

PROJECTEURS

L'ÉCLAIRAGE INDISPENSABLE
À VOTRE PROJET DE
CRÉATION D'ENTREPRISE

MAGASIN DE VÉLO

VENTE ET RÉPARATION DE CYCLE



AVRIL 2025

bpifrance

CRÉATION

PROJECTEURS

AVANT-PROPOS

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

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

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

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

Le dossier Projecteurs MAGASIN DE VÉLO est édité par Bpifrance.

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

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

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Nicolas Dufourcq

CONTACTS

Sonia Julaud (sonia.julaud@bpifrance.fr)

Laurence Tassone (laurence.tassone@bpifrance.fr)

ISBN : 978-2-38076-081-1

Bpifrance, avril 2025

MISES EN GARDE

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

MAGASIN DE VÉLO

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

Françoise Dorin*

MERCI

aux personnes qui ont bien voulu répondre à nos questions, en particulier :

- Yohan Comellec, chargé de métier « 2 Roues-Cycles et motocycles » chez **Mobilians**

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

SOMMAIRE

1.	EN BREF	5
2.	DÉFINITION DE LA PROFESSION	7
3.	ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ	11
4.	MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ	33
5.	ÉLÉMENTS FINANCIERS	38
6.	RÈGLES DE LA PROFESSION	43
7.	CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION	48

**EN
BREF**

1.

EN BREF

Que ce soit pour les loisirs ou pour une mobilité plus douce, le vélo n'a jamais été autant prisé des Français. Après le boom des ventes des « années Covid », le marché se stabilise. Pour autant, le vélo reste le moyen de transport le plus vendu en France. Aujourd'hui, la rentabilité des magasins tient moins aux ventes de vélo neuf qu'aux services tels que la réparation, la location et l'occasion. Dans un marché saturé, les nouveaux vélocistes devront faire preuve d'adaptabilité pour trouver leur place et se développer.

La pratique du vélo a considérablement augmenté depuis 2019. Les préoccupations sanitaires et écologiques, l'engorgement des transports publics, la densité du trafic routier et la multiplication des pistes cyclables ont amené les Français à redécouvrir le vélo, non seulement pour le sport et les loisirs, mais aussi comme mode de déplacement. Aujourd'hui, près de la moitié des Français possède au moins un vélo, et plus de la moitié en fait régulièrement.

Mais le taux d'équipement des ménages est désormais élevé, et les préoccupations de pouvoir d'achat se font plus fortes. Aussi, les ventes de vélos accusent un ralentissement depuis 2023, un phénomène qui peut entraîner des surstocks et peser sur la trésorerie des magasins. Face à cette saturation du marché, les vélocistes doivent changer de braquet : réputés pour leur expertise et la qualité de leur service après-vente, ils misent sur les services de maintenance et de réparation. Cette stratégie doit être rendue visible par des actions de communication et de pédagogie, jouant sur la fibre écoresponsable des clients pour les inciter à faire entretenir et réparer leur vélo.

La location de cycle est également en plein essor. L'offre s'adapte aux préoccupations écologiques des consommateurs, leur permet de tester des modèles, ou encore de pratiquer le vélo de façon occasionnelle, à un coût inférieur à l'achat, notamment pour les vélos avec assistance électrique (VAE).

Le commerce de vélos étant en passe de devenir un marché de renouvellement, les distributeurs se positionnent de plus en plus sur les modèles d'occasion. Face aux ventes habituellement réalisées entre particuliers, l'atout d'un magasin de cycles est de proposer des reprises attractives et des vélos remis en état, voire personnalisés.

Le marché du vélo offre ainsi des perspectives positives aux distributeurs à l'affût des nouvelles tendances. Et les chiffres de fréquentation des pistes cyclables et d'utilisation du vélo pour les trajets domicile-travail confirment l'affection inébranlable des Français pour la Petite Reine.

CHIFFRES CLÉS

+ 39 %

**Progression du chiffre d'affaires
du marché du cycle entre 2019 et 2024**

53 %

**Part de marché en valeur
détenue par les détaillants de cycles**

Source : Union sport & cycle.

2.

DÉFINITION DE LA PROFESSION

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Activité

Périmètre de l'activité

Le détaillant en cycle, aussi appelé vélociste, est un commerçant dont l'offre peut être généraliste ou spécialisée sur un segment particulier : vélo de ville, vélo de route, vélo tout-terrain (VTC) ou tout-terrain (VTT), vélo à assistance électrique (VAE), vélo cargo.

Ce commerçant propose aussi, dans la majorité des cas, la réparation et l'entretien des cycles ainsi qu'une offre d'articles connexes tels que accessoires de sécurité, selles, sacoches, vêtements, chaussures, produits diététiques, *etc.*

Au quotidien, le détaillant en cycles :

- achète et revend des vélos, des composants (selles, guidons, roues, pneus, *etc.*) et des accessoires (outillage, habillement, customisation, *etc.*) ;
- s'occupe des plannings de location ;
- sélectionne les produits adaptés à sa clientèle (urbaine, péri-urbaine ou rurale ; de l'enfant au senior) ;
- donne des conseils à sa clientèle en matière d'achat et de sécurité routière ;
- optimise la gestion des stocks et des campagnes de promotion ;
- fait le suivi des opérations de maintenance préventive et des réparations, le plus souvent confiées à un ou plusieurs salariés ou sous-traités ;
- gère et forme le personnel, le cas échéant.

Code APE de la NAF

L'activité de commerce de cycles est classée sous l'activité principale de l'entreprise (APE) correspondant au code NAF **47.64Z** « **Commerces de détail d'articles de sport en magasin spécialisé** ». Elle comprend :

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

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

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

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

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Attention : les données chiffrées correspondant aux codes NAF 47.64Z et 45.40Z couvrent un large éventail d'activités. Elles ne reflètent pas spécifiquement l'activité de commerce de vélo que nous abordons dans ce dossier Projecteurs.

Les activités de réparation seule (code NAF **95.29Z**) et de location seule (code NAF **77.21Z**) ne font pas l'objet de ce dossier. Cependant, la réparation étant un service essentiel pour les commerces de cycle, elle sera traitée dans les rubriques « **Maintenance et réparation sont à développer pour assurer la rentabilité** » et « **Des stratégies pour développer l'activité de réparation** » en partie 3.

Pour en savoir plus :

→ ENTREPRENDRE.SERVICE-PUBLIC.FR. « **À quoi correspond le code APE (code NAF) ?** », article vérifié le 05/02/2025.

UNE NOUVELLE NOMENCLATURE D'ACTIVITÉS FRANÇAISE AU 1^{ER} JANVIER 2026

Afin d'être fidèle au tissu économique actuel, la nomenclature d'activités française (NAF), dont l'actuelle version date de 2008 (rév. 2), a fait l'objet d'une nouvelle révision adoptée fin 2023 par l'Insee et en mai 2024 par Eurostat.

« À partir de janvier 2026, toutes les unités (entreprises et établissements) auront dans le système statistique un nouveau code APE, déterminé selon la NAF 2025. » Certaines activités feront alors l'objet d'un reclassement.

L'article de l'Insee contient les tables de correspondance entre la NAF 2008 rév. 2 et la NAF 2025, qui vous permettront de vérifier si le ou les codes APE de votre activité seront impactés par cette révision.

Source : INSEE. « **Vers une nouvelle nomenclature : la NAF 2025** », article publié le 07/10/2024.

Aptitudes

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

- **avant tout, avoir le sens du contact**, faire preuve d'écoute et d'empathie, savoir cerner le besoin du client. Soutenir ce dernier dans sa décision d'acheter un vélo, voire le rassurer. Comme dans beaucoup de métier où le conseil fait la différence, une bonne communication crée la confiance ;
- **être pédagogue**, donner des conseils avisés, notamment à propos du vélo électrique qui demande, pour une utilisation optimale, des connaissances particulières ;
- **avoir la mémoire des caractéristiques techniques** de chaque modèle et des besoins auxquels elles répondent ;
- **détenir une expertise technique** :
 - > pour déterminer précisément le modèle correspondant aux *desiderata* ou besoin réel du client (loisirs, route, ville, course, VTT, VAE...). Il peut être amené à concevoir un vélo à la carte (le client choisit lui-même le cadre, la couleur, le pédalier, la selle, les roues),
 - > pour procéder aux divers réglages du vélo,
 - > pour effectuer des réparations ;

DÉFINITION DE LA PROFESSION

- **posséder une excellente connaissance des produits complémentaires** : casques, équipements de sécurité, vêtements, chaussures, produits nutritionnels, etc. ;
- **s'intéresser de près à l'innovation** dans les domaines qui touchent au cyclisme (essentiellement *via* la presse, les salons professionnels et les réseaux sociaux) ;
- **connaître la sécurité routière**, pour prodiguer des conseils au client, d'autant plus importants que la cohabitation vélo/automobile représente des risques ;
- **avoir des connaissances en informatique** pour connaître l'état des stocks et les historiques de vente, effectuer sa comptabilité ou ses commandes, gérer l'affichage électronique des prix et des informations en magasin, ou encore se constituer un fichier clients. Celui-ci sera précieux pour des campagnes d'e-mailing (voir la rubrique « **Communication** » en partie 3).

En tant que chef d'entreprise, le vélociste devra également :

- être bon gestionnaire ;
- avoir le sens du commerce, le goût du marketing ;
- être curieux pour dénicher de nouveaux produits ;
- être habile négociateur avec ses fournisseurs ;
- être pédagogue et aimer transmettre ses connaissances à ses clients ;
- être disponible, car il faut consacrer beaucoup de temps à son entreprise, y compris en dehors des heures d'ouverture.

3.

**ÉLÉMENTS
DE L'ÉTUDE
DE MARCHÉ**

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marché

État des lieux du secteur

La France compte plus de 5 700 points de vente de produits, services et accessoires autour du vélo en 2024 (indépendants et franchisés).

Rien qu'à Paris, les boutiques de vélo font partie des cinq types de commerce ayant connu la plus forte hausse nette du nombre d'ouvertures entre 2020 et 2023 (+ 39 %), soit 69 boutiques supplémentaires en trois ans (97 créations pour 28 disparitions). Depuis 2014, le nombre de magasins et/ou de réparateurs de vélos a presque triplé, passant de 86 établissements à 247 aujourd'hui. Certains arrondissements sont moins bien fournis, notamment le 7^e, le 8^e et le 16^e. À l'inverse, le 11^e et le quartier des Batignolles ont vu de nombreuses implantations. Un quart des magasins parisiens dépend d'un réseau d'enseigne.

Sources :

- ATELIER PARISIEN D'URBANISME. « **Les commerces à Paris en 2023** », étude publiée en janvier 2024.
- MOBILIANS. Informations recueillies par Bpifrance en mars 2025.

Les détaillants, premier canal de distribution en valeur

Les détaillants s'arrogent près de la moitié des ventes de cycles, pièces et accessoires en valeur sur le neuf (53 %), un tiers est réalisé par les enseignes multisports (34 %), un dixième passe par la vente sur Internet, et le solde est entre les mains des grandes surfaces (2 %).

En volume, ce sont les enseignes multisports qui dominent le marché du neuf, avec 62 % des ventes, contre 24 % pour les détaillants, 6 % pour les grandes surfaces alimentaires (GSA) et autres, et seulement 7 % pour le commerce en ligne.

Source : XERFI. « **Le marché du vélo - Les stratégies novatrices pour tirer parti des nouvelles opportunités** », étude publiée le 14/05/2024.

Le marché du cycle neuf se stabilise du fait d'un taux élevé d'équipement des ménages

Les évolutions du marché du vélo sont et devraient être les suivantes :

- une croissance régulière entre 2013 et 2019 ;
- un boom des ventes de 2019 à 2022 pendant la crise sanitaire ;
- une consolidation du marché depuis 2023 qui devrait se poursuivre jusqu'en 2026 ;
- une reprise à partir de 2026.

Malgré ces fluctuations, le vélo reste le moyen de transport le plus vendu en France, représentant, à lui seul, 43 % des moyens de transport individuel vendus, ce qui le place largement en tête devant les trottinettes (26 %) et les voitures (26 %).

Si, en 2024, le marché du cycle neuf (pièces et accessoires inclus) accuse une baisse en valeur de 5,9 % par rapport à 2023, il reste à un haut niveau, à 3,2 Md€, et en progression de 42 % par rapport à 2019.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Cette dynamique n'est pas portée par l'augmentation des ventes en volume. En effet, il s'est vendu 684 000 vélos de moins en 2024 par rapport à 2019. Ainsi, 1,9 millions de vélos neufs ont été vendus au total en 2024 en France, soit une baisse de 12 % par rapport à 2023. Ces ventes de vélos (hors pièces et accessoires) représentent 2 Md€, soit 60 % du marché du cycle au global. Ce recul des ventes s'observe quel que soit le segment :

- 1,4 million de vélos musculaires (ou vélos classiques) vendus, en baisse de 12 % sur un an. Ce segment compte pour 42 % du marché en valeur (hors pièces et accessoires) et 70 % en volume ;
- 0,5 million de vélos électriques (VAE) vendus, soit une baisse annuelle de 16 %. Ce segment génère 58 % du marché en valeur (hors pièces et accessoires), un tiers en volume.

