



Commerce et réparation de cycles

Le contexte économique et la recherche d'un déplacement à faible coût favorisent l'usage du vélo en ville et en particulier le vélo à assistance électrique (VAE).

La progression du parc automobile et la densification de la population ont contraint les villes à repenser les modes de déplacement et privilégier de nouvelles formes de mobilité : limitation de l'accès des voitures en centre-ville, développement des services et des équipements favorisant le vélo (pistes cyclables, parkings à vélo, location de vélo, prime à l'achat d'un VAE...).

Le marché du vélo se développe et de nouveaux acteurs s'y déploient (loueurs automobiles, centres-auto, professionnels du transport...). Les magasins spécialisés du cycle entrent désormais dans une logique de compétition avec ces nouveaux acteurs de la chaîne de mobilité, au sein de laquelle l'État et les collectivités territoriales joueront un rôle d'arbitrage, voire de prescripteur de mode de déplacement.



Les entreprises du commerce et de la réparation de cycles sont le plus souvent des petits magasins multimarques qui distribuent, entretiennent et réparent des cycles de gammes et de marques différentes. Ces magasins disposent d'une surface de vente où les vélos et équipements sont exposés. La vente est souvent personnalisée : le vendeur, cycliste lui-même, adapte le vélo à l'usage et à la corpulence du client. Le vendeur doit livrer un vélo entièrement monté et réglé. L'achat d'équipements périphériques (casque, antivol, vêtements, consommables...) est généralement associé à la vente de cycles. Ces magasins assurent également un service après-vente : le mécanicien doit entretenir et réparer une large gamme de cycles, dont les caractéristiques techniques évoluent vers davantage d'hydraulique et d'électricité. Les directeurs des magasins

de vélos, ainsi qu'une majorité de leurs salariés, sont généralement des passionnés de vélo, pratiquant eux-mêmes cette activité, au sein d'un club ou d'une association. Ils tendent à développer largement l'esprit de « club » autour du magasin en organisant des événements autour du vélo (organisation de sorties, de courses, de randonnées...) afin de fédérer et fidéliser leur clientèle.

Ces magasins sont généralistes ou spécialisés sur un produit. Ce sont des entreprises indépendantes qui distribuent et entretiennent des cycles pour une clientèle qui peut être très diversifiée : particulier en recherche de loisir, urbain pour une mobilité « douce », sportif en quête de prouesses techniques... Ces magasins de vélos ont pour principaux concurrents les grandes surfaces de sport ou les grandes surfaces alimentaires.

LES MAGASINS DE VÉLOS
SONT MULTIMARQUES
ET INDÉPENDANTS,
MAIS CERTAINS SE
REGROUPEMENT.



LES REGROUPEMENTS D'ENTREPRISES

En réseau de distribution	Ex : Velo&Oxygen, 500 magasins en France qui distribuent en exclusivité les cycles de marque Gitane, Bianchi et Peugeot du groupe Cycleurope.
En coopérative	Ex : Véloland (85 entreprises), Cyclecoop (29 magasins), Mondovélo (45 magasins) et corners dans les magasins Sport 2000)
En franchise	Ex : Cyclelab avec les enseignes Culture Vélo (87 magasins), Vélo Station (11 magasins) et Bouticycle (27 magasins).
Réseaux monomarque de constructeurs	Ex : Giant avec les « Giant Store » (10 magasins en France) et Orbea avec les « Orbea Distributor Alliance » (1 magasin en France et 20 en Espagne).

Les magasins de vélos s'approvisionnent auprès des constructeurs nationaux de cycles (Cycles Lapierre, Cycleurope, Look, Intercycles...) et des constructeurs étrangers (KTM, Orbea...) ou de leurs filiales françaises (Giant France, Campagnolo France...) avec lesquels ils traitent directement. Les relations sont peu contractualisées et rarement encadrées par un contrat de distribution.

Spécialiste ou généraliste ?

