Sensibilisation des scolaires et périscolaires par le prêt et la réparation de vélos - Vélocampus

expérience exemplaire

Vélocampus

Auteur :

3, chemin de la Censive du Tertre
44300 NANTES
Voir le site internet
Fabien Rolland
fabien.rolland@velocampus.net

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Vélocampus est une association implantée au cœur de l'Université de Nantes.

Elle propose 3 types d'activité :

- le prêt de vélos aux étudiants pour leurs déplacements utilitaires ;
- des ateliers d'autoréparation ouverts au grand public ;
- des actions de sensibilisation et des animations dans et hors du campus.

De par sa localisation, Vélocampus est idéalement située pour toucher les jeunes mais ses activités de réparation s'adressent au grand public.

Les activités de prêt ont été développées il y a une quinzaine d'années avec le soutien de la Ville de Nantes qui souhaitait promouvoir l'utilisation du vélo sur le campus en offrant un service de prêt gratuit aux étudiants.

En 2006, l'équipe de Vélocampus décide d'élargir les activités de l'association en proposant un atelier de réparation accessible aux étudiants et au grand public. Ce développement répond à la demande des particuliers en quête d'outils et de savoir-faire pour réparer eux-mêmes leur vélo.
En 2012, suite à un changement de local (dont la superficie passe de 24 à 100m^2), Vélocampus déploie son activité et augmente le nombre d'ateliers hebdomadaires. Le nombre d'adhérents est passé de 260 (en 2011-2012) à 640 (en 2012-2013).

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

- L'objectif premier de Vélocampus est de promouvoir l'usage du vélo et de transmettre un savoir-faire pour que les particuliers soient en mesure de réparer leur vélo eux-mêmes (vélonomie).
- La philosophie de l'atelier s'inscrit dans une optique de recyclage : l'atelier ne jette rien et n'achète pratiquement que des pièces liées à la sécurité du vélo (câbles, gaines et patins de freins).
- Les activités de vente sont limitées. Vélocampus s'inscrit dans une optique de partenariat et travaille avec un vélociste local pour la vente d'autres pièces de rechange.
- De par la « volatilité » du public étudiant, Vélocampus entend proposer ses activités de réparation à tout public.

Résultats quantitatifs

Facteurs de succès :

- Pas de concurrence, un seul atelier de réparation sur le territoire de Nantes Métropole.
- L'apprentissage de la mécanique dans un esprit convivial attire de plus en plus d'adhérents.
- La satisfaction de réparer son vélo à moindre coût répond à un réel besoin.
- Impact immédiat des campagnes de communication sur le nombre d'adhérents.

Facteurs limitants :

- Le succès de l'atelier a des répercussions négatives : l'espace devient trop petit, le nombre de salariés et de bénévoles n'est plus suffisant que pour répondre à la demande.
  - *Solutions :* Multiplier le nombre d'ateliers sur le territoire et dégager des moyens financiers supplémentaires pour les activités de réparation.
- Pas de convention avec Nantes Métropole pour accéder au gisement de vélos en déchèterie.
  - *Solution :* trouver des partenariats au niveau local (ex : l'association ATAO cède à Vélocampus des vélos que le chantier d'insertion de restauration de cycles ne remet pas en état).

Valeur ajoutée d'une approche « multi-produits » :

- Les activités de Vélocampus sont exclusivement centrées sur le vélo.

Valeur ajoutée d'une approche territorialisée :

- Dès l'origine du projet, les activités de Vélocampus visaient un public cible particulier (les étudiants) et le prêt.
- Le développement d'ateliers de réparation a amené l'association à ouvrir ses activités vers le grand public et à sortir du campus universitaire.
- L'initiative de Vélocampus reste cependant concentrée sur le périmètre de Nantes Métropole.

Résultats qualitatifs

- Nombre d'adhérents : 260 en 2011-2012 ; 640 en 2012-2013.
- Nombre d'ateliers hebdomadaires : 5.

MISE EN OEUVRE

Planning

1997

- Création de l'association Vélocampus par un groupe de bénévoles motivés.
- Soutien de la Ville de Nantes à la création d'un service de prêt gratuit aux étudiants, sur le campus universitaire.

2006 : Mise en place d'ateliers de réparation accessible aux étudiants et au grand public.

2012

- Changement de local : la superficie passe de 24 à 100m2.
- Vélocampus déploie son activité et augmente le nombre d'ateliers hebdomadaires qui passe de 3 à 5 ateliers par semaine.
- Le nombre d'adhérents passe de 260 (en 2011-2012) à 640 (en 2012-2013).

2013 : Mise en place d'un atelier mobile de réparation de vélos (La Charrette).

Moyens humains

L’équipe de Vélocampus est constituée de :

- 4 salariés (2 personnes à 35h, 1 personne à 25h, 1 personne à 20h)
- 6 à 7 bénévoles pour le travail administratif
- 7 à 8 bénévoles pour le travail en atelier

Moyens financiers

- Les locaux sont mis à la disposition de Nantes Métropole, Vélocampus prenant en charge les frais d’électricité.
- Le budget de fonctionnement (hors personnel) est de l’ordre de 400 à 500 € / an pour l’acquisition de matériel, outils, pièces.
- En 2013 : investissement exceptionnel dans l’acquisition d’une remorque (2000 à 3000 €).

Moyens techniques

- Atelier mobile : outil pédagogique ambulant permettant de toucher le public en dehors du campus et d’aller à sa rencontre (ex : Maisons de quartier) ;
- Outils et matériel spécifiques pour la réparation de vélos (ex : pieds de montage) ;
- Outils de communication (flyers, affiches) ;
- Animations sur le campus et hors campus afin de faire connaître l’association, proposer des ateliers de réparation et recruter des bénévoles.

Partenaires mobilisés

Nantes Métropole

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

- La motivation de l’équipe projet est un des facteurs de succès essentiels.
- Un tel projet est reproductible pour peu que le porteur de projet dispose d’un local et d’un budget de fonctionnement minimum.
- Le succès de ce type de projet dépend également de l’accès au gisement de vélos en déchèteries ou par des partenariats passés au niveau local avec différents acteurs associatifs ou privés.

Difficultés rencontrées

-

Recommandations éventuelles

- Ouvrir les activités de réparation à tous, sans se focaliser sur le public jeune.
- Le discours de sensibilisation n’est pas fondamentalement différent d’un public à l’autre : Vélocampus axe sa communication sur l’accès à un service de réparation à moindre coût et sur le geste de ne pas jeter (cf. affiches avec message N’en jetez plus !)

Mots clés

REEMPLOI | MENAGE | JEUNESSE | DECHET ENCOMBRANT

Dernière actualisation

Août 2014
Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr
sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Direction régionale