Avec le boom des ventes lors de la pandémie de Covid-19, 1 ménage sur 2 est désormais équipé en vélo. Et un quart des nouveaux cyclistes l'est depuis moins de deux ans. La croissance du marché depuis 2020 repose sur :

- la hausse des ventes de vélo de route, course, piste et triathlon (+ 13 %) et de vélo *gravel*, randonnée et cyclocross (+ 5 %) ;
- le maintien du mix VAE/vélo classique (voir la rubrique suivante), même si l'impact du VAE est moindre en 2024 (- 16 % en volume) ;
- des remises promotionnelles pour compenser l'inflation ;
- un soutien financier au primo-équipement de la part du gouvernement et de certaines collectivités territoriales (voir la rubrique « **Les incitations financières à la pratique et à la réparation de vélo** » plus loin dans cette partie).

Sources :

- L'OBSERVATOIRE SOCIÉTÉ ET CONSOMMATION. « **La France à vélo** », rapport publié en avril 2023.
- UNION SPORT & CYCLE. « **Baisse des ventes de vélos neufs, progression du marché maintenue** », article publié le 30/04/2024.
- UNION SPORT & CYCLE. « **L'observatoire du cycle** », rapport publié en avril 2025.
- UNION SPORT & CYCLE. « **La pratique du vélo en France** », rubrique en ligne.
- XERFI. « **Le marché du vélo - Les stratégies novatrices pour tirer parti des nouvelles opportunités** », étude publiée le 14/05/2024.

Pour en savoir plus :

- ➔ WEELZ. « **Essor du vélo en France, la bicyclette s'ancre dans le paysage français (oui, mais...)** », article publié le 09/10/2023.

Le vélo électrique soutient le marché

Un transfert des ventes des vélos traditionnels vers les vélos à assistance électrique (VAE) s'est opéré ces dernières années. Les vélos électriques ont gagné en popularité en raison de leur pédalage assisté et de leur portée étendue, faisant du cyclisme une option de transport pratique et écologique, notamment pour le « vélotaf » (utilisation du vélo pour les trajets domicile-travail ou lieu d'étude).

Si le nombre de VAE vendus en 2024 est en baisse de 16 %, à 570 381 unités, leur part en valeur s'élève à 58 % du marché, soit 13 points de plus qu'en 2019. Le prix moyen d'un VAE est en moyenne près de 4 fois plus élevé que celui des vélos classiques. En volume, les ventes de vélos électriques représentent 30 % du marché. Elles ont doublé depuis 2019, avec près de 3,5 millions d'unité écoulées sur la période.

Globalement, le VAE est aujourd'hui le moyen de transport électrique le plus vendu en France : il représente 43 % des ventes de véhicules électriques. Le trio de tête des ventes de VAE est constitué de modèles « tout chemin », VTT et « de ville ». Trois segments sont en progression en volume : les VAE de route et *gravel* (+ 33 %), les VAE cargos (+ 5 %).

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Par ailleurs, les professionnels estiment qu'en moyenne un particulier change de VAE tous les cinq ans. Cela signifie qu'une vague de renouvellement se profile à court terme, d'autant plus que l'offre s'élargit tant en termes de prix que de fonctionnalités. D'ici 2030, un vélo sur deux serait à pédalage assisté.

À la fois cause et conséquence de l'engouement que les Français témoignent à son égard, le VAE se fait de plus en plus vert. Des entreprises françaises développent des modèles à hydrogène, voire sans batterie, grâce à un mécanisme d'auto-recharge lors du pédalage.

Sources :

- FRANCE BLEU. « [Pragma Mobility, première entreprise spécialisée dans les vélos électriques à hydrogène, arrive à Toulouse](#) », article publié le 06/03/2024.
- ORLÉANS MÉTROPOLE. « [Pi-Pop, le vélo électrique sans batterie](#) », article publié le 19/06/2024.
- UNION SPORT & CYCLE. « [L'observatoire du cycle](#) », rapport publié en avril 2025.

La vente de pièces et accessoires : un segment plus atomisé

Le marché des pièces et accessoires représente en 2024 plus d'un tiers du marché du cycle neuf, s'établissant à 1,12 M€, soit une hausse de 30 % par rapport à 2019.

Les commerces de cycle tirent une bonne rentabilité de la vente de pièces et accessoires neufs. Toutefois, la part de marché des détaillants sur cette activité est stable. Ils partagent aujourd'hui le marché à parts à peu près égales avec les enseignes multisports et les e-commerçants, dont la présence est de plus en plus forte sur ce segment (leurs parts de marché en valeur présentent un taux de croissance à deux chiffres depuis 2019).

Source : UNION SPORT & CYCLE. « [L'observatoire du cycle](#) », rapport publié en avril 2025.

Maintenance et réparation sont à développer pour assurer la rentabilité

Un marché en progression

Sur l'ensemble du marché du cycle, la maintenance est le seul secteur en progression : il s'élève à 113 M€ en 2024, soit + 4 % par rapport à 2023, et a été multiplié par 2,2 par rapport à 2019. Ce chiffre ne comptant que la part de la main-d'œuvre dans les facturations, il reflète principalement l'impact de la hausse des salaires ainsi qu'un effet volume important en raison en particulier du vieillissement du parc de VAE en circulation. D'après les données de l'USC, qui n'intègrent pas les chiffres des spécialistes de la réparation, les magasins de vélos dominent toujours très largement le marché de la maintenance, avec 78 % de part de marché en 2024 contre 22 % pour les enseignes multisports.

Cela s'explique en grande partie par leur prédominance dans les ventes de VAE, leur maillage fin du territoire et des prix en moyenne plus élevés. En effet, si le réflexe de réparation est bien ancré, il n'en est pas de même pour l'entretien : seulement 21 % des cyclistes interrogés déclarent faire réviser ou entretenir leur vélo chez un professionnel au moins une fois par an. Cette part est toutefois plus élevée chez les détenteurs de VAE (41 %) et les propriétaires de vélos de plus de 400 € (36 %).

Source : XERFI. « [Le marché du vélo. Les stratégies novatrices pour tirer parti des nouvelles opportunités](#) », étude publiée le 14/05/2024.

Augmentation du nombre de réparations

La demande en services de réparation est en hausse : l'enquête de l'USC montre une augmentation du nombre de réparations hors garantie de cycles d'au moins 44 % sur la période 2019-2024. Le nombre d'interventions d'entretien-réparation hors garantie est estimé à 5,9 millions en 2024, soit une augmentation de 3,5 % par rapport à 2023.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le vélo est un produit qui se répare la plupart du temps très bien, il est donc loin d'être un produit « jetable » : 90 % des Français considèrent désormais, que « réparer ou faire réparer est mieux que de remplacer », notamment en raison de préoccupations écologiques. L'intention de réparation est aussi corrélée à la valeur plus élevée des achats de cycle (notamment pour un VAE). Ainsi, en 2022, 71 % des cyclistes ont réparé eux-mêmes ou fait réparer au moins une fois leur vélo dans un atelier associatif ou chez un professionnel. Seulement 6 % des cyclistes ayant rencontré un problème sur leur vélo en 2022 ne l'ont pas (fait) réparé.

Les Français ont une perception très positive des réparateurs professionnels qu'ils estiment en majorité compétents, efficaces, disponibles dans des délais raisonnables et avec une offre de proximité suffisante. Pour autant, l'auto-réparation reste la norme, du moins pour les interventions basiques (comme remplacer une chambre à air ou un pneu) : 60 % des cyclistes interrogés ont en effet effectué au moins une réparation eux-mêmes en 2022, quand 27 % ont fait appel à un professionnel et 10 % se sont tournés vers un atelier associatif. Les raisons principales de l'auto-réparation sont en majorité d'ordre financier, des délais d'attente trop longs ou un manque de réparateur à proximité.

Si 73 % des cyclistes ayant déjà eu recours à un réparateur professionnel en 2022 estiment que les tarifs pratiqués sont raisonnables, ils ne sont plus que 54 % tous cyclistes confondus. Il est donc important de mettre en place des stratégies pour inciter le client à avoir recours à ces services après-vente (SAV).

Sources :

- ÉCOLOGIC. « [Étude relative au développement de la réparation des cycles](#) », étude publiée le 15/12/2023.
- UNION SPORT & CYCLE. « [L'observatoire du cycle](#) », rapport publié en avril 2025.

L'enjeu du surstockage post crise sanitaire

Avec le premier confinement sanitaire en 2020, les ventes de vélos ont connu un boom sans précédent. Les magasins peinaient à répondre à la demande, la négociation des prix était rare. La situation a généré une augmentation de la production et des stocks chez les vélocistes qui, depuis le retour de l'inflation, ont du mal à écouler leurs produits et à augmenter leurs prix. À cela s'ajoute un taux d'équipement désormais élevé. Autant de facteurs qui entraînent une stagnation des ventes, voire une diminution sur certaines gammes de vélo. Dans le même temps, de nombreux magasins ont entamé le remboursement du Prêt garanti par l'État (PGE) et ont vu leurs besoins en fonds de roulement augmenter.

Plus qu'un problème de rentabilité, l'enjeu est donc celui de la trésorerie. D'où les opérations de déstockage, devenues monnaie courante depuis 2023, mais ce faisant elles réduisent les marges, donc la trésorerie, créant ainsi un cercle vicieux. Les solutions résident dans la baisse des stocks (traditionnellement coûteux) avec en parallèle la mise en place d'autres sources de revenu dégageant de la marge, à savoir le développement de la maintenance, de la réparation et de la location. Le marché du vélo est alors en pleine métamorphose.

Source : BACHKABAKIAN Zakari. « [Quels défis pour les magasins de vélos en 2024 ?](#) », article publié le 11/02/2024.

Les incitations financières à la pratique et à la réparation de vélo

Depuis 2016, plusieurs aides publiques à l'achat et à la réparation de vélos ont été mises en place. Ces politiques étant sujettes à évolution, nous présentons donc ci-dessous les mesures en vigueur au moment de la rédaction de ce dossier Projecteurs. Les liens vers les sites officiels permettent de vérifier leur validité et les conditions de leur obtention, ainsi que de suivre les éventuelles nouvelles mesures. Ces incitations financières ont pour objectif de favoriser la mobilité douce en France, en particulier sur le trajet domicile-travail/lieu d'étude.

Connaître ces aides est judicieux pour un commerçant de cycle, car elles peuvent constituer un argument de vente de poids, en particulier en période de tensions sur le pouvoir d'achat.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Les aides locales

Le site « [Mes aides vélo](#) » répertorie toutes les aides financières à l'achat d'un vélo selon les villes, les départements et les régions.

Le label BonusRépar « Cycle »

Financé par le Fonds réparation sport et loisirs, et successeur du « Coup de pouce vélo », le bonus réparation est entré en vigueur en juillet 2024 pour inciter à la réparation des articles de sport et de cycle. Il donne droit à une aide immédiate, déductible de la facture, qui s'élève à :

- 15 € si les frais de réparation sont supérieurs à 65 € ;
- 30 € si les frais de réparation sont supérieurs à 120 €.

Seuls les clients des réparateurs labellisés par Écologic (organisme public mettant en œuvre le dispositif) peuvent en bénéficier. Les informations concernant la [demande de label, le processus de remise pour le client](#) et le [kit de communication](#) auprès de la clientèle sont disponibles sur le site d'Écologic.

Le Forfait mobilités durables

Un employeur peut (ou doit selon les régions) prendre en charge les frais de transport domicile-travail de ses salariés si ces derniers utilisent un moyen de transport alternatif tel que le vélo. Ce Forfait mobilités durables (FMD) peut se cumuler sous certaines conditions avec la participation de l'employeur à l'abonnement de transport en commun public.

Source : SERVICE-PUBLIC.FR. « [Forfait mobilités durables \(FMD\)](#) », article publié le 01/01/2025.

La réduction d'impôt sur les sociétés pour mise à disposition d'une flotte de vélos

Les entreprises peuvent bénéficier d'une réduction d'impôt liée aux frais générés par la mise à disposition gratuite de vélos utilisés par les salariés pour leurs déplacements entre le domicile et le lieu de travail.

Source : SERVICE-PUBLIC.FR. « [Réduction d'impôt sur les sociétés pour mise à disposition d'une flotte de vélos](#) », article publié le 25/11/2024.

Évolution du secteur

Les Français sont adeptes des mobilités douces

Sur un trajet quotidien de 2 km en moyenne, la voiture est le véhicule le plus polluant, devant le bus et la moto. Conscients du problème et désireux d'adopter un mode de vie sain, un nombre croissant de Français adopte la mobilité douce. Ainsi, selon le baromètre de la mobilité d'Europassistance, les Français prévoient en 2024 d'utiliser davantage de solutions de mobilité douce sur les douze prochains mois.

Le vélo est une des solutions plébiscitées : 60 % des Français considèrent que choisir ce moyen de déplacement permet de lutter de façon efficace, à son échelle, contre le dérèglement climatique. Ainsi, 38 % envisagent d'avoir recours plus fréquemment au vélo électrique, 33 % à la marche et 32 % à la trottinette personnelle.

La grande majorité des Français parcourt moins de 50 km par jour, ce qui fait du vélo électrique un moyen de transport décarboné adapté. En outre, sur son cycle de vie, le VAE émet environ 5 fois moins de CO² qu'une petite voiture électrique, 7 fois moins qu'une berline électrique et 10 à 15 fois moins qu'une voiture thermique, essence ou diesel. Raison pour laquelle, beaucoup de grandes marques automobiles ont développé des gammes de vélos électriques (Porsche, Mercedes, Skoda et Audi du groupe Volkswagen, BMW, Toyota, General Motors, Ford, Stellantis - Jeep, Peugeot).

