UCLouvain

Faculté des sciences de la motricité

Vélo en entreprise : l'influence de la culture de mobilité des entreprises sur l'utilisation du vélo comme moyen de transport

Auteurs : COOLS Mathias, DEMARTEAU Ryan

Promotrice : BAUDUIN Ségolène

Co-promoteur : DE GEUS Sebastiaan

Année académique 2025-2026

Master en sciences de la motricité, orientation éducation physique [120.0] - EDPH2M, finalité didactique et finalité spécialisée : management des organisations sportives

UCLouvain FSM : Déclaration d'utilisation des aides et outils Intelligence Artificielle (IA)

J'ai utilisé l'IA pour ce projet :	◉ Oui ○ Non

Si vous avez utilisé l'IA dans ce travail, veuillez préciser comment ci-dessous :

Texte (par exemple, vérification orthographique, génération de texte, production d'idées, ...)

Le cas échéant, veuillez résumer (500 caractères maximum):

L'IA Gemini et Copilot ont été utilisées pour vérifier l'orthographe, reformuler certaines phrases ou paragraphes afin de les rendre plus fluides ainsi que pour générer des titres accrocheurs. Elles nous ont également permis de créer le questionnaire à partir de notre contexte théorique.

Images

Le cas échéant, veuillez résumer (500 caractères maximum):

Code, aide à la programmation, ou algorithmes

Le cas échéant, veuillez résumer (500 caractères maximum):

Autres utilisations

Le cas échéant, veuillez résumer (500 caractères maximum):

Ressortir les points essentiels afin que nous puissions écrire l'abstract de manière synthétique ainsi que d'identifier plus rapidement certains extraits et citations pertinents (Gemini Notebook).

Je connais les règles de l'UCLouvain en matière d'intelligence artificielle. Je déclare que toute utilisation d'aides ou d'outils d'intelligence artificielle est explicitement mentionnée dans le présent formulaire de déclaration.

Nom	COOLS et DEMARTEAU	*Prénom*	Mathias et Ryan

Remerciements

Nous tenons à remercier notre promotrice, Bauduin Ségolène, pour nous avoir proposé ce sujet et guidés dans la création de ce mémoire.

Nous remercions également les « mobility managers » des 17 entreprises participantes pour la complétude de leurs réponses et leur investissement dans notre projet.

Finalement, nous voulons vivement remercier nos familles et proches pour leur soutien continu et leurs relectures tout au long de la rédaction de ce mémoire.

Table des matières

Introduction 1
- Les avantages sociétaux du vélo 2
- L'impact du vélo sur la santé physique 4
- L'impact du vélo sur la santé mentale 5
- Les enjeux environnementaux et écologiques 5
- L'enjeu urbain 6
- La mobilité en Wallonie et à Bruxelles 6
- La mobilité au sein des entreprises 7
- La théorie des pratiques sociales (SPT) 8

Revue de littérature 10
- Le vélo comme alternative de mobilité pendulaire 10
- Les freins environnementaux 11
- Le vélo à assistance électrique (VAE) comme facilitateur. 12
- L'impact de l'entreprise sur les transports actifs 12
  - Les mesures mises en place par les entreprises reconnues comme favorables au vélo 13
  - L'importance de la localisation du lieu de travail sur le choix modal 14

Méthodologie mémoire 14
- Approche générale 14
- Collecte des données 15
  - Échantillonnage 15
  - Définition de la "culture vélo" 15
  - Définition opérationnelle 16
  - Justifications des seuils 16
  - Guide d'entretien 18
- Analyse des données 18
  - Transcription et codage 18
  - Objectifs de la triangulation 19
- Limites méthodologiques 20
  - Biais de désirabilité sociale 20
  - Biais lié à la participation volontaire des mobility managers 20
  - Échantillon non représentatif 20

Résultats 20
- Pertinence des facteurs choisis pour différencier les FCV et fcv 20
  - Facilitateurs de la pratique : l'offre du leasing 21

Douches et vestiaires en entreprise : lever la crainte de l'inconfort pour pérenniser la pratique du vélo 22
L'omniprésence du parking sécurisé : un équipement universel en entreprise 23
L'influence du plan de mobilité sur les choix de transport 24
Perception positive de l'existence d'incitation financière 26
Analyse des différences dans les FCV et fcv 27
Matériels 27
Compétences 29
Règles et organisation 30
Significations et culture collective 32
Tableaux récapitulatifs des résultats 38
Discussion 39
Matériels et infrastructures 39
Interprétation de l'impact de la proximité des pistes cyclables. 39
Les infrastructures d'accueil des entreprises. 40
Le leasing vélo 40
Compétences 41
Règles et organisation 41
Significations et culture collective 42
Analyse des stéréotypes dans les FCV et fcv 42
Interprétation de la perception du vélo (neutre, positive ou négative) 43
Interprétation de l'impact d'actions de sensibilisation 44
Interprétation de la hiérarchie des leviers motivationnels 44
Interprétation des freins majeurs à l'utilisation du vélo 45
Limites 46
Limites liées à l'échantillonnage 46
Limites liées à la subjectivité des données recueillies 47
Limites géographiques 47
Limites méthodologiques liées à la classification FCV/fcv 47
Absence de données quantitatives auprès des employés 48
Perspectives 48
Interroger directement les employés 48
Développer une approche quantitative 48
Élargir le champ géographique 48
Réaliser des études longitudinales 49
Conclusion 49

Annexes 51
Structure de l'entretien : 51
Bibliographie 54
Abstract 64

Introduction

Aujourd'hui, se rendre sur son lieu de travail constitue un véritable défi en termes de ponctualité, d'organisation et de gestion du stress. Des recherches récentes (Barreck, 2025), illustrent une corrélation entre l'augmentation de la détresse psychologique par rapport à l'augmentation du temps de trajet pour se rendre au travail. En effet, des facteurs tels que les heures de déplacements, les embouteillages, les déviations ou encore le trajet des enfants vers leurs écoles sont, d'une manière ou d'une autre, chronophages et peuvent complexifier les déplacements à but professionnel. Cette problématique est d'autant plus présente et croissante en milieu urbain. Dès lors, le vélo pourrait être entrepris comme solution pertinente et accessible, par ces usagers qui peinent à se déplacer en ville pour se rendre sur leur lieu de travail. Une étude (Loong et al., 2017) illustre que les cyclistes se distinguent par un niveau d'énergie supérieur à l'arrivée, par rapport aux autres usagers ayant d'autres modes de déplacement, tout en étant les plus ponctuels. Cette réalité ne peut être que bénéfique pour les employeurs et pour l'avenir de l'entreprise.

Plus récemment, les entreprises proposent davantage de politiques de mobilité en lien avec le vélo. Certaines sociétés mettent à disposition des vélos ou développent des formules de leasing, car cela pourrait permettre d'aller vers une mobilité plus active, plus inclusive et plus écologique en Wallonie, en proposant aux employés des vélos de qualité. Des participantes à une étude (Boembeke, 2017) recommandent aux entreprises de proposer à leurs employés des équipements (parkings vélos sécurisés, douches, vestiaires, casiers) et la mise à disposition de vélos par un système de leasing. Elles suggèrent également aux entreprises d'établir une prime pour les personnes utilisant le vélo comme moyen de transport ou se rendant à pied au travail.

Depuis 2023, l'octroi d'une indemnité vélo aux travailleurs du secteur privé est rendu obligatoire en Belgique. Ce système permet la conversion de chaque kilomètre parcouru (pour se rendre sur le lieu de travail) en prime. Le montant minimal de l'indemnité est déterminé chaque nouvelle année. En 2026, les employeurs doivent verser un montant minimum de 0,30 euro par kilomètre réalisé à vélo. Ces incitants financiers proposés aux employés devraient favoriser

l'utilisation du vélo. Cependant, il semble que ces incitations ne suffisent pas. Le choix de prendre ou non le vélo est plus complexe que cela. Le comportement adopté par l'employé n'est pas uniquement une question financière, il se résume par une multitude de raisons (interpersonnelles, sociales, matérielles, …).

Les avantages sociétaux du vélo

Le vélo traditionnel fonctionne grâce à la force humaine déployée dans le pédalier, ce qui signifie qu'il ne consomme aucune énergie (autre que l'énergie mécanique produite par les muscles de l'utilisateur) et n'émet ni polluant, ni CO_2. L'augmentation de son utilisation de manière massive contribuerait à la réduction des gaz à effet de serre et à la pollution atmosphérique, améliorant la qualité de l'air en ville (Nematchoua, 2023). La Wallonie reconnait que le secteur des transports est un secteur critique dans la lutte contre le réchauffement climatique, puisqu'il se base essentiellement sur des énergies fossiles. Une transition vers une décarbonation est délicate, même si des objectifs de réduction de gaz à effet de serre ont été entrepris pour la région. La Wallonie s'est engagée à réduire ces émissions de 47 % pour 2030 par rapport à 2005 (Service Public de Wallonie Mobilité et Infrastructures [SPW MI] & Institut Wallon de l'Évaluation, de la Prospective et de la Statistique [IWEPS], 2025).

Le vélo permet également de réduire la pollution sonore. En l'occurrence, le fonctionnement des véhicules motorisés à l'aide d'énergies fossiles tels que les voitures, les motos et les bus produit des nuisances sonores. D'autant plus en ville, l'addition de ces nuisances peut impacter la qualité de vie des habitants et des travailleurs, contrairement au vélo, qui lui est complètement silencieux. Or, il arrive souvent que le trafic routier motorisé dépasse les 53 dB recommandés par l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) (Wogan, 2024). Cet excédent de bruit altère la santé mentale, physiologique (libère des hormones de stress) ainsi que le sommeil des citoyens. « Chaque augmentation de 10 dB de l'exposition au bruit des transports élève le risque de cardiopathie ischémique de 6 % » (Wogan, 2024, p.14).

Un autre avantage du vélo, c'est son faible encombrement et sa faible demande en logistique. Celui-ci nécessite très peu de place, que ce soit lors du déplacement sur la route ou lors de son stationnement. Il est également, plus aisé de garer son vélo en centre-ville que sa voiture. Par exemple, une place traditionnelle mesure environ 2,50 m x 5 m, ce qui requiert un espace de 12,5 m² par voiture. À titre de comparaison, sur ce même espace, nous pourrions à l'aide d'un support, stationner huit vélos. De plus, l'investissement d'un parking vélos est 50 fois moins cher qu'un parking dédié aux voitures (Nematchoua, 2023).

Depuis l'arrivée du vélo à assistance électrique (VAE), cet outil est vu comme un moyen de transport écologique. En effet, malgré les émissions émises par la fabrication du moteur et de la batterie, celui-ci reste un excellent moyen de transport durable et un petit consommateur d'énergie (Nematchoua, 2023). De plus, son moteur ne rejette pas de CO_2 dans l'atmosphère (Gojanovic et al., 2011) contrairement aux véhicules motorisés traditionnels. Le VAE permet de réduire la part d'effort faite par l'utilisateur comparativement à un vélo conventionnel. Le VAE permet de se déplacer d'un point A à un point B, par exemple le trajet du domicile au travail, en moins de temps et en moins d'effort par rapport au vélo conventionnel. Malgré la réduction de la production d'effort liée à l'utilisation du VAE, elle permet quand même de produire des bienfaits sur la santé (Gojanovic et al., 2011 ; Louis, 2012). C'est-à-dire que l'effort requis pour faire fonctionner le vélo électrique et se déplacer est suffisant pour être considéré comme une activité physique et permettrait ainsi d'atteindre les recommandations pour les adultes (Simons et al., 2009).

Dans ce contexte où la sédentarité grandit (Strain, 2024) et où les enjeux environnementaux appellent à repenser nos modes de déplacement, le vélo pourrait s'imposer comme une alternative crédible aux moyens de transport traditionnels. En effet, les besoins en activités physiques décrits par l'OMS pour un adulte pourraient être validés par les déplacements actifs effectués à vélo (Fishman et al., 2015). Une étude (Celis-Morales et al., 2017), reprenant plus de 260 000 sujets suivis pendant une période médiane de cinq ans, a comparé les effets des transports actifs (vélo et marche) par rapport aux transports inactifs (voiture et transport en commun) pour se rendre au travail, sur la santé. Les résultats montrent que les

transports actifs sont très positifs pour la santé. Le vélo est le plus protecteur, il est associé à un risque significativement plus faible de mortalité toutes causes confondues, d'incidence de cancer, de mortalité liée au cancer, d'incidence de maladies cardiovasculaires et de mortalité cardiovasculaire. Le vélo est plus protecteur que la marche, cela serait dû au fait que celui-ci demande une intensité d'exercice plus élevée à l'individu que la marche. L'étude révèle qu'il existe une relation dose dépendante. C'est-à-dire qu'au plus les travailleurs réalisent de trajets ou de kilomètres à vélo, au plus il y aura une réduction des risques (surtout au niveau cardiovasculaire).

L'impact du vélo sur la santé physique

De nombreuses études démontrent l'efficacité du cyclisme dans la prévention de maladies chroniques. En sollicitant simultanément le système cardiovasculaire et métabolique (Oja et al., 2011), le vélo constitue une activité physique sécuritaire, accessible à tous les âges et adaptée à différents niveaux de condition physique. Une pratique récréative hebdomadaire chez les personnes de 50 à 65 ans est notamment associée à une diminution significative de la mortalité toutes causes confondues (Østergaard et al., 2018). Le cyclisme représente également une alternative pertinente pour les personnes débutantes ou déconditionnées, car il entraîne moins de blessures, de dommages musculaires et d'inflammations que la course à pied (Videbæk et al., 2015 ; Nieman et al., 2014).

Une méta-analyse regroupant 21 études et plus d'un million de participants (Nordengen et al., 2019) montre que la pratique du vélo, qu'elle soit sportive, récréative ou utilitaire, réduit de 22 % le risque cardiovasculaire global par rapport aux modes de transport passifs. Les auteurs rapportent aussi une diminution de 16 % du risque de développer une maladie cardiovasculaire, de 17 % de la mortalité associée et de 25 % des indicateurs de mauvaise santé.

Sur le plan métabolique, le vélo est associé à une réduction de 36 % du risque combiné de surpoids et d'obésité, de 29 % du risque d'hypertension ainsi qu'à une baisse de 18 % du taux de triglycérides. Les bénéfices sont observés indépendamment du sexe et sans relation dose-réponse clairement établie (Nordengen et al., 2019).

Enfin, les déplacements actifs entre le domicile et le travail réduisent significativement le risque de diabète de type II pour une population d'âge moyen (entre 35 et 64 ans). Une pratique quotidienne d'au moins 30 minutes de marche ou de vélo est associée à une diminution de 36 % du risque, indépendamment de l'indice de masse corporelle (Hu et al., 2003).

L'impact du vélo sur la santé mentale

Le vélo exerce également des effets positifs sur la santé mentale et le bien-être. Une étude britannique menée auprès de 17 895 participants (Martin et al., 2014) montre que les utilisateurs de modes de transport actifs présentent un meilleur bien-être psychologique que les usagers de la voiture ou des transports en commun. Le passage d'un mode motorisé à un déplacement actif améliore durablement ce bien-être et réduit notamment le sentiment de tension ainsi que les difficultés de concentration.

Une revue de littérature portant sur 55 études internationales (Scrivano et al., 2024) confirme un effet globalement positif de la mobilité active sur le bien-être psychologique, sans mettre en évidence d'effets négatifs. Les principaux bénéfices concernent une plus grande satisfaction des trajets, une diminution du stress, une amélioration de l'humeur ainsi qu'une meilleure perception de l'état de santé. Ces résultats, corroborés par Lancée et al. (2017), montrent que les cyclistes présentent la meilleure humeur quotidienne. De plus, Mattisson et al. (2018) associent la mobilité active à une réduction de l'absentéisme et de certains indicateurs de santé. Ces bénéfices restent toutefois influencés par plusieurs facteurs. Des trajets dépassant 15 minutes peuvent diminuer la satisfaction et accroître l'anxiété (De Vos et al., 2022). Les environnements naturels favorisent davantage le bien-être que les milieux urbains (Glasgow et al., 2019), tandis que la saison, les conditions météorologiques et le statut socio-économique modulent également les effets observés (Pucci et al., 2012 ; Lira & Paez, 2021).

Les enjeux environnementaux et écologiques

La réduction des émissions de CO_2 constitue un enjeu majeur des politiques européennes de mobilité durable. Le secteur des transports représente environ 23 % des émissions liées à l'énergie (Sims et al., 2014). Une étude menée dans sept villes

européennes (Brand et al., 2021) montre que les déplacements quotidiens génèrent en moyenne 3,18 kg de CO_2 par personne, dont 70 % proviennent de la voiture contre seulement 1 % du vélo. Les déplacements domicile-travail constituent la principale source d'émissions (37 %), suivis des déplacements liés aux loisirs (34 %). Les cyclistes émettent ainsi 84 % de CO_2 en moins que les non-cyclistes.

La pollution sonore représente également un enjeu de santé publique. Une exposition prolongée au bruit du trafic favorise les troubles du sommeil, le stress chronique, l'hypertension, les maladies cardiovasculaires et les troubles anxieux (Moretti & Wheeler, 2024). À basse vitesse, le bruit provient principalement des moteurs thermiques, tandis qu'à vitesse élevée il est dominé par le roulement des pneus et l'aérodynamisme. Le développement des mobilités douces est donc particulièrement pertinent en milieu urbain, où les vitesses sont faibles.

L'enjeu urbain

L'usage individuel de la voiture constitue également un défi urbanistique en raison de l'espace qu'elle requiert. Selon Nello-Deakin (2019), une voiture stationnée occupe l'espace de dix vélos et son encombrement en circulation est environ 28 fois supérieur à celui d'un vélo. Cette différence s'explique notamment par les distances de sécurité et de freinage nécessaires à des vitesses plus élevées. Le développement du vélo apparaît ainsi comme une solution efficace pour réduire la congestion et optimiser l'utilisation de l'espace public.

La mobilité en Wallonie et à Bruxelles

« L'automobilité » reste très dominante en Belgique. Elle se définit par « le paradigme de mobilité centré sur l'automobile personnelle » (Laviolette, 2020). En Wallonie, en 2024, la part modale de la voiture couvre 72,8 % des trajets, le train lui couvre 7,3 %, la marche 6,9 %, le bus 6,4 %, 3,7 % correspondant à d'autres moyens de transports et 3 % au vélo (Service Public de Wallonie Mobilité et Infrastructures [SPW MI] & Institut Wallon de l'Évaluation, de la Prospective et de la Statistique [IWEPS], 2025). De plus, nous savons grâce à la même étude que les déplacements pendulaires, c'est-à-dire les trajets quotidiens de la population pour des motifs professionnels ou d'études, représentent 24,7 % des trajets des Wallons. Ceci est donc une variable sur laquelle les entreprises auraient un rôle à jouer, en

proposant des alternatives plus écologiques et durables que la voiture à leurs employés. En effet, d'un point vue écologique, celle-ci n'est pas la meilleure solution pour se rendre à son travail, étant donné que le taux d'occupation moyen des voitures particulières en Wallonie est de l'ordre de 1,35 occupant par voiture.

