

Paris, encore un effort pour être vélorutionnaire !

Communiqué de presse du 6 mars 2007

« La "vélorution" est-elle en marche à Paris ? » se demande Bertrand Gréco au début de son article sur la mise en place de vélos en libre-service à Paris par JCDecaux ([JDD du 4 mars 2007](#)). Et de conclure : « Pas facile d'être "vélorutionnaire". »

Pour [Vélorution](#), le projet de JCDecaux n'est évidemment pas vélorutionnaire mais complètement publicitaire. Vélorution défend un développement massif des moyens de transports non polluants et ceci dans une démarche globale de réduction de toutes les pollutions et nuisances liées aux autres modes de transports : gaz à effet de serre, pollution visuelle, appropriation de l'espace public, perte de convivialité, violence routière, etc.

Les vélos JCDecaux ne s'inscrivent clairement pas dans une telle démarche et contribuent, au contraire, à certaines des nuisances que Vélorution dénonce. Ces nuisances sont présentées comme la contre-partie de la gratuité des vélos. Pourtant, les vélos JCDecaux ne sont pas gratuits : ils sont facturés sous forme de manque à gagner sur la recette publicitaire pour la ville. Cet argent aurait pu être utilisé pour offrir un vrai service public de vélos en libre-service. Mais cela aurait évidemment demandé plus d'engagement, plus de transparence et plus de courage politique. Comme l'association l'a pourtant rappelé à plusieurs reprises : le vélo est une affaire trop sérieuse pour être confié à des publicitaires !

En novembre 2005, JCDecaux a acheté le nom de domaine [velorution.fr](#) mais ne l'a jamais exploité et y a finalement renoncé. JCDecaux ne veut pas faire la vélorution, ce n'est pas une entreprise sociale et solidaire qui contribuerait à un authentique service public de transport non polluant. Après s'être approprié une partie de l'espace urbain et de l'espace visuel de Paris, JCDecaux tente simplement de dégager une nouvelle source de profits en s'appropriant une partie des transports de la ville.

Dès la publication de l'appel d'offres pour la « mise en place d'une flotte de vélos à destination du public et de mobiliers urbains d'information à caractère général ou local et accessoirement publicitaire », en février 2006, Vélorution avait regretté que ce nouveau service de transports ne soit pas envisagé comme un authentique service public et avait présenté des contre-propositions. Le projet [Vélo-18](#) (projet de vélo en libre-service du 18^e arrondissement) démontre qu'il est possible d'offrir des vélos en libre-service au même coût que JCDecaux mais sans couplage avec un marché de publicité et dans une authentique démarche d'économie sociale et solidaire à l'échelle de la capitale.

Pour vraiment faire la vélorution, la Ville de Paris devrait mettre en place un véritable service public de transport non polluant, répondant aux meilleures normes sociales et environnementales, et participant de façon pérenne au bien collectif. Des propositions alternatives à celles des publicitaires existent et fonctionnent : il n'est donc pas si difficile d'être vraiment vélorutionnaire !

-- [Vélorution Paris](#)