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

L'Ademe a publié en 2022 le **témoignage d'un cycliste** converti, qui a troqué sa moto contre un vélo pour aller travailler. Il indique en tirer plusieurs bénéfices, que le détaillant de cycles peut mettre en avant auprès de ses clients : une meilleure forme physique, une bonne action pour la planète (- 30 kg de CO² émis en un mois) et des économies (près de 15 € par mois non dépensés en essence, sans parler de l'assurance et des frais d'entretien du véhicule).

Sources :

- AUTOMOBILE PROPRE. « **Avec son Cargo Verso, Toyota veut remplacer la voiture** », article publié le 24/07/2024.
- CLEANRIDER. « **Ces constructeurs automobiles qui se mettent au vélo électrique** », article publié le 14/01/2024.
- EUROPASSISTANCE. « **Baromètre de la mobilité** », infographie publiée en avril 2024. Sondage réalisé par Ipsos sur un échantillon représentatif de la population.
- POLYTECHNIQUE INSIGHTS. « **Quel bilan carbone pour les vélos électriques ?** », article publié le 05/12/2023.

Pour en savoir plus :

- WEELZ. « **Voici 5 bonnes raisons de préférer un vélo à assistance électrique** », article publié le 26/02/2024.

Le développement des infrastructures cyclables

Après la distance, ce sont l'absence ou l'état des pistes cyclables qui constituent les principaux freins à la pratique cycliste pour 24 % des Français. Mais la situation s'améliore. D'après le site spécialisé **aménagements-cyclables.fr**, le paysage cyclable français se présente comme suit en décembre 2024 :

- 37 220 km de pistes cyclables : ces itinéraires sécurisés sont accessibles aux cyclistes de tous niveaux, offrant une voie dédiée loin de la circulation automobile ;
- 24 149 km de voies vertes : à destination des promenades en famille ou des cyclistes recherchant un parcours tranquille en pleine nature, ces voies sont exclusivement réservées aux modes de transport non-motorisés ;
- 14 946 km de bandes cyclables : intégrées directement sur les routes, ces bandes sont réservées aux vélotafeurs (utilisateurs du vélo pour les trajets domicile-travail) et à ceux qui utilisent au quotidien le vélo comme moyen de transport.

Le schéma national des véloroutes (itinéraires cyclables sans interruption, y compris dans les villes) vise à constituer d'ici 2030 un réseau national de grands itinéraires cyclables, couvrant au total 26 100 km, il était de 17 000 km au 1^{er} janvier 2020. En février 2024, 82 % de cet objectif était atteint.

Des disparités très fortes subsistent en termes d'aménagement cyclable entre les grandes aires urbaines et les zones moins densément peuplées du territoire. Globalement, seulement 35 % des cyclistes français indiquent pouvoir circuler sur une piste cyclable sur la majorité de leur trajet à vélo, et 9 % sur la totalité. La part des cyclistes disposant de pistes cyclables sur la majorité voire l'intégralité de leurs trajets est de :

- 74 % à Paris ;
- 60 % dans les villes centres des métropoles ;
- 49 % dans les grands pôles urbains ;
- 41 % dans les petits et moyens pôles urbains ;
- 25 % dans les couronnes périurbaines ;
- 23 % dans les communes isolées.

Sources :

- GÉOVÉLO. « **Pistes cyclables : parcourez le magnifique réseau français en 2024 !** », article publié le 01/08/2024.
- L'OBSERVATOIRE SOCIÉTÉ ET CONSOMMATION. « **La France à vélo** », rapport publié en avril 2023.
- UNION SPORT & CYCLE. « **Baisse des ventes de vélos neufs, progression du marché maintenance** », article publié le 30/04/2024.
- VÉLO ET TERRITOIRES. « **Schéma national des véloroutes** », article publié le 29/02/2024.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le développement de la pratique du vélo est avant tout utilitaire

Plus de la moitié des Français fait du vélo : 25 % pratiquent régulièrement et 32 % en font occasionnellement. Paris et les Pays de la Loire comptent le plus grand nombre d'adeptes, avec respectivement 39 % et 31 % de cyclistes réguliers. La pratique du vélo a considérablement augmenté entre 2019 et 2023, avec une hausse de 37 % de la fréquentation cyclable selon l'organisme Vélo et territoires. En 2024, c'est à Bordeaux, Rouen et Toulouse que la fréquentation connaît la plus forte progression en un an.

La pratique nationale progresse grâce à la pratique utilitaire. La pratique de loisirs, quant à elle, se stabilise au niveau atteint après-crise. Le détail des passages périodiques figure sur une [carte interactive](#) recensant les compteurs présents dans toute la France.

Strava, application de suivi et de partage de performances sportives, révèle chaque année le profil de ses abonnés cyclistes. Le vélo arrive en 2ème position des activités les plus téléchargées sur le site, derrière la course à pied, et devant le trail et la marche. Parmi les activités de vélo hors route, le *gravel* est en pleine ascension, il progresse de 71 %, contre seulement 7 % pour le VTT.

Les Français parcourent au total 11 milliards de kilomètres à vélo chaque année. C'est lors des promenades et des sorties sportives qu'ils font le plus de kilomètres : 15,6 km par semaine, contre seulement 5,6 km pour leur trajet domicile-travail. Les distances les plus longues se font en dehors des villes.

Les raisons qui motivent les Français à enfourcher leur vélo sont :

- la balade (60 %) ;
- la pratique du sport, l'envie de s'entretenir physiquement (45 %) ;
- le trajet vers les lieux d'activité autre que le travail ou les études (41 %) ;
- le trajet domicile/travail ou lieu d'études (31 % des actifs et étudiants, soit 17 % des Français) ;
- la pratique du *home trainer* ou vélo d'appartement (21 %) ;
- le cyclotourisme (11 %) ; 41 % des cyclistes ont fait de la randonnée à vélo (entre 2 heures et 2 jours) au cours de ces deux dernières années.

Selon l'Obsoco, le fait de savoir faire du vélo fait partie des compétences indispensables à transmettre à ses enfants pour la quasi-totalité des Français en 2022. Le mot « liberté » est le plus cité parmi ceux qui viennent à leur esprit quand ils entendent le mot « vélo ». Ils pensent aussi que c'est un mode de transport efficace et à moindre coût (73 %) et qu'il s'agit aussi d'une manière efficace de se maintenir en bonne santé (78 %). En effet, d'après l'étude menée par le Conservatoire national des arts et métiers (CNAM) et le Centre national de recherche scientifique (CNRS), une pratique quotidienne du vélo de seulement 1 minute et 17 secondes et de 320 m aurait évité 1 919 morts prématurées et près de 6 000 maladies chroniques en 2019.

Sources :

- CLEANRIDER. « [Cette étude confirme les bénéfices incroyables du vélo sur la santé](#) », article publié le 02/03/2024.
- L'OBSERVATOIRE SOCIÉTÉ ET CONSOMMATION. « [La France à vélo](#) », rapport publié en avril 2023.
- MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES. « [Enquête nationale "usage du vélo", résultats 2023](#) », rapport publié le 14/05/2024.
- STRAVA. « [L'année sportive – Le rapport des tendances](#) », publié en janvier 2024.
- UNION SPORT & CYCLE. « [Baisse des ventes de vélos neufs, progression du marché maintenue](#) », article publié le 30/04/2024.
- VÉLO ET TERRITOIRES. « [+ 37 % de passages de vélos entre 2019 et 2023, un palier d'après-Covid semble atteint](#) », article publié le 21/05/2024.

Pour en savoir plus :

➔ VÉLO ET TERRITOIRES. « [Données vélo](#) », article publié le 02/07/2024.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le « vélotaf »

Les Français aiment se rendre à vélo au travail ou sur leur lieu d'étude (notamment à vélo électrique). Selon l'Obsoco, c'est le cas de 31 % des actifs et étudiants en 2022, soit 17 % des Français. La longueur de leur trajet est en moyenne de 8 km (10 km pour les utilisateurs de VAE), pour une durée moyenne de 26 minutes.

Ce type d'usage séduit de plus en plus de cyclistes : près d'un tiers des individus envisageant d'augmenter leur usage du vélo a l'intention d'augmenter sa pratique du « vélotaf ». Des groupes de « covélotaf », inspirés du covoiturage, se mettent même en place, composés de plusieurs cyclistes souhaitant se regrouper pour faire ensemble tout ou partie du trajet vers leur lieu de travail. Le site Mieux se déplacer à bicyclette (MDB) propose une **carte interactive** des itinéraires de « covélotafeurs ».

Selon Datalab, le profil des « vélotafeurs » en 2023 est le suivant :

- seulement 4 % des Français utilisent le vélo pour se rendre au travail, une part qui a été multipliée par deux en huit ans (2 % en 2015) ;
- parmi les communes de 100 000 habitants ou plus, Grenoble est la première des villes où le vélo est le plus utilisé pour se rendre au travail (26 % des personnes en 2023), devant Strasbourg (23 %) ;
- le vélotaf concerne davantage les hommes : 4,6 % contre 3,4 % pour les femmes ;
- cette pratique se différencie également selon le groupe social : les cadres en sont plus adeptes (7,6 %) que les ouvriers (2,6 %) ou les employés (2,8 %) ;
- le taux de recours au vélo des actifs est plus élevé chez les jeunes : 4,6 % chez les 15-19 ans, 4,8 % chez les 25-29 ans et autant chez les 30-34 ans.

Les « vélotafeurs » préfèrent le vélo de route ou le VTT, et aiment être bien équipés (vêtements de pluie, sacoches, montre connectée par exemple).

Sources :

- DATALAB. « **Bilan annuel des transports 2023** », étude publiée en novembre 2024.
- L'OBSERVATOIRE SOCIÉTÉ ET CONSOMMATION. « **La France à vélo** », rapport publié en avril 2023.

Tendances du secteur

Des stratégies pour développer l'activité de réparation

Face à la baisse des ventes de cycles, la mise en place ou le développement d'une activité de réparation est donc devenue indispensable, d'autant que le vélo constitue aujourd'hui un mode de déplacement à part entière et s'écarte de sa place traditionnelle de pur loisir pour se rapprocher de la voiture dans ce qu'en attendent les consommateurs en termes de disponibilité, de performance, de délais d'entretien et de réparation. Voici quelques pistes pour développer la visibilité de ce service après-vente et l'appétence des clients à « faire faire » plutôt qu'à « faire eux-mêmes » :

- mettre en place un **service de réparation à domicile** ;
- offrir le **premier entretien gratuit** peut développer le réflexe d'entretien du vélo ;
- nouer des **partenariats avec les exploitants de flottes de vélo** ;
- **valoriser l'acte de réparation** : il devrait être facturé entre 100 € et 150 €. Or, les clients considérant souvent les tarifs trop élevés, les détaillants se sentent obligés de facturer ces réparations à hauteur de 60 % de leur valeur en moyenne. Il faut donc mettre en valeur l'expertise que demande l'activité, notamment par un accueil chaleureux et un discours pédagogique afin de ne pas mettre en péril la rentabilité de votre commerce en descendant en dessous de ce pourcentage ;

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- s'inscrire sur des **plateformes de réservation de réparation de vélo**, même si le nombre de clients acquis *via* ces intermédiaires reste limité ;
- proposer des **ateliers de formation** (gratuits ou payants) à l'entretien courant et à l'auto-réparation peut inciter les utilisateurs à mieux entretenir leurs vélos (donc à avoir recours à un professionnel pour des réparations moins basiques), attirer des clients en boutique, valoriser l'image de l'atelier et renforcer la crédibilité du service proposé.

Sources :

- ÉCOLOGIC. « **Étude relative au développement de la réparation des cycles** », étude publiée le 15/12/2023.
- MOBILIANS. Informations recueillies par Bpifrance en mars 2025.
- ODOXA. « **La crise énergétique a accéléré la conversion des Français à l'écoresponsabilité** », article publié le 18/10/2023.

La location de vélo : un créneau à développer

L'offre BtoC

Pour compenser le manque de revenus liés aux ventes de vélo en berne, la mise en place d'une offre de location aux particuliers peut s'avérer une solution pertinente, car de plus en plus populaire auprès des consommateurs. Selon Mobilians, les ventes de vélo vont diminuer à l'avenir au profit de la location longue durée (LLD), qui peut être assortie d'une option d'achat (LOA), de la même manière que pour l'automobile et la moto.

Cette location peut être proposée à la journée, dans les villes dépourvues de système en libre-service et dans les zones touristiques (à proximité d'une gare, d'une voie verte, de la mer, d'un camping, de rues commerçantes ou de quartiers urbains très fréquentés par les touristes).

Les offres de moyenne et longue durée se développent. Elles répondent en effet aux préoccupations écologiques des consommateurs, leur permettent de tester des modèles, ou de pratiquer le vélo de façon occasionnelle à un coût inférieur à l'achat, notamment pour les VAE. **Avantage marketing** : ces offres permettent aussi d'afficher des prix réduits (car mensuels). Certains vélocistes proposent un système d'abonnement à différentes catégories de vélos comprenant chacune plusieurs modèles à tester au gré de ses envies. L'assurance et l'entretien usuel sont généralement compris dans le contrat.