A Bruxelles, les pourcentages des modalités de transport sont bien différents. Les déplacements sont réalisés à 31 % à pied, 29 % se font en voiture, 27 % se font en transports en commun et 9 % à vélo. On sait également que 20 % des déplacements ont pour but de rejoindre le lieu de travail (Bruxelles Mobilité, 2025). On remarque dès lors que la mobilité à Bruxelles est plus durable et écologique qu'en Wallonie. Les chiffres montrent par ailleurs, qu'il y a proportionnellement trois fois plus de personnes qui se déplacent à vélo à Bruxelles qu'en Wallonie. Ceci est justifié par des trajets plus courts à Bruxelles, réalisés essentiellement en milieu urbain. Cependant, bien que les trajets soient de plus courtes distances à Bruxelles, la durée de déplacement est bien souvent semblable, voire supérieure au temps de déplacement des travailleurs wallons. Les raisons sont des vitesses de déplacement moins élevées (dues aux différents moyens de transport) ainsi qu'un réseau routier et de transport en commun saturé.

La mobilité au sein des entreprises

Dans certaines entreprises, des politiques de mobilité sont mises en place, afin d'offrir des avantages à leurs employés en termes de transports. Nous pouvons citer le leasing de voiture ou de vélo, le remboursement de titre de transport, le parking sécurisé, les vestiaires, les douches... Néanmoins, il existe peu d'études sur la mobilité en entreprise en Wallonie et à Bruxelles, surtout en ce qui concerne le vélo. Cependant, dans d'autres villes de pays européens, des études ont été réalisées à ce sujet. Ces dernières nous permettront d'avoir une idée générale de la répartition du choix du moyen de transport et une esquisse des facteurs favorisant et freinant l'utilisation du vélo comme dispositif pour se rendre au travail.

En Allemagne, une étude (Synek et al., 2018) a déterminé les facteurs poussant les entreprises et les employés à adopter (ou non) le leasing de vélo.

Pour les employeurs, les principaux moteurs privilégiant l'adoption sont : la santé et le bien-être (jusqu'à un tiers de jours de congé en moins pour les utilisateurs de vélos dans une entreprise étudiée), ensuite la logistique et l'environnement (réduction des places de parking coûteuses pour les voitures ainsi qu'une amélioration de l'empreinte carbone). Quant aux freins, l'étude relève des complexités administratives et fiscales, par exemple par rapport à la valeur résiduelle du vélo à la fin du contrat. La gestion des contrats, les cas de vol ou le départ imprévu d'un employé ajouteraient un surcroît de travail aux ressources humaines. Finalement, les employeurs présentent toujours des inquiétudes concernant les risques d'accidents, particulièrement pour les « speed pedelecs » qui ont des vitesses de déplacement plus élevées que les vélos traditionnels.

Les résultats obtenus au niveau des employés démontrent que le leasing vélo permet de réaliser des économies jusqu'à 40 % par rapport à un achat classique, d'accéder à des vélos haut de gamme tels que les vélos électriques et enfin de l'utiliser pour des déplacements privés ou d'en louer pour des personnes de la même famille. Le manque d'infrastructures comme les douches, les vestiaires ou des parkings sécurisés sur le site de l'entreprise sont les principaux freins. L'intérêt pour le vélo chez les employés chute drastiquement en automne et en hiver.

La théorie des pratiques sociales (SPT)

Il existe plusieurs types de facteurs favorisant et freinant l'adoption du vélo. Pour les classer et les identifier, notre étude s'appuiera sur « la théorie des pratiques sociales ». Celle-ci analyse les pratiques routinières en tenant compte de trois éléments fondamentaux (les constituants) : les significations (valeurs et normes), les matériaux (outils et infrastructures) et les compétences (savoir-faire) (Dubuisson-Quellier & Plessz, 2013).

A titre d'exemple, voici à quoi pourraient correspondre les constituants d'un employé se rendant à vélo selon la théorie des pratiques sociales :

> L'employé accorde de l'importance à son empreinte carbone concernant sa mobilité (significations).
>
> Il utilise le vélo comme moyen de transport, car il a accès à des pistes cyclables (infrastructures externes) le long de son trajet ainsi qu'à un

vestiaire et une douche (infrastructures internes) sur son lieu de travail (matériaux).

Il se sent apte à rouler à vélo sur la route, comme il l'utilisait déjà le week-end pour réaliser une activité physique (compétences).

Elle implique également de s'intéresser au lien entre les pratiques, par exemple la pratique du vélo avec celle du travail dans un bureau, et de découvrir ce qui pousse un employé de bureau à venir à vélo travailler. Ce modèle est particulièrement intéressant, car il permettra de dépasser l'idée que la décision de prendre son vélo est uniquement basée sur la volonté ou d'autres motifs rationnels tels que l'écologie.

Il existe d'autres piliers importants, comme la temporalité ou les routines. Venir à vélo au travail est-il compatible avec mon horaire ou les impératifs familiaux ?

Le vélo permet-il de respecter les rythmes sociaux « dictés » par une société, où le temps est une ressource limitée pour les employés ?

Il est décrit dans cette étude (Dubuisson-Quellier & Plessz, 2013) que les routines permettent d'alléger la charge mentale en évitant de devoir prendre des choix en permanence. Or, nous avons vu auparavant, que le vélo est peu utilisé contrairement à la voiture, celui-ci ne fait donc pas partie des habitudes de la majorité des Wallons et Bruxellois. La transition d'une mobilité centrée sur la voiture vers une mobilité tournée vers le vélo ou les transports en commun semble compliquée. Étant donné que la voiture est une pratique routinière ancrée dans le temps et socialement, chez les employés. En effet, changer une routine demandera un effort, qui pourrait bloquer le passage à l'acte et faire renoncer à tout changement en termes de mobilité.

Dès lors, nous pouvons établir notre question de recherche : « Comment la culture de mobilité des entreprises influence-t-elle la pratique du vélo comme moyen de transport chez leurs employés ? »

L'objectif de ce mémoire est d'explorer les différences de culture de mobilité à vélo entre plusieurs entreprises, afin d'identifier les facteurs de compétences, de significations et matériels qui favorisent ou freinent l'utilisation du vélo comme mode de transport par les employés.

L'objectif de ce travail est donc d'analyser le rôle que joue la culture de mobilité des entreprises dans la promotion du vélo comme moyen de transport, en identifiant les leviers encourageant son adoption et les obstacles qui persistent. Plus concrètement, il s'agira de comprendre comment les infrastructures, la perception de compétence des employés, les significations et perceptions du vélo au sein de l'entreprise se traduisent dans les comportements de mobilité.

Nous émettons l'hypothèse que : plus la culture de mobilité à vélo est développée et valorisée au sein d'une entreprise ; par des infrastructures, des règles, des significations (positives), et par une perception de compétence concernant l'utilisation du vélo ; au plus, les employés utiliseraient le vélo comme moyen de transport afin de se rendre sur leur lieu de travail.
Nous faisons ainsi l'hypothèse que plus une entreprise valorise la mobilité durable dans sa culture organisationnelle à travers une communication positive, un soutien institutionnel et des dispositifs concrets, plus les employés seront enclins à adopter le vélo comme mode de déplacement principal.

Revue de littérature

Le vélo comme alternative de mobilité pendulaire

Les entreprises sont des acteurs majeurs en termes de mobilité pendulaire et jouent un rôle primordial dans la transition vers une mobilité durable (Rodrigues et al., 2021). Face à de nombreuses problématiques climatiques et de santé liées à la sédentarité ou l'obésité grandissante dans le monde entier (NCD Risk Factor Collaboration, 2024), le vélo pourrait contribuer à résoudre ces enjeux majeurs.
Dans cette transition vers des villes plus durables, une étude (Havet & Bouzouina, 2026) a analysé les dispositions d'individus réalisant leurs trajets domicile-travail en véhicule motorisé. Les résultats montrent que 31 % des étudiants et 27,5 % des travailleurs sont prêts à passer à un mode de transport actif (marche ou vélo). Néanmoins, pour faciliter cette transition, les données montrent que des politiques ciblées ainsi que des infrastructures cyclables doivent être mises en place par les sociétés ou le campus. Il semble également qu'il existe un effet de « pairs », constituant un levier efficace pour ancrer les sujets dans la pratique. L'impact est

particulièrement élevé chez les étudiants, dont leurs habitudes de mobilité actuelles, influenceront leur mobilité future.

Une étude réalisée à Bogota en Colombie sur 376 travailleurs n'utilisant pas le vélo, expose l'impact des facteurs psychologiques sur la mobilité active. Le fait de s'identifier comme un cycliste et avoir confiance en ses compétences physiques ou techniques, sont des conditions essentielles pour changer les comportements des sujets (Márquez et al., 2024). Les barrières psychologiques majeures citées au sein de l'étude sont la peur du vol, l'exposition à la pollution, la météo et le risque d'accident. La notion de norme sociale ou de l'entourage réduit drastiquement l'adoption du vélo (Márquez et al., 2024). D'après le modèle statistique de la recherche, la construction de ces barrières psychologiques dépend du genre, de l'âge, du niveau d'éducation et du mode de transport d'origine. En effet, les femmes perçoivent moins les avantages et plus les désavantages du vélo que les hommes. Du point de vue des compétences, les travailleurs de moins de 45 ans se sentent moins aptes à se déplacer à vélo, que les employés plus âgés. Les travailleurs ayant comme moyen de transport d'origine la voiture ou la moto sont les plus difficiles à convaincre, car ils sont d'autant plus sensibles aux désavantages liés à la transition vers le vélo. Finalement, les travailleurs possédant un niveau d'étude faible (primaire ou secondaire), ressentent plus les désavantages du vélo, mais sont plus sensibles à l'opportunité d'économiser de l'argent grâce au vélo.

Les freins environnementaux

D'après une étude néerlandaise (Heinen et al., 2013), la distance domicile-travail est le facteur le plus important dans le choix modal. Au plus la distance est élevée, au plus la probabilité de venir au travail est faible. De plus, cette dernière s'amplifie en fonction du genre. Statistiquement, les femmes sont plus sensibles à la distance que les hommes et leur chance de prendre le vélo diminue.
Une barrière cruciale ressentie par les usagers du vélo est le sentiment d'insécurité sur la route (Iwińska et al., 2018 ; Tarasi et al., 2021). Ces derniers craignent aussi la mauvaise attitude des conducteurs de véhicule motorisé dans le cadre de dépassement.

Une autre étude (De Souza et al., 2014) évoque six freins à l'utilisation du vélo : le manque d'infrastructures telles que des parkings sécurisés ainsi que douches et vestiaires (Biernat et al., 2020) le manque de sécurité, la distance à réaliser, les compétences (habiletés et condition physique), la pente et le climat.

Le vélo à assistance électrique (VAE) comme facilitateur.

Le VAE permet de contrer des difficultés que certains utilisateurs pourraient rencontrer (Jahre et al., 2019). Comme le relief, le VAE faciliterait l'utilisateur dans des parcours avec un important dénivelé positif, rendant le trajet moins fatigant. Il permet également aux cyclistes de parcourir de plus grandes distances en repoussant le facteur limitant (la distance du trajet) en acceptant de réaliser plus de kilomètres pour se rendre au travail avec un VAE plutôt qu'un vélo traditionnel. Concernant le temps de trajet, le VAE propose une vitesse de déplacement très compétitive par rapport aux transports en commun, voire par rapport à la voiture (par exemple dans le cas de Bruxelles). De plus, étant donné que l'effort fourni est plus faible que le vélo traditionnel pour une même vitesse, les contraintes liées à l'hygiène (transpiration) sont réduites. Ce qui diminue considérablement la nécessité de devoir prendre une douche avant de pouvoir travailler. Ces avantages permettent d'élargir le public cible relatif aux déplacements pendulaires du cycliste engagé à un individu complètement sédentaire.

L'impact de l'entreprise sur les transports actifs

Une étude réalisée sur des employés de bureau au Japon (Watanabe et al., 2018), montre que les travailleurs non soutenus par une politique de mobilité active ne s'engagent naturellement pas vers le transport à vélo ou à pied. En revanche, elle met en avant qu'un environnement professionnel propice aux transports actifs (horaires flexibles, infrastructures sportives, politique de l'entreprise) peut impacter l'autorégulation des employés et augmenter la fréquence des transports actifs par les employés.

Il semble possible de transformer une mobilité en entreprise axée essentiellement sur la voiture vers une mobilité plus active en recourant à des mesures (plan de mobilité durable d'entreprise) et des infrastructures physiques propices à celle-ci

(Jiménez et al., 2020). Cet ouvrage espagnol, montre qu'il existe une forte dépendance automobile pour aller travailler, 67 % des employés prennent la voiture (seulement 5 % d'entre eux pratiquent le covoiturage). Une des raisons plausibles, est que 77 % des employés trouvent qu'il manque d'infrastructures sécurisées pour les vélos et 76 % des travailleurs avancent que l'environnement piétonnier est inadapté. Pour résoudre cette problématique, les chercheurs proposent de créer un chemin accessible uniquement aux vélos, aux piétons ainsi qu'aux trottinettes. Il est également intéressant de réorganiser le parking et sa structure afin d'accueillir plus de vélos, d'être capable de contrer les fortes pluies possibles. Finalement, ils proposent d'établir des politiques flexibles dans le but de promouvoir les transports actifs comme la possibilité d'aménager son horaire ou de mettre en œuvre un service de location de vélo.

Lors d'une étude au Royaume-Uni (Page & Nilsson, 2017), des vélos à assistance électrique ont été prêtés aux travailleurs pour réaliser leurs trajets domicile travail. Les chercheurs ont relevé plusieurs effets sur le comportement. Tout d'abord, il y a une augmentation des comportements productifs au travail (organisation). Les cyclistes ont des comportements plus positifs au travail au début et au milieu de journée par rapport aux transports passifs. Ces mêmes travailleurs ont vu leur santé physique et psychologique s'améliorer (établi par le questionnaire GHQ12). Ils ressentent plus d'affects positifs et moins d'affects négatifs. Finalement, l'étude montre que les craintes à l'égard du vélo telles que la sécurité, l'état des routes et le relief ont été diminuées après cet essai. Seule la barrière météorologique n'a pas été réduite.

Les mesures mises en place par les entreprises reconnues comme favorables au vélo

Une étude américaine (Vairo et al., 2017) met en avant les meilleures pratiques favorisant le vélo au sein de sociétés reconnues comme « pro-vélo ». Les résultats montrent l'importance de la présence d'un garage vélos intérieur et sécurisé, d'outils de réparation, d'accès sécurisés à l'entreprise par des pistes cyclables, ainsi que la présence de douches et de vestiaires. L'entreprise doit s'assurer que ses employés disposent de toutes les compétences requises pour se déplacer en toute sécurité. Il est nécessaire de créer un environnement et une culture favorable au

vélo par des incitations financières telles que des remises dans des magasins de sports, la prise en charge des entretiens ou le remboursement d'un abonnement de vélos en libre-service.

L'importance de la localisation du lieu de travail sur le choix modal

Le choix du moyen de transport pour se rendre au travail est influencé par des critères d'accessibilité géographique et de facteurs économiques liés au stationnement (Pritchard & Frøyen, 2019). Le déménagement d'une entreprise ou de bureaux de la périphérie vers la ville, augmente de façon spectaculaire la part de l'utilisation du vélo (passant de 10 % à 28 %). La distance domicile-travail est réduite ainsi que le temps moyen du trajet réalisé à vélo. Cette transition due à la relocalisation de l'entreprise a permis à ses employés de diminuer de 69 % ses trajets en voiture. Une des raisons relevées est l'obligation de payer son stationnement en centre-ville, alors qu'il était gratuit en périphérie.

Méthodologie mémoire

Approche générale

Notre étude s'inscrit dans une démarche qualitative exploratoire, visant à analyser en profondeur les mécanismes influençant la culture vélo en entreprise. Contrairement aux approches quantitatives, qui mesurent des corrélations statistiques, cette méthode permet de saisir les nuances des perceptions, des freins et des leviers subjectifs liés à la mobilité à vélo, en tenant compte du contexte spécifique de chaque organisation.

L'étude s'appuie sur la théorie des pratiques sociales (Shove et al., 2012), qui décompose les comportements humains en trois dimensions interdépendantes. Tout d'abord les matériaux, c'est-à-dire les infrastructures et les équipements (parkings sécurisés, douches, offres de leasing vélo). Ensuite, les significations telles que les valeurs et les normes associées au vélo (écologie, santé, image de l'entreprise). Finalement, les compétences qui se définissent par le savoir-faire des employés (gestion des trajets, entretien du vélo).

Ce cadre théorique permet de répondre à notre question de recherche : « Comment la culture de mobilité des entreprises influence-t-elle la pratique du vélo comme moyen de transport chez leurs employés ? » en analysant la manière dont ces trois dimensions interagissent pour favoriser ou limiter l'usage du vélo.

Notre choix de recueillir des données qualitatives se justifie par le fait que la mobilité à vélo en entreprise est un phénomène complexe, influencé par des facteurs organisationnels, individuels et environnementaux. Une approche qualitative est donc pertinente pour explorer les perceptions subjectives des employés (sentiment de sécurité, motivation), identifier des blocages non anticipés (peur des vols, manque de temps pour se doucher), croiser les discours des mobility managers (politiques de l'entreprise) avec ceux des employés (expérience terrain).

Collecte des données

Échantillonnage

Dans le cadre de cette étude portant sur l'influence de la culture vélo en entreprise sur les pratiques de mobilité des employés, nous avons interrogé les mobility managers de 17 entreprises situées en Wallonie et à Bruxelles. Le critère de sélection principal reposait sur la présence d'un mobility manager au sein de l'entreprise. Ce dernier constitue en effet un interlocuteur clé pour comprendre les politiques de mobilité mises en place ainsi que les dispositifs favorisant ou non l'usage du vélo dans les déplacements domicile-travail.
L'objectif de cet échantillonnage était de recueillir des données variées concernant les infrastructures disponibles, les politiques de ressources humaines liées à la mobilité ainsi que les perceptions associées à l'usage du vélo en entreprise.

Définition de la "culture vélo"

La culture vélo en entreprise désigne un ensemble de significations, d'infrastructures, de compétences et de règles (initiatives managériales) qui privilégient l'usage du vélo comme mode de transport pour les trajets domicile-travail. Ce concept s'inspire de la théorie des pratiques sociales (Shove et al., 2012), qui analyse les comportements humains à travers ces quatre dimensions interdépendantes.

Dans le contexte professionnel, une forte culture vélo se manifeste lorsque ces quatre dimensions sont alignées. Elle ne se limite pas à la présence d'infrastructures, mais inclut également (Pucher & Buehler, 2012) des règles et politiques ce qui veut dire un engagement managérial accru (soutien des dirigeants, budget dédié). Elle requiert des compétences indispensables pour circuler à vélo ainsi que des compétences supplémentaires comme la capacité à le réparer ou à gérer le trafic renforçant le sentiment d'auto-efficacité. Le renforcement de cette culture est lié également aux perceptions et émotions positives associées à celui-ci. Ces éléments conduisent à l'émergence d'une norme sociale en faveur du vélo, se traduisant par l'adoption effective des employés (ex. : % d'usagers réguliers).

