête « Il est Temps » menée par Arte, le collectif On est prêt, Upian et Yami 2, auprès de 200 000 Français (dont une « bonne proportion de jeunes »), 8 répondants sur 10 affirment qu'ils pourraient être heureux sans utiliser de voiture. Alors que 90 % des moins de 25 ans détenaient leur permis en 1980, ils ne sont aujourd'hui plus que 80 %, selon les chiffres publiés par le ministère de l'Intérieur.

C'est aussi valable chez les actifs : 65 % des Français souhaitent utiliser la mobilité douce pour se rendre au travail. Dans l'enquête « Les Français et la mobilité au niveau local » menée par Harris interactive en mars 2020, le vélo et le VAE étaient chacun envisagés par près de la moitié d'entre eux comme une solution alternative à la voiture parmi tous les autres choix possibles (voiture électrique, trottinette électrique, autopartage).

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Depuis l'apparition de la Covid-19, les mobilités douces sont considérées comme des éléments clés de la transition écologique. En ville, la qualité de l'air extérieur s'améliore pendant les confinements. Après avoir goûté à ce monde moins pollué, beaucoup de Français ne souhaitent pas revenir en arrière. Si, d'après l'enquête réalisée auprès de 1 129 Français et publiée en juin 2020 par le Nouvel observatoire des risques routiers, l'automobile récolte encore 15 % des suffrages, 24 % des sondés optent pour la marche, et 13 % pour le vélo.

Sources :

- ADEME. « **Chiffres clés** », article mis à jour le 09/04/2018.
- BANQUE DES TERRITOIRES, FONDATION NICOLAS HULOT POUR LA NATURE ET L'HOMME, WIMOOV. « **Baromètre des mobilités du quotidien** », publié en janvier 2020.
- CONSO GLOBE. « **Les moyens de transport les moins polluants** », article publié le 13/07/2017.
- FLOTAUTO. « **Les Français veulent des mobilités douces pour aller au travail** », article publié le 23/09/2020.
- HARRIS INTERACTIVE POUR LE CONSEIL NATIONAL DES PROFESSIONS DE L'AUTOMOBILE (CNPA) ET FRANCE BLEU. « **Les Français et la mobilité au niveau local** », enquête publiée le 06/03/2020.
- L'EXPRESS. « **2019, l'année de la prise de conscience climatique** », article publié le 28/12/2019.
- LA TRIBUNE. « **Dates clés de la prise de conscience écologique** », article publié le 18/11/2009.
- LES ÉCHOS. « **Construire un autre futur oui, mais lequel ? L'enquête choc auprès de 200 000 Français** », article publié le 02/10/2020.
- MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR. « **Bilan des examens du permis de conduire de 2012 à 2019** », publié en février 2020.
- ODOXA POUR BMW. « **Les Français et la mobilité : la voiture est toujours plébiscitée et les nouveaux usages explosent** », étude publiée le 11/03/2020.
- OUEST-FRANCE. « **Pourquoi les jeunes boudent de plus en plus le permis de conduire** », article publié le 07/06/2020.
- NOUVEL OBSERVATOIRE DES RISQUES ROUTIERS ET DE LA MOBILITÉ. « **On the road again** », juin 2020.

Pour en savoir plus :

- ➔ MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE. « **La loi d'orientation des mobilités** », article publié le 13/03/2020.
- ➔ FRANCE INTER. « **Ville et mobilité douce** », émission de La Terre au carré, 13/10/2020.

## Le développement des infrastructures cyclables

Un des principaux freins à la pratique du vélo est l'insuffisance d'infrastructures. Une situation qui s'améliore à grands pas. Depuis 2016, et notamment avec l'instauration de l'indemnité kilométrique (remplacée en 2020 par le forfait mobilité durable), qui permet aux entreprises de prendre en charge, si elles le souhaitent, les frais de déplacement à vélo de leurs salariés, l'encouragement à la pratique cycliste fait désormais partie des priorités des politiques publiques. Une volonté réaffirmée en 2018 avec la création du **Plan Vélo** qui vise à faire passer la part du vélo dans les modes de déplacement en France de 4 % à 9 % (correspondant à la moyenne européenne) d'ici 2024.

Ce plan a mis en place – entre autres :

- un budget important pour le développement des voies cyclables ;
- le marquage des vélos et les garages sécurisés en entreprise (effectifs au 1<sup>er</sup> janvier 2021), pour lutter contre le vol ;
- le développement d'une « culture vélo », avec un programme de pédagogie et de formation auprès des jeunes.

En 2020, ce plan a été étoffé avec la création d'incitations financières (voir la rubrique « **Les incitations financières à l'achat et à la pratique du vélo** » plus haut dans cette partie).

Le **schéma national des véloroutes** vise à constituer d'ici 2030 un réseau national de grands itinéraires cyclables de 25 408 km (il était de 17 000 km au 1<sup>er</sup> janvier 2020).

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Durant ces quinze dernières années, les collectivités ont fait des investissements importants dans l'aménagement des infrastructures cyclables : aujourd'hui, certaines villes comme Grenoble, Strasbourg, Paris, Bordeaux, Nantes ou Toulouse y consacrent un budget compris entre 15 € et 20 € par an et par habitant. Elles se rapprochent ainsi des investissements des villes néerlandaises qui, depuis 40 ans, dépensent en la matière 33 € par an et par habitant. Au total, le budget d'investissement des collectivités françaises en faveur des vélos a augmenté de 40 % en dix ans.

La crise de la Covid-19 a donné un coup d'accélérateur au Plan Vélo : 566 km de « coronapistes » et d'aménagements temporaires ont été réalisés entre mai et septembre 2020, et 484 km supplémentaires sont en projet. Une voie de 420 km va même relier Paris aux plages de Deauville ! Près des trois quarts des collectivités prévoient de pérenniser une partie des aménagements temporaires – cyclables et piétons.

Aujourd'hui, Strasbourg est la capitale française du vélo, avec ses 600 km de pistes. Dans le palmarès des villes cyclables de la Fédération des usagers de la bicyclette (FUB) sont présentes :

- Villes de plus de 200 000 habitants : Strasbourg ; Nantes ; Rennes.
- Villes de 100 000 à 200 000 habitants : Grenoble ; Angers ; Caen.
- Villes de 50 000 à 100 000 habitants : La Rochelle ; Chambéry ; Versailles.
- Villes de 20 000 à 50 000 habitants : Illkirch-Graffenstaden ; Bourg-en-Bresse ; Belfort.
- Villes de moins de 20 000 habitants : Saint-Lunaire ; Séné ; Marseillan.

Selon le site Vélo & Territoires, la France est le pays d'Europe qui a pris le plus de mesures concernant les cycles à la suite de la pandémie de Covid-19. Une politique qui n'a pas que des retombées écologiques, puisque le programme des Nations Unies pour l'environnement évalue à 35 000 le nombre d'emplois directs liés au vélo en France. Ce nombre pourrait atteindre 750 000 emplois au sein de l'Union européenne si la part modale du vélo, dans les centres urbains, arrivait à avoisiner celle de Copenhague où 50 % des trajets domicile-travail se font à bicyclette.

## Sources :

- CITYCYCLE. « [Automne 2020 : quelques chiffres sur l'augmentation du vélo en France](#) », article publié le 07/10/2020.
- CLUB DES VILLES ET TERRITOIRES CYCLABLES. « [Suivi qualitatif de la dynamique des aménagements cyclables et piétons de transition en France](#) », publié en juillet 2020.
- FÉDÉRATION FRANÇAISE DES USAGERS DE LA BICYCLETTE. « [Baromètre des villes cyclables 2019](#) », publié en janvier 2020.
- FRANCE VÉLO TOURISME. « [La Seine à vélo](#) », article publié en octobre 2020.
- INDDIGO ET VERTIGOLAB POUR LA DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES (DGE), L'AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE (ADEME), LA DIRECTION GÉNÉRALE DES INFRASTRUCTURES, DES TRANSPORTS ET DE LA MER (DGTIM) ET LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CYCLISME (FFC). « [Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France en 2020](#) », avril 2020.
- MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE. « [Plan vélo et mobilités actives](#) », article publié le 14/09/2018.
- VÉLO & TERRITOIRES. « [Schéma national des véloroutes](#) », article publié le 11/09/2020.
- VÉLO & TERRITOIRES. « [Actus du réseau Vélo & Territoires](#) », été 2020.

## Vers une vélocratie ?

Médaille de bronze des sports favoris des Français après la marche sportive et la natation, selon un sondage Odoxa, le cyclisme rassemble aujourd'hui 30 millions d'adeptes en France. Ces derniers parcourent 11 milliards de kilomètres chaque année. Une distance qui pourrait s'accroître, car sur les 37,5 millions de vélos dénombrés dans l'Hexagone, 25 % sont inutilisés.

Il reste toutefois du chemin à parcourir pour rejoindre nos voisins européens. Dans le baromètre Eurostat identifiant pour chacun des pays le mode de déplacement le plus utilisé, la France, avec 4 % pour le vélo, se situe très loin derrière les Pays-Bas (à plus de 35 %), le Danemark et la Hongrie (à plus de 20 %), et loin de la moyenne européenne (proche de 9 %).

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

De nombreux pays ont vu leur industrie du cycle dopée par la crise sanitaire. Au Royaume-Uni, la croissance des ventes a été de 63 % entre avril et juin 2020 par rapport à l'année précédente. En Espagne, la hausse serait de 400 % des ventes de cycles en mai et juin 2020 par rapport à 2019. Aux États-Unis, elles ont même connu un bond de 5 000 % entre mai 2019 et mai 2020.