L'offre BtoB

Les offres de location longue durée permettent également de proposer aux entreprises, aux collectivités territoriales ou aux organismes publics de mettre en place une flotte de vélos à disposition des collaborateurs. Le forfait mobilité durable (voir la rubrique « **Les incitations financières à la pratique et à la réparation de vélo** ») permet aux employés de bénéficier d'avantages, et aux employeurs de soigner leur image ainsi que d'améliorer la fidélisation et le bien-être des salariés. En 2024, selon l'USC, 19 000 vélos font partie de flottes d'entreprise, dont 1 685 vélos cargos, soit + 16 % en un an. Selon le 3^e baromètre forfait mobilité durable du ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des Territoires, 29 % des employeurs privés ont déployé le forfait mobilité durable en 2023. Le plafond moyen choisi par les employeurs est de 420 € par an et par salarié en 2023 contre 234 € en 2022. En moyenne, 49 % de leurs salariés ont recouru au forfait mobilité durable. Parmi les modes proposés, le vélo et le VAE sont arrivés largement en tête, devant les transports en commun et le covoiturage.

Sources :

- EN ROUE LIBRE. « **Chris Wooldridge - L'insolent qui casse les codes des magasins de vélo** », vidéo publiée le 19/12/2023.
- MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES, ADEME. « **Baromètre Forfait mobilités durables. Édition 2024** », étude publiée le 12/03/2024.
- MOBILIANS. Informations recueillies par Bpifrance en mars 2025.
- UNION SPORT & CYCLE. « **L'observatoire du cycle** », rapport publié en avril 2025.
- XERFI. « **Le marché de la location de vélos, un succès croissant** », article publié le 17/06/2024.
- XERFI. « **Le marché du vélo - Les stratégies novatrices pour tirer parti des nouvelles opportunités** », étude publiée le 14/05/2024

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

L'offre de vélos d'occasion et de reconditionnés

Historiquement, les distributeurs de vélos avaient une activité assez marginale sur le marché de l'occasion, essentiellement réalisée entre particuliers. La situation est en train de changer, notamment car l'activité de vente de vélos devient un marché de renouvellement. Pour preuve : les ventes de vélos reconditionnés ont augmenté de 9 % en 2024, avec 138 000 unités vendues. Et 20 000 vélos d'occasion ont été vendus dans le réseau de vente de vélos neufs. Les distributeurs peuvent proposer des offres de reprise attractive pour capter une clientèle de « seconde main » qui prendra le relais des primo-acquéreurs. Ces offres permettent aussi d'ouvrir la clientèle à un public jeune, moins aisé financièrement sur le moment mais susceptible, par la suite, de s'offrir un vélo de marque neuf.

L'activité d'occasion ou de reconditionnement est particulièrement pertinente pour les VAE, car ces vélos sont coûteux et l'état des moteurs et des batteries lors d'achats entre particuliers suscite des craintes. Elle peut aussi l'être dans les cas de récupération de vélos au terme de contrats de location longue.

La remise en état, voire l'amélioration et la personnalisation de l'équipement sont autant de services pour maximiser les ventes.

Source : XERFI. « [Le marché du vélo - Les stratégies novatrices pour tirer parti des nouvelles opportunités](#) », étude publiée le 14/05/2024.

Le cyclisme comme art de vivre

Le vélo est devenu une activité « tendance » : 42 % des Français interrogés par l'Obsoco en 2023 considèrent que se déplacer à vélo est plus élégant et plus valorisant qu'en voiture.

Les cyclistes, notamment urbains, abandonnent la tenue de sport pour des vêtements plus élégants, qu'ils peuvent porter sur leur lieu de travail. Certains commerces se spécialisent dans la mode cycliste : sacoches et gants en cuir, casques design, costumes, chemises, vestes adaptées à la pratique du vélo. Magazines et sites Internet de mode publient des dossiers spéciaux sur les tenues idéales pour pédaler.

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

Sources :

- CITYRIDE. « [Radior Bike : renaissance d'une légende française du cycle](#) », article publié le 19/03/2024.
- FASHION NETWORK. « [Vélotaf : un marché en pleine effervescence](#) », article publié le 06/03/2023.
- L'ÉQUIPE. « [Fashion week, bien s'habiller pour pédaler](#) », article publié le 24/01/2023.
- L'OBSERVATOIRE SOCIÉTÉ ET CONSOMMATION. « [La France à vélo](#) », rapport publié en avril 2023.
- LES ÉCHOS. « [Mode : le cycliste, c'est chic](#) », article publié le 22/04/2023.
- SPORT DE SAISON. « [Le retour en grâce du vélo vintage](#) », article publié le 04/11/2024.
- WEELZ. « [La marque Motobécane fête son centenaire avec deux vélos gravel en cadeau](#) », article publié le 09/02/2024.

Le Made in France

La demande de produits fabriqués en France est en croissance. Elle est stimulée par une volonté écologique et économique de consommer local ainsi que par la recherche de qualité due à l'intensification de la pratique cycliste (durabilité des produits). L'étude des Chambres de commerce et d'industrie indique que 76 % des Français seraient prêts à payer plus cher un produit *Made in France*, 37 % accepteraient un surcoût jusqu'à 5 %, voire jusqu'à 10 % pour 28 %.

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

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Entre 2020 et 2021, la crise sanitaire a entraîné un blocage temporaire des approvisionnements venant de l'étranger, dans un contexte de très forte demande de cycles, donnant ainsi un coup de fouet aux « productions » françaises. Certaines usines ont vu leur activité décoller, d'autres se sont remises en route, certains fabricants artisanaux ont dû accélérer le rythme. Mais en 2024, la production française a diminué de 18 %, les ménages étant désormais bien équipés en vélos et l'inflation portant un coup à leurs dépenses.

Pour autant, selon Xerfi, le développement de la filière française du vélo n'est pas remis en cause. Les perspectives à moyen et long terme restent bonnes, portées notamment par un mouvement de relocalisation lié à des considérations de sécurisation des approvisionnements, de réduction des délais de livraison et d'amélioration du bilan carbone. Plusieurs usines, non seulement de vélos, mais aussi de composants et équipements, ont été ouvertes ou agrandies en 2023 et 2024 en France.

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

Sources :

- CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE. « **Les Français et le Made in France** », étude publiée en octobre 2023.
- PATUREL Pierre. « **Quelles perspectives pour l'industrie française du vélo ?** », article publié le 04/06/2024.
- MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE. « **Que signifie la mention 'Fabriqué en France' ou 'Made in France' ?** », fiche mise à jour le 05/11/2020.
- UNION SPORT & CYCLE. « **Baisse des ventes de vélos neufs, progression du marché maintenue** », article publié le 30/04/2024.
- XERFI. « **Le marché du vélo. Les stratégies novatrices pour tirer parti des nouvelles opportunités** », étude publiée le 14/05/2024.

Pour en savoir plus :

- ➔ DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES. « **Fabriqué en France, le guide du marquage d'origine** », guide publié en mars 2018.

Le développement du tourisme à vélo

En dix ans, le tourisme à vélo est devenu une activité très prisée. Avec 21 millions de Français qui font du vélo pendant leurs vacances (donnée 2020), le cyclotourisme est devenu la première pratique d'itinérance touristique sur le territoire, devant la randonnée pédestre. Le VAE a ouvert ce genre de tourisme à des personnes non sportives, qui pensaient ne jamais pouvoir parcourir 50 à 70 km au quotidien et pendant plusieurs jours. Le voyage à vélo répond aussi aux envies de tourisme nature et écologique. Avec le développement des véloroutes, l'ambition de la France est de devenir la première destination vélotouristique à l'horizon 2030.

Voici quelques données sur le cyclotourisme, issues de la dernière étude en date sur l'impact économique des usages du vélo en 2020 :

- la France est la deuxième destination européenne des cyclotouristes derrière l'Allemagne ;
- les retombées économiques du cyclotourisme en France ont augmenté de 46 % en dix ans pour atteindre 5,1 Md€ par an (44 Md€ en Europe) ;
- un cyclotouriste dépense en moyenne 68 € par jour (soit 13 € de plus que les autres touristes) ;
- 22 millions de personnes font du vélo pendant la période estivale ;
- pas moins de 10 millions de séjours avec activité vélo sont recensés par an, soit environ 90 millions de nuitées par an en France, concentrées majoritairement sur la période estivale ;
- la durée moyenne de ces séjours est de 8,9 jours contre 5,3 jours pour l'ensemble des séjours touristiques des Français ;
- sur le lieu de vacances, le motif principal de l'utilisation du vélo reste la balade et le loisir (74 % des répondants), suivi du mode de déplacement (43 %) ;

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- la part des séjours intégrant une activité vélo atteint 7 % des séjours touristiques en France, avec un pic en juillet-août. Ils se concentrent sur le littoral atlantique (8 séjours sur 10) ;
- le cyclotourisme est un tourisme de proximité, puisque 50 % des cyclotouristes ont leur résidence principale à moins de 200 km et seulement 5 % habitent à plus de 1 000 km ;
- 12 % des cyclotouristes louent leur vélo. Cette part, est plus importante sur la côte atlantique.

L'étude menée par l'Obsoco en 2023 montre que :

- 57 % des Français ont déjà emporté leur vélo en vacances ;
- 62 % des cyclistes qui emportent leur vélo en vacances pratiquent également la location, et 18 % font souvent ou systématiquement les deux ;
- les balades sont le premier usage du vélo en vacances ;
- le vélo en montagne est associé à la découverte des paysages (80 %), devant la recherche de sensations fortes et l'entraînement sportif ou encore l'endurance.

Selon Strava, en 2023, les itinéraires de vélo les plus souvent enregistrés par les athlètes qui voyagent sont :

- le chemin de La Puya Climb, à Sévrier, en Auvergne-Rhône-Alpes ;
- le Frac 9, à Bédoin, en Provence-Alpes-Côte d'Azur ;
- la muraille de Chine à l'Alpe d'Huez (La Gardèche), en Auvergne-Rhône-Alpes ;
- le circuit Huez to D211F, en Auvergne-Rhône-Alpes (très fréquentée par les touristes étrangers).

La Fédération française de cyclotourisme (FFC) met à disposition sur son site **Vélo en France** un répertoire des circuits de randonnée à vélo. Certaines véloroutes de France ont acquis une stature internationale comme la Vélodyssée (littoral Atlantique), La Loire à Vélo (Val-de-Loire) ou la *Via Rhôna* (Vallée du Rhône). Concernant la région Normandie, une étude de fréquentation et de retombées économiques des véloroutes de Normandie a été réalisée par Normandie Tourisme.

Sources :

- DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES, AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE, DIRECTION GÉNÉRALE DES INFRASTRUCTURES, DES TRANSPORTS ET DE LA MER, FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CYCLISME. « **Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France en 2020** », étude publiée en avril 2020.
- L'OBSERVATOIRE SOCIÉTÉ ET CONSOMMATION. « **La France à vélo** », rapport publié en avril 2023.
- MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE. « **Le tourisme à vélo** », rapport publié en 19/07/2024.
- STRAVA. « **L'année sportive – le rapport des tendances** », rapport publié en janvier 2024.
- VILLE ET VÉLO. « **Le vélo en mode touriste** », n° 100-101, article publié en juin 2023.

Pour en savoir plus :

- ➔ NORMANDIE TOURISME. « **Étude de fréquentation et de retombées économiques des véloroutes de Normandie** », étude réalisée par Inddigo, publiée en 2023.

La technologie au service du cyclisme

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

Voici quelques exemples d'équipements connectés :

- des **applications** pour téléphone portable guident le cycliste, lui permettent de trouver des parcours sur mesure, d'analyser et de partager ses performances avec d'autres utilisateurs ;
- le **casque connecté**, avec clignotant intégré et système d'alerte de danger sur la route, partage le trajet avec les contacts du cycliste ;

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- le **détecteur de chute** alerte les proches en cas d'accident ;
- l'**écran connecté**, véritable *coach*, affiche la distance parcourue, les calories dépensées, ainsi que le trajet à suivre ;
- le **capteur de puissance**, à fixer sur le pédalier, le moyeu ou les pédales, évalue la vitesse, la force et la puissance maximale aérobie des sportifs passionnés ;
- le **vélo connecté et intelligent**, avec GPS, baromètre et mesure de pente.

Le vélo utilitaire ou « vélo-cargo »

Le marché du vélo-cargo est en plein développement. Il fait partie de la vie quotidienne en Allemagne, aux Pays-Bas ou encore au Danemark, mais son usage a commencé à se développer en France il y a seulement quelques années.

Alternative verte pour la gestion de la contrainte du « dernier kilomètre », le vélo-cargo est utilisé par les coursiers et les professionnels du bâtiment (plombier, électricien, peintre...) mais aussi par certains artisans ou professionnels des services à la personne...

Malgré la baisse du marché du cycle en 2023, les ventes de vélos-cargos continuent de progresser. Selon l'association Les boîtes à vélo et l'USC, 35 000 unités ont été vendues en 2024, en hausse de 5 % par rapport à 2023. La quasi-totalité des vélos-cargos et remorques vendus en France en 2023 sont à assistance électrique (94 %). Si ces modèles ne représentent encore que 1 % des ventes de VAE, l'offre se multiplie : biporteurs (deux roues et une caisse, avec ou sans remorque), triporteurs (trois roues et une caisse) et *longtails* (vélos allongés pour le transport de marchandises).

Sources :

- FRANCE SECRÈTE À VÉLO. « [Le vélo cargo : une alternative économique pour dire adieu aux embouteillages](#) », rubrique en ligne.
- LE POINT. « [Les vélos-cargos, la petite révolution du transport urbain](#) », article publié le 12/04/2024.
- LES BOÎTES À VÉLO. « [Enquête sur l'industrie française du vélo-cargo](#) », étude publiée en mai 2024.
- XERFI. « [Le marché du vélo - Les stratégies novatrices pour tirer parti des nouvelles opportunités](#) », étude publiée le 14/05/2024.