Définition opérationnelle

Pour évaluer le niveau de culture vélo d'une entreprise dans le cadre de cette étude, nous avons retenu trois critères objectifs, inspirés de la littérature sur les théories de pratiques sociales et adaptés à notre terrain. Pour classer nos entreprises, nous décidons de ne pas nous baser sur les compétences ni sur les émotions/perceptions liées au vélo, étant donné le caractère plus subjectif et donc plus dépendant du répondant. Une entreprise est considérée comme ayant une forte culture vélo si elle remplit au moins deux des trois critères suivants, dont obligatoirement celui lié à l'engagement des employés.

Critères	Indicateurs	Seuil pour une forte « culture vélo »
Infrastructures	Parkings vélo sécurisés. Douches et vestiaires. Ateliers de réparation ou partenariats avec des réparateurs locaux.	Au moins 2 infrastructures parmi les 3 listées.
Politique RH (règles en faveur du vélo)	Leasing/prêt de vélo. Communication interne régulière (emails, événements dédiés).	Au moins 1 politique parmi les 2 listées.
Présence d'une norme : Engagement employé	% d'employés venant à vélo au moins une fois par semaine	≥3 % des employés.

Justifications des seuils

Légitimation du seuil de 2 critères sur 3

Le choix de retenir un seuil de 2 critères sur 3 visait à trouver un équilibre entre des critères trop stricts et trop permissifs. En effet, un seuil de 3 critères sur 3 aurait

conduit à exclure certaines entreprises déjà fortement engagées dans la promotion du vélo, mais ne répondant pas encore à l'ensemble des critères. À l'inverse, un seuil de 1 critère sur 3 aurait permis d'inclure des entreprises dont l'engagement restait très limité. Les études sur la mobilité durable (Heinen et al., 2010) montrent que les entreprises combinant infrastructures ainsi que les politiques RH ont un taux d'usage du vélo 2 à 3 fois supérieur à celles qui n'en ont qu'une seule.

Seuil de référence de la culture vélo

En 2025, le gouvernement wallon a recensé les différents moyens de transport de ses habitants. La part modale du vélo s'élevait à 3 % (Service Public de Wallonie [SPW] & Institut Wallon de l'Évaluation, de la Prospective et de la Statistique [IWEPS], 2025).

Nous avons décidé de prendre ce pourcentage comme point de rupture entre une faible et une forte culture vélo au sein de l'entreprise.

Impact des infrastructures et des politiques RH

L'absence de parkings sécurisés et de douches sont les deux freins les plus cités par les employés dans la littérature (Rietveld & Daniel, 2004). Les ateliers de réparation (partenariats avec des réparateurs locaux) sont moins courants, mais fortement incitatifs. Ils permettent de développer une intelligence pratique ("learning by doing") qui renforce le sentiment d'auto-efficacité et l'autonomie des employés face aux problèmes techniques (Schwanen et al., 2012). Le leasing vélo est un levier puissant. En Allemagne, les entreprises qui le proposent ont 30 % d'usagers en plus (Pucher & Buehler, 2012). La communication sous forme de campagnes internes ou événements est souvent négligée, mais essentielle pour sensibiliser les employés. En valorisant l'image du vélo, ces stratégies influencent directement les croyances collectives et les attitudes au sein de l'environnement de travail, favorisant ainsi l'adoption du mode cyclable (Heinen et al., 2013).

Sélection et répartition des entreprises participantes

Les entreprises ont été contactées via différents moyens de communication. Tout d'abord via des réseaux professionnels comme « LinkedIn ». Ensuite, nous avons utilisé des plateformes spécialisées dédiées à la mobilité, telles que : « Mobility Lab » à Bruxelles ou « Wallonie Mobilité ». Nous avons également contacté un

ensemble d'entreprises par mail ou par le formulaire de contact fourni sur leur site internet officiel.

Finalement, nous avons sollicité les « mobility managers » ayant répondu à notre entretien pour nous mettre en relation avec d'autres professionnels aptes à participer à notre étude.

À la suite de nos critères concernant la culture vélo, nous avons retenu huit entreprises comme ayant une forte culture vélo (FCV) contre neuf entreprises ayant une faible culture vélo (fcv). Étant donné que les deux populations ne sont pas strictement égales, nous exprimerons les résultats en pourcentage. Ces entreprises étaient réparties en Wallonie et en Région Bruxelles-Capitale.

Guide d'entretien

Les entretiens proposés au sein de l'étude sont semi-directifs, durant approximativement 45 minutes. Ils ont été structurés autour des trois dimensions de la théorie des pratiques sociales.

Pendant ces entretiens, 20 questions fixes étaient posées, mais avec une liberté de pouvoir ajouter des sous-questions en fonction des réponses des participants. L'idée est de comprendre les spécificités de chaque entreprise et de comprendre l'existence des différences de mobilité d'une entreprise à l'autre.

Analyse des données

Transcription et codage

Les entretiens ont été enregistrés (avec accord des participants) et transcrits intégralement à l'aide de la fonction transcrire de Word. Nous avons utilisé le logiciel Taguette pour organiser et analyser les données par thème. Nous avons classé les résultats selon différentes marques, inspirés des pratiques sociales (compétences, infrastructures, règles et significations). Les données ont été anonymisées.

Après la transcription intégrale des entretiens, chaque verbatim a été importé dans le logiciel Taguette afin de réaliser un codage thématique. Les extraits pertinents ont été associés à un ou plusieurs codes représentant leur contenu (par exemple : parking sécurisé, indemnité vélo, peur de la circulation, image du vélo, formation à la sécurité routière). Les codes ont été créés de manière déductive à partir du cadre

théorique de la théorie des pratiques sociales, tout en restant ouverts à l'apparition de nouveaux thèmes lorsque certains éléments ne correspondaient pas aux catégories initialement prévues.

À partir de ces codes, nous avons sélectionné certains thèmes clés pour construire nos tableaux Excel, en nous appuyant précisément sur les 20 questions de notre guide d'entretien. Chaque question, ancrée dans le modèle de la théorie des pratiques sociales, explorait une dimension spécifique : par exemple, les infrastructures (comme les parkings vélos) relèvent directement des matériaux dans la SPT. De cette manière, chaque indicateur sélectionné trouve sa justification dans le cadre théorique. Ainsi, les tableaux comparatifs que nous avons créés, en distinguant les entreprises à forte et faible culture vélo, reflètent directement les catégories que nous avions prévues dès le départ, en parfaite cohérence avec notre cadre conceptuel.

Afin de renforcer la validité de nos résultats, nous avons utilisé une triangulation des données (Denzin, 1978), en croisant trois sources : premièrement, les entretiens semi-directifs avec les mobility managers, pour recueillir leurs perceptions subjectives. Deuxièmement, l'analyse des politiques internes (chartes mobilité, offres de leasing vélo) et des communications (emails, affiches). Ces documents fournissent une vision officielle des politiques mises en place par l'entreprise.

Troisièmement, l'estimation du pourcentage d'employés venant à vélo, fournie par les mobility managers et les employés, pour croiser les perceptions avec une donnée quantitative. Lors des entretiens, nous avons demandé aux mobility managers et aux employés d'estimer le pourcentage d'employés venant à vélo au moins une fois par semaine. Cette donnée, bien qu'approximative, permet de croiser les perceptions subjectives avec une mesure quantitative. Cette approche permet de limiter les biais liés à une seule source (surestimation de l'usage du vélo par les employés) et d'approfondir l'analyse des freins et des leviers à la mobilité vélo (Patton, 2015).

Objectifs de la triangulation

Cette méthode permet tout d'abord d'identifier les incohérences entre les discours (entretiens), les politiques officielles (documents) et les données quantitatives (estimations). Par exemple, si une entreprise promeut activement le vélo dans sa

charte de mobilité alors que seul 1 % des employés l'utilisent, cela met en évidence un décalage entre les intentions affichées et les pratiques réelles.
Ensuite, d'approfondir l'analyse en contextualisant les réponses des participants.
Enfin, celle-ci permet de limiter les biais liés à une seule source, tels que : le biais de désirabilité sociale (les employés peuvent surestimer leur usage du vélo), le biais des mobility managers (ils peuvent minimiser les freins pour valoriser leur politique).

Limites méthodologiques

Biais de désirabilité sociale

Il est possible que diverses données issues des entretiens aient été inconsciemment influencées par les participants. Ceux-ci peuvent surestimer leur usage du vélo ou minimiser leurs réticences par crainte de jugement.

Biais lié à la participation volontaire des mobility managers

Les entreprises s'investissant pour répondre à nos interviews pourraient être uniquement celles engagées dans la mobilité durable. Par contre, des entreprises sans politique de mobilité ne prendraient peut-être pas le temps de répondre.

Échantillon non représentatif

Notre étude se limite à des entreprises wallonnes et bruxelloises, ce qui restreint la généralisation des résultats. Cependant, cette recherche vise une compréhension approfondie des mécanismes plutôt qu'une représentativité statistique. Cet échantillon donne toutefois un aperçu enrichissant des dynamiques de mobilité au sein des entreprises en Wallonie et à Bruxelles. Il serait intéressant de comparer les données obtenues à d'autres régions ou pays limitrophes.

Résultats

Pertinence des facteurs choisis pour différencier les FCV et fcv

Les graphiques et les citations suivantes ont pour but de montrer la pertinence des critères permettant de classer les entreprises soit comme ayant une FCV ou une fcv.

Facilitateurs de la pratique : l'offre du leasing

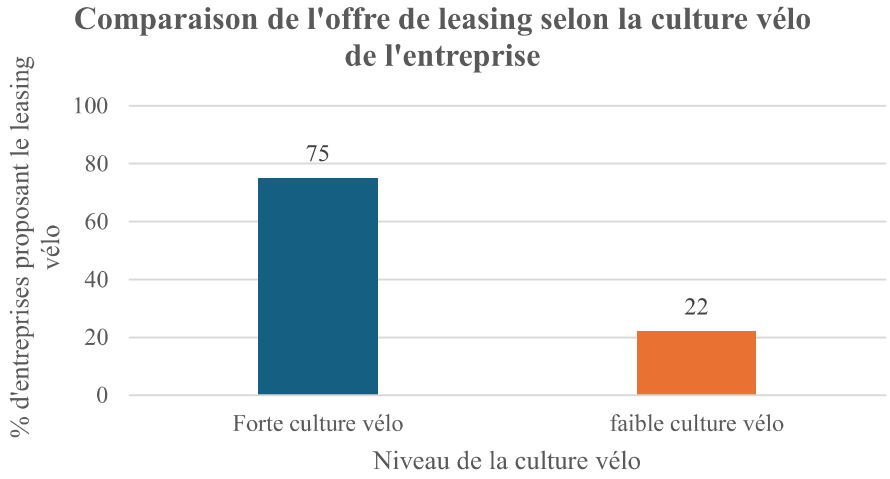


Figure 1 : pourcentage d'entreprises proposant le leasing vélo en fonction du niveau de la culture vélo

75 % des entreprises avec une forte culture vélo (FCV) proposent un service de leasing contre uniquement 22 % des entreprises ayant une faible culture vélo (fcv). Cet écart, prévisible, fait du leasing vélo un véritable critère de différenciation entre les cultures vélo. Nous avons relevé deux raisons montrant l'intérêt du leasing.

Premièrement, l'avantage fiscal :

« Ils sont rémunérés avec un salaire brut et il y a une partie de leur salaire qui est consacrée, enfin qu'ils peuvent consacrer à l'achat de différents produits qui sont en général fiscalement avantageux pour eux ».
« Donc, c'est-à-dire qu'ils peuvent échanger une partie de leur salaire à concurrence, aller jusqu'à un certain maximum ».
« Ils ont la possibilité de commander le vélo via leur leasing et donc ça c'est relativement avantageux puisqu'ils le payent en fait, on déduit le vélo de leur salaire brut. »

Deuxièmement la possibilité d'avoir un vélo haut de gamme qui n'était pas accessible pour certains travailleurs :

« Selon moi, il faut une aide financière à l'achat d'un vélo électrique. La possibilité le leasing vélo. Je pense que ça reste un frein économique, y a rien à faire quoi. »
« C'est très positif et on voit que les gens recommandent, donc quand ils arrivent au bout de leur leasing, ils recommandent et il y en a même qui veulent stopper leur leasing plus tôt pour pouvoir recommander plus tôt encore un autre vélo ».
« Le fait qu'il y ait un bike lease a permis à certains d'acheter des vélos électriques. Ce que tout le monde ne peut pas se permettre. [...] Le vélo électrique on va dire a comblé le frein sportif. »

« Ils ont accès donc au vélo dans les plans cafétéria. C'est quelque chose qui a quand même beaucoup de succès chez nous. [...] Je pense qu'on est à peu près à 6 000 ou 7 000 vélos maintenant dans la flotte chez nous. »
« Mais de nouveau, soit on en a un et on l'utilise juste. Et là, c'est l'économie. Si on doit acheter un vélo électrique, enfin à assistance électrique, ça représente un sacré budget. Et donc voilà, si on peut le faire dans un cadre. Financièrement intéressant pour la personne avec une aide quelconque. Là, je pense que certaines personnes pourraient être prêtes à faire le pas. Oui mais… Pour certains, c'est juste impossible d'acheter un vélo à 1 500 2 000€. »
« Soit ils achètent le vélo en réduisant leur salaire brut [...] ils profitent d'un avantage fiscal [...] à la fin du leasing [...] il n'a pas perdu d'argent avec ça. »

L'absence de leasing vélo est perçue comme un frein à l'augmentation du nombre de pratiquants :

« Au niveau du leasing vélo, c'est une mesure sur laquelle on travaille actuellement, on sait que ça va avoir un impact important quoi. »
« Et maintenant qu'on a le leasing, il ne reste plus grand-chose comme frein [...] ceux qui prennent un leasing vélo s'engagent à venir 20 % du temps à vélo. »
« Je crois que le leasing vélo, ça serait vraiment un plus. »

Douches et vestiaires en entreprise : lever la crainte de l'inconfort pour pérenniser la pratique du vélo

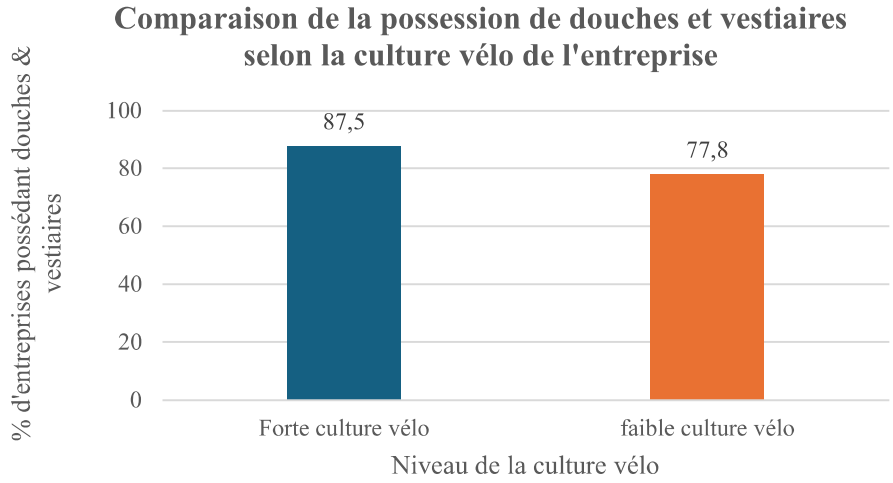


Figure 2 : pourcentage d'entreprises possédant des douches et des vestiaires en fonction du niveau de la culture vélo

87,5 % des entreprises avec une FCV possèdent des douches et des vestiaires contre 77,8 % dans les fcv.

Ce facteur pourrait encourager ou du moins faciliter la venue au travail. Les douches et les vestiaires permettraient de répondre à la crainte d'arriver souillés au travail :

« Je sais qu'en été quand il fait quand même très chaud et que tu viens à vélo, ce n'est pas le but d'être puant au bureau ou d'avoir sué. Donc effectivement, là, il y a

des douches de disponibles pour se laver. Nous avons également des petits casiers en haut dans les bureaux dans lesquels ils peuvent éventuellement stocker du coup les vêtements. »
« Et alors la possibilité, ça oui, très importante de pouvoir se changer et/ou se rafraîchir quand on fait le trajet. Donc ça, les douches, ils répondent aussi. [...] Souvent, c'est lié au dress code pour enfin, il y a beaucoup d'entreprises, faut venir en chemise donc forcément s'il n'y a pas de douche, il n'y a pas de vestiaire et qu'on doit venir à vélo, bah c'est impossible en fait. »

En revanche, le manque de douches peut être considéré comme un obstacle :

« Et alors la présence de douches aussi parfois quand l'entreprise n'est pas équipée de locaux avec des douches. Ça clairement, parfois pour des gens qui... je sais que ça peut être parfois bloquant. »
« La douche est nécessaire s'il y a du relief. »

L'omniprésence du parking sécurisé : un équipement universel en entreprise

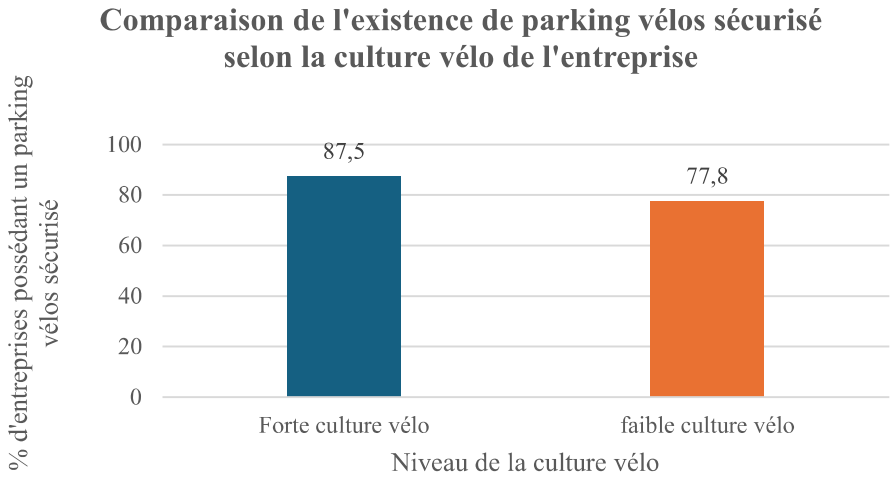


Figure 3 : pourcentage d'entreprises possédant un parking vélos sécurisé en fonction du niveau de la culture vélo

87,5 % des entreprises ayant une FCV possèdent des parkings vélos sécurisés contre 77,8 % des entreprises à fcv. Le parking vélos sécurisé ainsi que les douches et les vestiaires sont les critères les moins discriminants. La sécurité du stationnement du vélo semble un facteur déterminant pour les managers :

« Le parking pour moi, c'est un point sur lequel, en tout cas, nous avons l'impact, donc il faut des espaces de stationnement de qualité pour que les gens viennent à vélo. Pour moi, c'est clair. »
« On essaie d'installer des parkings vélos pour aussi effectivement inciter les gens à venir en vélo. »
« [...]dans les plans cafétéria, comme c'est financièrement attractif, ils ont tendance à prendre quand même des vélos avec des valeurs catalogue assez élevées. On ne parle pas du vélo à 1 000€, les gens se font vraiment plaisir. [...] Et donc les gens, allez, font attention évidemment à ne pas se faire voler leur vélo. Et donc il y a une

demande de pouvoir vraiment garer son vélo avec des infrastructures qui sont sécurisées. »
« [...] il y a de plus en plus de vélos qui sont de plus en plus lourds, de plus en plus chers, donc nos parkings doivent toujours être plus sécurisés. »
« Ben donc là effectivement, depuis plusieurs années maintenant, on travaille sur tout ce qui est parking vélos sécurisé, parking libre d'accès, mais confortable avec un minimum de sécurité également. [...] D'infrastructures et on voit qu'effectivement ça a un impact et qu'ils sont de plus en plus remplis. »

Posséder un parking vélos sécurisé ne solutionne pas la peur du vol :

« En fait, même si on a mis en place des parkings vélo, certains ne sont pas utilisés ou sont utilisés en partie parce que la crainte du vol est quand même bien présente chez le cycliste. Je peux comprendre quand on a un vélo qui coûte 2 000 ou 10 000 euros. On n'a pas envie de se voir voler son vélo. [...] certains ont peur d'attacher leur vélo à l'infrastructure [...] ils préfèrent le mettre dans leur bureau. »

L'encombrement des espaces de stationnement actuels nuit au confort des cyclistes.