Confiné, 1 Français pratiquant déjà le vélo sur 10 s'est converti au cyclisme... domestique, selon l'Observatoire d'Union sport & cycle, le vélo d'appartement (*home trainer*) étant la Petite Reine du sport d'intérieur : en mai 2020, 56 % des répondants en possédaient un. Parmi eux, 18 % l'avaient acheté pour l'occasion.

Craignant ensuite la contamination dans les transports en commun, 96 % des Français interrogés dans l'étude menée par Sport Heroes et Union sport & cycle en mai 2020 ont considéré le vélo comme un outil de distanciation sociale. Ils l'ont hissé au rang de produit de première nécessité. D'où la déferlante d'acheteurs dans les commerces de cycles à la sortie du confinement, dont bon nombre de primo-cyclistes. De mai à juin 2020, les ventes de vélos ont grimpé de 117 % en France par rapport à la même période en 2019.

Après le déconfinement de mai 2020, l'association Vélo & Territoires a enregistré sur ses bornes de comptage une augmentation du trafic des vélos de 36 % entre mai et août en France. Dans la seule ville de Paris, elle a comptabilisé 71 % de passages supplémentaires durant cette période par rapport à 2019. Cette augmentation du trafic, également marquée à Lyon, Lille et Dunkerque, est générale : + 36 % en milieu urbain, + 23 % en périurbain et + 21 % en milieu rural.

La progression ne se limite pas aux déplacements quotidiens et aux trajets domicile-travail, mais concerne également le loisir. Le nombre de passages aux bornes de comptage en France relevé par l'association Vélo & Territoires montre en effet une augmentation plus importante au cours des week-ends (+ 49 %) qu'en semaine (+ 26 %).

## Quels types d'activités amènent les Français à enfourcher leur vélo ?

Selon une étude menée par Union sport & cycle pour LCL en 2018, pour près de la moitié d'entre eux (49 %), il s'agit d'un loisir ; 28 % en font un sport (hors compétition), et 23 % le choisissent pour des déplacements quotidiens – tendance en hausse en ville où la pratique du vélo comme moyen de transport est en plein développement.

### Sources :

- EL PERIODICO MEDITERRANEO. « **La venta de bicis se dispara casi un 400 % tras el confinamiento** », article publié le 03/07/2020.
- EUROPE 1. « **Pourquoi le marché du vélo devrait retrouver son rythme de croisière à la rentrée** », article publié le 23/07/2020.
- FORBES. « **Bike sales increased 63% during lockdown, reveals U.K.'s Bicycle Association** », article publié le 03/08/2020.
- INDDIGO ET VERTIGOLAB POUR LA DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES (DGE), L'AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE (ADEME), LA DIRECTION GÉNÉRALE DES INFRASTRUCTURES, DES TRANSPORTS ET DE LA MER (DGTIM) ET LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CYCLISME (FFC). « **Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France en 2020** », dossier publié en avril 2020.
- ODOXA POUR GROUPAMA ET RTL. « **Les sportives sont désormais plus nombreuses que les sportifs !** », février 2020.
- UNION SPORT & CYCLE. « **Observatoire du cycle : le vélo, une solution d'avenir incontournable** », actualité publiée le 04/05/2020 ; **présentation vidéo** sur YouTube publiée le 05/05/2020.
- VÉLO & TERRITOIRES. « **Actus du réseau Vélo & Territoires** », été 2020.
- VILLES CYCLABLES. « **Ville et vélo** », hors-série publié en avril 2019.

## Pour en savoir plus :

➔ BUSINESSCOOT. « **Le marché du vélo en France** », étude publiée en décembre 2020.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

## Le « vélotaf »

La pratique du vélo en ville est en constante progression en France depuis les années 2000 (+ 60 %). Une évolution amorcée avec la saturation des transports en commun et les mouvements sociaux, en particulier à la fin de l'année 2019, et qui s'est confirmée lors de l'apparition de la pandémie de Covid-19.

Cette expansion de la pratique urbaine se traduit principalement par l'utilisation du vélo pour les trajets domicile-travail : c'est le cas pour 20 % des actifs urbains, et 9 % des Français au total. En majorité âgés de 25 à 34 ans, ils parcourent en moyenne 12 km/jour, environ 3,9 jours par semaine, entre leur domicile et leur lieu de travail (durée moyenne d'un trajet simple : 11 à 20 minutes). Les 35-44 ans effectuent une distance plus importante (13 km) que les jeunes (7 km).

Caractéristiques :

- ils utilisent un vélo de route ou un VTT ;
- ils sont prêts à déboursier en moyenne 1 900 euros pour l'achat d'un vélo ;
- ils aiment être bien équipés – montre connectée, bagagerie haut de gamme.

Selon le bureau d'études 6-t, 74 % des personnes interrogées qui se rendent sur leur lieu de travail ou d'études considèrent que le vélo est un mode de déplacement moins cher que celui qu'ils utilisent habituellement (voiture, transports en commun). En effet, pour réaliser une distance identique, le vélo coûte, en moyenne, deux fois moins cher que la voiture.

La mobilité urbaine est également dynamisée par l'offre de vélos utilitaires (vélos bi/tri-porteurs, vélos rallongés, avec ou sans assistance électrique). Cette offre répond aux besoins des particuliers mais aussi des livreurs et de quelques autres professionnels (électriciens, plombiers, artisans...).

Sources :

- 6-t. « [Le développement du vélo et de la trottinette dans les grandes villes françaises](#) », étude publiée en septembre 2020.
- LE PARISIEN. « [Confinement, vélotaf... une étude dévoile le comportement des cyclistes](#) », article publié le 07/09/2020.
- OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DES SERVICES DE L'AUTOMOBILE DE L'ANFA. « [Autofocus 'Commerce et réparation de cycles'](#) », étude publiée en février 2020.
- UNION SPORT & CYCLE POUR LCL. « [La pratique du vélo en milieu urbain](#) », étude publiée en septembre 2019.

## Tendances du secteur

### Le cyclisme comme art de vivre

Le vélo est devenu une activité « tendance ». Les cyclistes, notamment urbains, abandonnent la tenue de sport pour des vêtements plus élégants, qu'ils peuvent porter également à leur travail. Magazines et sites Internet de mode publient des dossiers spéciaux sur les tenues idéales pour pédaler, à la fois confortables et stylées.

La bicyclette s'invite dans les campagnes de publicité des grandes marques ; dans les vitrines des magasins de vêtements comme accessoire de décoration ; les stars posent à côté de leurs montures, pour le *look* et pour véhiculer une image saine et engagée. Certains commerces se spécialisent même dans la mode cycliste. Sacoques et gants en cuir, casques *design*, *ponchos* aux couleurs d'œuvres d'art : l'équipement se fait chic !

Le vélo prend du galon. Des marques automobiles de luxe et de haute couture lancent leurs propres modèles. Les fabricants font appel à des *designers* : parmi eux, Ora-ïto, Philippe Starck notamment. Des ateliers de fabrication française très haut de gamme voient le jour, concevant et assemblant des modèles à des prix élevés. Certains détaillants se spécialisent dans le créneau du « vélo sur mesure » : cadres aérodynamiques, pneus à l'ancienne, couleurs à la carte ; le client choisit, personnalise...



# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le « *vintage* » est lui aussi en vogue : des marques emblématiques disparues renaissent de leurs cendres, véhiculant une image d'authenticité et de fiabilité, valeurs que les Français recherchent en ces temps d'incertitude générale et de retour au *Made in France* dans les pratiques d'achat.

Sources :

- COMME UN CAMION. « [Comment s'habiller pour aller au travail à vélo ?](#) », article publié le 08/09/2020.
- LES ÉCHOS. « [Les grands de l'automobile prennent le virage du vélo électrique](#) », article publié le 11/04/2018.
- VELOTAF.COM. « [Business : société, le vélo vintage est la tendance du moment](#) », article publié le 31/03/2020.

## Pour en savoir plus :

- ➔ CHALLENGES. « [Dopé à l'électrique, l'étonnante renaissance de MFC, la plus grande usine de vélos français](#) », article publié le 22/09/2019.
- ➔ LE FIGARO. « [Louis Vuitton se met en selle avec Maison Tamboite](#) », article publié le 29/11/2020.
- ➔ LES NUMÉRIQUES. « [Vélo électrique Angell : 'on a atteint en 3 mois le volume qu'on souhaitait faire en un an'](#) », article publié le 10/01/2021.

## Le Made in France

La demande de produits fabriqués en France est en forte croissance. Elle est stimulée par la volonté écologique et économique de consommer local, qui s'affirme depuis une dizaine d'années, ainsi que par la recherche de qualité due à l'intensification de la pratique cycliste. De plus en plus d'acteurs français voient le jour, parfois sur des productions de niche innovantes : vélos et casques en bois, en bambou, vélos imprimés 3D, roues électriques...

Attention « *Made in France* » ne signifie pas nécessairement une production 100 % française. Lorsqu'une ou plusieurs parties du produit sont importées, il est possible d'apposer la mention « *Made in France* » ou « Fabriqué en France », à condition de respecter les règles d'une origine non préférentielle appliquée à l'importation par la Direction générale des douanes et droits indirects (DGDDI). Ces règles permettent d'établir la nationalité d'un produit notamment lorsque la production a été réalisée dans plusieurs pays.

En 2016, 750 000 vélos auraient été assemblés en France (pour la quasi-totalité à partir de composants étrangers), soit 25 % des ventes totales. Le chiffre d'affaires du secteur de la fabrication française de vélos et pièces a augmenté de 57 % entre 2009 et 2019, passant de 344 à 539 millions d'euros.