La responsabilité sociétale des entreprises (RSE)

L'engagement environnemental des entreprises est de plus en plus valorisé par le consommateur et les salariés. Il est donc intéressant pour les petits commerces de mettre en avant leur implication. C'est ce dont veut attester le label de reconnaissance « Point de vente responsable® » créé par le collectif **Génération responsable**. Ce label est accordé, après une démarche volontaire du commerçant, selon des critères de responsabilité sociétale des entreprises (RSE).

Dans un commerce de cycles, il peut s'agir des actions suivantes :

- la réduction et le recyclage des emballages ;
- la réduction de la consommation d'énergie ;
- l'utilisation de produits éco-responsables ;
- le management bienveillant ;
- l'emploi de salarié en difficulté ou en situation de handicap ;
- l'intégration environnementale du point de vente à son territoire.

Depuis 2016, les batteries de VAE usagées sont recyclées *via* une filière volontaire. En l'espace de six années, plus de 200 000 batteries usagées ont été collectées par l'éco-organisme Corepile. Ces batteries sont recyclées à 65 %.

Source : UNION SPORT ET CYCLE. « [Vélo & éco-responsabilité](#) », rubrique en ligne.

Communication

Que votre positionnement soit celui d'une boutique spécialisée, dans les vélos haut-de-gamme ou dans les modèles électriques pour citadins par exemple, ou un lieu convivial et familial, votre création de marque se reflète dans votre logo, votre devanture, mais aussi dans l'ambiance de votre magasin et dans la passion que vous avez pour votre métier. Certains magasins consacrent jusqu'à 2 % de leur chiffre d'affaires pour leur communication.

Communication digitale

L'emailing

Constituez un fichier de clients et de prospects (avec autant de données que possible : nom, prénom, adresse e-mail, date de naissance, etc.) à qui envoyer les actualités de votre boutique, des informations sur les événements que vous organisez, des offres exclusives et personnalisées.

GESTION D'UN FICHER CLIENT ET RGPD

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

De plus, le consentement de la personne est systématiquement requis pour réaliser de la prospection commerciale par courriel. Ce consentement doit être libre, spécifique, éclairé et univoque.

Il y a également une obligation de suppression des données à caractère personnel après la fin de leur durée légale de conservation ou trois ans sans aucun contact entre le client et l'entreprise. La gestion de ces données est à consigner dans un registre de protection des données.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « **Me mettre en conformité avec le RGPD (Cnil)** », rubrique en ligne.
- COMMISSION NATIONALE DE L'INFORMATIQUE ET DES LIBERTÉS. « **Conformité RGPD : comment recueillir le consentement des personnes ?** », rubrique publiée le 03/08/2018.
- COMMISSION NATIONALE DE L'INFORMATIQUE ET DES LIBERTÉS. « **RGPD : par où commencer** », rubrique en ligne.

Le site Internet

Votre site doit donner les informations incitant l'utilisateur à choisir votre boutique. Il s'agit donc :

- d'indiquer vos horaires d'ouverture ainsi que les produits et services que vous proposez (réparation, entretien, livraison, personnalisation, montage) ;
- de présenter l'histoire de votre boutique, votre passion pour le cyclisme, votre équipe ;
- de donner une image attrayante de votre salon par des photos et vidéos de qualité ;
- de promouvoir les événements que vous organisez ;
- de mettre en place une éventuelle boutique en ligne (vélos, pièces détachées et accessoires).

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Dès sa conception, travaillez sur le **référencement** de votre site et de ses contenus en général (vidéos, articles, visuels) pour que celui-ci arrive en tête des résultats sur les moteurs de recherche. Une tâche indispensable que vous pouvez confier à un prestataire spécialisé.

À partir de votre site, vous pouvez aussi créer une **application mobile** présentant l'actualité du magasin, les promotions, les événements de la boutique, les jeux, les sorties et la possibilité de réserver des rendez-vous pour un test, une formation ou une réparation.

Le blog

Par la multiplicité des sujets abordés et la fréquence de publication, un blog est souvent mieux référencé sur les moteurs de recherche qu'un site Internet et peut générer 73 % de prospects en plus. Vous pouvez y publier des contenus plus étoffés que sur les réseaux sociaux : articles, reportages détaillés liés au cyclisme, conseils, tutoriels, guides.

La newsletter

Si vous aimez prendre la plume, vous pouvez éditer une newsletter qui permet de vous rappeler au bon souvenir des prospects et clients en mettant en avant vos produits, vos services, vos actualités et des articles sur le cyclisme.

Les réseaux sociaux

La présence des commerces sur les réseaux sociaux est devenue quasi incontournable. Ces médias vous permettent de mettre en valeur visuellement votre commerce et son activité, mais aussi d'humaniser le contact, de créer un sentiment de proximité et de renforcer votre crédibilité. Les clients auront l'impression de vous connaître avant de venir chez vous.

Le sport est une des activités vedettes sur les réseaux sociaux et une boutique de cycles peut être très photogénique, « instagramable ». Postez de belles photos du magasin, des vidéos en *live* ou enregistrées (mise en place de nouveaux produits, technicien de l'atelier de réparation en action, interviews de collaborateurs, coulisses du magasin), des annonces d'événements, des articles sur le cyclisme. Divertissez vos abonnés, notamment sur TikTok : publiez des sondages, partagez des blagues, des *gifs*.

N'hésitez pas à vous « exposer », c'est ce qui vous rend unique : parlez de vous, de votre personnalité, de votre vision du métier, de vos méthodes. Donnez des conseils sur la pratique sportive et le bien-être ou encore la nutrition (que vous pouvez présenter sous forme d'infographie ou de carrousel de photos).

Les annuaires en ligne

Inscrivez-vous sur les services Web permettant de présenter votre activité, par exemple les annuaires des organismes professionnels, des portails liés au monde du vélo, ou encore les Pages jaunes, Trustpilot ou Mappy, et créez la page de votre entreprise sur Google. Il vous suffit d'indiquer adresse et numéro de téléphone et de rédiger une description de votre activité. Les clients peuvent déposer des avis sur votre fiche et mettre une note de 1 à 5 étoiles. Si les avis sont positifs, c'est un bel avantage sur la concurrence. Répondez toujours aux avis. Vous pouvez encourager vos clients satisfaits à laisser un avis positif.

Pour en savoir plus :

➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Comment référencer son entreprise sur Google ?](#) » rubrique en ligne.

La publicité digitale

Vous pouvez publier des *posts* payants sur les réseaux sociaux pour les mettre en évidence (*social selling*).

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marketing d'influence

Collaborer avec des influenceurs spécialisés dans le cyclisme peut augmenter la visibilité auprès d'une nouvelle clientèle et faire du placement de produits. Les influenceurs locaux peuvent attirer une clientèle ciblée et créer un buzz autour de la boutique.

Attention cependant à sélectionner des influenceurs dont les valeurs correspondent aux vôtres et à celles de votre cible, pour ne pas nuire à votre image. Le marketing d'influence peut susciter de la méfiance ; il est parfois associé à la superficialité, à l'ostentation voire à la fraude (achat d'abonnés, collaborations commerciales non mentionnées, publicité mensongère).

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Comment communiquer efficacement sans budget ?](#) », rubrique en ligne.
- BPIFRANCE CRÉATION. « [Le référencement payant SEA](#) », rubrique en ligne.
- BPIFRANCE CRÉATION. « [Prévoir la communication à mettre en place pour se faire connaître](#) », rubrique en ligne.
- FRANCE NUM. « [Quel réseau social choisir pour développer son entreprise ?](#) », article publié le 15/10/2024.
- FRANCE NUM. « [Guides et conseils](#) », rubrique en ligne. Elle comporte des fiches pratiques sur la transformation numérique des TPE et PME et des témoignages d'entreprises qui sont passées au numérique.
- MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE. « [Peut-on faire confiance aux avis en ligne ?](#) », rubrique en ligne.

Autres moyens de communication

Le **matériel promotionnel** est utile : distribuez des plaquettes commerciales (à proximité du magasin, d'une piste cyclable ou d'un endroit très passant) ou des *goodies* à l'effigie du magasin (porte-clés, t-shirts, vêtements de cyclisme, *tote bags*).

Acheter des **espaces publicitaires** dans les annuaires municipaux, les bulletins d'information, ou les magazines locaux peut aussi se révéler efficace.

Le **mécénat (*sponsoring*)** de manifestations locales (cyclistes, culturelles, sportives, familiales, scolaires, etc.) permet d'accroître la visibilité.

L'**organisation d'événements** est un bon moyen de se faire connaître, de favoriser le bouche-à-oreille et de créer une communauté autour de la boutique :

- soirée de lancement de la boutique mais aussi d'un produit ou service, avec démonstrations et ouverture de l'atelier ;
- journée d'essai gratuit de vélos (près du magasin si possible, sur une place fréquentée, lors d'événements locaux), qui peut être organisée en partenariat avec une marque ;
- jeu concours, au magasin et sur les réseaux sociaux, éventuellement en partenariat avec des marques de cyclisme ;
- sortie et randonnée à vélo ;
- vente privée, notamment pour écouler les modèles plus anciens.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Nouer des **partenariats avec des entreprises locales** pour collaborer autour d'offres promotionnelles ou des événements communs ; mais aussi avec **des associations de cyclisme, des clubs de vélo, des marques** pour proposer, par exemple, des séances de tests ou des promotions.

Lancer un **club de membres privilégiés ou de cyclistes** attirera et fidélisera les passionnés de vélo qui apprécient le service personnalisé, les expériences uniques (événements exclusifs) et les réductions tarifaires sur les produits et services.

Les **clubs d'entrepreneurs et réseaux d'affaires** pour faire des rencontres professionnelles, recevoir des conseils, éviter l'isolement, nourrir le bouche-à-oreille... sont un excellent moyen de faire connaître et de développer son activité. Soyez à l'affût des événements que ces réseaux organisent (conférences, ateliers, *afterworks*, réunions d'information), ainsi que de ceux proposés, entre autres, par :

- les **pépinières** et les **couveuses d'entreprises** ;
- les Chambres de métiers et de l'artisanat – CMA – et de commerce et d'industrie – CCI ;
- les espaces de *coworking*.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « **Comment communiquer efficacement sans budget ?** », rubrique en ligne.
- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « **Prévoir la communication à mettre en place pour se faire connaître** », rubrique en ligne.
- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « **Les réseaux pour m'accompagner dans mon projet** », rubrique en ligne.
- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « **Étendre votre réseau professionnel pour développer votre business** », rubrique en ligne.

Clientèle

Qui sont les cyclistes français ?

Près de la moitié des Français possèdent au moins un vélo au sein de leur foyer. C'est parmi les jeunes générations (11-13 ans) que le vélo compte le plus d'adeptes (86 %). La pratique décline avec l'âge : plus de deux tiers des Français âgés de plus de 65 ans ne font jamais de vélo. En revanche, les cyclistes de cette tranche d'âge sont ceux qui parcourent le plus grand nombre de kilomètres par semaine : 39 km contre 28 km chez les 35-49 ans. L'utilisation régulière du vélo est plus importante chez les hommes (31 % d'entre eux) que chez les femmes (19 %).

Les Français, en particulier les plus de 65 ans, enfourchent leur vélo avant tout pour se promener. Les 18-24 ans sont ceux qui l'utilisent le plus souvent pour leurs activités du quotidien (notamment les rendez-vous). L'utilisation pour les trajets domicile-travail est avant tout appréciée par les 18-34 ans, les artisans et commerçants.

Parmi les actifs, les chefs d'entreprise et les agriculteurs exploitants sont les cyclistes les plus assidus. Chez les non-actifs, la palme revient aux étudiants, lycéens et collégiens. Plus le revenu mensuel augmente, plus la pratique est fréquente ; elle fléchit cependant chez ceux dont le revenu est supérieur à 8 000 € par mois.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

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

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

L'étude de l'Obsoco établit aussi une typologie de cyclistes en fonction de leurs modes de vie et de leurs goûts :

- les **adeptes de vélos neufs et/ou de haut-de-gamme** :
 - > les **cyclistes « détente »** utilisent le vélo essentiellement pour des balades ou pour se promener en famille. Ils parcourent une distance annuelle légèrement supérieure à la moyenne (1 400 km). Ils aiment les vélos neufs,
 - > les **« vrais cyclistes »** forment un groupe plutôt masculin, actif occupé et télétravailleur. Ils parcourent des distances domicile-travail supérieures à la moyenne. Ils préfèrent les modèles haut de gamme ;
- les **adeptes de vélos bon marché et/ou en libre-service** :
 - > les **cyclistes « du dimanche »** sont les moins assidus et les moins sportifs. Moins d'un quart roule plusieurs fois par semaine. Ils utilisent le vélo pour des raisons économiques et pratiques, mais pas pour les loisirs, et possèdent des vélos bon marché,
 - > les **jeunes cyclistes contraints** sont avant tout des personnes aux revenus relativement faibles (étudiants, CSP-, chômeurs), ou n'ayant pas le permis de conduire. Ils ont des vélos plutôt bon marché, rarement neufs, et ne circulent pas du tout à vélo électrique. Ils utilisent fréquemment les vélos en libre-service.