« Mais donc ce qu'on fait, c'est qu'on a juste un garage dans notre entreprise où on parque à l'intérieur tous nos vélos. Mais ça commence à devenir un petit peu chargé. [...] Donc c'est vrai que ça peut être un frein, je pense, ce serait plus agréable d'avoir un parking sécurisé extérieur où on pourrait parquer notre vélo sans problème. »

L'influence du plan de mobilité sur les choix de transport

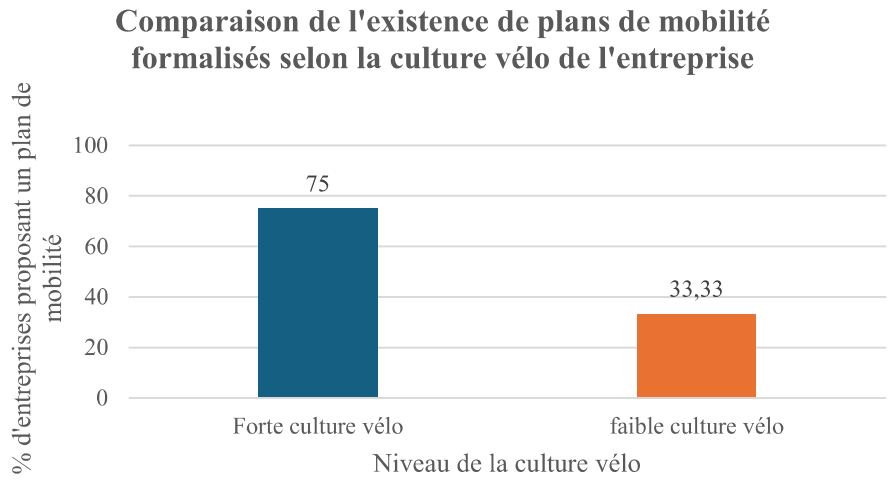


Figure 4 : pourcentage d'entreprises possédant un ou plusieurs plans de mobilité formalisés en fonction du niveau de la culture vélo

75 % des entreprises avec une FCV possèdent un plan de mobilité formalisé contre uniquement 33,3 % des entreprises avec une fcv. Lorsqu'un plan de mobilité est bien installé au sein d'une société, le vélo y occupe bien souvent une place, ce qui ouvre des opportunités aux employés :

« Donc on a, on a construit un plan mobilité. Enfin, c'était déjà existant, mais on a essayé de formaliser ça au mieux [...] Et donc le vélo, c'est un peu la star du plan mobilité quand même. Et on a mis depuis trois ans en place un bike list qui a assez de succès. »
« On a même récemment réalisé une étude complète sur les habitudes de déplacements des agents [...] on a vraiment un cadre et une vision de ce vers quoi on va. En 2014 il y avait 2 %, donc ici en 10 ans, on a fait fois trois, on voit que les politiques qui sont menées en interne pour promouvoir le vélo, ça fonctionne vraiment. »
« Nous, on propose une politique de déplacement d'entreprise qui tend vers les modes de déplacement plus durables, et notamment le vélo. On essaie justement de casser ces stéréotypes. »

Certaines entreprises se fixent des buts concrets :

« Donc il y a vraiment un plan et donc l'obligation légale de plan de déplacement d'entreprise qui a lieu tous les trois ans. Dans trois ans, on veut augmenter la part modale du vélo de 3 % [...] Et donc chaque année, on regarde si notre objectif est rempli ou pas et quelles mesures on va mettre en place. »

L'absence de plan formalisé, de politique ou de budget alloué, ralentit l'usage du vélo comme moyen de transport pour se rendre au travail. Ces entreprises ne s'y opposent pas, mais en se plaçant de manière neutre, il y a peu de chances que les employés choisissent ce moyen de locomotion :

« Il n'y a pas de plan de mobilité réellement pour ce qui est du vélo. Il n'y a rien qui encourage les gens à venir en vélo, on laisse le choix du moyen de transport. »
« La politique d'entreprise chez nous ne pousse pas à l'utilisation du vélo. Soyons francs, on n'a pas un budget mobilité, on n'a pas des prix exceptionnels parce que tu viens au vélo. »
« Il n'y a pas de plan de mobilité formalisé. C'est-à-dire que c'est vraiment à la demande des employés. »
« On n'encourage pas, mais on ne décourage pas non plus celui qui veut venir à vélo. »

Perception positive de l'existence d'incitation financière

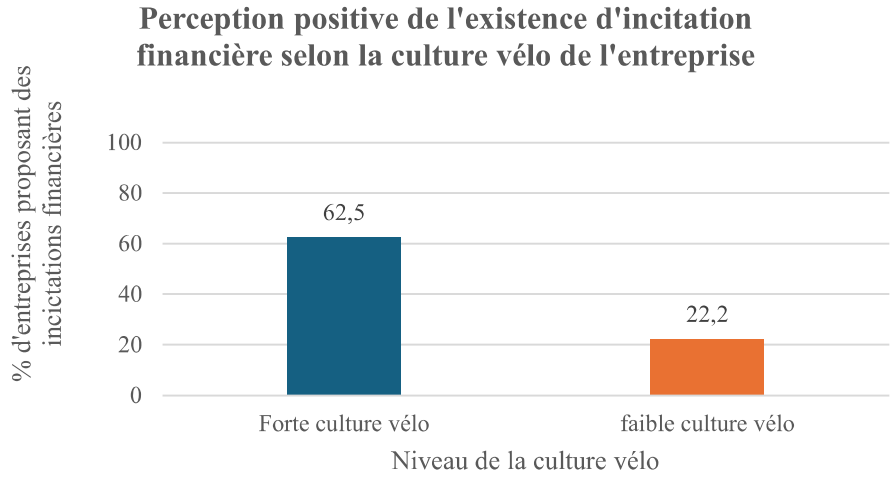


Figure 5 : pourcentage d'entreprises percevant positivement la présence d'incitation financière en fonction du niveau de la culture vélo

62,5 % des entreprises avec une FCV perçoivent les incitants financiers comme le remboursement des titres de transport et l'indemnité vélo comme positifs et attrayants contre 22,2 % des entreprises ayant une fcv.

Le vélo peut être perçu comme un avantage financier concret :

« Le fait d'avoir aussi l'indemnité vélo qui, malgré tout, reste quelque chose de financièrement attractif pour les gens et très certainement pour les petits salaires, provoque un effet double. C'est d'une part, j'ai économisé par exemple sur le carburant de ma voiture qui quand même devient cher. Mais en plus, je vais recevoir une indemnité vélo et donc c'est un peu voilà l'effet double. »
« Je pense que l'aspect des indemnités, c'est quelque chose, je ne pense pas que ce soit le premier motivant, mais clairement, ça rentre en compte comme facteur aussi parce que si on vient avec son vélo ou avec un vélo en leasing, on peut avoir cette indemnité et c'est super intéressant aussi. »

Cependant, certaines entreprises ne considèrent pas l'indemnité comme élément déclencheur à la pratique, mais comme un "bonus financier" :

« L'indemnité, c'est un plus. Je ne pense pas que les gens choisissent le mode, ce mode, enfin le vélo parce qu'on a une indemnité. Pour moi, c'est vraiment un plus. »
« L'indemnité, je ne sais pas si c'est un moteur. Je pense que ceux qui le font, c'est pour la santé aussi ou souci d'écologie, voire un peu et sport. »
« Oui, je ne pense pas que l'indemnité est le facteur le plus important dans la motivation des collègues. Je pense que ce qu'ils aiment bien, c'est pouvoir faire une activité physique sans prendre trop de temps. »
« Je ne pense pas que si on disait "Voilà pour l'indemnité vélo, on augmente quelque cents", je ne crois pas que tout le monde va sauter dessus en disant "Ah, je vais me faire de l'argent en prenant le vélo" ».
« Je pense que ce n'est pas la question indemnités. Parce que quand je lui en avais parlé, il (un employé utilisant le vélo) n'était pas du tout au courant que les

indemnités changeaient ou pas en fonction du type de moyen de transport qu'on utilisait. »

La possibilité de combiner les transports en commun avec l'usage du vélo est une opportunité pour les employés habitant loin de leur lieu de travail :

« Et cette indemnité vélo, elle peut être couplée avec un abonnement TEC ou SNCB qui permet de faire soit le début du trajet jusqu'à la gare ou jusqu'à l'arrêt et la fin du trajet jusqu'au travail. »
« Il est possible de profiter d'un remboursement de transport en commun et une indemnité vélo alternée ».
« Par contre, lorsqu'on demande le remboursement de l'abonnement SNCB, on n'a plus droit à l'indemnité kilométrique vélo. [...] Par contre, on a une indemnité globale qui est la même pour tout le monde qui s'appelle l'indemnité mobilité, qui est un budget correspondant plus ou moins, grosso modo, à l'abonnement annuel stable. On parle ici d'environ 600 euros que l'agent utilise comme il veut. »

Analyse des différences dans les FCV et fcv

Matériels

Coexistence vélo-automobile : la nécessité d'une séparation physique du trafic motorisé

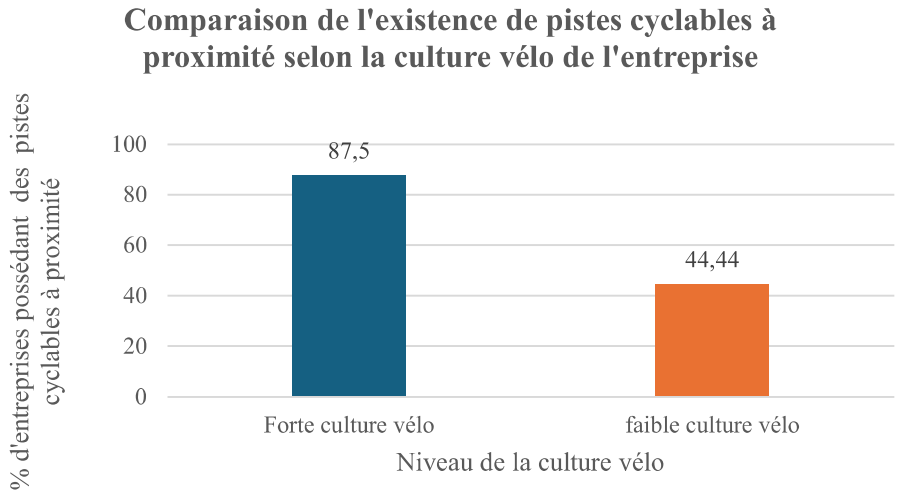


Figure 6 : pourcentage d'entreprises installées à proximité de pistes cyclables en fonction du niveau de la culture vélo

87,5 % des entreprises ayant une FCV ont la chance d'avoir des pistes cyclables à proximité contre 44,4 % des entreprises ayant une fcv.

Pour certains, il semble important d'avoir une piste cyclable à proximité du lieu de travail. De plus, il faudrait qu'il y ait une continuité du chemin pour garantir la sécurité et éviter les croisements dangereux :

« Ils attendent qu'il y ait la piste cyclable qui se termine devant leur site de travail. Et tant qu'il n'y en a pas, ils estiment qu'il n'y a pas d'infrastructures cyclables. »

« Alors, il y en a un qui m'a dit aussi, mais les pistes cyclables, il y en a, puis il n'y en a plus, puis il y en a, puis il n'y en a plus. [...] Mais s'il y avait une piste cyclable pour tout le parcours, je le ferais en été quand il fait bon ».
« Ce qui est un avantage et je parle du siège où on est sur Namur, on a pas mal de pistes cyclables ou le chemin de halage qui passent vraiment devant le bâtiment et qui nous permettent du coup de relier à d'autres pistes et d'autres chemins plus sécurisés. »
« Il y a des pistes cyclables autour de quasiment tous les bureaux également. Ce qui augmente la sécurité, même si on n'a pas les consignes ou les politiques, au moins il y a ça autour du bureau. »

Pour plusieurs « mobility managers », c'est la séparation physique de la piste cyclable avec le trafic routier qui est importante et qui attire les employés à s'engager dans cette pratique. Selon eux, un simple marquage au sol ne suffit pas :

« Effectivement, il faut des infrastructures sécurisées en site propre, dans le meilleur des cas [...] Et à partir du moment où la personne n'est pas dans le trafic, elle se sent en sécurité et sur un itinéraire confortable. Ben, c'est la première des choses qu'il faut mettre en place. Pour inciter les gens au vélo. S'il n'y a pas d'infrastructures correctes, il n'y aura pas de cyclistes. Et le fait de mettre des infrastructures correctes, ça attire les cyclistes. »
« Quand on est sur un site propre qui est physiquement séparé des voitures, on se sent bien plus en sécurité que d'avoir juste une bande vélo peinte sur la route. »
« C'est bien d'avoir une piste cyclable avec de la peinture sur la route, mais ce n'est pas vraiment sécurisant pour les usagers alors que si on a un site propre ça pourrait aussi favoriser l'usage du vélo. »
« Et maintenant, ils ont vraiment délimité deux bandes avec des blocs en béton, ..., uniquement pour les vélos. »
« Ils ont refait en fait des pistes cyclables vraiment séparées quoi. Pareil avec un petit talus, une petite haie. Dans les deux sens. Donc ça, c'est pratique aussi. Et ça, ça motive quand même pas mal de gens à plus venir. »

Le mauvais entretien ou l'absence des pistes ont été relevés comme des entraves à son utilisation :

« Alors évidemment, il faut qu'il y ait un bon, une bonne connexion. S'il n'y a pas de pistes cyclables, oui, ça ne marche pas. Mais bon, ça je pense que c'est une condition sine qua non. Le fait d'investir dans l'infrastructure pour les cyclistes paye. On voit qu'une fois que c'est là, les usagers font le pas. »
« Ils disent : "c'est totalement impossible. Je ne bougerai pas tant que je n'aurai pas de piste cyclable". »
« Une piste cyclable, elle doit être pour nous sécuriser et en bon état. Sinon, ça ne vaut pas la peine. Si demain l'infrastructure est tip top, la part de gens qui viendra en vélo va augmenter. [...] si j'avais un billard bien sécurisé pour venir de chez moi... on pourrait passer de rien à peut-être un tiers de gens qui viendrait. »
« Les pistes cyclables, on en a déjà parlé, elles sont inexistantes ou impraticables. Oui, les infrastructures limitent clairement l'usage du vélo. »

Compétences

Former et sensibiliser pour sécuriser : la montée en compétences comme facteur d'engagement vélo

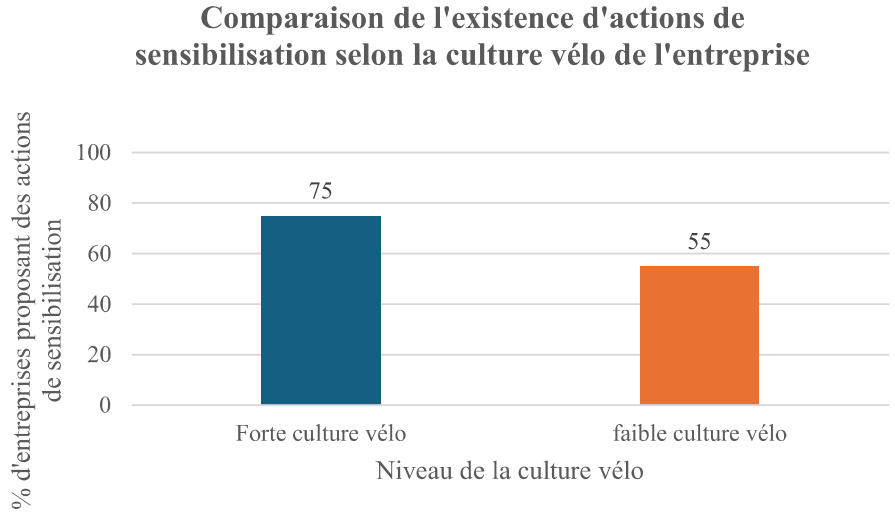


Figure 7 : pourcentage d'entreprises proposant des actions de sensibilisation en fonction du niveau de la culture vélo

75 % des entreprises ayant une FCV ont recours à des actions de sensibilisation contre 55 % des fcv. Les formations sur le trafic et sur la manière de rouler semblent utiles et très utilisées par les entreprises pour rassurer les employés au niveau de leurs compétences :

« Et ça marche vraiment très bien. On a aussi, en lien avec ces formations, la possibilité de recevoir un vélo en prêt [...] avec un taux de transfert modal presque de 2 personnes sur 3. »
« C'est vraiment accompagner les gens à être mis en selle. Parfois, ils ont envie, mais ils n'osent pas vraiment. Il leur manque quelque chose, un petit déclencheur. »
« Ça permet de découvrir deux choses. La circulation du vélo à Bruxelles, qui a une très mauvaise réputation, mais qui, depuis quelques années, s'est vachement améliorée. »

Des entreprises proposent des ateliers mécaniques afin de renforcer les compétences des employés en ce qui concerne l'entretien et la réparation de leur vélo :

« Et on fait aussi des formations mécaniques, ces formations ont l'avantage d'après le retour que j'ai reçu des participants, de les rendre plus autonomes et surtout plus sécurisés dans le sens où s'ils ont un petit pépin, ben, ils vont être capables de le régler eux-mêmes. »
« On a organisé deux, trois, voire quatres séances d'entretien vélo ».