La crise de la Covid-19 a entraîné non seulement un blocage temporaire des approvisionnements venant de l'étranger, mais aussi une très forte demande de cycles, donnant un coup de fouet aux « productions » françaises. Certaines usines ont vu leur activité décoller, d'autres se sont remises en route, certains fabricants artisanaux ont dû accélérer le rythme.

Le guide du marquage d'origine de la Direction générale des entreprises (DGE) indiquait en 2017 que 3 français sur 4 étaient prêts à payer plus cher un produit *Made in France* (probablement encore davantage depuis la crise sanitaire).

Grâce aux droits de douane *antidumping* imposés par l'Union européenne (en 2013 pour les vélos mécaniques, puis en 2018 pour les VAE), les importations en provenance de pays à faible coût de main-d'œuvre, notamment la Chine, ont fortement diminué.

Sources :

- BIKE-CAFE.FR. « [Et ton vélo : il est 'Made in' où ?](#) », article publié le 04/08/2020.
- DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES. « [Baromètre du tourisme à vélo en France](#) », édition 2017.
- INDDIGO ET VERTIGOLAB POUR LA DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES (DGE), L'AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE (ADEME), LA DIRECTION GÉNÉRALE DES INFRASTRUCTURES, DES TRANSPORTS ET DE LA MER (DGTIM) ET LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CYCLISME (FFC). « [Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France en 2020](#) », avril 2020.
- MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA RELANCE. « [Que signifie la mention 'Fabriqué en France' ou 'Made in France' ?](#) », fiche mise à jour le 05/11/2020.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

## Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Le Made in France](#) », collection Dossier Projecteurs, juin 2018.
- DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES. « [Fabriqué en France, le guide du marquage d'origine](#) », mars 2018.
- INDUSTRIE MAG. « [Sculpteo dévoile l'impression 3D métal intelligente et son vélo](#) », article publié en janvier 2017.
- SUD OUEST. « [Ça roule pour les Charentais d'Ez-Wheel, présents au salon Novaq de La Rochelle](#) », article publié le 26/10/2020.
- VÉLO SPIRIT. « [Vélos en bambou, la belle aventure d'In'Bô](#) », article publié le 17/04/2020.

## Le développement du tourisme à vélo

L'étude « Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France en 2020 » nous apprend notamment que :

- La France est la deuxième destination européenne des cyclotouristes derrière l'Allemagne.
- Les retombées économiques du cyclotourisme en France ont augmenté de 46 % en 10 ans pour atteindre 5,1 milliards d'euros par an (44 milliards d'euros en Europe).
- Les cyclotouristes dépensent en moyenne 13 euros de plus par jour que les autres touristes (soit 68 euros en moyenne contre 55 euros).
- 21 millions de personnes font du vélo pendant la période estivale.
- Pas moins de 10 millions de séjours avec activité vélo sont recensés par an, soit environ 90 millions de nuitées par an en France, concentrées majoritairement sur la période estivale.
- La durée moyenne de ces séjours est de 8,9 jours contre 5,3 jours en moyenne pour l'ensemble des séjours touristiques des Français.
- Sur le lieu de vacances, le motif principal de l'utilisation du vélo reste la balade et le loisir (pour 74 % des répondants), suivi du mode de déplacement (43 %).
- La part des séjours intégrant une activité vélo atteint 7 % des séjours touristiques en France, avec un pic en juillet-août. Ils se concentrent sur le littoral atlantique (8 séjours sur 10).
- Le cyclotourisme est un tourisme de proximité, puisque 50 % des cyclotouristes ont leur résidence principale à moins de 200 km et seulement 5 % à plus de 1 000 km.
- 12 % des cyclotouristes louent leur vélo. Cette part, qui varie selon les territoires, est plus importante sur la côte atlantique.

L'été 2020 a été placé sous le signe de la bicyclette. Craignant la contamination et les restrictions de voyage imposées par la pandémie, de nombreux Français ont passé leurs vacances d'été 2020 dans l'Hexagone et souvent opté pour le cyclotourisme. Selon le décompte de l'association Vélos & Territoires, la fréquentation des dix voies Eurovélo traversant la France a augmenté de 24 % par rapport à 2019 – hors période de confinement. Un chiffre remarquable, alors que les étrangers (qui représentent en temps normal 1 touriste sur 5) se sont faits rares. L'agence France à vélo a recensé principalement des couples de cadres, âgés de 30 à 40 ans, avec de jeunes enfants, et louant avant tout des VAE et des carrioles.

### Sources :

- INDDIGO ET VERTIGOLAB POUR LA DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES (DGE), L'AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE (ADEME), LA DIRECTION GÉNÉRALE DES INFRASTRUCTURES, DES TRANSPORTS ET DE LA MER (DGTIM) ET LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CYCLISME (FFC). « [Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France en 2020](#) », avril 2020.
- LE MONDE. « [Cyclotourisme : l'été où les Français ont roulé](#) », article publié le 19/09/2020.
- LE MONDE. « [11 chiffres sur le vélo en Europe](#) », article publié le 11/05/2019.



# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

## La technologie au service du cyclisme

À l'instar de nombreux équipements de la vie quotidienne, le vélo devient un objet connecté. Système de géolocalisation, applications, capteurs : l'innovation va bon train pour aider le cycliste à se diriger, à analyser et accroître ses performances, à améliorer sa sécurité et éviter le vol.

Voici quelques exemples :

- L'**application** pour téléphone portable guide le cycliste, permet d'analyser et de partager ses performances avec d'autres utilisateurs.
- Le **GPS** intégré géolocalise le vélo en cas de vol.
- Le **casque connecté**, avec clignotant intégré et système d'alerte de danger sur la route, partage le trajet avec les contacts du cycliste.
- Le **détecteur de chute** alerte les proches en cas d'accident.
- L'**écran connecté**, véritable coach, affiche la distance parcourue, les calories dépensées, le trajet à suivre.
- Le **capteur de puissance**, à fixer sur le pédalier, le moyeu ou les pédales, évalue la vitesse, la puissance maximale aérobie des sportifs passionnés.

## Le vélo utilitaire

Il fait partie du quotidien en Allemagne, aux Pays-Bas ou au Danemark, mais son usage a commencé à se développer en France il y a seulement quelques années. Alternative verte pour la gestion de la contrainte du « dernier kilomètre », il est utilisé par les coursiers et les professionnels du bâtiment (plombier, électricien, peintre...). Ainsi, 45 000 vélos-cargos auront été vendus en Europe en 2020 (pour la plupart avec assistance électrique). Et 2 millions d'unités pourraient même être écoulées par an dès 2030 !

### Pour en savoir plus

- ➔ LE PARISIEN. « **Vélo : du concepteur au réparateur, un business toujours plus florissant** », article publié le 19/10/2020.

## La Responsabilité sociale et environnementale (RSE)

L'engagement environnemental des entreprises est de plus en plus valorisé par le consommateur et les salariés. Il est donc intéressant pour les petits commerces de mettre en avant leur implication. C'est ce dont veut attester le label de reconnaissance Point de vente responsable® créé par le collectif **Génération responsable**. Ce label est accordé, après une démarche volontaire du commerçant, selon des critères RSE. Dans un commerce de cycles, il peut s'agir des actions suivantes :

- la réduction et le recyclage des emballages ;
- la réduction de la consommation d'énergie ;
- l'utilisation de produits écologiques ;
- le management bienveillant ;
- l'intégration environnementale du point de vente à son territoire.

## Communication

Dans la mesure où présenter une offre de produits et accessoires ou un service de réparation n'est pas un argument suffisamment différenciant (mais toutefois indispensable à tout commerce de cycles), il est capital de se faire connaître par une bonne stratégie de communication et d'être proactif dans la recherche de clients. Certains magasins consacrent pour leur communication jusqu'à 2 % de leur chiffre d'affaires.

Voici les principaux moyens :

- **La publicité directe**

Simple mais efficace pour les petits commerces : la distribution de plaquettes commerciales (à proximité du magasin, d'une piste cyclable ou d'un endroit très passant) ; les annonces dans les médias locaux.

- **La liste de diffusion**

Constituer un fichier de clients et de prospects (avec autant de données que possible : nom, prénom, courriel, date de naissance, etc.) à qui envoyer des offres exclusives et personnalisées, par courrier, voire mieux par courriel pour renouveler l'envoi autant que nécessaire à moindre coût.

### GESTION D'UN FICHER CLIENT ET RGPD

La gestion des fichiers clients obéit à des règles déontologiques. Il est interdit de collecter et de stocker des données à caractère personnel qui ne sont pas utiles directement à l'exercice de la profession. Elles relèvent du Règlement général sur la protection des données (RGPD) visant à la protection de la vie privée.

**Pour en savoir plus :**

- ➔ « **Se mettre en conformité avec le RGPD (Cnil)** » sur le site de Bpifrance Création.
- ➔ « **RGPD : par où commencer ?** » sur le site de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil).

- **Des événements**

- > Soirée de lancement avec démonstrations, ouverture de l'atelier et cocktail.
- > Journée d'essais gratuits des vélos (près du magasin si possible, sur une place fréquentée, lors d'événements locaux).
- > Mécénat (*sponsoring*) de manifestations locales (culturelles, sportives, etc.).