Les magasins de cycles sont le plus souvent généralistes et proposent une gamme assez large de cycles (utilitaire, randonnée, sport). Ils peuvent aussi déployer d'autres activités : en zone rurale, la motoculture et le scooter léger ; en zone montagneuse, certains magasins font évoluer leur activité en fonction des saisons (ski l'hiver, vélo l'été), en région touristique la location de vélo est plus souvent développée.

Cependant, les magasins de cycles sont parfois spécialisés. C'est souvent le cas du marché « haut de gamme » proposant des vélos de route pour des cyclistes exigeants sur les compétences techniques du vélo et roulant généralement en club. D'autres spécialisations sont actuellement en cours de développement, sur le vélo à assistance électrique par exemple.

LE MARCHÉ :
les magasins de vélos indépendants distribuent le quart des vélos vendus en France et réalisent la moitié du chiffre d'affaires du secteur

3,2 millions de vélos ont été vendus neufs en France en 2011. La France est le troisième pays européen consommateur de cycles derrière l'Allemagne (4,1) et le Royaume Uni (3,5). Le marché du cycle en France est assez paradoxal : beaucoup de vélos sont vendus pour une utilisation assez limitée (moins de 90 km/an) par rapport à celle des cyclistes d'Europe du Nord (en moyenne 300 km/an).

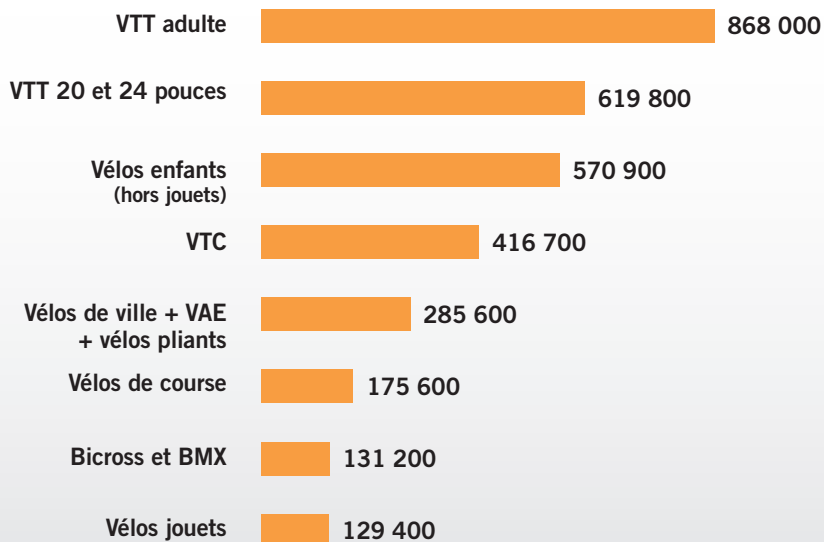
Compte tenu du poids de la grande distribution en France, une majorité des vélos vendus sur le territoire sont distribués par les grandes surfaces alimentaires ou de sport. Les magasins spécialistes vendent 23 % des vélos distribués en France et réalisent 53 % du chiffre d'affaires du secteur car ils couvrent l'ensemble du marché du cycle et en particulier le marché du haut de gamme (vélos techniques, vélos de course, vélos personnalisés...) dont les prix sont plus élevés.

Le marché de l'occasion est important et se réalise surtout entre particuliers (effet « Le bon coin »).

Le marché du cycle est en progression : en 2011, le chiffre d'affaires du secteur a augmenté de 6,5 % par rapport à 2010, pour atteindre 850 millions d'euros.

L'arrivée du VTT dans les années 80 a bouleversé le marché du cycle et l'organisation du secteur en faisant naître de nouveaux usages liés au sport et aux loisirs. Dans cette optique, de nouveaux types de vélos ont été développés : le vélo tout-terrain, le vélo tout chemin (mixte entre VTT et vélo de course), le vélo de randonnée, le vélo de course high-tech, le BMX... La multiplication des gammes a requis un espace plus grand et des compétences plus spécialisées.