Des formations sur la sensibilisation à la sécurité et au code de la route sont instaurées dans plusieurs sociétés :

« Quand on a quelqu'un qui commande un speed pedelec via les systèmes de plans cafeteria, il est en fait obligé de suivre une formation sous forme d'e-learning avec vraiment un petit examen à passer à la fin, orienté évidemment sur la prévention, la sécurité. »
« On a aussi fait des actions de sensibilisation, de sécurité, donc notamment dernièrement avec des lunettes virtuelles où les gens étaient comme s'ils étaient en vélo et par rapport au point mort des camions. »
« On a fait un concours, un quiz. C'était un quiz pour tester les connaissances du code de la route et donc on pouvait gagner des prix. »

Règles et organisation

L'entraide et l'échange au quotidien : consolider la pratique vélo par le collectif

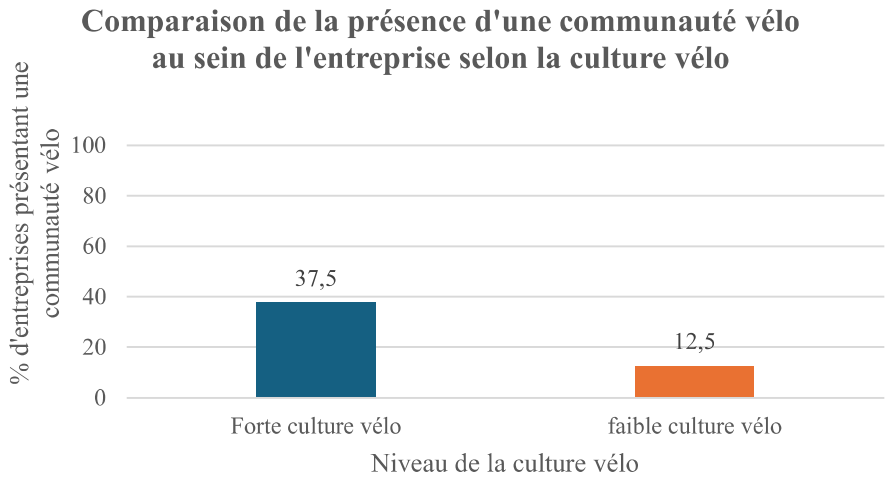


Figure 8 : pourcentage d'entreprises possédant une communauté vélo en fonction du niveau de la culture vélo

37,5 % des entreprises ayant une FCV ont une communauté vélo. Concernant celles ayant une fcv, seulement 12,5 % d'entre elles en possèdent une.

Les communautés vélo formelles permettent de maintenir l'engagement des employés par rapport à la pratique du vélo.

« Mais ce qui est chouette avec cette communauté, c'est que les cyclistes eux-mêmes se sont appropriés celle-ci et ils publient eux-mêmes des questions, des bonnes pratiques, des conseils, et donc c'est une communauté qui vit, qui vit assez bien et qui est très chouette en fait. »
« Donc ce n'est pas un sujet de conversation courant mais une communauté vélo, oui, on a cela. On a un groupe WhatsApp, on a une mailing list. Et donc on essaie d'animer ça [...] de garder le contact, de faire des activités [...] de la sensibilisation vis-à-vis de tout le monde et de fidélisation. »
« On a aussi quelque chose d'important, c'est une communauté d'éco-coach. Les éco-coachs sont très actifs en mobilité. [...] Parce que oui, on envoie des mails, oui, on fait des communications sur l'intranet, mais au final, le bouche-à-oreille, on ne voit que c'est ce qui fonctionne le mieux. »

Plusieurs entreprises ont relevé un effet "boule de neige" même sans structure formelle. Un groupe de cyclistes engagés agit souvent comme un facilitateur pour de nouveaux adhérents :

« Les jeunes nouveaux collègues en général, la communauté, la secte vélo qu'on a dans l'entreprise, on essaie de les convaincre de passer, de switcher du bus ou de la voiture au vélo. Et souvent, ça fonctionne. »
« Donc je crois que oui, il y a quand même une sorte de communauté vélo, de personnes qui sont convaincues et convaincantes pour les autres, pour les nouveaux employés qui viennent et qui auraient besoin d'un petit coup de pouce ou d'un petit boost pour passer, pour sauter le pas en fait. »
« On compte aussi sur l'effet boule de neige, quelques-uns qui essayent le vélo, qui adorent, qui l'adoptent ou alors tout simplement en discutant avec leurs collègues, on compte un peu là-dessus, on se rend compte que c'est ça qui est le plus efficace. »
« On compte aussi sur l'effet boule de neige, quelques-uns qui essayent le vélo, qui adorent, qui l'adoptent [...] ou alors tout simplement en discutant avec leurs collègues, on compte un peu là-dessus, on se rend compte que c'est ça qui est le plus efficace. »
« La communauté vélo, c'est la prochaine étape pour nous. On essaye de mettre en place ce qu'on appelle des ambassadeurs vélo ; avoir une personne sur chaque site qui fait du vélo et qui peut t'aider. »

Les moments entre collègues comme les pauses, le parking ou le covoiturage, créent des sortes de petites communautés informelles propices au vélo :

« Par la force des choses, on se connaît presque tous, on a au moins 4 ou 5 collègues qui font du vélo régulièrement. On est connectés les uns aux autres sur le travail. Ça permet de voir qui fait quoi, qui roule beaucoup [...] Et quand on se voit, on en discute. »
« Les cyclistes doivent passer devant mon bureau pour aller mettre leur vélo au parking. Donc ça, c'est toujours l'occasion de discuter. Mais c'est vrai qu'on se retrouve ensemble au parking, qu'on discute et on sait s'identifier les uns les autres quoi. »
« On n'est pas très nombreux, mais du coup il y a des échanges assez fréquents, pour se dire : ce jour-là, je viens à vélo, tu m'accompagnes parce qu'il y a des gens qui ont les mêmes routes. Donc voilà, ce sont des conversations de pause-café quoi. »

L'absence de communauté vélo est un manque selon certains mobility managers :

« Non, il n'y a pas de communauté vélo, je pense que ça pourrait aider également. »
« C'est un sujet à la mode, j'ai envie de dire, depuis la covid aussi, il n'y a rien à faire, on voit que l'utilisation a augmenté. La communauté vélo, c'est la prochaine étape pour nous en tant que mobility manager. »

Diverses entreprises utilisent des défis ludiques ou la communication positive, afin de rendre l'approche du vélo plus conviviale à ses employés :

« On a fait donc des concours en interne [...] une animation fun avec un vélo à smoothie. [...] On a fait aussi, à un moment donné, toute une série de témoignages

de collègues qui venaient à vélo sur intranet pour essayer de motiver les autres collègues. »
« Ce qu'on a fait aussi pour un peu aider tout le monde à la prise en main. On a fait un team building vélo pour utiliser les points nœuds qui sont aux alentours. »
« On fait des postes via l'intranet collaboratif. On fait des postes comment réagir par exemple. "Ah, il fait froid. Qu'est-ce qu'on fait ? On ne va pas au vélo ? Tiens, ben si, il y a moyen." »

Significations et culture collective

Les quatre grands stéréotypes du vélo en entreprise

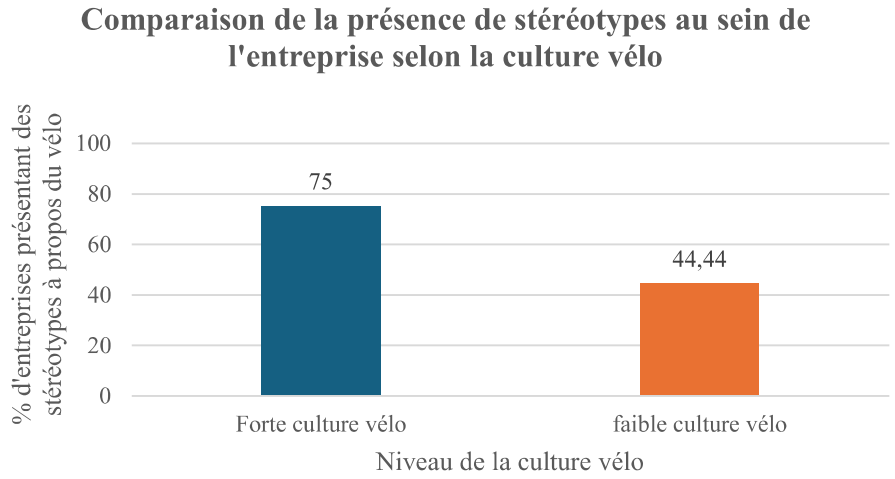


Figure 9 : pourcentage d'entreprises présentant des stéréotypes en fonction du niveau de la culture vélo

75 % des entreprises avec une FCV ont relevé l'existence des stéréotypes de tout genre contre 44,4 % des fcv. Les entreprises ont souligné différents stéréotypes qui peuvent freiner la transition modale vers le vélo : « le mythe du grand sportif », « vie de famille incompatible avec la pratique du vélo », « pratique réservée aux jeunes » et « moyen de transport réservé aux écolos ». Les quatre stéréotypes ont été sélectionnés en raison de leur récurrence dans l'analyse des résultats.

Le premier stéréotype est lié à l'aspect sportif :

« ... parce que du coup, on envoie le message aux collègues qu'il faut forcément être un grand sportif et forcément arriver en transpirant et que ce n'est pas accessible à tout le monde ».
« Beaucoup n'y pensent pas parce qu'ils ont l'impression qu'ils ne sont peut-être pas sportifs ou quoi. Et c'est un peu stéréotypé ».
« Il y a cette image, oui, du vélo, il faut être sportif, mais je trouve que maintenant, bah ce n'est plus vrai parce qu'avec les vélos électriques, on peut tout faire sans aucun souci ».
« L'aspect sportif peut diminuer avec l'avènement du vélo à assistance électrique, parce que maintenant la montée se fait toute seule ».

« Oui, mais c'est pour les sportifs, oui mais il faut être fou parce qu'au niveau sécuritaire à Bruxelles... ».

Il existe un autre type de stéréotype mis en avant par certaines sociétés à propos de l'incompatibilité entre l'organisation familiale, comme le fait d'aller déposer ou chercher les enfants à l'école et l'utilisation du vélo comme moyen de transport :

« Ouais, les stéréotypes, ça serait surtout lié à mon organisation familiale et je ne me remets pas en cause pour essayer de prendre le vélo ».
« Mais par rapport aux familles, des gens qui n'ont pas l'occasion ou l'emploi du temps qui ne leur permet pas de cumuler, récupérer le bébé à la crèche et en même temps faire du vélo, c'est compliqué. »
« On prête des vélos cargos qui permettent de transporter des enfants. Donc il y a toute une série de choses qu'on peut mettre en place pour justement contrer entre guillemets ces stéréotypes ».

Il y a encore deux catégories de stéréotypes, ceux-ci sont de l'ordre de l'âge et de l'écologie :

« Mais ça se voit que les plus âgés entre guillemets ont déjà dit "ah non ça ce n'est pas pour moi, je suis trop vieux" ».
« C'est peut-être les plus anciens qui ont plus de préjugés que les jeunes qui sont plus ouverts ».

Plusieurs entreprises mettent en avant qu'il n'existe pas de stéréotype au sein de leur communauté :

« Il n'y a pas de stéréotype en pensant que le vélo est uniquement pour des hommes sportifs. [...] Ils sont assez ouverts et pensent que le vélo, c'est pour tout un chacun et si quelqu'un est un peu moins sportif, il peut aussi prendre un vélo électrique ».
« Ce n'est pas "oh, je suis trop vieux" ou "oh ce n'est pas pratique parce que j'ai des enfants" non pas du tout, ce n'est pas quelque chose qui limite les personnes ».

Un constat sans appel : 100 % de perception positive dans les entreprises à FCV

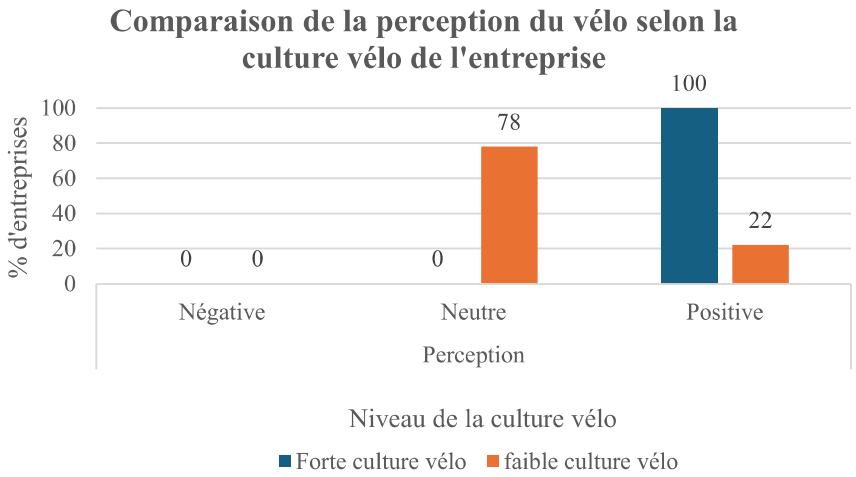


Figure 10 : pourcentage d'entreprises percevant le vélo de manière négative, neutre ou positive en fonction du niveau de la culture vélo

On observe que 100 % des entreprises avec une FCV ont une perception positive du vélo. Concernant les fcv, 78 % ont une perception neutre et 22 % une positive. Les entreprises ayant une perception positive manifestent de la fierté, de la motivation et reconnaissent les nombreux bienfaits du vélo :

« Je dirais neutre ou positive, en tout cas pas négative. Parce que c'est vrai que quand les gens voient qu'on arrive avec notre vélo, c'est bien ce que tu fais, tu es courageux, courageuse. Voilà, je pense que c'est plutôt positif et c'est une certaine fierté pour les gens qui le font aussi ».
« Je pense que c'est quand même plutôt positif. En tout cas, je crois que la plupart des gens voient ça positivement et je pense qu'il y a beaucoup de gens qui voudraient aussi potentiellement le faire ».
« J'ai l'impression que c'est plutôt vu de manière positive, de plus en plus. Puisque l'on connaît les bienfaits du vélo en matière environnementale, économique et même sur la santé, sur le bien-être ».
« Donc oui, c'est hyper positif. [...] C'est une initiative qui est très positive dans les esprits ».

Les entreprises dotées d'une fcv ont un avis partagé ou neutre :

« Je dirais que c'est assez neutre. Dans l'ensemble, c'est-à-dire que je n'ai jamais eu de retour négatif ou positif. [...] On n'encourage pas, mais on ne décourage pas non plus celui qui veut venir ».
« Non, il n'y a pas trop de différence, je crois que c'est assez neutre. [...] Les gens ne sont pas contre le vélo, je crois, mais on va dire que c'est plutôt neutre ».

Description des différents leviers motivationnels

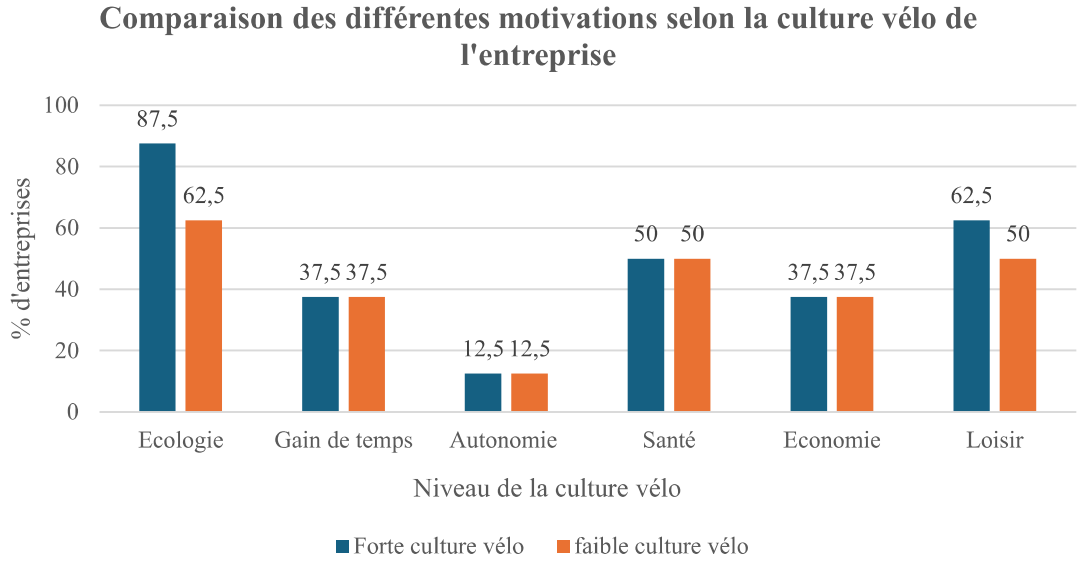


Figure 11 : pourcentage d'entreprises relevant comme un levier motivationnel l'écologie, le gain de temps, l'autonomie, la santé, l'économie et/ou le loisir en fonction du niveau de la culture vélo

L'écologie semble le premier levier motivationnel des employés que ce soit pour les FCV ou fcv (FCV 87,5 % et fcv 62,5 %) :

« Il y a quand même une grande partie des personnes qui viennent à vélo chez nous qui le font pour des raisons écologiques ».
« Je pense que la majorité, c'est plutôt d'un point de vue écologie, économie. »

Le deuxième levier motivationnel retenu par les mobility managers serait le côté loisir du vélo (FCV 62,5 % et fcv 50 %) :

« Il y a un peu de toutes les raisons, mais il y a quand même avant tout le fait de j'aime faire du vélo ou j'ai envie d'essayer de faire du vélo, mais en tout cas, il faut ce trigger, j'aime ou j'ai envie. Celui qui au départ déteste le vélo, vous pouvez faire toute la com que vous voulez... s'il n'est pas convaincu, voilà ».
« Il y en a, c'est leur dada, le vélo, c'est leur sport, ils ne sauraient pas faire sans. »

Les bienfaits du vélo sur la santé physique et mentale ainsi que le bien-être généré par celui-ci (FCV 50 % et fcv 50 %) sont le troisième levier motivationnel :

« Ils ont fait leur activité et c'est un moment de déconnexion. C'est une transition entre le moment du travail et le retour chez soi. »
« Je pense que ce qu'ils aiment bien, c'est pouvoir faire une activité physique sans prendre trop de temps ».
« Moi, quand je suis sur mon vélo, ça me vide la tête... et du coup, je ne dois plus aller à la salle pour faire mon cardio, parce qu'en fait, je le fais sur mon vélo. »
« [...] Mais la principale raison pour laquelle ils continuent de le faire, c'est vraiment la santé, le bien-être, le sport ».
« Moi, je mets bien-être ça par contre, ça revient beaucoup, ils se sentent bien, ils se sentent décontractés, ils se sentent en forme le matin, décontractés le soir ».

Comme quatrième et cinquième leviers motivationnels, nous avons l'avantage financier et le gain de temps qui ont la même importance d'après notre collecte de données (FCV 37,5 % et fcv 37,5 %) :

Avantage financier :

« Si je prends les ouvriers [...] c'est quand même économique. Clairement parce qu'ils ne veulent pas acheter des véhicules... ».
« Ce serait plutôt une question d'économie par rapport au prix du carburant, à l'utilisation de la voiture et aux différents frais et à l'économie qu'on pourrait en faire avec un vélo ».
« Oui, ça me coûte moins cher que venir par exemple en voiture. »
« C'est souvent quand même l'économie qui revient. Et indemnité ».

Gain de temps :

« Donc si tu travailles à Bruxelles, en vélo, t'es plus vite au boulot qu'en voiture. Donc pour certains, il y a certainement un gain de temps ».
« Le gain de temps, très variable selon la géographie du site. Donc, à Bruxelles, oui, le vélo est le moyen de transport le plus rapide, avec 21 km/h ».