- **Une communication digitale**

La première requête des internautes concernant les commerces porte sur leurs horaires d'ouverture : il est donc capital d'inscrire votre entreprise sur les services *Web* permettant de présenter votre activité, comme par exemple le site de votre commune ou de l'association des commerçants, une *marketplace* généraliste ou spécialisée sur votre segment de marché, ou encore Google My Business (cela ne prend que quelques minutes et il n'est pas nécessaire de disposer d'un site Internet pour le faire). Ajoutez aux horaires d'ouverture du magasin une description complète de votre activité ainsi que des photos. Les clients pourront poster leurs avis. À partir de 5 avis obtenus, une note vous sera attribuée sous forme d'étoiles (de 0 à 5). Si les avis sont positifs, c'est un bel avantage sur la concurrence.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- **Un site Internet**

Il peut s'agir uniquement d'un site vitrine, sans module de vente en ligne (*e-shop*). La présence en ligne des commerces est de plus en plus importante et le processus d'achat commence souvent par une recherche Internet. Exacerbé par la pandémie, l'achat à distance est par ailleurs de plus en plus fréquent, avec éventuellement un retrait en magasin sur rendez-vous ou en *Click and collect*.

**Pour en savoir plus :**

- ➔ BERCY INFOS. « **Créer sa boutique en ligne : mode d'emploi** », article publié le 24/08/2020.
- ➔ **France Num**, le site de la Direction générale des entreprises (DGE) au service de la transformation numérique des TPE et des PME.

- **Une chaîne YouTube**

Les plus digitalisés pourront publier des vidéos présentant les caractéristiques d'un produit, des conseils sur la pratique sportive, sur la nutrition...

- **Un compte Facebook**

Il devra comporter la description de la boutique – accompagnée de belles photos –, son adresse, ses horaires, son site Internet ; et proposer un partage d'articles sur le cyclisme en général. Cette activité demande un peu de temps, mais peut s'avérer payante : les trentenaires et les quarantenaires sont très présents sur ce réseau. Il faut veiller à mettre à jour votre page au moins une fois par semaine pour apparaître régulièrement dans les fils d'actualité des personnes qui suivent votre activité et ne pas donner l'impression de négliger votre communication.

- **Un compte Instagram**

Une boutique de cycles peut être très photogénique ; il faut alors en profiter et créer une page sur Instagram, le 3<sup>e</sup> réseau social dans le monde, très fréquenté par les jeunes. Il est donc assez facile de les cibler en postant régulièrement de belles photos du magasin, des annonces d'événements ou de nouveaux produits dans vos *stories* et, éventuellement, des vidéos sur IGTV ou Reel (les chaînes vidéo de l'application).

## Clientèle

### Qui sont les cyclistes français ?

Environ 60 % des Français, soit 30 millions de personnes de plus de 15 ans, font du vélo au moins une fois par an. Une étude menée en septembre 2020 par le bureau d'études 6-t montre que 55 % des personnes interrogées possède au moins un vélo, que dans 77 % des cas le vélo a été acheté, et, pour les trois quarts, acquis neuf. Et d'après l'Insee, la majorité des acquéreurs sont âgés de 36 à 45 ans.

Les femmes, de plus en plus nombreuses à pratiquer, seraient « l'avenir du vélo », selon l'étude « Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France en 2020 » : en effet, plus l'usage du vélo augmente, plus la part des femmes est élevée. À Strasbourg, où la part modale du vélo dans les moyens de transports est de 10 %, les femmes comptent pour 47 % des pratiquants, alors qu'à Saint-Étienne, où cette part modale est de 0,5 %, elles ne comptent que pour 15 %.

Les usages du vélo se diversifient (loisir, mobilité, sport), amenant une clientèle hétérogène. Certains adeptes des salles de sport et des activités de bien-être (gym, yoga), privés de ces occupations pour des raisons sanitaires lors de la pandémie de Covid-19, se tournent aujourd'hui vers la bicyclette, dans sa pratique en sport individuel.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Très attachés à leur vélo, les cyclistes choisissent celui-ci avec soin parce qu'il correspond à leurs convictions ou parce que c'est un achat coûteux mais aussi de long terme. L'engouement pour une marque est moins fort que dans le monde de l'automobile. C'est la passion partagée avec le commerçant qui attire le client et déclenche l'achat ; sa fidélisation passant ensuite par l'activité de ventes de pièces et accessoires, et les services d'entretien et de réparation.

Sources :

- 6-t. « **Le développement du vélo et de la trottinette dans les grandes villes françaises** », étude publiée en septembre 2020.
- INDDIGO ET VERTIGOLAB POUR LA DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES (DGE), L'AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE (ADEME), LA DIRECTION GÉNÉRALE DES INFRASTRUCTURES, DES TRANSPORTS ET DE LA MER (DGTIM) ET LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CYCLISME (FFC). « **Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France en 2020** », avril 2020.
- INSEE. « **Les dépenses des Français en loisirs de plein air** », Insee Première, 06/09/2017.

## Où pratiquent-ils ?

Le nombre de cyclistes actifs urbains augmente, selon l'étude « Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France en 2020 ». La pratique du vélo a augmenté de 30 % à Paris entre 2010 et 2018, de 10 % en moyenne par an à Lyon sur la même période, de 50 % à Bordeaux entre 2015 et 2019, mais aussi dans des villes moyennes comme La Rochelle où elle représente 8 % de la part modale.

Le client du centre-ville est différent de celui de la périphérie urbaine :

- Le client du centre-ville s'intéresse au vélo comme moyen de déplacement écologique, notamment pour se rendre à son travail, comme nous l'avons vu. Il est fortement attiré par les VAE (VAE de ville, VTC, vélos-cargos...). C'est un cycliste convaincu, à la pratique plutôt intensive.
- Le client de la périphérie est protéiforme : il s'intéresse davantage aux vélos pour enfants, aux vélos de loisirs ; il peut être un sportif, amateur de capteurs de puissance, de moniteurs de performance, de système GPS. L'équipement pour le vélo est plus important en banlieue qu'en centre-ville, ce qui peut s'expliquer par des questions de place et des possibilités de stationnement à domicile.

## CARACTÉRISTIQUE DES CYCLISTES URBAINS ACTIFS

- 42 ans en moyenne.
- 55 % d'hommes.
- 38 % de couples avec enfants.
- 61 % de CSP+ (chefs d'entreprise, artisans, commerçants, cadres, professions intellectuelles supérieures et professions intermédiaires).
- 38 % utilisent un VTT pour les trajets quotidiens.
- Si leur objectif principal est de faire du sport (62 %), le plaisir (51 %) et l'écologie (50 %) arrivent quasiment à égalité dans leurs motivations.
- Ils sont particulièrement bien équipés en accessoires de sécurité : lumières (51 %), casque (39 %), lunettes (27 %), accessoires réfléchissants (23 %).

Sources :

- INDDIGO ET VERTIGOLAB POUR LA DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES (DGE), L'AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE (ADEME), LA DIRECTION GÉNÉRALE DES INFRASTRUCTURES, DES TRANSPORTS ET DE LA MER (DGTIM) ET LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CYCLISME (FFC). « **Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France en 2020** », avril 2020.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Grégoire Billette, secrétaire général de la Filière 2-Roues (FNCRM) du CNPA et de Matthias Costes, directeur du centre de formation Sup de vélo en novembre 2020.
- UNION SPORT & CYCLE POUR LCL. « **Le vélo, nouvelle passion des urbains** », article publié le 20/09/2019.

## Concurrence

L'analyse de la concurrence ne porte pas sur le marché de l'occasion. Selon l'Autofocus « Commerce et réparation de cycles » de l'Anfa, ces ventes de vélos de seconde main sont, pour la plupart, réalisées de particulier à particulier, notamment sur des plates-formes de vente sur Internet ou des bourses d'échange. Les commerçants de cycles en captent tout de même les retombées grâce à l'entretien-réparation et la vente de pièces et accessoires.

### Répartition du marché

La distribution de cycles (hors pièces et accessoires) se répartit en quatre canaux :

- la grande distribution généraliste (dite « grande surface alimentaire » ou GSA) et les grandes surfaces diverses (centres auto, magasins de distribution de produits culturels et électroniques) ;
- les magasins multisports ;
- les e-commerçants ;
- les détaillants.

La principale concurrence vient aujourd'hui des enseignes multisports. Si les détaillants dominent le marché en valeur : 55 % (en croissance de 13 % par rapport à 2018) contre 33 % pour les multisports du fait de leur positionnement sur le bas et milieu de gamme, ces dernières se taillent la part du lion en volume, avec 67 % des parts de marché (en hausse de 3,2 % entre 2018 et 2019), contre 19 % pour les détaillants (en hausse de 1,5 %).

Les grandes surfaces alimentaires perdent des parts de marché au profit des e-commerçants, et cela même si la vente à distance ne permet pas au client de tester les produits et lui impose des frais de livraison souvent élevés. Cette montée en puissance de l'e-commerce s'est accentuée lors de la crise de la Covid-19, qui a entraîné la fermeture de boutiques physiques.

Il peut être intéressant pour les détaillants de mettre en place une boutique en ligne ou *e-shop* (sur leur site Internet ou sur une *marketplace*), notamment pour la vente de pièces détachées et d'accessoires. C'est la leçon à tirer du contexte sanitaire de l'année 2020, notamment, pour palier la fermeture aux clients des commerces pendant la crise de la Covid-19 et maintenir malgré tout une activité.

Source : UNION SPORT & CYCLE. « [Observatoire du Cycle – Marché 2019](#) », mai 2020.

#### Pour en savoir plus :

- ➔ Rubrique « [Les formalités de création d'un e-commerce](#) » sur le site de Bpifrance Création.
- ➔ Site « [Clique mon commerce](#) », plate-forme gouvernementale d'aide à la digitalisation des commerces.
- ➔ Fiche pratique « [Comment rendre votre site écoresponsable ?](#) » sur le site de l'AFNIC (programme « Réussir en .fr »).

