MOBILISER

Trouver des partenaires locaux

FICHE ACTION

© Association Droit Au Vélo.

À qui cela s'adresse ?

- Cyclistes et non cyclistes.
- Acteurs pro vélo.
- Réseau associatif.
- Journalistes.
- Élu·es local·es.
- Entreprises.
- Établissements scolaires et parents d'élèves.

En quoi cela consiste ?

Pour accroître l'impact et la visibilité d'une campagne comme le Baromètre vélo, il est indispensable d'établir (ou renforcer) des partenariats locaux. Collaborer avec des acteurs implantés dans un territoire permet de :

- **multiplier les points de contact avec le public cible de la campagne,**
- **mutualiser les efforts de communication et de mobilisation,**
- **renforcer la légitimité des messages portés grâce à des soutiens variés.**

Ces partenariats doivent s'appuyer sur des objectifs partagés et des relations durables pour promouvoir une campagne, organiser un événement ou sensibiliser sur les enjeux cyclables.

Étapes clés

1. **Nommer une ou deux personnes** en charge des relations avec les partenaires.
2. **Identifier des alliés potentiels** (cf. cibles nommées ci-dessous).
3. **Proposer aux partenaires identifiés une collaboration adaptée et personnalisée :**
   - pour une entreprise : diffuser affiches et flyers dans ses locaux et/ou mobiliser ses salarié·es,
   - pour une association : relayer l'enquête dans sa newsletter ou lors d'événements,
   - pour une collectivité : inclure la campagne dans ses communications institutionnelles.

4. **Définir les rôles et responsabilités des parties.** Dans l'exemple de la campagne du Baromètre vélo, les associations locales peuvent aider à diffuser l'enquête auprès de leurs membres, tandis que les médias locaux peuvent aider à la promouvoir auprès du grand public.
5. **Communiquer et valoriser le partenariat en variant les canaux :** publications sur les réseaux sociaux, affichage, tractage, présence sur des événements.
6. **Recueillir les retours des partenaires** pour évaluer l'efficacité de la promotion et ajuster les stratégies si nécessaire.

Conseils d'assos

- **Contactez les entreprises et collectivités engagées dans le programme « Objectif Employeur Pro-Vélo »** (communaute-employeurprovelo.fr/labellises), ou dans des challenges de la mobilité, opérations Mai à vélo, semaine de la mobilité, etc.
- **Allez à la rencontre des acteurs présents dans les quartiers populaires (Quartiers Politiques de la Ville)** pour toucher les publics les plus éloignés du vélo : centres sociaux, le mouvement des régies de quartier ou les structures FAS.
- **Prenez attache avec les agent·es publiques :** les chargé·es de mission mobilité et les agent·es de développement local (rôle mobilisateur au sein des collectivités) peuvent souvent faire le relais avec les habitant·es et/ou les élu·es.
- **Contactez les autres associations membres de la FUB de votre territoire : fub.fr/membres**.

Ressources et inspiration dans le cadre du Baromètre vélo

La FUB met à votre disposition sur barometre.parlons.velo.fr différents modèles d'e-mails pour faciliter vos prises de contact avec les partenaires.

Pour ces associations, l'approche collaborative fut une réussite lors des précédentes éditions du Baromètre vélo, contactez-les pour plus de conseils !

- **Collectif Vélo Île-de-France** (75)
- **Collectif Réunionnais des Usagers de la Bicyclette,** La Réunion (97)
- **Collectif Cycliste 37,** Tours métropole (37)

barometre-velo.fr