« [...] Le matin en fait, ou même le soir en fait quand je repasse sur le pont qui passe l'Ourthe, bah systématiquement, il y a des bouchons et moi, je repasse par le trottoir donc à chaque fois bah ça me conforte un peu dans cette idée-là ».

Le dernier levier favorisant l'usage du vélo, serait l'autonomie du moyen de transport (FCV 12,5 % et fcv 12,5 %) :

« Je pense que pour beaucoup, c'est une autonomie par rapport aux transports publics, donc vraiment une liberté à ce niveau-là qui va de pair avec le gain de temps. »
« Le vélo parfois peut apporter une solution de flexibilité parce qu'on n'est pas dépendant, en tout cas des horaires d'autres, d'autres transports en commun. »

Compte rendu des différents freins

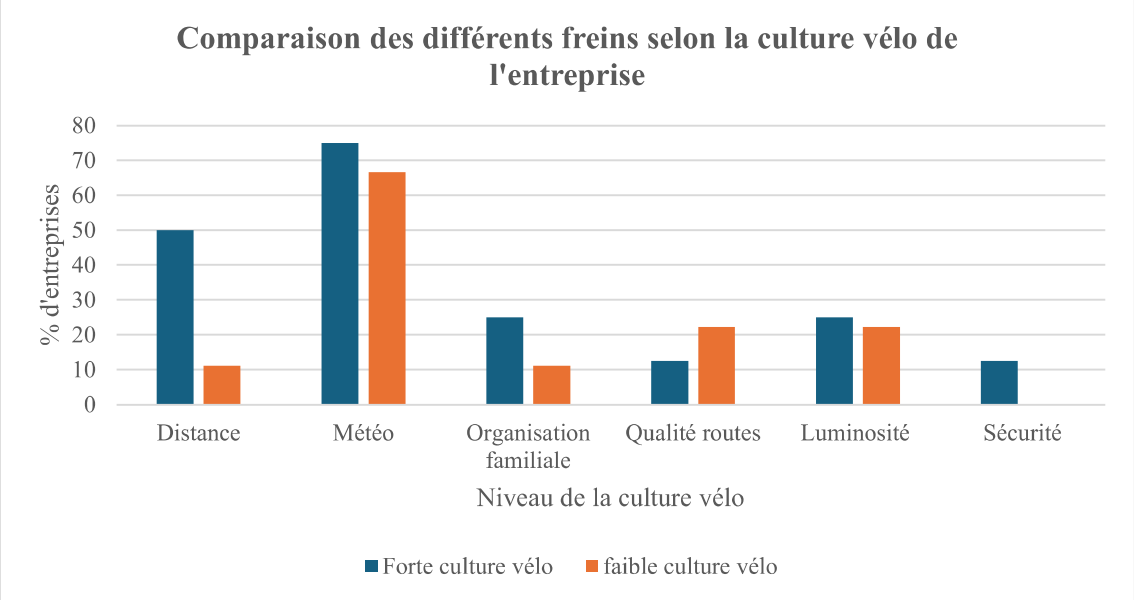


Figure 12 : pourcentage d'entreprises relevant comme frein la distance, la météo, l'organisation familiale, la qualité des routes, la luminosité et/ou la sécurité en fonction du niveau de la culture vélo

La météo, les saisons et la luminosité constituent les freins les plus importants :

« La météo, c'est un des premiers facteurs, les gens qui ne sont pas habitués à prendre le vélo. Quand il pleut, ils vont tout de suite vous dire "Ah oui, mais c'est galère d'arriver tout trempé" ».
« Je pense qu'il y a des personnes qui peuvent être effrayées de rouler quand il commence un peu à faire nuit. »
« Les freins principaux, c'est quand même, en hiver, la luminosité, le froid, le gel, voilà, c'est quand même de gros freins. »
« Luminosité [...] donc quand il fait noir le matin et le soir en hiver. De toute façon les conditions sur la route ne sont pas forcément bonnes. »
« Il y a un problème quand même. Un problème au niveau de l'éclairage donc surtout ici en hiver, on le remarque, quand on part le matin on revient le soir bah, il fait noir donc niveau sécurité ce n'est pas génial... ».
« Moi donc l'hiver, je ne le fais pas parce qu'il fait noir, il fait froid, donc c'est au-delà de ma motivation. »

La distance est souvent citée comme une contrainte, par les mobility managers :

« La seule chose, c'est que c'est la distance chez nous, domicile de travail, qui est le plus gros frein pour les collègues. »
« Moi, je commencerais par la distance. Parce qu'en fait, le siège social est à Bruxelles, mais il y a beaucoup de collaborateurs qui viennent de Wallonie qui font, que ce soit en voiture ou en transport en commun, entre 50 et 100 km par jour pour un aller simple, ce qui est beaucoup. Donc c'est quand même déjà un premier frein pour le vélo, même si on parle d'un vélo électrique ».
« Il y a aussi la longueur des trajets. Enfin, je veux dire, si je dois faire un trajet de 50 km à un certain moment, 50 km, enfin, c'est long. C'est trop loin quoi. »
« C'est en fait surtout le nombre de kilomètres, la distance de leur domicile au travail qui peut poser problème. »
« La distance domicile travail a un impact important, on ne va pas demander aux gens qui habitent à 60 km de venir à vélo bien entendu ».
« Il y en a un qui m'a dit : "moi, j'habite de l'autre côté de la Sambre, je dois descendre jusqu'à la Sambre et puis après remonter. Donc si je devais venir en vélo au bureau, bah ce serait vraiment éreintant" ».

La composition familiale de l'employé peut l'impacter sur ses moyens de transport :

« Je crois vraiment que c'est un problème de gestion du temps par rapport aux familles. Ouais, c'est vraiment l'organisation familiale qui bloque ».
« Distance et organisation familiale parce qu'il y a des personnes qui habitent tout près. Mais finalement le fait d'aller déposer [...] d'autres trajets que son propre trajet vers le travail ne facilite pas la chose à vélo. »
« C'est elle qui prend la voiture, qui vient jusqu'ici et qui accessoirement dépose les enfants à l'école, [...], si je n'avais pas le choix, je ne peux pas venir travailler en vélo ».
« On a donc un problème lié à l'organisation familiale, enfants à déposer, et cetera.»
« Ce n'est pas pratique, peut-être, quand il faut aller déposer tous ses enfants, trois enfants à l'école avant. »

Finalement des freins comme la qualité des routes, le trafic routier et la sécurité sur le chemin de travail sont identifiés par les mobility managers :

« Les principaux, ben, c'est la sécurité routière, le manque d'infrastructures. Bah clairement, le vélo, c'est dangereux. Donc ça, c'est le plus gros frein. »
« Il y a une piste cyclable, c'est vrai, mais elle n'est pas bien sécurisée. C'est-à-dire qu'elle est attenante à la route [...] vous avez des camions qui roulent à du 90 km/h et quand ils vous dépassent, parfois ça fait un peu bizarre. »
« L'état des pistes cyclables, j'avais une fois crevé dans un nid de poule parce que la piste cyclable était vraiment en très mauvais état. »
« Les pistes cyclables aussi, on en a déjà parlé, elles sont inexistantes ou impraticables. Oui, les infrastructures limitent clairement l'usage du vélo. »
« A Bruxelles, on a les rails de tram qui peuvent poser un problème de sécurité. Et alors le partage de la route [...] quand on doit partager la route. Parce qu'on a les voitures, ils ne mettent pas toujours leurs clignotants pour nous couper la route ».
« Des nationales avec des vitesses qui sont totalement incompatibles ou très peu sécurisantes bien évidemment. »

« Les conditions de circulation qui quand elles ne sont pas suffisamment safe. Bah en fait ça freine énormément. »
« L'état des routes. Parce qu'autant en voiture, on se prend un nid de poule, ce n'est pas trop grave, autant en vélo, ça peut être vraiment dangereux on peut tomber. »

Tableaux récapitulatifs des résultats

Tableau 1 : Pourcentage d'entreprises présentant chaque critère d'analyse selon le niveau de leur culture vélo

Critères d'analyse	Entreprises FCV	Entreprises fcv	Constat / Interprétation qualitative
Offre de leasing vélo	75,0%	22,0%	Écart drastique basé sur l'avantage fiscal et l'accès au VAE.
Douches et vestiaires	87,5%	77,8%	Équipements facilitateurs pour contrer la météo, le relief et le dress code.
Parking vélos sécurisé	87,5%	77,8%	Indispensable face à la hausse de valeur des vélos et la peur du vol.
Plan de mobilité formalisé	75,0%	33,3%	En FCV, le vélo est la star du plan avec des objectifs chiffrés.
Incitants financiers	62,5%	22,2%	Perçus comme un avantage économique supplémentaire.
Présence de stéréotypes	75,0%	44,4%	Plus verbalisés en FCV (image du grand sportif, contrainte familiale).
Perception positive du vélo	100,0%	22,0%	En fcv, la perception est majoritairement neutre (78%).
Pistes cyclables à proximité	87,5%	44,4%	Forte demande pour des voies en site propre (séparées des voitures).
Actions de sensibilisation	75,0%	55,0%	Formations sécurité, ateliers mécaniques et défis.
Communauté vélo interne	37,5%	12,5%	Groupe qui active un effet "boule de neige" pour les nouveaux.

Tableau 2 : Hiérarchie des leviers motivationnels

Rang	Leviers motivationnels	Entreprises FCV	Entreprises fcv	Observations qualitatives
1	Écologie / Environnement	87,5%	62,5%	Premier levier motivationnel identifié dans les deux cultures,
2	Côté loisir / Sport	62,5%	50,0%	Le vélo est vu comme une passion ou un sport personnel,
3	Santé physique & mentale / Bien-être	50,0%	50,0%	Moment de déconnexion recherché entre le travail et la maison,
4	Avantage financier	37,5%	37,5%	Économies de carburant face à la cherté de la voiture,
5	Gain de temps	37,5%	37,5%	Atout variable selon la géographie (très fort en milieu urbain),
6	Autonomie / Flexibilité	12,5%	12,5%	Indépendance vis-à-vis des grilles horaires des transports publics.

Tableau 3 : Récapitulatif des freins identifiés

Type de frein	Description du problème sur le terrain	Impact sur la pratique
Météo et saisons	Pluie, froid, gel et baisse de la luminosité en hiver	Premier obstacle cité ; directement lié à un sentiment d'insécurité routière
Distance domicile-travail	Trajets longs ou fatigue liée au relief	Frein majeur rendant le vélo classique éreintant ou impossible
Organisation familiale	Nécessité de déposer ou récupérer les enfants à l'école ou à la crèche	Problème de gestion du temps et de cumul des trajets quotidiens
Sécurité et infrastructures	Routes en mauvais état (nids-de-poule, rails de tram), camions et trafic dense	Génère une forte crainte du danger et des accidents chez le cycliste

Discussion

Pour rappel, nous avions émis l'hypothèse que plus une entreprise valorise la mobilité durable dans sa culture organisationnelle à travers une communication positive, un soutien institutionnel et des dispositifs concrets, plus les employés seront enclins à adopter le vélo comme mode de déplacement principal. Notre discussion s'articulera en quatre parties basées sur la théorie des pratiques sociales (compétences, matériels/infrastructures, règles/organisation et signification/culture collective).

Matériels et infrastructures

Interprétation de l'impact de la proximité des pistes cyclables.

La littérature scientifique indique que la proximité entre des pistes cyclables et l'entreprise est un facteur favorisant le vélo comme moyen de transport. Nos résultats indiquent que 87,5 % des FCV se situent à proximité de pistes cyclables contre 44,4 % pour les fcv. Cependant, leur présence n'est pas suffisante pour augmenter les trajets à vélo. Plusieurs mobility managers ont évoqué leur « qualité » ainsi que leur disposition. Ils préconisent une séparation physique entre la voie réservée aux voitures et celle réservée aux vélos. Voici une citation d'un mobility manager illustrant parfaitement cette problématique : *« Quand on est sur un site propre qui est physiquement séparé des voitures, on se sent bien plus en*

sécurité que d'avoir juste une bande vélo peinte sur la route. ». Cela rejoint les conclusions Wardman, Tight et Page (2007) qui démontrent qu'une piste ségréguée est nécessaire pour neutraliser la perception du danger. Nos interviews rapportent exactement la même problématique, cette séparation physique est le seul aménagement pour que les employés se sentent en sécurité, permettant ainsi d'augmenter la part de trajets à vélo.

Les infrastructures d'accueil des entreprises.

D'après nos résultats, de nombreuses entreprises possèdent des parkings sécurisés ainsi que des douches et des vestiaires (87,5 % en FCV contre 77,8 % en fcv). Peu importe la culture vélo, les infrastructures d'accueil semblent omniprésentes au sein des sociétés. Les parkings sécurisés répondent directement à la peur liée au vol. Ce sentiment est d'autant plus exacerbé en fonction de sa valeur, ce qui pousse dans certains cas à le garer au sein même de leurs bureaux. Le vol de vélo est un frein cité dans la littérature provoquant un renoncement ou une baisse de pratique (Guillaume & Verwee, 2022). Les douches et les vestiaires permettent de lever les barrières liées à l'hygiène, tout en permettant de s'adapter au dress code, et feraient progresser la part modale à vélo (Wardman et al., 2007).

Le leasing vélo

Il existe un écart remarquable entre les cultures vélo (75 % pour les FCV et 22 % pour les fcv) concernant l'offre de leasing au sein des entreprises. Cette option renforce le pouvoir d'achat des employés et crée un avantage fiscal majeur. Il permet à certaines personnes la possibilité d'acquisition de VAE ou de vélos cargos qui leur étaient inaccessibles en raison d'un salaire plus faible. Dans la littérature (Welsch & Rudolph, 2026), le leasing vélo permet de lever les barrières économiques en permettant de surmonter les prix initiaux très élevés de certains modèles. Les employés ayant un vélo de fonction pédalent plus régulièrement (trajets professionnels ou loisirs) et effectuent des plus longues distances (Welsch & Rudolph, 2026).

Un autre avantage du leasing de VAE est qu'il permet aux moins sportifs de tirer bénéfice des atouts du vélo, même si ces derniers sont déconditionnés (le leasing

lève les barrières psychophysiologiques). Une étude australienne (Anderson et al., 2022), met en avant que le VAE améliore la condition physique et le bien-être psychologique de personnes inactives en surpoids ou obèses et qu'il devrait être massivement utilisé dans les politiques de mobilité.

Compétences

De manière générale, les compétences des employés à vélo sont renforcées ou évaluées par des actions de sensibilisation organisées par les entreprises. Pour rappel, 75 % des FCV en organisent contre 55 % pour les fcv. En organisant des séances de formation sur le trafic, des modules d'e-learning ou des quiz sur le code de la route, les entreprises renforcent le sentiment de compétence et d'efficacité des employés, nécessaire pour ancrer une nouvelle habitude. Ces dispositifs peuvent lever des appréhensions liées à la sécurité routière ou à la légitimité de l'utilisateur. En proposant des expériences de maîtrise, à travers des team buildings ou des défis ludiques, la société permet à ses travailleurs d'intérioriser sa pratique et d'évoluer vers une pratique durable. Le sentiment d'auto-efficacité et de compétence est essentiel pour augmenter la part modale à vélo. Dans l'article "How Can Psychological Theory Help Cities Increase Walking and Bicycling ?" (Dill et al., 2014), l'auteur explique que si le sentiment de contrôle perçu est élevé, les individus augmenteraient leur nombre de trajets. Il explique également qu'un environnement adapté au vélo augmente ce sentiment de contrôle perçu. De plus, l'introduction d'ateliers ou de formations de réparations mécaniques au sein des FCV, montre une intention d'améliorer les compétences et l'autonomie des employés. Cette intelligence pratique (learning by doing) (Schwanen et al., 2012) façonne le sentiment d'auto-efficacité et permet à l'individu d'être prêt en cas de légers problèmes techniques sur la route (pression des pneus, crevaison, réglages freins, …). Ces compétences intégrées par « l'entrainement » réduisent la charge mentale des sujets et la perception d'appréhender des soucis sur les trajets à vélo.

Règles et organisation

En Belgique, les travailleurs effectuant les trajets pendulaires à vélo reçoivent une indemnité kilométrique par l'entreprise (obligation légale). En revanche, nous

constatons que la perception de cette indemnité est différente d'une entreprise à l'autre, mais également entre les différentes cultures vélo. 62,5 % des FCV voient positivement l'existence de cette incitation financière et la considèrent comme un atout promouvant l'utilisation du vélo, contre uniquement 22,2 % des fcv. En effet, ce petit avantage économique n'est pas le facteur motivationnel le plus puissant de notre étude (voir comparaison des motivations) concernant l'usage du vélo comme moyen de transport. Néanmoins, cette revue systématique (Martin et al., 2012) confirme que les incitations financières sont des leviers pour augmenter les transports actifs. L'auteur met également en avant que subventionner les abonnements de bus et trains permet de réduire l'usage de la voiture. Dans ce cas, certaines entreprises (surtout des FCV) proposent de cumuler l'indemnité vélo avec un titre de transport en commun (partiellement ou totalement remboursé selon la société), afin d'inciter leurs employés à s'engager dans une mobilité durable. Lors d'une interview, un mobility manager avait énoncé que le vélo provoquait un double avantage financier : premièrement, les employés touchent une indemnité pour chaque kilomètre parcouru et deuxièmement, ils économisent énormément d'argent sur le carburant.

D'après nos verbatims, posséder une communauté vélo au sein de l'entreprise permettrait de maintenir sur le long terme la pratique du vélo. Dans les sociétés ne possédant pas de manière formelle de communauté vélo, certains cyclistes engagés se chargent de leur plein gré de motiver les nouveaux employés à effectuer la transition. Le bouche-à-oreille entre collègues semble convaincant, permettant à des non-adeptes d'essayer et d'y prendre goût. Lors d'une interview, une entreprise a utilisé le terme « secte vélo », qui définissait un ensemble d'employés motivés intrinsèquement par les trajets à vélo. Le but de cette dernière est d'aller chercher, de manière générale, les nouveaux jeunes collègues (car ceux-ci paraissent mieux réceptifs à une transition) pour passer du bus, du train ou de la voiture vers le vélo.

Significations et culture collective

Analyse des stéréotypes dans les FCV et fcv

Contre toute attente, nos résultats indiquent que les stéréotypes liés à la pratique du vélo sont plus fréquemment rapportés au sein des structures dotées d'une FCV

(75 %) que dans celles présentant une fcv (44,4 %). Ce résultat, de prime abord contre-intuitif, peut s'analyser à la lueur des dynamiques de conduite du changement et du paradigme de la mobilité durable (Banister, 2008). Ce paradigme propose de revaloriser les déplacements et explique que la réussite de cette transition doit se faire par l'acceptation sociale et par le changement des comportements. Cela implique pour les futurs utilisateurs, de s'engager dans cette transition et de partager leur expérience avec leur entourage.