Selon Strava, application de suivi et de partage de performances sportives, les baby-boomers ne s'en laissent pas compter par les plus jeunes en matière de distance parcourue lors d'une sortie, avec une médiane de 48 km, contre 30 km pour la génération X (42-57 ans) et la génération Z (13-26 ans), et 22 km pour les *Millenials* (27-41 ans).

Se fixer un nouvel objectif, se préparer à un événement sportif et organiser un événement entre amis sont les principales motivations des sorties sportives à vélo. Les cyclistes propriétaires de chiens sont particulièrement adeptes des sorties vélo : trois-quarts d'entre eux sortent avec leur animal parce qu'ils trouvent ainsi l'exercice plus amusant, affirmant même que sans leur chien ils resteraient à la maison. Par ailleurs, 9 sur 10 déclarent qu'une routine d'entraînement les aide à faire de l'exercice physique régulièrement. Les conseiller sur ce point peut être un bon point pour le vélociste.

Sources :

- L'OBSERVATOIRE SOCIÉTÉ ET CONSOMMATION. « [La France à vélo](#) », rapport publié en avril 2023.
- MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES. « [Enquête nationale "usage du vélo", résultats 2023](#) », rapport publié le 14/05/2024.
- STRAVA. « [L'année sportive – le rapport des tendances](#) », rapport publié en janvier 2024.

Qui sont les adeptes du vélo électrique ?

Le VAE remporte beaucoup de succès auprès des femmes : alors qu'elles ne représentent que 36 % des pratiquants de vélo musculaire, elles sont 47 % à utiliser un vélo électrique.

Les cyclistes à vélo électrique sont en moyenne plus âgés (50 ans) que ceux à vélo musculaire. Le VAE n'est plébiscité que par 20 % des cyclistes de moins de 35 ans et moins de 3 % sont des étudiants.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Les retraités et, bien plus encore, les actifs occupés constituent la majorité des adeptes de ce mode de déplacement. Parmi ces derniers, 47 % appartiennent aux catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+), plus nombreuses dans les grands centres urbains.

C'est pour se rendre au travail que les usagers du VAE enfourchent leur monture (dans plus de la moitié des cas). Les adeptes du VAE utilisent moins les transports en commun et parcourent des distances un peu plus longues à vélo : 11,5 km contre 10,1 km pour les utilisateurs du vélo musculaire.

Les avantages du vélo électrique, selon Weelz, sont autant d'arguments de vente :

- **c'est la « solution anti-flemme »** : pédaler devient plus facile, même par temps venteux, ou sur les routes et chemins en côtes ;
- **il permet d'être plus chargé** : l'effort étant moindre, le poids des vêtements ou des bagages se fait moins sentir ;
- **il aplanit les côtes** ou permet de les contourner sans perdre de temps, et **raccourcit les distances**.

Sources :

- CEREMA. « **La mobilité en vélo à assistance électrique : une pratique quotidienne moins masculine et moins urbaine que le vélo** », article publié le 03/05/2024.
- WEELZ. « **Voici 5 bonnes raisons de préférer un vélo à assistance électrique** », article publié le 26/02/2024.

Concurrence

Les enseignes multisports, concurrents principaux des détaillants

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

- les détaillants spécialisés ;
- les magasins multisports ;
- les e-commerçants (dont certains sont spécialisés dans la vente de vélos d'occasion) ;
- la grande distribution généraliste (dite « grande surface alimentaire » ou GSA) et les grandes surfaces diverses (GSD : centres auto, magasins de distribution de produits culturels et électroniques).

La principale concurrence des détaillants spécialisés vient des enseignes multisports. La vente en ligne ne représente que 10 % des ventes en valeur de vélos en 2024 contre 32 % dans les pièces et accessoires. Elle reste en effet plus adaptée aux pièces détachées qu'à l'achat d'un vélo, que l'acheteur préfère souvent voir et tester avant de prendre sa décision. Il peut donc tout de même être intéressant pour les détaillants de mettre en place une boutique en ligne ou *e-shop* (sur leur site Internet ou sur une *marketplace*), notamment pour la vente de pièces détachées et d'accessoires.

Sources :

- UNION SPORT & CYCLE. « **L'observatoire du cycle** », rapport publié en avril 2025.
- XERFI. « **Le marché du vélo - Les stratégies novatrices pour tirer parti des nouvelles opportunités** », étude publiée le 14/05/2024

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « **Les formalités de création d'un e-commerce** », rubrique en ligne.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Les principaux réseaux de franchise

La franchise est un contrat par lequel une entreprise (le franchiseur) accorde à un entrepreneur (le franchisé) le droit d'exploiter son concept, sa marque et son savoir-faire. Le franchiseur sélectionne le franchisé sur la base de critères et lui impose toujours un droit d'entrée. En contrepartie, il s'engage à lui fournir des avantages en matière d'approvisionnement, de formation, de soutien et d'assistance.

La franchise accorde moins de liberté mais peut permettre, selon les conditions du franchiseur, de se lancer plus facilement dans l'entrepreneuriat et de limiter le risque d'échec.

Dans le tableau ci-dessous sont présentées les principales franchises du monde du vélo, sélectionnées en fonction du nombre de points de vente.

CARACTÉRISTIQUES DES PRINCIPAUX RÉSEAUX DE FRANCHISE EN FRANCE

	BOUTICYCLE	CITIBIKE	CULTURE VÉLO	DISTRICYCLE	MONDOVÉLO (SPORT 2000)	VÉLO STATION
Apport	120 k€	40 k€	150 k€	25 k€	120 k€	20 à 50 k€
Investissement global	200 k€	200 k€	350 k€	80 k€	Non disponible	200 k€
Surface moyenne du magasin	> 300 m ²	200 m ²	> 400 m ²	200 m ²	300-1 500 m ²	150-300 m ²
Droit d'entrée	18 k€	25 k€	22 k€	25 k€	Non disponible	7 k€
Redevance	1 350 € HT/mois	3 % du chiffre d'affaires HT	1 850 € HT/mois	4,4 % du chiffre d'affaires HT	0,5 % du chiffre d'affaires n-1	950 € HT/mois
Chiffre d'affaires moyen après 2 ans	800 k€ HT	750 k€	1 000 k€	250 k€	Non disponible	500 k€
Nombre d'implantations	21	8	82	32	10	9

Sources : [Observatoire de la franchise](#) (décembre 2024) pour Citibike et Mondovélo. [L'officiel de la franchise](#) (janvier 2021) pour les autres.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [La franchise, une autre façon de créer une entreprise](#) », rubrique en ligne.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Les associations de réparation de cycles

Elles pratiquent des tarifs attractifs, car leurs marges sont souvent faibles. Veillez, par conséquent, à vous renseigner sur l'éventuelle proximité d'un tel atelier susceptible d'entrer en concurrence directe avec le vôtre. Un partenariat avec cet atelier pourrait vous apporter de la clientèle (prescrite par ce dernier) et vous assurer à moindre coût un service de réparation associé à votre activité si vous souhaitez la circonscrire à la vente de cycle.

Il existe également des ateliers associatifs d'autoréparation de vélos, agissant en direction de publics défavorisés. Au nombre de 453 en France, ces associations se sont notamment implantées dans des zones peu denses, ou dans des territoires où le potentiel économique ne permet pas le développement du modèle marchand. Leur activité est fondée sur un modèle d'utilisation quasi-exclusive de pièces détachées issues du réemploi, liées à la collecte effectuée par ces associations. Ciblant surtout des populations qui manquent de moyens financiers pour fréquenter les ateliers professionnels (étudiants, coursiers, retraités, personnes à faibles ressources), ces structures ne constituent pas une forte concurrence pour les vélocistes réparateurs.

Source : ÉCOLOGIC. « [Étude relative au développement de la réparation des cycles](#) », étude publiée le 15/12/2023.

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

- La mairie, les organismes consulaires (Chambre de commerce et d'industrie – CCI – et Chambre de métiers et de l'artisanat – CMA), les [données de l'Insee](#) (ex-Odil) et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.
- Le service Études-Veille Artisanat de CMA France met à disposition une [veille d'actualité](#) sur les métiers de l'artisanat. Un filtre par région permet d'affiner sa recherche. Un service d'[alertes hebdomadaires](#), récapitulatif des nouveautés publiées, est disponible.
- Le site de la [Direction générale des finances publiques](#) (DGFIP) du ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune.
- La consommation des ménages est analysée par l'Insee grâce aux [indices de disparité des dépenses de consommation](#) (IDC).
- Les antennes départementales des fédérations professionnelles (voir la partie 7 « [Contacts et sources d'information](#) ») et la Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) qui présente aussi [ses ratios par région](#).
- La base de données publiques en *open data*.
- Pour les créateurs franciliens ou de passage à Paris, le Pôle de ressources et d'information sur le monde de l'entreprise ([Prisme](#)), de la Bibliothèque nationale de France (BNF), permet de consulter – sur place uniquement – des études de marché couvrant l'ensemble des secteurs de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers.
- La plateforme « [Créer, reprendre](#) » de l'Union des entreprises de proximité (U2P) permet d'analyser, pour de nombreux métiers, la concurrence déjà installée ainsi que le potentiel économique, dans les différentes communes de France ; elle indique la présence d'écoles, de commerces, d'équipements sportifs ou culturels et offre la possibilité de recevoir par courriel la synthèse de cette première étude de marché gratuite. L'ensemble des informations provient de la compilation de jeux de données publiques en accès libre.

4.

**MOYENS POUR
DÉMARRER
L'ACTIVITÉ**

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Ressources humaines

Formations et qualifications

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

- CAP *Employé de commerce multi-spécialités*, en 2 ans après la classe de 3^e ;
- BAC PRO *Métiers du commerce*, en 3 ans en lycée professionnel à partir de la seconde ;
- BTS *Management commercial opérationnel*, en 2 ans après un baccalauréat professionnel.

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

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

- *conseiller technique cycle* (vente et réparation) ;
- *mécanicien cycle* ;
- *animateur.rice de mobilité à vélo*.

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

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

Le vélociste peut aussi suivre la formation du Brevet professionnel de la jeunesse, de l'éducation populaire et du sport (BPJEPS) *Activités du cyclisme* s'il souhaite, par exemple, développer ses compétences en organisation et encadrement de sorties à vélo.

Convention collective

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

La convention collective nationale applicable est la [convention collective nationale du commerce et de la réparation de l'automobile, du cycle et du motocycle et des activités connexes, ainsi que du contrôle technique automobile](#) du 15 janvier 1981, consultable sur Légifrance (IDCC 1090).

Pour en savoir plus :

- MINISTÈRE DU TRAVAIL, DE LA SANTÉ ET DES SOLIDARITÉS. « [Conventions collectives : nomenclatures](#) », rubrique mise à jour le 14/11/2024.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Locaux

La préférence va au commerce de quartier

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

Comme tous les petits commerces, les détaillants de cycles bénéficient d'un regain d'intérêt : 89 % des Français pensent que les commerçants locaux contribuent à la vie d'un quartier et 61 % déclarent se tourner vers les commerces de proximité au détriment des grandes surfaces dès qu'ils le peuvent.

La surface d'un commerce de détail spécialisé en centre-ville est d'environ 60 m² à 150 m². En périphérie urbaine, elle se situe entre 300 m² et 700 m².

Source : DERNIÈRES NOUVELLES D'ALSACE. « [Les Français restent attachés aux commerces de proximité](#) », article publié le 09/05/2024.

Un agencement du point de vente en fonction de sa cible

L'agencement d'un magasin permet d'optimiser la surface de vente, de mettre en valeur les produits et de donner une identité visuelle à son commerce.

Cet agencement doit être pensé en fonction de sa cible : est-elle plutôt citadine et adepte de vélotaf, familiale, sportive ? Le magasin d'aujourd'hui devient un lieu accueillant, qui donne envie d'être visité et dans lequel le client se sent bien. Fauteuils, machines à café, fleurs, bonbons, parfum d'ambiance, musique font la différence. Le client aura d'autant plus envie d'acheter s'il se sent attendu et choyé. Rendre la caisse plus discrète en la plaçant derrière un comptoir bien décoré, ou en la remplaçant par des tablettes permet de rendre le contact avec le client plus convivial et de réduire l'aspect mercantile.

Installez les vélos au centre du magasin et les accessoires à sa périphérie, regroupés par famille – sécurité, vêtement, équipement, nutrition. Les articles les plus beaux seront les plus en vue : bagages, casques, vêtements. Agrandissez visuellement l'espace et améliorez la luminosité par des miroirs aux murs. Certains commerces sont de véritables cafés-vélo, aménagent un coin détente, de lecture, de télétravail, proposent une offre de bar ou de petite restauration. Les commerces deviennent des lieux de vie.

La qualité d'un magasin de vélo passe aussi par celle de son atelier. Placez-le bien en vue ? En veillant à la propreté et à la sécurité bien sûr. Les compétences techniques qui justifient le prix des réparations sont ainsi mises en valeur. Vous pouvez aussi prévoir un espace de test, à l'abri des intempéries. Votre commerce peut ainsi devenir un *hub* pour les cyclistes, où ils se sentent compris et valorisés.

L'agencement doit aussi être modifiable pour créer l'impression de renouveau, et s'adapter à la saison : les produits adaptés à la météo du moment seront placés dans un endroit plus en vue.

Réussir son aménagement ne rime pas forcément avec gros budget. Des meubles de récupération feront parfaitement l'affaire. Le mobilier existant peut régulièrement être rafraîchi à peu de frais (peinture, *upcycling*, changement de revêtement). Les réseaux sociaux regorgent d'idées de décoration.