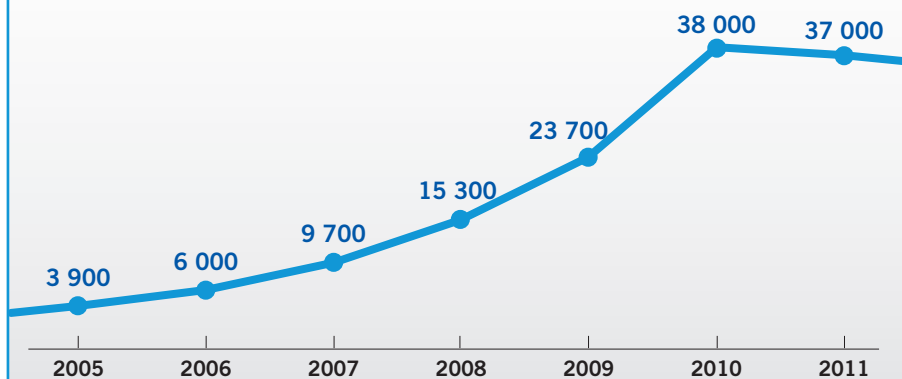
Nombre de vélos vendus en 2011



Source : FNCRM Actualités N°169.

ZOOM sur les ventes de Vélos à Assistance Électrique

Ventes de VAE : multipliées par 10 en 5 ans
37 000 VAE vendus en 2011 dont 64 % par les magasins de vélos



Source : FNCRM Actualités N°169.

Sur la période récente, le marché tend à évoluer. Alors que la part des vélos « loisir » diminue, celle des vélos « mobilité » progresse :

- 63 % des vélos achetés sont destinés à une utilisation de loisir (principalement VTT) : balades en famille, randonnées... Cette part est passée de 73 % à 63 % sur les dix dernières années.
- 27 % sont destinés à la mobilité urbaine, comme moyen de déplacement ou de transport régulier. C'est le secteur qui progresse le plus (+ 10 points en 10 ans), grâce notamment aux Vélos à Assistance Électrique (VAE).
- Seulement 10 % des vélos achetés sont destinés à un usage sportif, cette catégorie reste stable grâce à l'évolution des ventes de vélos de course et VTT haut de gamme.

PROGRESSION DU « VELO EN VILLE »

L'arrivée de nouvelles technologies (VAE, vélos pliants...) et l'évolution des plans de déplacements urbains des collectivités territoriales (réseaux cyclables, aires de stationnement, promotion de l'usage du vélo, vélo en location...) contribuent à repositionner le vélo dans les déplacements urbains.

Le développement du vélo en libre service (présent dans une cinquantaine de collectivités) semble avoir fonctionné comme un élément déclencheur de l'usage du vélo en ville, en permettant de faire un essai sur le terrain et de vaincre les principaux freins psychologiques à son usage.

Les cyclistes échappent ainsi aux embouteillages et expriment « un sentiment de liberté » et « de bien-être ».

Source : expérimentations VAE dans le cadre de Bretagne Mobilité Augmentée (BMA).





LES FACTEURS IMPACTANT L'ACTIVITÉ

ELARGISSEMENT DU MARCHÉ

La hausse du prix des carburants et la baisse du pouvoir d'achat contraignent les individus à rechercher un mode de déplacement à faible coût. Ainsi, pour des courts trajets, en particulier urbains, le vélo est de plus en plus choisi, favorisé par les politiques des villes (PDU) : pistes cyclables, location de cycles, accès à des services complémentaires, parc de stationnement de cycles... et des entreprises qui déploient un plan de déplacement (PDE) pour leurs salariés.

DIVERSIFICATION DES GAMMES ET DES CLIENTÈLES

Face à la multiplication des usages du vélo (sportif, loisir, urbain...), **les gammes de vélos se sont élargies**. Cette plus grande diversité induit une adaptation rapide des compétences techniques des vendeurs et des réparateurs de cycles. De plus, les gammes étant souvent renouvelées par les fabricants, l'exigence de rotation rapide des cycles conduit aussi à déployer de fortes compétences en gestion des stocks.