Dans les entreprises fcv, la posture de "neutralité" institutionnelle maintient le vélo dans l'invisibilité ; les préjugés n'y sont pas exacerbés, car les habitudes de déplacement ne sont jamais questionnées. À l'inverse, l'institutionnalisation d'une FCV (via des plans de mobilité attrayants ou des offres de leasing) agit comme un révélateur. En cherchant à modifier la routine des collaborateurs, l'entreprise se heurte à des résistances psychologiques et/ou comportementales (Schwanen et al., 2012), libérant ainsi la parole et rendant visibles les stéréotypes latents. L'article intitulé « *Rethinking habits and their role in behaviour change: the case of low-carbon mobility* » (Schwanen et al., 2012) propose d'intervenir au niveau des « coutumes » et des « cultures » collectives afin de mieux comprendre le sens des différentes mobilités.

Loin d'être le signe d'un échec, cette forte présence des stéréotypes en FCV témoigne d'une phase de confrontation nécessaire à la transition : c'est précisément parce que ces freins sont conscientisés et verbalisés que les mobility managers peuvent concevoir des réponses ciblées, à l'instar du prêt de vélos cargos ou de la promotion du vélo à assistance électrique pour neutraliser le "frein sportif".

Grâce aux interviews, nous avons relevé et classifié ces stéréotypes en quatre dimensions : la sportivité, l'impraticabilité familiale, l'âge et l'écologie.

Interprétation de la perception du vélo (neutre, positive ou négative)

Lors de l'analyse, une différence drastique est observée dans la perception du vélo entre les entreprises dotées d'une FCV et celles ayant une fcv. En effet, les structures FCV affichent une perception 100 % positive, contre seulement 22 % pour les fcv (les 78 % restants étant neutres). Ces données mettent en exergue que la perception du vélo par l'employé constitue un levier d'action majeur pour développer la mobilité active en milieu professionnel. Ce constat s'aligne sur les travaux de

Heinen et al. (2013), qui démontrent que les croyances collectives et l'attitude au sein de l'environnement quotidien (le lieu de travail) influencent directement l'adoption du vélo pour les trajets domicile-travail. Dès lors, les entreprises possédant une fcv ont tout intérêt à mettre en place des stratégies managériales et de communication visant à valoriser l'image du vélo. En modifiant positivement cette perception partagée, l'entreprise peut stimuler l'intention comportementale des salariés et provoquer une augmentation effective de son utilisation.

Interprétation de l'impact d'actions de sensibilisation

Il semble avoir une tendance dans les entreprises à proposer des actions (75 % pour les FCV contre 55 % fcv) autour du code de la route et de la sécurité routière ainsi que sur les compétences à acquérir afin d'être un bon usager routier à vélo. Ces actions ont pour mission de rassurer les employés. Cet accompagnement proposé par les entreprises, souvent sous forme d'ateliers de mise en selle, sert de déclencheur pour les employés hésitants à réaliser la transition en raison d'appréhension concernant le trafic ou la sécurité routière.

Interprétation de la hiérarchie des leviers motivationnels

L'analyse des leviers motivationnels met en lumière les valeurs écologiques et environnementales comme le pivot le plus puissant pour générer un transfert modal, quelle que soit la culture vélo (87,5 % pour les FCV et 62,5 % pour les fcv). Les entreprises ont tout intérêt à renforcer leurs politiques environnementales afin de promouvoir l'usage du vélo. Néanmoins, l'aspect écologique mis en avant par les mobility managers est souvent énoncé de pair avec l'aspect financier. Les employés viennent-ils à vélo par souci d'écologie ? Ou plutôt parce que c'est une alternative davantage économique et écologique à la voiture ? La réponse dépendra certainement de l'entreprise. Dès lors, les mobility managers devraient adapter ou créer des politiques de mobilité en fonction des préférences motivationnelles des employés.

La dimension ludique et la perception de plaisir ressentie à vélo semblent motiver certains employés à prendre le vélo pour se rendre au travail (62,5 % pour les FCV et 50 % pour les fcv). Ce résultat peut s'expliquer sur le plan théorique par « la

théorie de l'autodétermination » (Deci & Ryan, 2000). Les employés ressentant du plaisir en se déplaçant à vélo stimuleront leur motivation intrinsèque pour les transports actifs. Le déplacement utilitaire se transforme en un moment de plaisir choisi par l'individu. Nos échanges confirment cette théorie, la perception de plaisir est essentielle pour démarrer ou maintenir un comportement à long terme : *« Mais en tout cas, il faut ce "trigger", j'aime ou j'ai envie. Celui qui au départ déteste le vélo, vous pouvez faire toute la com que vous voulez... s'il n'est pas convaincu, voilà ».*

Les bienfaits perçus pour le bien-être physique et psychologique (50 % pour les deux types de cultures) peuvent s'apparenter à un moment de déconnexion, de détente ou d'activité physique selon les employés. De plus, cela rejoint « la théorie de l'autodétermination », car ceux-ci perçoivent et acceptent de s'engager dans ces transports actifs à vélo étant donné qu'ils comprennent l'utilité de ce comportement. Cette adoption fait référence à la « régulation identifiée » (voire intégrée) sur le continuum d'autodétermination (Tessier, 2023).

La perception de plaisir quant à elle faisait plutôt référence à une « régulation intrinsèque » qui est la forme plus robuste et la plus autodéterminée du continuum (Tessier, 2023). Nos résultats sont tout à fait cohérents avec cette théorie, puisque « le plaisir » est le deuxième levier motivationnel (régulation intrinsèque) et que « la santé » est le troisième (régulation identifiée).

Interprétation des freins majeurs à l'utilisation du vélo

D'après nos interviews, la météo apparait comme l'obstacle le plus important, peu importe la culture vélo de l'entreprise. Cela se justifie par la baisse de luminosité en hiver, par les intempéries et les précipitations qui pourraient se déclencher lors des trajets à vélo jusqu'à l'entreprise. La littérature actuelle explique que la baisse de la pratique due à la météo et les précipitations sont des freins réels, mais secondaires contrairement au manque d'infrastructure ou au sentiment de sécurité (de Souza et al., 2014). Nos entretiens avec les mobility managers considèrent plutôt ce frein climatique comme intrinsèquement lié à l'enjeu de sécurité. Le manque de luminosité, la pluie ou le gel influencent directement la sécurité de l'usager, accentuée par des défauts d'infrastructures cités également par les mobility managers (absence de séparation physique entre les vélos et les voitures,

mauvais état des routes, rails de tram, …). Ces échanges confirment les conclusions de la recherche en urbanisme (Krizek et al., 2018), affirmant d'établir des itinéraires spéciaux pour éviter les voitures et le trafic dans le but d'assurer la sécurité des cyclistes.

La deuxième contrainte (pour les FCV) est la distance parcourue. Toutefois, les FCV proposent dans la plupart des cas (75 %), un service de leasing de vélo électrique. Ce dernier permet de repousser un peu « la distance acceptable » et d'effacer les prérequis de condition physique facilitant l'adoption du vélo comme moyen de transport. Par ailleurs, cette contrainte n'est pas aussi élevée dans les fcv, cela s'explique peut-être par une moindre utilisation, ne permettant pas de faire émerger la distance comme un véritable frein, les employés ne se déplaçant pas suffisamment à vélo.

La troisième réticence concerne les difficultés d'organisation familiale, lorsque les employés ont des enfants à déposer à l'école avant d'aller travailler. Ces déplacements complexes pénalisent l'utilisation du vélo et renforcent la dépendance automobile des employés. Cependant, le vélo cargo peut s'avérer intéressant (d'autant plus si celui-ci est proposé par la société) pour faciliter ces trajets familiaux et basculer vers une mobilité durable. Selon Bjørnarå et al. (2019), les déplacements en voiture diminuent chez les propriétaires de vélo cargo. De plus, si les conditions le permettaient, les mères américaines qui avaient la possibilité d'en utiliser, le considéraient comme une option réaliste pour remplacer leurs trajets traditionnellement réalisés en voiture.

Limites

Limites liées à l'échantillonnage

La première limite concerne la composition de l'échantillon. Les données ont principalement été recueillies auprès de mobility managers issus de 17 entreprises situées en Wallonie et à Bruxelles. Bien que ces acteurs occupent une position privilégiée pour comprendre les politiques de mobilité mises en place au sein de leur organisation, leur point de vue ne reflète pas nécessairement l'expérience quotidienne de l'ensemble des employés. Par ailleurs, la participation reposait sur une démarche volontaire. Il est donc possible que les entreprises les plus sensibles aux enjeux de mobilité durable aient été davantage enclines à participer. À l'inverse,

les entreprises n'ayant développé aucune réflexion sur la mobilité de leurs collaborateurs sont potentiellement sous-représentées. Ce biais de sélection peut conduire à une surestimation de la place accordée au vélo dans les organisations étudiées.

Limites liées à la subjectivité des données recueillies

Cette recherche repose essentiellement sur des entretiens semi-directifs. Les résultats sont donc basés sur les perceptions et les déclarations des participants. Les mobility managers peuvent, consciemment ou non, présenter leur entreprise sous un jour favorable en valorisant les initiatives mises en place et en minimisant certaines difficultés. De même, les estimations concernant la proportion d'employés utilisant le vélo reposaient souvent sur l'appréciation des répondants plutôt que sur des données de comptage systématique. Ces estimations doivent dès lors être interprétées avec prudence.

Limites géographiques

L'étude se concentre exclusivement sur des entreprises implantées en Wallonie et à Bruxelles. Or, les contextes territoriaux influencent fortement la mobilité des travailleurs. Les différences observées sont donc fortement liées aux réalités locales, notamment en matière d'infrastructures cyclables, de densité urbaine ou d'offre de transports publics. Les conclusions ne peuvent donc pas être généralisées automatiquement à l'ensemble de la Belgique ni à d'autres pays européens.

Limites méthodologiques liées à la classification FCV/fcv

Une autre limite concerne la construction des catégories « forte culture vélo » (FCV) et « faible culture vélo » (fcv). Cette typologie repose sur une définition opérationnelle élaborée à partir de critères issus de la littérature et adaptés au terrain étudié. Bien que cette classification ait permis de structurer l'analyse comparative, elle demeure partiellement arbitraire. D'autres critères auraient pu être retenus, notamment des dimensions plus subjectives telles que les perceptions des employés, leur sentiment de sécurité ou encore leur attachement au vélo. Les résultats doivent

donc être interprétés en tenant compte des choix méthodologiques effectués lors de la construction de cette typologie.

Absence de données quantitatives auprès des employés

Enfin, cette étude ne permet pas de mesurer précisément l'influence des différents facteurs identifiés sur la pratique effective du vélo. L'approche qualitative adoptée favorise une compréhension approfondie des mécanismes à l'œuvre, mais ne permet pas de déterminer statistiquement le poids relatif de chaque levier ou obstacle.

Perspectives

Interroger directement les employés

Une première perspective consisterait à recueillir davantage de données directement auprès des employés, qu'ils utilisent ou non le vélo pour leurs déplacements domicile-travail. Cette approche permettrait de confronter les perceptions des mobility managers à l'expérience vécue des travailleurs et d'obtenir une compréhension plus fine des motivations et des freins individuels.

Développer une approche quantitative

Une enquête quantitative menée à plus grande échelle permettrait de tester les résultats obtenus dans ce mémoire. L'utilisation de questionnaires standardisés pourrait notamment mesurer l'importance relative de variables telles que : le sentiment de sécurité, les infrastructures cyclables, les incitants financiers, les contraintes familiales, les représentations sociales du vélo, la distance domicile-travail. Une telle approche permettrait d'identifier les facteurs ayant le plus d'impact sur l'adoption du vélo au sein des entreprises.

Élargir le champ géographique

Il serait également pertinent d'élargir l'étude à l'ensemble du territoire belge afin de comparer les réalités observées en Wallonie, à Bruxelles et en Flandre. Cette comparaison interrégionale évaluerait l'influence des contextes institutionnels et

des infrastructures sur le développement d'une culture vélo. À plus long terme, des comparaisons internationales avec des pays fortement cyclables tels que les Pays-Bas, le Danemark ou certaines régions d'Allemagne pourraient enrichir la compréhension des mécanismes favorisant l'adoption du vélo en entreprise.

Réaliser des études longitudinales

La présente recherche fournit une photographie de la situation à un moment donné. Une étude longitudinale suivant plusieurs entreprises sur plusieurs années permettrait d'observer l'évolution de leur culture vélo dans le temps. Cette approche serait particulièrement intéressante pour analyser l'impact à long terme de mesures telles que : l'introduction d'un leasing vélo, la création d'infrastructures cyclables, la mise en place d'un plan de mobilité, le développement de communautés vélo internes. Les résultats obtenus suggèrent que les représentations sociales, les stéréotypes et les communautés de pratique jouent un rôle important dans l'adoption du vélo. Des recherches futures pourraient approfondir spécifiquement ces dimensions culturelles, encore relativement peu étudiées dans le contexte de la mobilité domicile-travail. L'analyse du rôle des ambassadeurs vélo, du bouche-à-oreille entre collègues ou encore des normes sociales présentes dans les organisations pourrait permettre de mieux comprendre comment une culture vélo se développe et se maintient au sein des entreprises.

Conclusion

Pour rappel, l'objectif de ce mémoire était d'explorer les différences de culture de mobilité à vélo entre plusieurs entreprises, afin d'identifier les facteurs de compétences, de significations et matériels/infrastructures qui favorisent ou freinent l'utilisation du vélo comme mode de transport par les employés.

Les résultats nous montrent que les plus grandes différences entre les cultures sont liées aux facteurs de significations (SPT). La perception du vélo dans les FCV est toujours positive, ou à l'inverse globalement neutre dans les fcv. Les stéréotypes sont bien plus élevés dans les FCV que dans les fcv, ce qui peut s'expliquer par le fait que pour les éliminer, il faut pouvoir les identifier. Enfin, les FCV ont plus

souvent une communauté vélo, poussant les employés à communiquer autour de cette pratique et à partager leurs expériences avec des collègues cyclistes ou non.

En ce qui concerne la partie compétences et matériels/infrastructures de la SPT, il semblerait qu'ils soient intimement liés. Le sentiment de sécurité est le déterminant essentiel pour une pratique régulière ou une transition vers le vélo. Pour que l'employé perçoive ses compétences et sa sécurité, les infrastructures comme les pistes cyclables séparées physiquement de la route semblent (pour les mobility managers) la meilleure solution actuelle. La météo est revenue comme un frein important, mais après avoir creusé la question, les mobility managers la voient plutôt comme un facteur aggravant la sécurité des utilisateurs. Pour eux, ce n'est pas parce qu'il pleut ou qu'il gèle, que leurs employés ne prennent pas le vélo, mais parce que cela diminue leur perception de compétences et de sécurité sur la route.

Une autre barrière identifiée dans cette étude était la distance domicile-travail. Dans ce cas-ci, les entreprises ayant une FCV sont avantagées, car le leasing vélo proposé permet d'acheter un VAE et permettra ainsi de repousser la distance maximale qu'un employé serait prêt à faire à vélo. Une problématique également énoncée était la complexité à emmener les enfants à l'école. Encore une fois, les FCV sont privilégiées par le leasing vélo, permettant l'obtention d'un vélo cargo tout en profitant de bonus financier.

Les données montrent que, peu importe la culture vélo, les leviers motivationnels sont les mêmes et possèdent le même ordre d'importance. L'unique différence se fait au niveau du levier écologique et environnemental, les FCV y sont plus sensibles.

Annexes

Structure de l'entretien :

- **Introduction :** Présentation de l'étude et du cadre théorique. Rappel de l'anonymat et demande d'enregistrement (avec accord écrit).

- **Partie 1 : Contexte général** :
    1. Pouvez-vous me décrire rapidement l'entreprise (taille, localisation, type d'activités) et votre rôle en tant que mobility manager ?
    2. Existe-t-il une politique ou un plan de mobilité formalisé dans votre entreprise ? (Inclut-il des actions spécifiques pour encourager le vélo ?)
    3. Disposez-vous de chiffres sur le pourcentage d'employés venant à vélo et leur évolution ?

- **Partie 2 : compétences :**
    4. Selon vous, dans votre entreprise, tout le monde est-il capable d'utiliser le vélo pour se rendre au travail ? (Y a-t-il des freins liés à l'âge, au sexe, à la condition physique ou aux compétences de circulation ?)
    5. Avez-vous déjà mis en place des formations ou actions de sensibilisation (sécurité, code de la route, conduite en ville) ?
    6. Y a-t-il des contraintes topographiques ou de trafic qui demandent des compétences particulières pour les trajets domicile-travail à vélo ?

- **Partie 3 : Matériels / Infrastructures :**
    7. Quelles infrastructures extérieures favorisent ou limitent l'usage du vélo pour vos employés ? (Pistes cyclables, signalisation, proximité d'une gare…)
    8. Quelles infrastructures internes sont mises en place pour faciliter la venue à vélo ? (Parking vélos sécurisé, douches, vestiaires, service de leasing, réparation…)

9. D'après vous, ces infrastructures sont-elles suffisantes pour répondre aux besoins des employés ? (Que manque-t-il pour encourager davantage l'usage du vélo ?)
10. Y a-t-il des possibilités d'intermodalité lorsque le domicile est éloigné ?
11. Que faudrait-il ajouter ou améliorer pour augmenter le nombre d'employés venant à vélo au travail ?

- **Partie 4 : Règles et organisation** :
    12. Y a-t-il des règles ou pratiques organisationnelles qui facilitent ou limitent l'usage du vélo ? (Horaires flexibles, dress code, politique de télétravail, possibilité de stationner la voiture pour des trajets mixtes…)
    13. L'entreprise propose-t-elle des incitants financiers ou pratiques (leasing, remboursement) ?

- **Partie 5 : Significations et culture collective :**
    14. Comment le vélo est-il perçu dans l'entreprise ? (Plutôt positif, neutre ou négatif ? Différences entre cadres, employés, vous-même ?)
    15. Existe-t-il des stéréotypes liés au vélo dans votre entreprise ? (« réservé aux sportifs », « aux hommes », « aux jeunes », « pas pratique pour les familles » …)
    16. Selon vous, quelle place le vélo occupe-t-il dans la culture de votre entreprise ? (Est-ce un sujet de conversation courant ? Existe-t-il une « communauté vélo » ?)
    17. Quelles raisons motivent le choix du vélo, pour se rendre sur son lieu de travail ? (Santé, économie, écologie, gain de temps, indemnités, sportive, loisir, gain de temps, …)
    18. Quelles sont les émotions ressenties lors de l'utilisation du vélo pour venir travailler ? (Plaisir, stress, fatigue, gain d'énergie, fierté, dégout, insécurité, ennui, …)

19. Quels changements de perceptions ou de significations (par les employés ou le management) par rapport au vélo faudrait-il pour augmenter la part de déplacements à vélo ?
20. Pourquoi certains employés utilisent parfois ou toujours d'autres moyens de transport que le vélo ? Quels sont les variables quotidiennes qui impactent le choix du moyen de transport ? (Météo, embouteillage, saisons, luminosité,...)