Source : L'ÉCHOMMERCES. « [Réagencer son magasin pour mieux vendre](#) », article publié le 29/10/2024.

Pour en savoir plus :

- ➔ FRANCE VÉLO TOURISME. « [Les cafés vélos : culture vélo et détente](#) », rubrique en ligne.
- ➔ SANTAFIXIE. « [Les 10 meilleurs cafés cyclistes du monde](#) », rubrique en ligne.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Fonds de commerce - Reprise

Évaluation du fonds de commerce

Le « Dossier pratique » Francis Lefebvre consacré en partie à l'évaluation des fonds de commerce indique qu'un fonds de commerce de cycles et motos s'évalue dans une fourchette de 20 % à 40 % du chiffre d'affaires HT. Ces données correspondent à une observation des pratiques du marché.

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

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

Sources :

- CYCLELAB. Informations recueillies par Bpifrance en novembre 2020.
- LEFEBVRE Francis. « [Évaluation](#) », collection Dossiers pratiques, édition Lefebvre Dalloz, ouvrage publié le 01/10/2024.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Reprise d'entreprise : comment estimer la valeur d'acquisition ?](#) », webinaire diffusé le 14/12/2023.

Reprise d'entreprise

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

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

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE. « [Bourse de la transmission](#) », rubrique en ligne.
- BPIFRANCE CRÉATION. « [Apprenez à connaître le marché de la reprise d'entreprise](#) », rubrique en ligne.
- BPIFRANCE CRÉATION. « [Je prépare ma reprise](#) », rubrique en ligne.
- CESSIION COMMERCE « [Reprendre un commerce](#) », rubrique en ligne.
- CESSIION PME. « [Entreprises, Commerce](#) », rubrique en ligne.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

- COMMUNE-OPPORTUNITÉ. « [Comm'une opportunité](#) », rubrique en ligne. Le site recense les envies de porteurs de projet qui ne savent pas où s'installer ainsi que les besoins des communes de France désireuses de les attirer. Tout artisan cédant peut aller voir sa commune pour l'inviter à aller sur le site, démarche complémentaire à une recherche plus classique de repreneur.
- CRA. « [Cédants et repreneurs d'affaires](#) », rubrique en ligne.
- FUSACQ. « [Bourse des commerces](#) », rubrique en ligne.
- UNION DES ENTREPRISES DE PROXIMITÉ (U2P). « [Créer, reprendre](#) », plateforme de simulation dédiée aux futurs et actuels artisans, professionnels libéraux, travailleurs indépendants.

Équipement – Investissement de départ

Selon le président du groupe Cyclelab, le montant des investissements pour créer un magasin de vélos se situe entre 75 k€ et 350 k€, somme à laquelle il faut ajouter la valeur du stock, qui doit représenter entre 20 et 35 % de la valeur du chiffre d'affaires visé par le vélociste.

Pour le magasin, il faut prévoir :

- un aménagement complet : panneaux lamellés, présentoirs à vélos, comptoir caisse, comptoir atelier, meubles, étagères ;
- un ordinateur et une connexion Internet ;
- des logiciels de caisse, de gestion des stocks et de comptabilité ;
- un terminal de paiement ;
- un éclairage adapté ;
- un système de sécurité, notamment du toit du magasin (de nombreux cambriolages sont perpétrés par cette voie).

Pour l'atelier de réparation, il faut prévoir (10 k€ environ) :

- l'outillage ;
- un pied de vélo (électrique ou non) ;
- des surfaces de travail ;
- une armoire à batteries de vélo électrique.

Les stocks constituent un poste budgétaire sensible. Leur importance dépend de la surface du magasin. Voici les montants moyens à prévoir :

- pour une surface inférieure à 60 m² : 40 k€ ;
- pour une surface de 100 m² : 80 k€ ;
- pour une surface de 400 m² : 200 k€.

Source : CYCLELAB. Informations recueillies par Bpifrance en novembre 2020.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

5.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Chiffre d'affaires – Facturation

Un commerce de cycle moins saisonnier qu'auparavant

En 2024, sous le double effet de la hausse des prix des vélos de route et *gravel* et d'une nouvelle baisse des prix des vélos enfant, le prix moyen d'un vélo classique atteint 609 €, soit une hausse de 10 % par rapport à 2023. Le prix moyen d'un VAE reste stable à 1 967 € en 2023. Pour assurer la rentabilité d'un commerce de vélos, il est conseillé de maintenir une marge brute d'environ 40 %.

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

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

Source : UNION SPORT & CYCLE. « [Baisse des ventes de vélos neufs, progression du marché maintenue](#) », article publié le 30/04/2024.

La vente de produits périphériques : essentielle à la rentabilité

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

En outre, la part du chiffre d'affaires des vélocistes générée par la vente d'accessoires et équipements progresse, en lien avec le développement de la pratique du vélo (voir la rubrique « [Le développement de la pratique du vélo est avant tout utilitaire](#) » en partie 3).

Pour se démarquer des magasins multisports et de la grande distribution, les vélocistes se positionnent en général sur des produits haut-de-gamme. Il peut s'agir de :

- casques, dispositifs réfléchissants, antivols, éclairages, pompes à vélo ;
- de pièces de rechange : guidons, selles, pédales, pneus, freins, dérailleurs, chaînes ;
- vêtements : maillots, shorts, vestes, pantalons, gants ;
- accessoires : sacoches, porte-bagages, porte-bébé.

Il est conseillé une répartition à parts égales de ventes de vélo, d'accessoires et produits associés et d'actes de réparation. Ici aussi, l'expertise entre en jeu : le commerçant doit être capable de donner des conseils en matière de sécurité, de confort, de textile, de nutrition. Les accessoires sont un excellent levier d'amélioration de l'expérience d'achat.

Source : UNION SPORT & CYCLE. « [L'observatoire du cycle](#) », rapport publié en avril 2024.

Les activités connexes

L'**étude posturale** est un service payant apprécié des clients passionnés de vélo. Elle se fait au moyen d'une machine dédiée qui prend les mesures du cycliste en tenue sportive, pour lui assembler un vélo sur mesure. La prestation requiert plusieurs heures et nécessite une formation auprès du constructeur de la machine.

Si les ventes de **trottinettes électriques et autres e-EDP** (engins de déplacement personnel – gyroroues, *hoverboards*, gyropodes –) sont en hausse de 37 % en valeur en 2023 par rapport à 2019, les détaillants sont pour l'instant peu actifs sur ce marché, notamment parce que leur vente (ou leur location) exige aussi un SAV avec un entretien coûteux et complexe.

Sources :

- MOBILIANS. Informations recueillies par Bpifrance en mars 2025.
- SMART MOBILITY LAB ET FÉDÉRATION DES PROFESSIONNELS DE LA MICRO-MOBILITÉ. « [Baromètre du marché de la micromobilité](#) », rapport publié en avril 2024.

Charges d'exploitation

Voici la liste des principales charges d'exploitation d'un commerce de cycles :

- coûts de fonctionnement de la boutique physique : loyer, eau, gaz, électricité, taxe foncière, ménage, *etc.* ;
- achat des vêtements (maillots, cuissards, chaussures, coupe-vent...) et autres approvisionnements (emballages – qui peuvent être réutilisables –, papier de soie, étiquettes, rubans, stickers, *etc.*) ;
- dépenses de promotion : communication classique (cartes de visite, brochures, dépliants, communiqués de presse, *etc.*), stratégie de webmarketing (temps passé à l'administration de son site Internet ou de son compte sur une plateforme d'intermédiation : rédaction des fiches produits, ajout de photos et vidéos, gestion des stocks ; temps passé sur les réseaux sociaux) ;
- frais de gestion liés au site Internet (hébergement du site Web, frais lié à la présence d'un module e-commerce sur votre site, *etc.*) ;
- frais divers (forfait téléphonique, Internet, compte bancaire professionnel, commissions de la plateforme de vente, maintenance et licences informatiques, *etc.*) ;
- frais de transport pour les achats à livrer ;
- prévoyance et mutuelle santé ;
- assurance responsabilité civile professionnelle (RC pro) et assurance du véhicule ;
- assurance multirisques professionnelle (incendie, vol, dégâts des eaux, *etc.*) ;
- charges sociales (et salariales si l'entreprise emploie des salariés) ;
- formations externes et cotisations aux réseaux d'entrepreneurs, clubs et associations ;
- taxes et impôts sur le revenu ; cotisation ou épargne volontaire pour financer sa propre assurance chômage et sa retraite ;
- frais de comptabilité ;
- frais de déplacements pour se rendre chez ses fournisseurs ou lors d'événements.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION « [Par où commencer pour faire ses comptes prévisionnels et vérifier la rentabilité économique du projet ?](#) », rubrique en ligne.

Prix de revient – Marge – Résultat

Besoin en fonds de roulement

Le besoin en fonds de roulement (BFR) correspond à la trésorerie que l'entreprise doit mobiliser pour assurer l'exploitation quotidienne de son activité car elle est amenée à engager des dépenses qu'elle ne récupérera qu'à l'encaissement des ventes ou des prestations. Selon la FCGA, le BFR moyen des entreprises individuelles du secteur est de 57 jours de chiffre d'affaires HT en 2022.

Sources :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Le besoin en fonds de roulement \(BFR\)](#) », rubrique en ligne.
- FÉDÉRATION DES CENTRES DE GESTION AGRÉÉS. « [Observatoire](#) », rubrique en ligne.

Les principaux ratios

Ces ratios, basés sur un panel de 71 entreprises individuelles adhérentes de la FCGA, concernent les activités de commerce de cycles et de scooters en 2022. Ces données intégrant la vente de scooter, il est nécessaire d'être vigilant quant à leur utilisation comme repère pour une activité de cycle uniquement.

RATIOS DE L'ACTIVITÉ DE COMMERCE ET RÉPARATION DE CYCLES ET DE SCOOTERS EN FRANCE, 2022

COMMERCE ET RÉPARATION DE CYCLES ET DE SCOOTERS	
Chiffres d'affaires HT moyen	234 462 €
EN % DU CHIFFRES D'AFFAIRES HT TOTAL	
Marge brute	38,3
Valeur ajoutée	24,2
Charges de personnel	6,1
Résultat courant	10,0
EN NOMBRE DE JOURS	
Crédit fournisseurs	35
Crédit clients	4
Rotation des stocks	139
PROFIL MOYEN	
Effectif moyen (exploitant inclus)	1,6
Chiffre d'affaires/personne	151 136 €

Note de lecture : nombre de jours d'achat TTC pour les fournisseurs, de chiffre d'affaires HT pour le BFR, et de chiffre d'affaires TTC pour les clients.
Champ : France, 71 entreprises individuelles adhérentes de la FCGA, relevant de l'activité de commerce et réparation de cycles et de scooters (code 4764Z.1).

Source : FCGA (statistiques 2022).

Financements – Aides spécifiques

Le site de Bpifrance Création détaille les différentes formes de financement mobilisables en fonction du projet, de la situation personnelle du porteur de projet et de ses besoins. Ces informations se trouvent dans les rubriques « [Comment financer sa future entreprise ?](#) » et « [Panorama des financements destinés aux créateurs d'entreprises](#) » du site.

Les aides à la création ou à la reprise d'entreprise sont décrites dans les rubriques « [Quelles sont les aides pour créer une entreprise ?](#) » et « [Les aides à la création et à la reprise d'entreprise](#) ».

Pour en savoir plus :

- CMA FRANCE. « [Aides-entreprises.fr](#) », rubrique en ligne. Le site fournit une base de données des aides financières publiques classées par besoin, par zone géographique ou encore par secteur d'activité.

Les aides aux commerces

Boutiques à l'essai

Pour certains centres-bourgs en déficit d'attractivité, des aides existent pour attirer les commerçants, comme l'opération « [Ma boutique à l'essai](#) » financée par des collectivités locales et dédiée à la revitalisation des centres-villes et centres-bourgs. Elle permet aux personnes qui souhaitent ouvrir un commerce (hors commerce de bouche) de tester leur concept pendant six mois dans des locaux pilotes à loyer minoré.

Dispositif de reconquête commerciale en milieu rural

Le gouvernement souhaite développer une offre commerciale de proximité dans les communes rurales qui en sont dépourvues, à travers un dispositif d'aide à l'installation lancé en mars 2023 et doté de 12 M€. Il doit toucher près de 1 000 communes.

Pour un commerce sédentaire, « en dur », le soutien financier prévu est le suivant :

- une prise en charge de la moitié des frais concernant l'acquisition du local ou les travaux de remise en état (dans la limite de 50 k€) ;
- une enveloppe de 20k€ pour aménager les locaux et acheter du matériel professionnel. Cette somme peut atteindre 25 k€ si le projet présente un intérêt en matière de développement durable ou s'il développe les circuits-courts, l'insertion de publics défavorisés ou la collaboration avec les associations locales.

Concernant les commerces non sédentaires, dit « ambulants », ils pourront bénéficier d'une aide couvrant la moitié de leurs dépenses, par exemple pour acquérir un véhicule de tournée (dans la limite de 20 k€). Une somme de 5 k€ est également prévue si le porteur de projet bénéficie de prestations d'accompagnement pour « concevoir, mettre en œuvre et faire vivre son projet », hors dépenses de fonctionnement et achat de marchandises. Le dispositif est opérationnel jusqu'à épuisement de l'enveloppe.