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

## Les principaux réseaux de franchise

La franchise est un contrat par lequel une entreprise (le franchiseur) accorde à des commerçants (les franchisés) le droit d'exploiter son concept, sa marque et son savoir-faire. Le franchiseur choisit ses franchisés et leur demande un droit d'entrée. En contrepartie, il s'engage à leur fournir des éléments commerciaux et des avantages en matière d'approvisionnement, de formation, de soutien et d'assistance. Les franchisés s'engagent à se référencer auprès de la centrale d'achat du franchiseur.

Voici les principales franchises du monde du vélo, sélectionnées en fonction du nombre de points de vente.

## CARACTÉRISTIQUES DES PRINCIPAUX RÉSEAUX DE FRANCHISE DE CYCLES EN FRANCE

	BOUTICYCLE	CITIBIKE	CULTURE VÉLO	DISTRI CYCLE	MONDOVÉLO	VÉLO STATION
Apport	120 k€	60 k€	150 k€	25 k€	120 k€	80 k€
Investissement	200 k€	150 k€	300 k€	80 k€	nd	200 k€
Surface moyenne du magasin	> 300 m²	150-300 m²	> 400 m²	200 m²	300-1 500 m²	150-300 m²
Droit d'entrée	18 k€	18 k€	22 k€	25 k€	nd	10 k€
Redevance	1 350 € HT/mois	3 % du CA HT + 1 % pour la publicité	1 850 € HT/mois	4,4 % du CA HT	0,5 % du CA n-1	1 000 € HT/mois
CA moyen après 2 ans	800 k€	1 000 k€	750 k€	250 k€	nd	500 k€
Implantations	21	8	73	32	10	8

nd : non disponible.

Sources : [Observatoire de la franchise](#) (décembre 2020) pour Mondovélo et Distri Cycle. [L'officiel de la franchise](#) (janvier 2021) pour les autres.

### Pour en savoir plus :

- Le site Bpifrance Création et la Fédération française de la franchise mettent à la disposition des porteurs de projet un [guide méthodologique](#) pour accompagner étape par étape le créateur d'entreprise en franchise.

## Les associations de réparation de cycles

Elles pratiquent des tarifs attractifs, car leurs marges sont souvent faibles. Veillez, par conséquent, à vous renseigner sur l'éventuelle proximité d'un tel atelier susceptible d'entrer en concurrence directe avec le vôtre.

Source : informations recueillies par Bpifrance auprès de Grégoire Billette, secrétaire général de la Filière 2-Roues (FNCRM) du CNPA en novembre 2020.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

---

Un partenariat avec cet atelier pourrait vous apporter de la clientèle (prescrite par ce dernier) et vous assurer à moindre coût un service de réparation associé à votre activité si vous souhaitez la circonscrire à la vente de cycle.

## AUTRES SOURCES D'INFORMATION POUR UNE ÉTUDE DE MARCHÉ LOCALE OU RÉGIONALE

- La mairie, les organismes consulaires (Chambre de commerce et d'industrie – CCI – et Chambre de métiers et de l'artisanat – CMA), les données de l'**Outil d'aide au diagnostic d'implantation** (Odil) de l'Insee et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.
- Le site de la **Direction générale des finances publiques** (DGFIP) du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune.
- La consommation des ménages est analysée par l'Insee grâce aux **indices de disparité des dépenses de consommation** (IDC).
- Les antennes départementales des fédérations professionnelles (voir la rubrique « **Contacts et sources d'information** » en partie 7) et la Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) qui présente aussi **ses ratios par région**.
- La **base de données publiques** en *open data*.
- Pour les créateurs franciliens ou de passage à Paris, le **pôle Prisme de la Bibliothèque nationale de France** (BNF) permet l'accès – physique uniquement – à des études de marché couvrant l'ensemble des secteurs de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers, voire au niveau mondial.

**4.**

# **MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ**



# MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

## Ressources humaines

### Formations et qualifications

Aucun diplôme spécifique n'est requis pour exercer le métier de détaillant spécialiste de cycles. Cependant, des formations au métier de la vente peuvent être envisagées :

- CAP « Équipier polyvalent du commerce » en 2 ans après la classe de 3<sup>e</sup> ;
- Bac pro « Métiers du commerce » en 3 ans en lycée professionnel à partir de la seconde ;
- BTS « Management commercial opérationnel » en 2 ans après un Bac pro.

Source : UN JOB EN VILLE. Fiche « [Le métier de vendeur de cycles est-il fait pour vous ?](#) ».

Face à la demande croissante de formations spécifiques, les organismes professionnels ont déployé une offre de titres professionnels (anciens Certificats de qualification professionnelle) accessibles par l'apprentissage ou la reconversion professionnelle avec Pôle emploi :

- conseiller technique cycle (vente et réparation) – taux d'insertion de 78 % six mois après la fin de la formation ;
- mécanicien cycle – taux d'insertion de 69 % six mois après la fin de la formation.

Des listes d'établissements de formation sont disponibles sur les sites suivants :

- Association nationale pour la formation automobile ([Anfa](#) – Cliquez sur la carte à droite de la page) ;
- Institut national du cycle et du motocycle ([INCM](#)) ;
- [Sup de vélo](#) (groupe Cyclelab, avec un seul site de formation : L'Isle-Jourdain dans le Gers).

### Salariés des commerces de cycles

Selon l'étude Autofocus de l'Anfa :

- Les détaillants du cycle emploient 2 300 salariés en 2019.
- 87 % d'entre eux travaillent dans une entreprise de moins de 11 salariés.
- L'emploi salarié est surtout masculin (82 % d'hommes).
- L'âge moyen est de 38,3 ans. Seulement 11 % ont 55 ans et plus.
- L'emploi est relativement stable, avec 88 % de CDI, la saisonnalité de l'activité (dans les zones touristiques notamment) impliquant aussi le recours au CDD.
- Près de la moitié des salariés ont la double compétence vente/réparation.

Source : OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DES SERVICES DE L'AUTOMOBILE DE L'ANFA. « [Autofocus 'Commerce et réparation de cycles'](#) », étude publiée en février 2020.

# MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

## Convention collective

L'activité de vente/réparation de cycles appartient à la branche des services de l'automobile.

Il faut se reporter à la [convention collective nationale du commerce et de la réparation de l'automobile, du cycle et du motocycle et des activités connexes, ainsi que du contrôle technique automobile](#) du 15 janvier 1981, consultable sur Légifrance.

## Locaux

### Préférez un commerce de quartier

Atelier ouvert, vélos exposés sur le trottoir (sous réserve d'autorisation de la municipalité), allées et venues des clients... : le commerce de cycles dynamise un quartier par sa convivialité. Pour réparer leur monture, les cyclistes préfèrent une boutique de proximité plutôt qu'une grande enseigne.

Comme tous les petits commerces, les détaillants de cycles bénéficient depuis plusieurs années d'un regain d'intérêt : 69 % des Français craignent que les boutiques de quartier disparaissent. Le choix de l'emplacement est déterminant : l'idéal est d'être situé près de pistes cyclables ou d'espaces de stationnement, d'être bien visible et de disposer d'un accès de plain-pied.

La surface d'un commerce de détail spécialisé en centre-ville est d'environ 60 à 150 m<sup>2</sup>. En périphérie urbaine, elle est de 300 à 700 m<sup>2</sup>.

Sources :

- Informations recueillies par BpiFrance auprès de Matthias Costes, directeur du centre de formation Sup de vélo ; de Grégoire Billette, secrétaire général de la Filière 2-Roues (FNCRM) du CNPA ; et de Jean Soubeyrand, responsable du développement du groupe Cyclelab en novembre 2020.
- LE FIGARO. « [7 Français sur 10 ont peur de voir leur commerce de proximité disparaître](#) », article publié le 10/09/2020.

### Agencement du point de vente

Un aménagement attractif du magasin ou un concept de vente innovant permet de se démarquer de la concurrence : par exemple le café-vélo, le *concept store* (caractérisé par la mise en scène esthétique et originale des produits), la vente *cross-canal* (via plusieurs canaux de distribution comme la vente en boutique, la commande en ligne – sur place ou à distance – et la livraison en magasin). Il faut faire rêver !

Voici un conseil qui peut vous être utile : installer les vélos au centre du magasin et les accessoires à sa périphérie, regroupés par famille – sécurité, vêtement, équipement, nutrition. Les articles les plus beaux seront les plus en vue : vêtements, casques, bagages. Certains commerces consacrent 4 à 5 m<sup>2</sup> à l'espace accueil et aménagent parfois un coin détente avec des fauteuils. Les commerces deviennent aujourd'hui des lieux de vie.

La qualité d'un magasin de vélo passe aussi par celle de son atelier. Pourquoi ne pas le scénariser en le plaçant bien en vue ? En veillant à la propreté et la sécurité bien sûr. Les compétences techniques qui justifient le prix des réparations sont ainsi mises en valeur.

Sources :

- Informations recueillies par BpiFrance auprès de Matthias Costes, directeur du centre de formation Sup de vélo en novembre 2020.
- FILIÈRE SPORT. « L'atelier vélo ne se cache plus », article publié en mars 2014.
- FILIÈRE SPORT. « En centre-ville, les services valorisent les magasins », article publié en octobre-novembre 2013.

#### Pour en savoir plus :

➔ LONELY PLANET. « [10 cafés vélo à découvrir en France](#) », article publié le 07/08/2020.