Bibliographie

Anderson, C. C., Clarkson, D. E., Howie, V. A., Withyman, C. J., & Vandelanotte, C. (2022). Health and well-being benefits of e-bike commuting for inactive, overweight people living in regional Australia. *Health Promotion Journal of Australia*, *33* (1), 349–357. https://doi.org/10.1002/hpja.590

Banister, D. (2008). The sustainable mobility paradigm. *Transport Policy*, *15*(2), 73-80. https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2007.10.005

Barreck, A., & Marchand, A. (2025). Does work-family conflict mediate the influence of commuting on mental health? A multilevel perspective. *Journal of Transport & Health, 44*, 102113. https://doi.org/10.1016/j.jth.2025.102113

Biernat, E., Krzepota, J., & Sadowska, D. (2020). Cycling to work: Business people, encourage more physical activity in your employees! *Work, 65*(2), 391–399. https://doi.org/10.3233/WOR-203091

Bjørnarå, H. B., Berntsen, S., J Te Velde, S., Fyhri, A., Deforche, B., Andersen, L. B., & Bere, E. (2019). From cars to bikes - The effect of an intervention providing access to different bike types: A randomized controlled trial. *PLOS One*, *14*(7), e0219304. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0219304

Boembeke, V., Contor, J., Dawance, S., & Gloesener, J. (2024). *Vers une mobilité active et inclusive en Wallonie : analyse qualitative des pratiques et usages de femmes* (Rapport de recherche n° 59). Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique (IWEPS). https://www.iweps.be/wp-content/uploads/2024/07/RR59.pdf

Brand, C., Dons, E., Anaya-Boig, E., Avila-Palencia, I., Clark, A., de Nazelle, A., Gascon, M., Gaupp-Berghausen, M., Gerike, R., Götschi, T., Iacorossi, F., Kahlmeier, S., Laeremans, M., Nieuwenhuijsen, M. J., Orjuela, J. P., Racioppi, F., Raser, E., Rojas-Rueda, D., Standaert, A., & Int Panis, L. (2021). The climate change mitigation effects of daily active travel in cities. *Transportation Research*

Part D: Transport and Environment, 93, 102764. https://doi.org/10.1016/j.trd.2021.102764

Bruxelles Mobilité. (2025). *Comportements de déplacements des Bruxellois*. Région Bruxelles-Capitale. https://be.brussels/fr/transport-mobilite/enjeux-de-la-mobilite/observatoire-thematique/comportements-de-deplacements-des-bruxellois

Celis-Morales, C. A., Lyall, D. M., Welsh, P., Anderson, J., Steell, L., Guo, Y., Maldonado, R., Mackay, D. F., Pell, J. P., Sattar, N., & Gill, J. M. R. (2017). Association between active commuting and incident cardiovascular disease, cancer, and mortality: prospective cohort study. *BMJ, 357*, j1456. https://doi.org/10.1136/bmj.j1456

Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods* (2e éd.). McGraw-Hill.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "What" and "Why" of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, *11*(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01

De Souza, A. A., Sanches, S. P., & Ferreira, M. A. G. (2014). Influence of attitudes with respect to cycling on the perception of existing barriers for using this mode of transport for commuting. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *162*, 111-120. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.12.191

De Vos, J., Le, H. T. K., & Kroesen, M., (2022). Does commute duration attenuate the effect of travel mode choice on commute satisfaction? *Travel Behaviour and Society 28*, 13–21. https://doi.org/10.1016/j.tbs.2022.02.004

Dill, J., Mohr, C., & Ma, L. (2014). How Can Psychological Theory Help Cities Increase Walking and Bicycling? *Journal of the American Planning Association*, *80*(1), 36–51. https://doi.org/10.1080/01944363.2014.934651

Dubuisson-Quellier, S., & Plessz, M. (2013). La théorie des pratiques. Quels apports pour l'étude sociologique de la consommation ? *Sociologie, 4*(4). http://journals.openedition.org/sociologie/2030

Moretti, E., & Wheeler, H. (2025). The Traffic Noise Externality: Costs, Incidence and Policy Implications. *NBER Working Paper Series,* 34298. https://doi.org/10.3386/w34298

Fishman, E., Böcker, L., & Helbich, M. (2015). Adult active transport in the Netherlands: an analysis of its contribution to physical activity requirements. *PLOS One*, *10*(4), e0121871. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0121871

Glasgow, T. E., Le, H. T. K., Geller, E. S., Fan, Y., & Hankey, S. (2019). How transport modes, the built and natural environments, and activities influence mood: A GPS smartphone app study. *Journal of Environmental Psychology 66*, 101345. https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2019.101345

Gojanovic, B., Welker, J., Iglesias, K., Daucourt, C., & Gremion, G. (2011). Electric bicycles as a new active transportation modality to promote health. *Medicine & Science in Sports & Exercise, 43*(11), 2204-2210. 10.1249/MSS.0b013e31821cbdc8

Guillaume, M., & Verwee, I. (2022). *Le problème du vol de vélos en Belgique : État des lieux exploratif et recommandations d'action d'une perspective Mobilité* (Rapport n° 2022-R-13-FR). Institut Vias. https://www.vias.be/publications/Fietsdiefstal%20als%20probleem%20in%20Belgi%C3%AB/Le%20probl%C3%A8me%20du%20vol%20de%20v%C3%A9los%20en%20Belgique.pdf

Hansson, E., Mattisson, K., Björk, J., Östergren, P-O., Jakobsson, K. (2011). Relationship between commuting and health outcomes in a cross-sectional population survey in southern Sweden. *BMC Public Health 11,* 834. https://doi.org/10.1186/1471-2458-11-834

Havet, N., & Bouzouina, L. (2026). Factors influencing the modal shift from motorised to active commuting among university populations. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, *37*, 101995. https://doi.org/10.1016/j.trip.2026.101995

Heinen, E., Maat, K., & van Wee, B. (2011). The role of attitudes toward characteristics of bicycle commuting on the choice to cycle to work over various distances. *Transportation Research Part D: Transport and Environment, 16*(2), 102-109. https://doi.org/10.1016/j.trd.2010.08.010

Heinen, E., Maat, K., & van Wee, B. (2013). The effect of work-related factors on the bicycle commute mode choice in the Netherlands. *Transportation*, *40*, 23-43. https://doi.org/10.1007/s11116-012-9399-4

Hu, G., Qiao, Q., Silventoinen, K., Eriksson, J. G., Jousilahti, P., Lindström, J., Valle, T. T., Nissinen, A., & Tuomilehto, J. (2003). Occupational, commuting, and leisure-time physical activity in relation to risk for Type 2 diabetes in middle-aged Finnish men and women. *Diabetologia, 46*, 322–329. https://doi.org/10.1007/s00125-003-1031-x

Iwińska, K., Blicharska, M., Pierotti, L., Tainio, M., & de Nazelle, A. (2018). Cycling in Warsaw, Poland – Perceived enablers and barriers according to cyclists and non-cyclists. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, *113*, 291-301. https://doi.org/10.1016/j.tra.2018.04.014

Jahre, A. B., Bere, E., Nordengen, S., Solbraa, A., Andersen, L. B., Riiser, A., & Bjørnarå, H. B. (2019). Public employees in South-Western Norway using an e-bike or a regular bike for commuting - A cross-sectional comparison on sociodemographic factors, commuting frequency and commuting distance. *Preventive Medicine Reports*, *14*, 100881. https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2019.100881

Jiménez, P., María-Dolores, D., & Beltrán, S. (2020). An Integrative and Sustainable Workplace Mobility Plan: The Case Study of Navantia-Cartagena (Spain). *Sustainability, 12*(24), 10301. https://doi.org/10.3390/su122410301

Krizek, K. J., Sharmeen, F., & Martens, K. (2018). JTLU special issue editorial: Bicycling in changing urban regions. *Journal of Transport and Land Use*, *11*(1), 805–810. https://doi.org/10.5198/jtlu.2018.1459

Lancée, S., Veenhoven, R., & Burger, M. (2017). Mood during commute in the Netherlands: What way of travel feels best for what kind of people? *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 104, 195-208. https://doi.org/10.1016/j.tra.2017.04.025

Laviolette, J., Morency, C., & Waygood, E. O. D. (2020). Persistance de l'automobilité ? Analyse en trois perspectives. *Flux, 119-120,* 142-172. https://doi.org/10.3917/flux1.119.0142

Loong, C., van Lierop, D., & El-Geneidy, A. (2017). On time and ready to go: An analysis of commuters' punctuality and energy levels at work or school. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour, 45*, 1-13. https://doi.org/10.1016/j.trf.2016.11.014

Louis, J., Brisswalter, J., Morio, C., Barla, C., & Temprado, J.-J. (2012). The electrically assisted bicycle: An alternative way to promote physical activity. *American Journal of Physical Medicine & Rehabilitation, 91*(11), 931-940. https://doi.org/10.1097/PHM.0b013e318269d9bb.

Márquez, L., Cantillo, V., & Paternina-Arboleda, C. D. (2024). Hard and soft measures for motivating workers to commute by bicycle: The case of Bogota. *Case Studies on Transport Policy*, *18*, 101299. https://doi.org/10.1016/j.cstp.2024.101299

Martin, A., Goryakin, Y., & Suhrcke, M. (2014). Does active commuting improve psychological wellbeing? Longitudinal evidence from eighteen waves of

the British Household Panel Survey. *Preventive medicine*, *69,* 296–303. https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2014.08.023

Martin, A., Suhrcke, M., & Ogilvie, D. (2012). Financial incentives to promote active travel: An evidence review and economic framework. *American Journal of Preventive Medicine*, *43*(6), e45–e57. 10.1016/j.amepre.2012.09.001

Mattisson, K., Idris, A. O., Cromley, E., Håkansson, C., Östergren, P-O., & Jakobsson, K. (2018). Modelling the association between health indicators and commute mode choice: a cross-sectional study in southern Sweden. *Journal of Transport & Health, 11*, 110–121. https://doi.org/10.1016/j.jth.2018.10.012

Mella Lira, B., & Paez, A. (2021). Do drivers dream of walking? An investigation of travel mode dissonance from the perspective of affective values. *Journal of Transport & Health, 20*, 1-15, 101015. https://doi.org/10.1016/j.jth.2021.101015

NCD Risk Factor Collaboration (NCD-RisC). (2024). Worldwide trends in underweight and obesity from 1990 to 2022: A pooled analysis of 3663 population-representative studies with 222 million children, adolescents, and adults. *The Lancet, 403*, 1027-1050, 10431 https://doi.org/10.1016/S0140-6736(23)02750-2

Nello-Deakin, S. (2019). Is there such a thing as a ‘fair’ distribution of road space? *Journal of Urban Design*, *24*(5), 698–714. https://doi.org/10.1080/13574809.2019.1592664

Nematchoua, M. K., Ricciardi, P., Buratti, C., Orosa, J. A., Asadi, S., Deuse, C., Saadi, I., & Reiter, S. (2023). A bike trips survey as an impetus for the transition to sustainable cities and societies. *Cities, 141*, 104526. https://doi.org/10.1016/j.cities.2023.104526.

Nieman, D. C., Luo, B., Dréau, D., Henson, D. A., Shanely, R. A., Dew, D., & Meaney, M. P. (2014). Immune and inflammation responses to a 3-day period of

intensified running versus cycling. *Brain, behavior, and immunity, 39*, 180–185. https://doi.org/10.1016/j.bbi.2013.09.004

Nordengen, S., Andersen, L. B., Solbraa, A. K., & Riiser, A. (2019). Cycling is associated with a lower incidence of cardiovascular diseases and death: Part 1 - systematic review of cohort studies with meta-analysis. British journal of sports medicine, 53(14), 870–878. https://doi.org/10.1136/bjsports-2018-099099

Oja, P., Titze, S., Bauman, A., de Geus, B., Krenn, P., Reger-Nash, B. & Kohlberger, T. (2011). Health benefits of cycling: a systematic review. *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports*, 21, 496-509. https://doi.org/10.1111/j.1600-0838.2011.01299.x

Østergaard, L., Jensen, M. K., Overvad, K., Tjønneland, A., & Grøntved, A. (2018). Associations Between Changes in Cycling and All-Cause Mortality Risk. *American journal of preventive medicine, 55*(5), 615–623. https://doi.org/10.1016/j.amepre.2018.06.009

Page, N. C., & Nilsson, V. O. (2017). Active commuting: Workplace health promotion for improved employee well-being and organizational behavior. *Frontiers in Psychology*, *7*, 1994. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01994

Pritchard, R., & Frøyen, Y. (2019). Location, location, relocation: how the relocation of offices from suburbs to the inner city impacts commuting on foot and by bike. *European Transport Research Review, 11*, 14. https://doi.org/10.1186/s12544-019-0348-6

Pucci, G., Reis, R.S., Rech, C.R., & Hallal, P.C. (2012). Quality of life and physical activity among adults: population-based study in Brazilian adults. *Quality of Life Research 21*, 1537–1543. https://doi.org/10.1007/s11136-011-0083-5

Pucher, J., & Buehler, R. (2012). *City Cycling*. MIT Press.

Rodrigues, F. S. P., Larranaga, A. M., Cybis, H. B. B., Arellana, J., & Lucchesi, S. T. (2021). Impact of strategies to encourage bicycle use on work trips: a case study involving employees of Companhia Riograndense de Saneamento. *DYNA, 88*(219), 59-67. https://doi.org/10.15446/dyna.v88n219.95873

Rietveld, P., Daniel, V. (2004). Determinants of bicycle use: do municipal policies matter? *Transportation Research Part A: Policy and Practice, 38*(7), 531-550. https://doi.org/10.1016/j.tra.2004.05.003

Schwanen, T., Banister, D., & Anable, J. (2012). Rethinking habits and their role in behaviour change: The case of low-carbon mobility. *Journal of Transport Geography*, *24*, 522–532. https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2012.06.003

Scrivano, L., Tessari, A., Marcora, S. M., & Manners, D. N. (2024). Active mobility and mental health: A scoping review towards a healthier world. *Cambridge Prisms: Global Mental Health, 11*, 1-23. https://doi.org/10.1017/gmh.2023.74

Service Public de Wallonie Mobilité et Infrastructures & Institut Wallon de l'Évaluation, de la Prospective et de la Statistique. (2025, octobre). *Tableau de bord de la mobilité - 2025*. Ediwall. https://mobilite.wallonie.be/files/politiques-mobilite/TBM/2025/tableau-de-bord-mobilite-2025.pdf

Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and How it Changes*. Sage.

Simons, M., Van Es, E., & Hendriksen, I. (2009). Electrically assisted cycling: A new mode for meeting physical activity guidelines? *Medicine & Science in Sports & Exercise, 41*(11), 2097-2102. https://doi.org/10.1249/MSS.0b013e3181a6aaa4

Sims, R., Schaeffer, R., Creutzig, F., Cruz-Núñez, X., D'Agosto, M., Dimitriu, D., Figueroa Meza, M. J., Fulton, L., Kobayashi, S., Lah, O., McKinnon, A., Newman, P., Ouyang, M., Schauer, J. J., Sperling, D., & Tiwari, G. (2014). Transport. In Edenhofer, O., Pichs-Madruga, R., Sokona, Y., Farahani, E., Kadner,

S., Seyboth, K., Adler, A., Baum, I., Brunner, S., Eickemeier, P., Kriemann, B., Savolainen, J., Schlömer, S., von Stechow, C., Zwickel, T., & Minx, J. C. (Eds.), *Climate change 2014: Mitigation of climate change. Contribution of Working Group III to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* (Cambridge University Press, 599–670). https://doi.org/10.1017/CBO9781107415416.005

Strain, T., Flaxman, S., Guthold, R., Semenova, E., Cowan, M., Riley, L. M., Bull, F. C., Stevens, G. A., & Country Data Author Group. (2024). National, regional, and global trends in insufficient physical activity among adults from 2000 to 2022: a pooled analysis of 507 population-based surveys with 5·7 million participants. *The Lancet Global Health, 12*(8), e1232–e1243. https://doi.org/10.1016/S2214-109X(24)00150-5

Synek, S., & Koenigstorfer, J. (2018). Exploring adoption determinants of tax-subsidized company-leasing bicycles from the perspective of German employers and employees. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, *117*, 238–260. https://doi.org/10.1016/j.tra.2018.08.011

Tarasi, D., Daras, T., & Tsoutsos, T. (2021). Is cycling an attractive transport solution in a Mediterranean city? In Tsoutsos, T. (eds). *Sustainable Mobility for Island Destinations* 101-118. https://doi.org/10.1007/978-3-030-73715-3_6

Tessier, D. (2023). La théorie de l'autodétermination. In F. Fenouillet & P. Carré (Eds.), *Grand manuel de psychologie de la motivation* (pp. 101–124). Dunod. https://www.researchgate.net/publication/376204039_La_theorie_de_l'autodetermination

Vairo, N., Bopp, M., & Sims, D. (2017). Best practices for businesses promoting bicycling. *International Journal of Health Promotion and Education, 55*(5-6), 298–310. https://doi.org/10.1080/14635240.2017.1392888

Videbæk, S., Bueno, A. M., Nielsen, R. O., & Rasmussen, S. (2015). Incidence of Running-Related Injuries Per 1000 h of running in Different Types of

Runners: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Sports medicine, 45*, 1017–1026. https://doi.org/10.1007/s40279-015-0333-8

Wardman, M., Tight, M., & Page, M. (2007). Factors influencing the propensity to cycle to work. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, *41*, 339–350. https://doi.org/10.1016/j.tra.2006.09.011

Welsch, J., & Rudolph, F. (2026). Company bikes in Germany - Are they associated with the frequency of bicycle commuting and everyday cycling? *Active Travel Studies*, *6*(1), 1–22. https://doi.org/10.16997/ats.1774

Wogan, R., & Kennedy, J. (2024). Crowdsourced cycling data applications to estimate noise pollution exposure during urban cycling. Heliyon, 10(6), e27918. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e27918.

Abstract

Objectif : Explorer l'influence de la culture de mobilité des entreprises sur l'adoption du vélo comme moyen de transport par leurs employés. L'étude analyse les facteurs matériels, de compétences, les significations, les règles et organisation favorisant ou freinant l'usage du vélo pour les trajets domicile-travail.

Méthode : L'étude s'appuie sur la théorie des pratiques sociales. La récolte des données provient d'entretiens semi-directifs auprès de mobility managers de 17 entreprises situées en Wallonie et à Bruxelles. Le classement se base sur 3 critères : la présence d'infrastructures d'accueil, les politiques favorables au vélo et un taux d'au moins 3 % d'engagement d'employés venant à vélo de façon hebdomadaire. Ainsi 8 entreprises ont une forte culture vélo **(FCV)** et 9 une faible culture vélo **(fcv)**.

Résultats : 100 % des FCV déclarent avoir une perception positive du vélo, alors que 78 % des fcv ont, elles, une perception neutre. Paradoxalement, les stéréotypes sont plus explicités au sein des FCV (75 % contre 44,4 %). Le principal frein est la météo et l'écologie est le levier motivationnel le plus important.

Conclusion : Les divergences les plus fortes sont de l'ordre des significations et de la culture collective. Cette recherche montre que le sentiment de sécurité et la séparation physique entre le trafic motorisé et le vélo sont cruciaux. Finalement, le leasing vélo permet d'atténuer les barrières économiques ainsi que de repousser la contrainte de la distance (VAE).

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN
Faculté des sciences de la motricité
Place Pierre de Coubertin, 1 bte L8.10.01, 1348 Louvain-la-Neuve, Belgique | www.uclouvain.be/fsm