Le développement des gammes et des usages induit une **diversité plus grande de types de clientèle**, avec des codes et un langage différents en fonction des pratiques : entre une clientèle « cycliste route » passionnée, en attente de vélos haut de gamme, très techniques et d'un niveau de prix élevé et une clientèle urbaine recherchant avant tout un mode de déplacement « doux » à moindre coût et écologique. Les professionnels du vélo doivent pouvoir s'adapter à cette grande diversité d'usagers.

DÉVELOPPEMENT DE RÉSEAUX

Dans un souci d'amélioration de la rentabilité et de la visibilité de leur entreprise, **certain professionnels adhèrent à des groupements** qui peuvent être en coopérative ou en franchise. L'obsolescence de contrat de distribution et la non organisation des liens commerciaux entre les magasins et les fabricants de cycles et de pièces détachées représentent encore aujourd'hui un obstacle important dans l'exercice de la profession.

DÉPLOIEMENT DE NOUVEAUX ACTEURS SUR LE MARCHÉ DU CYCLE

Les activités de vente, de location et de réparation du cycle se sont diffusées, dans les années récentes, au-delà des professionnels spécialisés du secteur, ce qui accentue **la concurrence entre des acteurs économiques très différenciés** : collectivités territoriales, loueurs automobiles (ceux proposant la location de deux roues), centres-auto (Norauto distribue des deux roues), constructeurs automobiles (ex : Smart avec le e-bike). Parallèlement, se développent des associations qui proposent des services aux particuliers pour remettre en état des vélos.



Bretagne Mobilité Augmentée

Optimiser la relation entre l'activité et la mobilité

En partant du constat que la mobilité est devenue un facteur essentiel de compétitivité qui influe sur la performance d'une entreprise, d'une collectivité ou d'un bassin d'emploi, BMA cherche à optimiser la relation entre la mobilité et l'activité de l'entité étudiée pour moins d'émission de Co₂ et plus de création de valeur.

Dans ce cadre, la Caisse d'Epargne (région Ouest) expérimente la mise à disposition de VAE avec une partie de son personnel (déplacements domicile-travail). Le projet s'inscrit dans la confrontation entre l'analyse des pratiques des usagers et l'offre des professionnels.

Après consultation de plusieurs vélocistes, le responsable du projet de la banque a fait état de sa difficulté à trouver une offre adaptée à sa demande, tant du point de vue des vélocistes que de celui des assureurs. L'expérience menée avec un magasin *Culture vélo*, a permis de lever ces difficultés et paraît d'ores et déjà concluante. Une réflexion est en cours pour construire un nouveau modèle économique permettant une extension de cette expérience à plus grande échelle.