## Fonds de commerce

### Évaluation et achat du fonds de commerce

Le « Dossier pratique » Francis Lefebvre consacré en partie à l'évaluation des fonds de commerce, publié en 2018, indique qu'un fonds de commerce de cycles et motos s'évalue dans une fourchette de 20 % à 50 % du chiffre d'affaires HT. Ces données correspondent à une observation des pratiques du marché.

Selon Denis Briscadieu, président du groupe Cyclelab, les points spécifiques à prendre en compte lors de la négociation d'achat d'un point de vente existant sont les suivants :

- l'emplacement ;
- la qualité de l'équipe ;
- l'équipement informatique ;
- la crédibilité du concept d'agencement ;
- la force des marques commercialisées ;
- la pression sur le marché (ancienneté de la boutique).

Sources :

- Éditions Francis Lefebvre. « [Évaluation](#) », collection Dossiers pratiques, publié le 01/10/2018.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Denis Briscadieu, président du groupe Cyclelab en novembre 2020.

#### Pour en savoir plus :

- ➔ Rubriques « [Achat d'un fonds de commerce](#) » et « [Négocier son bail commercial](#) » qui indiquent les points à prendre en compte lors de la reprise d'un commerce.
- ➔ Les annonces de fonds de commerce disponibles :
  - sur les sites [Cession-commerce.com](#) et [Cessionpme.com](#) ;
  - auprès de la [Bourse des commerces](#) du Fusacq ou de la [Bourse de la transmission](#) de Bpifrance ;
  - dans les agences immobilières locales.

### Reprise d'entreprise

La reprise d'une entreprise permet de bénéficier d'une clientèle déjà établie qu'il faudra quand même fidéliser tout comme les nouveaux clients. De même que pour tous les commerces, de nombreux éléments sont à prendre en compte au moment du rachat tels que l'emplacement et l'état du matériel.

Les représentants, les grossistes, les organisations professionnelles, les chambres de métiers, les notaires et les experts comptables connaissent les opportunités de cession. Les bourses d'opportunités en ligne sont également de bons vecteurs pour trouver un commerce de vente et de réparation de vélos à reprendre (voir la rubrique précédente « [Évaluation et achat du fonds de commerce](#) »). Les revues spécialisées et les sites professionnels permettent eux aussi de repérer ce type d'offre (voir la rubrique « [Contacts et sources d'information](#) » en partie 7).

#### Pour en savoir plus :

- ➔ Rubrique « [Je prépare ma reprise](#) » d'entreprise sur le site de Bpifrance Création.

## Équipement – Investissement de départ

Selon Denis Briscadieu, président du groupe Cyclelab, le montant des investissements pour créer un magasin de vélos se situe entre 75 000 euros et 350 000 euros, somme à laquelle il faut ajouter la valeur du stock.

- **Pour le magasin**, il faut prévoir :
  - > un aménagement complet : panneaux lamellés, présentoirs à vélos, comptoir caisse, comptoir atelier, meubles, étagères ;
  - > un ordinateur et une connexion Internet ;
  - > un logiciel de caisse, de gestion de stocks, de comptabilité ;
  - > un terminal de paiement ;
  - > un éclairage adapté.
- **Pour l'atelier de réparation**, il faut prévoir 10 000 euros environ pour :
  - > l'outillage ;
  - > un pied de vélo électrique ;
  - > des surfaces de travail.

Les stocks constituent un poste budgétaire important. Leur importance dépend de la surface du magasin. Voici, à titre indicatif, les montants moyens nécessaires :

- pour une surface inférieure à 60 m<sup>2</sup> : 40 000 € ;
- pour une surface de 100 m<sup>2</sup> : 80 000 € ;
- pour une surface de 400 m<sup>2</sup> : 200 000 €.

*Source : informations recueillies par BpiFrance auprès de Denis Briscadieu, président du groupe Cyclelab en novembre 2020.*

# **ÉLÉMENTS FINANCIERS**

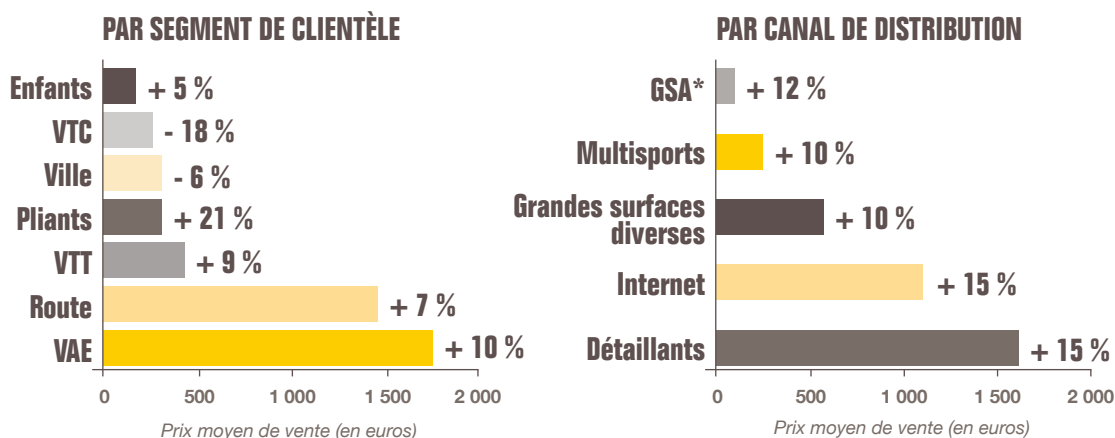
**5.**

# ÉLÉMENTS FINANCIERS

## Chiffre d'affaires – Facturation

Le prix moyen d'un vélo traditionnel est en hausse de + 9,7 % à 364 euros en 2019, par rapport à 2018.

### PRIX MOYEN DE VENTE DE CYCLE EN FRANCE ET ÉVOLUTION ANNUELLE, 2019

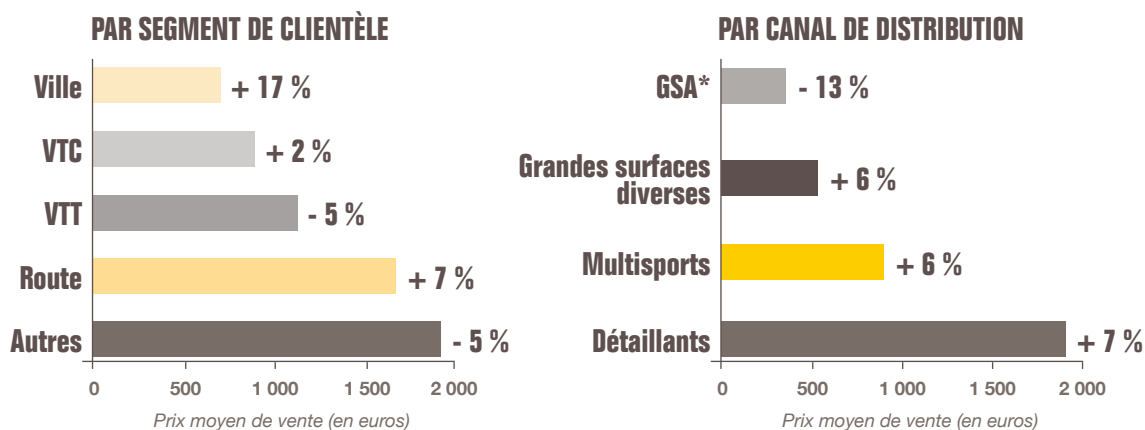


\* Grandes surfaces alimentaires.

Source : Union sport & cycle.

De son côté, le prix moyen du VAE progresse de + 10 %, à 1 749 euros entre 2018 et 2019 (fourchette de 500 euros à 10 000 euros). Il était de 836 euros en 2013, soit + 100 % en 6 ans ! C'est chez les détaillants que son prix est le plus élevé : en moyenne 2 300 euros, en hausse de + 7 %.

### PRIX MOYEN DE VENTE DES VAE EN FRANCE ET ÉVOLUTION ANNUELLE, 2019



\* Grandes surfaces alimentaires.

Source : Union sport & cycle.

Il est souvent dit que le commerce de cycles souffre de **saisonnalité**. Ce n'est plus une réalité, même si bien sûr la haute saison (de mai à octobre) génère plus de chiffre d'affaires. Le vélo est aujourd'hui utilisé à la fois pour le sport et pour le transport : il sert presque toute l'année, qu'il pleuve ou qu'il vente. La saisonnalité regarde davantage les vêtements, dont les gammes doivent être distinctes l'hiver et l'été. De même pour les accessoires : il faut, par exemple, davantage de stocks et de modèles de garde-boue en hiver, plus en bagagerie en été pour les vacanciers.

Les prix pratiqués, plus élevés que partout ailleurs, ne se justifient pas seulement par la qualité des cycles, mais aussi par celle du service : accueil, écoute et conseils spécialisés. Il faut donc avoir une double compétence de vendeur et de technicien.

Sources :

- Informations recueillies par Bpifrance auprès d'Olivier Moucheboeuf, responsable Cycle de l'USC en novembre 2020.
- UNION SPORT & CYCLE. « [Observatoire du Cycle – Marché 2019](#) », mai 2020.

## La gestion de l'activité de réparation

La grande majorité des commerces de cycles proposent un service de réparation. Cette activité ne représente que 6 à 8 % du chiffre d'affaires annuel, mais 98 % du taux de satisfaction du client.

Elle exige aujourd'hui des compétences techniques pointues. En effet, les cycles se sont diversifiés et ont intégré des technologies nouvelles : freins à disque, systèmes hydrauliques, électronique embarquée ; et l'entretien ou la réparation d'un VAE requiert des connaissances en électricité.