Source : DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES. « [Dispositif de reconquête commerciale en milieu rural – Appel à projets](#) », article mis à jour le 12/12/2023.

Dispositif « [Paris Commerces](#) »

À Paris, la Société d'économie mixte de la Ville de Paris (SEM Paris Commerces, ex-Semaest) est chargée d'influer sur le tissu commercial parisien en y réinstallant des commerçants et des artisans indépendants de proximité. Elle rachète ou préempte des locaux, négocie des exclusivités auprès des bailleurs afin de s'assurer de l'activité des futurs locataires. Elle propose des conditions d'installation avantageuses dès lors que les projets répondent aux impératifs de développement local.

6.

**RÈGLES
DE LA
PROFESSION**

RÈGLES DE LA PROFESSION

Règles et usages de l'activité

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

Respect des normes de sécurité et d'accessibilité

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

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

Pour en savoir plus :

→ BPIFRANCE CRÉATION. « **3. Les établissements recevant du public** », rubrique en ligne.

OUVERTURE DES COMMERCES LE DIMANCHE

En France, le principe applicable est celui du repos hebdomadaire le dimanche pour les salariés. Si vous, chef d'entreprise ou artisan, n'avez pas de salarié ou si vous n'avez pas besoin de vos salariés ce jour-là, vous pouvez ouvrir le dimanche.

De nombreuses exceptions au repos dominical existent, notamment dans les zones dites « touristiques » et les gares/aérogares. Elles sont prévues par le Code du travail ou les accords de branche. La règle de l'autorisation administrative (du maire ou du préfet) ou la règle de l'accord collectif instaurée depuis la loi **2015-990** du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques s'appliquent généralement.

Pour en savoir plus :

→ ENTREPRENDRE.SERVICE-PUBLIC.FR. « **Ouvrir un commerce le dimanche : quelle réglementation ?** », article vérifié le 28/05/2024.

Exigences de sécurité concernant les bicyclettes

Le décret **2016-364** du 29 mars 2016 fixant les exigences de sécurité concernant les bicyclettes abroge le précédent décret du 24 août 1995 imposant que le vélo soit vendu entièrement monté et réglé, conformément aux normes de sécurité en vigueur. Les professionnels conservent toutefois une obligation de montage des systèmes, sous-ensembles et équipements essentiels au fonctionnement de la bicyclette (freinage, direction et transmission) et une obligation d'information des consommateurs sur les opérations laissées à leur charge.

Marquage des vélos

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

Source : LÉGIFRANCE. « [Décret n° 2020-1439 du 23 novembre 2020 relatif à l'identification des cycles en ligne](#) », rubrique en ligne.

Pour en savoir plus :

- ➔ ASSOCIATION DE PROMOTION ET D'IDENTIFICATION DES CYCLES ET DE LA MOBILITÉ ACTIVE. « [Comment ça marche ?](#) », rubrique en ligne.

Les labels

Des dispositifs peuvent être mis en avant par les vélocistes auprès de leurs clients pour valoriser la fabrication responsable et française des cycles vendus :

- le **cyclescore** : afin de replacer la France et l'environnement au cœur de la fabrication de vélos, la filière France vélo a créé ce label qui s'inspire du Nutri-Score ou du Planet-Score. Il inclut un volet environnemental (matériaux utilisés, procédés de peinture mis en œuvre, réduction des distances entre les composants, les sites d'assemblage et les lieux de vente, ou encore durée de vie des produits) et un volet sociétal (égalité homme-femme du site de production, inclusion handicap et insertion, émissions de gaz à effet de serre, etc.) ;
- l'**indice France Vélo** cible la fabrication française des cycles. L'attribution de cet indice (note variable) repose sur cinq étapes de fabrication :
 - > la conception : les équipes de recherche et développement et de conception sont situées en France,
 - > l'assemblage : la chaîne de montage du modèle est située en France pour 100 % des vélos,
 - > la peinture et le décor : la peinture et la pose des décors du cadre *a minima* sont réalisées en France,
 - > les composants : les composants du vélo produits en France représentent au moins 15 % de la valeur des composants ou au moins 15 % à 40 % de la valeur des composants ;
- Le **label Origine France garantie**, géré par l'association Pro France et décerné par un organisme certificateur habilité, a pour objectif de donner aux consommateurs une information claire sur l'origine d'un produit et de permettre aux entreprises qui font cette démarche de certification de valoriser leur production. Pour obtenir ce label, le produit fabriqué doit respecter les deux critères suivants :
 - > le lieu où le produit prend ses caractéristiques essentielles est situé en France,
 - > 50 % au moins du prix de revient unitaire est acquis en France.

Ces critères sont indépendants de la notion de l'origine des marchandises, utilisée par les services douaniers pour calculer les droits de douane.

Source : MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE. « [Qu'est-ce que le label Origine France Garantie ?](#) », rubrique en ligne.

Pour en savoir plus :

- ➔ DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES. « [Fabriqué en France – Le guide du marquage d'origine](#) », guide en ligne. Il détaille les différents types de mentions, marquages et labels qui garantissent l'origine des produits.

Statut de l'entrepreneur

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

À noter : en raison du « droit de suite », il est possible de demander à demeurer immatriculé au Registre national des entreprises (RNE) en tant qu'entreprise relevant des métiers de l'artisanat lorsque l'effectif dépasse la barre des 10 salariés mais reste inférieur à 250 salariés ou lors de la reprise d'un fonds de commerce de plus de 10 salariés mais de moins de 100.

Sources :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Statut social et fiscal de l'artisan indépendant](#) », rubrique en ligne.
- BPIFRANCE CRÉATION. « [Vérifier la nature de mon activité](#) », rubrique en ligne.

IMMATRICULER VOTRE ENTREPRISE

Les formalités de création d'une entreprise (artisanale, commerciale, libérale et agricole) sont désormais centralisées via un guichet unique : elles sont à réaliser auprès du [Guichet des formalités d'entreprise](#) accessible en ligne sur le site de l'Inpi. Les données sont enregistrées dans un répertoire lui aussi unique, le Registre national des entreprises (RNE).

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Le fonctionnement du guichet unique](#) », rubrique en ligne.
- ENTREPRENDRE.SERVICE-PUBLIC.FR. « [Immatriculation au RNE : obtenez dès à présent votre attestation !](#) », article publié le 08/08/2024.

Structure juridique

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

STRUCTURES JURIDIQUES CHOISIES PAR LES NOUVEAUX CHEFS D'ENTREPRISE, 2024

ACTIVITÉ	SOCIÉTÉS	ENTREPRISES INDIVIDUELLES CLASSIQUES	MICRO-ENTREPRENEURS	AUTRES*	TOTAL CRÉATIONS
47.64Z	366	21	96	3	486

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

Source : Insee (Side).

RÈGLES DE LA PROFESSION

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Que dois-je savoir avant de choisir un statut ?](#) », rubrique en ligne. Elle présente les différentes structures juridiques, ainsi que les calculs de cotisation et les aspects sociaux et fiscaux.

Régime fiscal – TVA

Le taux de taxe sur la valeur ajoutée (TVA) applicable à l'activité de commerce de bicyclettes et d'accessoires, ainsi qu'aux actes de réparation est de 20 %.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [TVA](#) », rubrique en ligne.

7.

**CONTACTS
ET SOURCES
D'INFORMATION**

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

Organismes professionnels

Pourquoi adhérer à un organisme professionnel ?

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

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

Les principaux organismes professionnels et fédérations

- **Les boîtes à vélo**

L'association encourage et soutient l'entrepreneuriat à vélo en France et promeut l'usage du vélo comme mode principal de déplacement professionnel. Sur son site figure un annuaire de professionnels utilisant le vélo ou le vélo cargo, notamment des entreprises de réparation de vélos à domicile ou en entreprise.

- **Mobilians**

Premier mouvement de chefs d'entreprise du commerce et de la réparation automobile et des services de mobilité (voitures, motos, vélos, véhicules industriels, trottinettes, *etc.*), cette organisation professionnelle défend les intérêts individuels et collectifs des professionnels de la mobilité par la route, déploie une action prospective de développement durable et de promotion d'une mobilité individuelle ou partagée en lien avec toutes les parties prenantes.

- **Union sport & cycle (USC)**

Première organisation professionnelle de la filière sport, elle rassemble des entreprises de la filière du sport, des loisirs, du cycle et de la mobilité active, fabricants comme commerçants. Elle conseille, représente, aide à anticiper et à promouvoir l'activité physique et sportive en France.

Les fédérations sportives

- **Fédération des acteurs du vélo en entreprise (Fave)**

Cette association rassemble les entreprises qui proposent des services de location de flottes de vélos aux employeurs.

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

Par délégation du ministère de la Santé et des Sports, cette fédération a pour objet de développer et d'organiser sur tout le territoire français, Outre-mer compris, le sport cycliste sous toutes ses formes et de défendre les intérêts des coureurs cyclistes. Elle a mis en place un site dédié à la présentation des **espaces cyclo sport et vélos gravel**.

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

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

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

- **Fédération française de cyclotourisme (FFV)**

Cette fédération gère l'organisation et le développement du cyclotourisme : sécurité, aménagement, protection de l'environnement. Sur le site dédié [Vélo en France](#), elle répertorie des circuits touristiques cyclables, des randonnées à vélo et des clubs cyclistes.

- **France vélo tourisme**

Cette association a pour objectif de développer la filière du tourisme à vélo en France en valorisant les itinéraires vélo et les services « Accueil Vélo » en lien avec les territoires et les acteurs professionnels.

Rapports & Études

- ATELIER PARISIEN D'URBANISME. « [Les commerces à Paris en 2023](#) », étude publiée en janvier 2024.
- CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE. « [Les Français et le Made in France](#) », étude publiée en octobre 2023.
- DATALAB. « [Bilan annuel des transports 2023](#) », rapport publié en novembre 2024.
- ÉCOLOGIC. « [Étude relative au développement de la réparation des cycles](#) », étude publiée le 15/12/2023.
- EUROPASSISTANCE. « [Baromètre de la mobilité](#) », infographie publiée en avril 2024.
- L'OBSERVATOIRE SOCIÉTÉ ET CONSOMMATION. « [La France à vélo](#) », rapport publié en avril 2023.
- LES BOÎTES À VÉLO. « [Enquête sur l'industrie française du vélo-cargo](#) », étude publiée en mai 2024.
- MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES. « [Enquête nationale "Usage du vélo", résultats 2023](#) », étude publiée le 14/05/2024.
- STRAVA. « [L'année sportive – le rapport des tendances](#) », rapport publié en janvier 2024.
- UNION SPORT & CYCLE. « [L'observatoire du cycle](#) », rapport publié en avril 2025.
- UNION SPORT & CYCLE. « [L'observatoire du cycle](#) », rapport publié en avril 2024.
- XERFI. « [Le marché du vélo - Les stratégies novatrices pour tirer parti des nouvelles opportunités](#) », étude publiée le 14/05/2024.

Reuves

Reuves professionnelles

- [L'officiel du cycle, de la moto, du quad et de la mini-voiture](#), magazine mensuel de la profession des deux- et trois-roues motorisés (cyclomoteurs, scooters, motos, trikes, tricars, tricycles, side-cars) ainsi que des quatre-roues légers et lourds (quads, SSV, buggies, mini-voitures, petits utilitaires).
- [Ville et vélo](#), magazine bimestriel du Club des villes & territoires cyclables.

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

Revue grand public

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

- **200 Le magazine**, reportages voyages, art de vivre, vélo de route, mécanique. Quadrimestriel.
- **Big bike magazine**, spécialisé VTT. 7 numéros par an.
- **City-ride**, magazine distribué gratuitement dans un réseau de boutiques partenaires. Spécialisé vélo urbain. 5 numéros par an.
- **Cyclomag**, magazine de la FFC spécialisé dans le tourisme à vélo. 11 numéros par an.
- **Le cycle**, magazine des pratiquants : actualités, matériel, guides d'achat. Mensuel.
- **Top Vélo**, essais, tendances, reportages sur les commerces/, les fabricants et les événements.
- **Vélo magazine**, édité par L'Équipe : tests, conseils, tendances design et matériel, calendriers et parcours. Mensuel.
- **Vélo vert**, spécialisé VTT. Bimestriel.

Salons & manifestations

- **Bike to work**, première édition en 2020. Événement grand public regroupant les acteurs de la promotion du vélo à la Défense (92).
- **Expo du Vélo**, salon annuel professionnel et grand public qui a lieu à Strasbourg. Sont présents des marques, des magasins et des accessoires de vélo ; des animations et des conférences y sont organisées.
- **Pro Days**, salon annuel professionnel du vélo et du *running* qui a lieu à Paris. Il accueille des exposants dans le domaine des cycles, accessoires, équipement de la personne et services.

Annuaire

- **Cycling, l'annuaire des acteurs du vélo en région**

Cet annuaire répertorie les assembleurs, marques, clusters régionaux, fabricants et distributeurs de composants, d'accessoires et d'équipements du cycliste, les entreprises d'expertise et de conseil, de mobilier urbain et stationnement vélo, les organismes de formation, les réseaux de distribution et les services vélo.



<https://bpifrance-creation.fr>



<https://x.com/bpifrancecrea>



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

bpifrance

CRÉATION

CE DOSSIER EST VENDU DANS LA LIBRAIRIE DE BPIFRANCE CRÉATION

Prix : 16 € TTC

ISBN : 978-2-38076-081-1