LE MÉCANICIEN CYCLES

Évolution du secteur	Évolution des activités	Évolution des compétences
Multiplication des gammes et difficultés d'approvisionnement	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation de l'entretien courant sur une grande diversité de générations de cycles (changement de chambre à air, pneus, transmission, changement de chaîne, réglage dérailleur, freins, jeu de direction...). - Renouvellement rapide des gammes de vélos (cycle de 6 mois), ce qui multiplie les référencements de pièces de rechange. - Manque d'organisation des circuits de distribution des pièces (peu, voire pas informatisés). 	<p>Compétences d'adaptabilité :</p> <ul style="list-style-type: none"> - expérience ; - connaissance des produits et des différentes générations de vélos ; - informatique (pour la gestion des stocks) ; - activation d'un réseau d'entraide professionnelle.
Évolution technique des vélos vers l'hydraulique et l'électricité	<p>Entretien des systèmes hydrauliques (fourches, freins à disques hydrauliques, amortisseurs et suspensions).</p> <p>Entretien/réparation des systèmes électriques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - dérailleur électrique (passage de vitesses électronique) ; - vélo à assistance électrique : les diagnostics sont différents selon les marques. 	<p>Connaissance des systèmes hydrauliques et des spécificités par marque : technique et montage différents selon les marques, ce qui requiert une capacité d'adaptation et une information actualisée.</p> <p>Notion d'électricité :</p> <ul style="list-style-type: none"> - connecter un fil ; - savoir utiliser un multimètre ; - mesurer l'ampérage et le voltage ; - savoir utiliser les nouveaux outils de diagnostic.
Évolution des matériaux pour un meilleur rendement et un poids allégé	<ul style="list-style-type: none"> - Les cadres en acier ont été remplacés par des cadres en aluminium puis récemment en carbone. - Se développe aussi la mixité des matériaux sur un même cycle. 	<p>Connaissance des matériaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - élasticité ; - résistance ; - rendement.
Évolution de la relation clientèle	<p>Diversité et exigence croissante de la clientèle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la clientèle des coureurs cyclistes ou des VTTistes sur les compétences techniques des cycles ; - la clientèle urbaine, sur une compréhension d'un besoin de mobilité au meilleur coût. <p>Gestion du SAV :</p> <ul style="list-style-type: none"> - diagnostic ; appel au fabricant du vélo (si c'est un problème de cadre) ou de l'équipementier (si c'est la roue, la fourche...) ; commande de la pièce ; réception de la pièce ; remise en état ; gestion de la relation clientèle. 	<p>Adaptation à des types de clientèle très différents (communication, langage, culture).</p> <p>Connaissance de l'anglais pour la relation avec les équipementiers et la compréhension des documents techniques (connaître les noms anglais des composants d'un vélo).</p> <p>Communication : gestion de la relation fournisseur (exprimer une commande, faire une relance, gérer des litiges) et de la relation avec les clients qui ne souhaitent pas attendre.</p>
Évolution de la réglementation	Le vélo doit être vendu entièrement monté et réglé (décret 95-937 du 24 août 1995), et être conforme aux normes de sécurité en vigueur.	L'assemblage des vélos requiert une bonne connaissance des matériaux.

LE VENDEUR / CONSEILLER TECHNIQUE CYCLES

Évolution du secteur	Évolution des activités	Évolution des compétences
Évolution de la relation clientèle	<p>Demande croissante de personnalisation des vélos :</p> <ul style="list-style-type: none"> - adaptation du vélo (changement de roues, de guidon, de freins, de pneus...) - conception d'un vélo « à la carte » : achat d'un cadre auquel sont ajoutés les composants (selle, guidoline, pédale, roue...). <p>Achat d'équipements :</p> <ul style="list-style-type: none"> - liés à la sécurité (casque, antivol) ; - aux tenues (vêtements, chaussures) ; - et à la logistique (compteur, trainer). <p>Développement des offres de services :</p> <ul style="list-style-type: none"> - assurance contre le bris ou le vol ; - financement. <p>Clientèle de plus en plus informée par internet.</p> <p>Conseil sur la préparation physique : accompagnement à l'entraînement, rodage et préparation.</p> <p>Organisation d'événements autour du vélo (courses, randonnées, festivités...).</p>	<p>Compréhension de la demande du client et propositions des équipements et accessoires correspondants.</p> <p>Connaissance des différents produits : larges gammes qui se renouvellent rapidement.</p> <p>Adaptation à des types de clientèle très différents (communication, langage, culture).</p> <p>Vente additionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'équipements et d'accessoires ; - mais aussi d'assurance et de financement. <p>Revalorisation du vélo « urbain ».</p> <p>Sens de l'organisation, relationnel.</p>
Évolution technique	<p>La posturologie permet d'adapter le vélo (géométrie du cadre, selle, cintre...) aux dimensions du corps et au positionnement de son utilisateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - prise de cote ; - saisie dans le logiciel ; - interprétation et restitution des données informatiques. <p>Accompagnement / mise en route / démonstration des équipements électroniques (GPS, compteur km...).</p>	<p>Maîtrise de l'utilisation du logiciel :</p> <ul style="list-style-type: none"> - savoir prendre les cotes (dimensions du corps) et les saisir dans un logiciel adapté. - savoir interpréter les résultats et construire un argumentaire pour en faire un acte commercial. <p>Compétences en électronique.</p>