Se lancer sans avoir les compétences suffisantes dans tous ces domaines pourrait être une erreur (voir la rubrique « [Formations et qualifications](#) » en partie 4), et l'embauche d'un personnel dédié à l'activité est conseillée.

La réparation est une activité chronophage : il faut donc veiller, en s'y consacrant, à ne pas négliger l'accueil des clients. Un déséquilibre de cette nature peut être fatal à la vie du commerce. Depuis la mise en place, au printemps 2020, des incitations financières à la réparation, la demande a explosé, augmentant ainsi la fréquentation des magasins et générant des achats.

Attention : pour une réparation courante (freins, patins, dérailleur, chaînes), bien des clients s'attendent à un petit prix, voire à la gratuité du service, alors que celui-ci devrait être facturé entre 100 euros et 150 euros – selon le temps passé. Les détaillants se sentent donc contraints de ne facturer ces réparations que 60 % de leur valeur en moyenne. Il faut veiller à ne pas descendre en dessous de ce pourcentage, pour ne pas anéantir la rentabilité de votre commerce. Au contraire, il est capital de mettre en valeur l'expertise que demande l'activité, notamment par un accueil chaleureux et un discours pédagogique, et de la vendre à son juste prix.

Sources : informations recueillies par Bpifrance auprès de Matthias Costes, directeur du centre de formation Sup de vélo ; de Grégoire Billette, secrétaire général de la Filière 2-Roues (FNCRM) du CNPA ; et d'Olivier Moucheboeuf, responsable Cycle de l'USC en novembre 2020.

## La vente de produits périphériques : essentielle à la rentabilité

La vente d'accessoires et d'équipements cyclistes (casques, gants, dispositifs réfléchissants...) est nécessaire, non seulement parce que les marges sont élevées (30 % à 35 % en moyenne contre 20 % environ sur les vélos), mais aussi parce qu'il s'agit d'équipements indispensables aux clients (obligatoires pour certains comme ceux relevant de la Sécurité routière).

La vente de pièces et accessoires a atteint 827 millions d'euros en 2019 (+ 5,9 % par rapport à 2018), dont 32 % ont été réalisés par les détaillants spécialistes.

# ÉLÉMENTS FINANCIERS

Une répartition minimale de 60 % de ventes de vélo/réparation et de 40 % d'accessoires et produits associés est conseillée, l'idéal étant 50/50. Ici aussi, l'expertise entre en jeu : le commerçant doit pouvoir donner des conseils en matière de sécurité, de confort, de textile, de nutrition. Les accessoires sont un excellent levier d'amélioration de l'expérience d'achat.

Sources :

- Informations recueillies par BpiFrance auprès de Matthias Costes, directeur du centre de formation Sup de vélo ; de Grégoire Billette, secrétaire général de la Filière 2-Roues (FNCRM) du CNPA ; et d'Olivier Moucheboeuf, responsable Cycle de l'USC en novembre 2020.
- UNION SPORT & CYCLE. « [Observatoire du Cycle – Marché 2019](#) », mai 2020.

## Les activités connexes

- La vente de vélos d'occasion peut être un complément de chiffre d'affaires, dont la rentabilité doit être étudiée en raison du temps passé à remettre en état les vélos. Elle est davantage pratiquée par les associations de réparation de cycles.
- Si les ventes de trottinettes électriques et autres e-EDP (Engins de déplacement personnel : gyroroues, hoverboards, gyropodes) sont en hausse de + 43 % en valeur en 2018 par rapport à l'année précédente, les détaillants sont pour l'instant peu actifs sur ce marché, notamment parce que leur vente (ou leur location) nécessite aussi un SAV avec un entretien coûteux et complexe.
- La location de cycles est fréquente en zones touristiques, notamment sur les littoraux. Elle est non seulement saisonnière mais requiert aussi bien souvent l'emploi d'un salarié dédié, la création d'un site Internet de réservation, et l'entretien d'un parc de vélos. Il est donc important d'évaluer la rentabilité de l'activité avant de se lancer.
- Le recyclage de vélos n'est pas une activité fréquemment pratiquée par les détaillants, mais plutôt par des organismes spécialisés (associations de réparation de cycles, recycleries). Un dispositif de récupération par les fabricants pourrait être mis en place dans les prochaines années. Reprendre un ancien vélo en échange de l'achat d'un neuf est un atout de positionnement différenciant à envisager, d'autant plus que les achats écoresponsables sont en développement. La rentabilité de cette activité devra cependant être bien étudiée. Il est également possible de développer un partenariat de collecte avec les organismes spécialisés.

Sources :

- Informations recueillies par BpiFrance auprès de Grégoire Billette, secrétaire général de la Filière 2-Roues (FNCRM) du CNPA en novembre 2020.
- OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DES SERVICES DE L'AUTOMOBILE DE L'ANFA. « [Autofocus 'Commerce et réparation de cycles'](#) », étude publiée en février 2020.

## Tva

La taxe sur la valeur ajoutée (TVA) applicable au commerce de bicyclettes et aux actes de réparation est de 20 %.



## Charges d'exploitation

Voici la liste des principales charges d'exploitation :

- Coûts de fonctionnement de la boutique : salaires (celui de l'exploitant, celui des éventuels vendeurs et/ou réparateurs), loyer, eau, gaz, électricité, etc.
- Coûts de promotion : communication classique (cartes de visite, brochures, dépliant, communiqués de presse...), stratégie de *webmarketing* (temps passé à l'administration du site Internet, rédaction des fiches produits, ajout de photos, gestion des commandes et des stocks, temps passé sur les réseaux sociaux, etc.).
- Frais divers (forfait téléphonique, Internet, commissions bancaires...).
- Assurances professionnelles.

### Pour en savoir plus :

→ Rubrique « [Par où commencer pour faire ses comptes prévisionnels et vérifier la rentabilité économique du projet ?](#) » sur le site de Bpifrance Création.

## Prix de revient – Marge – Résultat

### Besoin en fonds de roulement

Le besoin en fonds de roulement (BFR) correspond à la trésorerie que l'entreprise doit mobiliser pour assurer l'exploitation quotidienne de son activité : elle est amenée, en effet, à engager des dépenses qui ne seront récupérées que lors de l'encaissement des ventes ou des prestations à la fin de son cycle de production.

Selon la FCGA, le BFR moyen pour les entreprises individuelles du secteur est de 50 jours de chiffre d'affaires HT en 2018.

Source : FÉDÉRATION DES CENTRES DE GESTION AGRÉÉS (FCGA). « [Observatoire de la petite entreprise](#) », statistiques annuelles, entreprises individuelles seulement.

### Pour en savoir plus :

→ Rubrique « [Le besoin en fonds de roulement \(BFR\)](#) » sur le site de Bpifrance Création (définition et mode de calcul).

# ÉLÉMENTS FINANCIERS

## Les principaux ratios

Ces ratios, basés sur un panel de 124 entreprises individuelles adhérentes de la FCGA, concernent les activités de commerce de cycles et de scooters en 2019. Ces données intégrant l'activité de vente de scooter, il est donc nécessaire d'être vigilant quant à leur utilisation comme repère pour une activité de cycle uniquement.

### RATIOS 2018 DE L'ACTIVITÉ DE COMMERCE ET RÉPARATION DE CYCLES ET DE SCOOTERS

COMMERCE ET RÉPARATION DE CYCLES ET DE SCOOTERS	
Chiffres d'affaires HT moyen	239 443
EN % DU CHIFFRES D'AFFAIRES HT TOTAL	
Marge brute	35,8
Valeur ajoutée	22,1
Charges de personnel	6,3
Résultat courant	13,0
EN NOMBRE DE JOURS	
Crédit fournisseurs	43
Crédit clients	4
Rotation des stocks	116
Effectif moyen (exploitant inclus)	1,7
Chiffre d'affaires/personne	144 566

Note de lecture : nombre de jours d'achat TTC pour les fournisseurs, de chiffre d'affaires HT pour le BFR, et de chiffre d'affaires TTC pour les clients.  
Champ : France, 124 entreprises individuelles adhérentes de la FCGA, relevant de l'activité de commerce et réparation de cycles et de scooters (code 4764Z.1).  
Source : FCGA (statistiques 2019).

## Financements – Aides spécifiques

La rubrique « [Les financements](#) » du site de Bpifrance Création détaille les différents moyens financiers mobilisables en fonction du projet, de la situation personnelle du porteur de projet et de ses besoins.

Pour connaître les principales aides financières, sociales et fiscales à la création ou reprise d'entreprise, vous pouvez consulter la rubrique « [Les aides](#) » du site de Bpifrance Création.

Certaines aides sont accordées au titre d'une [implantation en milieu rural](#), elles sont décrites sur le site de Bpifrance Création.

**6.**

# **RÈGLES DE LA PROFESSION**

# RÈGLES DE LA PROFESSION

## Règles et usages de l'activité

L'accès à la profession n'est pas réglementé et ne nécessite donc pas d'avoir un diplôme spécifique. En revanche, le détaillant doit respecter un certain nombre de règles.

### Respect des normes de sécurité et d'accessibilité

Si les locaux sont ouverts au public, les obligations relatives aux établissements recevant du public (ERP) doivent être respectées :

- pour la [sécurité incendie](#), des mesures de prévention et de sauvegarde propres à assurer la sécurité des personnes doivent être mises en place ;
- l'[accès](#) aux locaux pour les personnes à mobilité réduite, notamment, doit être assuré.

#### Pour en savoir plus :

- ➔ Rubrique « [3. Les établissements recevant du public](#) » de la page dédiée aux locaux de l'entreprise sur le site de Bpifrance Création.

### Exigences de sécurité concernant les bicyclettes

#### Décret n° 2016-364 du 29 mars 2016 fixant les exigences de sécurité concernant les bicyclettes

Cette [réglementation](#) abroge le précédent décret du 24 août 1995 imposant que le vélo soit vendu entièrement monté et réglé, conformément aux normes de sécurité en vigueur. Les professionnels conservent toutefois une obligation de montage des systèmes, sous-ensembles et équipements essentiels au fonctionnement de la bicyclette (freinage, direction et transmission) et une obligation d'information des consommateurs sur les opérations laissées à leur charge.

### Marquage des vélos

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2021, la généralisation progressive du marquage des vélos neufs et d'occasion (revendus par un commerce de cycles) est mise en place, mesure prise pour lutter contre le vol et le recel de vélos. Le détaillant sera dans l'obligation d'apposer une étiquette ou un gravage et d'inscrire les coordonnées du client au fichier national des cycles identifiés.

Source : [décret n° 2020-1439](#) du 23 novembre 2020 relatif à l'identification des cycles en ligne sur le site de Légifrance.

#### Pour en savoir plus :

- ➔ MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE. « [Plan vélo et mobilités actives](#) », article publié le 14/09/2018.

## Statut de l'entrepreneur

La majorité des détaillants spécialistes du cycle exercent une activité mixte (réparation et vente). Une double immatriculation est donc nécessaire, au Registre du commerce et des sociétés (RCS) pour l'activité de vente ainsi qu'au Répertoire des métiers (RM) pour celle de réparation.

### Pour en savoir plus :

- Rubrique « [Vérifier la nature de mon activité](#) » sur le site de Bpifrance Création pour connaître le centre de formalités des entreprises (CFE) compétent.

## Structure juridique

Seul le statut de commerçant permet d'ouvrir une boutique. Un commerçant effectue des actes de commerce et en fait sa profession ([article L121-1](#) du Code de la consommation). Il agit en son nom, pour son propre compte et doit être immatriculé au Registre du commerce et des sociétés (RCS).

Un commerçant indépendant est une personne physique effectuant des actes de commerce de façon habituelle. Il exerce sa profession en toute indépendance dans le cadre d'une entreprise individuelle (recouvrant également le régime du micro-entrepreneur et de l'EIRL), mais il peut aussi exercer son activité dans le cadre d'une société (EURL, SARL, etc.).

### Pour en savoir plus :

- Rubriques « [Les formalités à accomplir pour créer son entreprise](#) » et « [Statut social et fiscal du commerçant indépendant](#) » sur le site de Bpifrance Création.

Les chiffres ci-dessous sont donnés à titre indicatif, le code NAF 47.64Z recouvrant des activités multiples de commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé. Ils ne reflètent pas la réalité des seuls commerces de cycles.

### STRUCTURES JURIDIQUES CHOISIES PAR LES NOUVEAUX CHEFS D'ENTREPRISE, 2018

SECTEUR	ENTREPRISES INDIVIDUELLES	SOCIÉTÉS UNIPERSONNELLES		SOCIÉTÉS PLURIPERSONNELLES		
		EURL	SASU	SARL	SAS	AUTRES*
47.64Z	237	87	127	111	120	3

\* Associations, fondations, syndicats, organismes professionnels, etc.

Champ : France, ensemble des entreprises relevant du code NAF 47.64Z « Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé ».

Source : Insee (Ésane).

### Pour en savoir plus :

- Rubrique « [Infographie : quel statut juridique choisir pour mon entreprise ?](#) » sur le site de Bpifrance Création.

**7.**

# **CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION**

# CONTACTS

## ET SOURCES D'INFORMATION

---

## Organismes professionnels

### Pourquoi adhérer à un organisme professionnel ?

---

Pour rompre son isolement, être tenu au courant des évolutions de sa profession, se constituer un réseau, participer aux congrès annuels, obtenir des conseils juridiques, recevoir une assistance administrative, suivre une formation, etc. Les services offerts sont nombreux et généralement mis en valeur sur le site Internet de ces organismes.

La procédure d'affiliation diffère beaucoup d'un organisme à l'autre. Il en est de même des coûts : certaines adhésions sont gratuites, d'autres payantes, en fonction des revenus ou du chiffre d'affaires. Des tarifs spéciaux sont parfois prévus pour les nouveaux adhérents en phase de création. Certains organismes n'acceptent pas les créateurs et réservent leurs services aux entreprises ayant une certaine ancienneté.

### Les principaux organismes professionnels et fédérations

---

- **Union sport & cycle – Union des entreprises de la filière du sport, des loisirs, du cycle et de la mobilité active (USC)**

Première organisation professionnelle de la filière sport, l'USC rassemble plus de 1 400 entreprises, 500 marques et 3 000 points de vente. Elle conseille, représente, aide à anticiper et à promouvoir l'activité physique et sportive en France.

- **Filière nationale du commerce et de la réparation du cycle et du motocycle du CNPA**

Le CNPA est l'organisation représentative des 142 000 entreprises des services de l'automobile et de la mobilité, 5<sup>e</sup> branche économique de France. La filière défend les intérêts de la profession auprès des élus, propose des consultations juridiques et négocie la convention collective, participe à la gestion du groupe de retraite et de prévoyance IRP Auto et à celle de la formation professionnelle (notamment l'Institut national du cycle et du motocycle ou INCM). Elle publie également le magazine *ProMouvoir* pour faire connaître ses actions et l'actualité du secteur du vélo.

### Les fédérations sportives

---

- **Fédération française de cyclisme (FFC)**

Par délégation du ministère de la Santé et des Sports, cette fédération a pour objet de développer et d'organiser sur tout le territoire français, outre-mer compris, le sport cycliste sous toutes ses formes et de défendre les intérêts des coureurs cyclistes.

- **Fédération française des usagers de la bicyclette (FUB)**

Créée en 1980, cette association à but non lucratif souhaite apporter des réponses concrètes aux préoccupations quotidiennes des cyclistes et promouvoir l'usage du vélo comme mode de déplacement quotidien par la mise en réseau des associations locales, par la concertation avec les pouvoirs publics et par des campagnes de communication.

## Salons et manifestations

- **Pro Days**, salon annuel professionnel du vélo et du *running* qui a lieu à Paris. Il accueille des exposants dans le domaine des cycles, accessoires, équipement de la personne, services.
- **Expo du Vélo**, salon annuel professionnel et grand public qui a lieu à Strasbourg. Y sont présents des magasins, des marques et des accessoires de vélo ; des animations et des conférences sont organisées.
- **Bike to work**, 1<sup>ère</sup> édition en 2020. Événement grand public regroupant les acteurs de la promotion du vélo à La Défense (92).
- **Salon du vélo et running**, annuel, grand public, qui a lieu à Orchies, près de Lille. Il rassemble les grandes marques du vélo de course, VTT et pièces de vélo.

## Études

- XERFI 7000. « **Le marché du vélo** », novembre 2020.
- BUSINESSCOOT. « **Le marché du tourisme à vélo en France** », janvier 2021.

## Revues

### Revues professionnelles

- **L'officiel du cycle, de la moto, du quad et de la mini-voiture**, magazine mensuel de la profession des deux- et trois-roues motorisés (cyclomoteurs, scooters, motos, *trikes*, tricars, tricycles, *side-cars*), ainsi que des quatre-roues légers et lourds (*quads*, SSV, *buggies*, mini-voitures, petits utilitaires).
- **ProMouvoir**, magazine en ligne de la FNCRM, Filière 2-Roues du CNPA. Mensuel réservé aux adhérents.
- **Ville et vélo**, magazine du Club des villes & territoires cyclables. Bimestriel en ligne.

### Revues grand public

Le vélo fait l'objet de très nombreuses revues grand public (imprimées et en ligne). Voici une sélection de celles qui nous semblent les plus utiles pour les détaillants de cycles.

- **200 magazine**, reportages voyages, art de vivre, vélo de route, mécanique. Quadrimestriel.
- **Big bike magazine**, spécialisé VTT. 7 numéros par an.
- **Cityride**, magazine en ligne et imprimé, distribué gratuitement dans un réseau de boutiques partenaires. Spécialisé vélo urbain. 5 numéros par an.
- **CycloSPORT**, tests vélos et produits, conseils pratiques, programmes d'entraînement, comptes-rendus d'épreuves, découverte de régions, petites annonces, portraits, chroniques. Bimestriel.
- **Cyclotourisme Mag**, magazine de la FFC spécialisé dans le tourisme à vélo. 11 numéros par an.
- **Fabmx1**, spécialisé BMX. Magazine digital.
- **L'acheteur cycliste**, magazine spécialisé sur les vélos de route, *gravel* et électriques. Magazine digital.
- **Le Cycle**, magazine des pratiquants : actualités, matériel, guides d'achat. Mensuel.
- **Top Vélo**, essais, tendances, reportages sur les commerces/fabricants/événements. Magazine digital.
- **Vélo magazine**, tests, conseils, tendances design et matériel, calendriers et parcours. Mensuel.
- **Vélo vert**, spécialisé sur le VTT. Bimestriel.



**NOTES**  
**PERSONNELLES**



[www.bpifrance-creation.fr](http://www.bpifrance-creation.fr)



<https://twitter.com/bpifrancecrea>



<https://www.linkedin.com/company/bpifrance>

**bpifrance**

**CRÉATION**

**CE DOSSIER EST VENDU DANS LA LIBRAIRIE DE BPIFRANCE CRÉATION**

Prix : 16 € TTC

ISBN : 978-2-38076-019-4