EMPLOI ET FORMATION

PROFILS D'EMPLOIS

■ Les salariés ou employeurs qui travaillent dans un magasin de vélos, sont spécialisés dans leur domaine d'activité et viennent d'horizons professionnels très différents. Une grande partie d'entre eux n'a pas de formation initiale spécifique à la filière et beaucoup sont autodidactes ou en reconversion professionnelle. **L'expérience et la pratique du vélo sont les principaux critères de sélection à l'embauche.**

Convention collective :

Depuis le 22 octobre 2012, les entreprises du commerce et de la réparation de cycles doivent obligatoirement intégrer la convention collective des services de l'automobile et donc s'inscrire auprès de la caisse de retraite et de prévoyance IRP auto et de l'OPCA ANFA. Avant cette date, une partie de ces entreprises appliquaient la convention collective du commerce des articles de sport.

FORMATION

■ Les fabricants de cycles et d'équipements proposent des stages de formation qui permettent aux mécaniciens cycles de découvrir les nouveaux équipements, de connaître le fonctionnement du matériel et d'obtenir l'agrément permettant d'avoir accès aux pièces détachées. En dehors de ce réseau, les professionnels ont assez peu de visibilité sur les possibilités et les offres de formation.

■ Il n'existe pas de diplôme de l'Education Nationale spécifique à la maintenance cycles.

■ La Branche professionnelle des services de l'automobile a créé 3 CQP spécifiques au secteur, dont 2 comptent des effectifs : le CQP Mécanicien Cycles (MC) et le CQP Conseiller Technique Cycles (CTC).

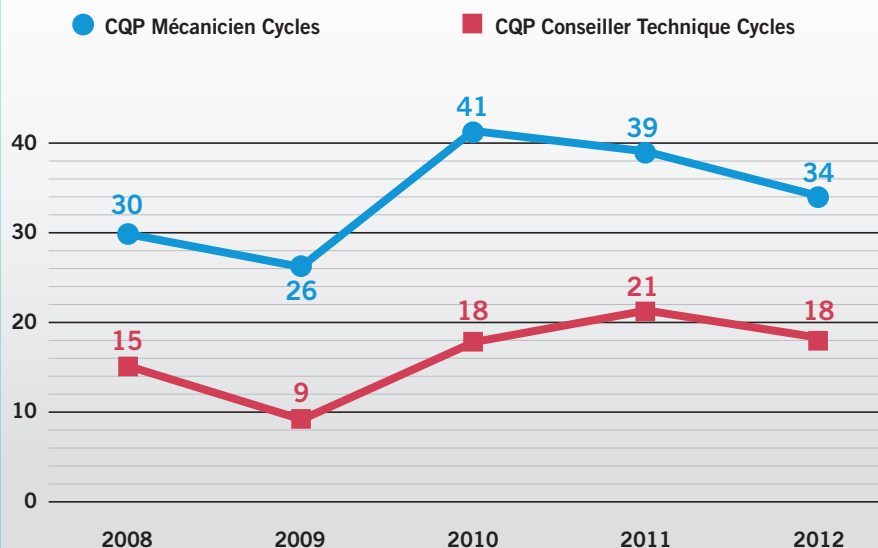
RNQSA

Trois qualifications du cycle ont été reconnues pour leurs savoir-faire spécifiques au sein du Répertoire National des Qualifications des Services de l'Automobile :

- Mécanicien cycles ;
- Mécanicien spécialiste cycles ;
- Conseiller technique cycles.



Nombre de personnes reçues à l'examen des CQP cycles de la Branche des services de l'automobile



Source : ANFA

Il est difficile de dénombrer les entreprises du cycle, compte tenu de l'éclatement de ces entreprises sur plusieurs codes NAF. C'est pourquoi, l'ANFA réalisera une prochaine enquête en 2013, afin de compléter cette première approche du secteur du cycle.

Les objectifs de cette seconde enquête seront :

- de quantifier les entreprises et les emplois ;
- de décrire les activités ;
- et d'évaluer le positionnement et les leviers d'intervention de ces entreprises dans les nouvelles formes de mobilité.