



# Mobiliser les citoyen·nes de sa commune



## Objectif

Réussir à impliquer les habitant·es de sa commune dans la campagne Municipales, en :

- **Proposant des actions simples et participatives** adaptées à tous les publics ;
- **Transformant les résultats du Baromètre vélo** et la parole citoyenne **en leviers d'action locale**.



## Enjeu

Donner à voir que la campagne n'est pas "celle des cyclistes", mais **celle de tous les habitant·es qui veulent des rues sûres, vivantes et accessibles**.

**Les citoyen·nes mobilisé·es sont les meilleurs ambassadeur·rices du vélo** : ils peuvent relayer vos messages, incarner la demande locale et prolonger leur engagement en ligne.



# Trois niveaux d'engagement citoyen

## NIVEAU 1 : Engagement express (moins de 5 minutes)

### Objectif

Donner de la visibilité à la campagne et faire réagir.

### Actions possibles

- **Organiser une action lors d'un événement local** (pendant un marché, sur une place animée, lors d'une fête locale) avec
  - Photobooth "Je joue la carte du vélo" : photo avec pancarte "Je veux des rues sûres à [Ville]" partagée sur les réseaux.
  - Urne ou QR code de vote express : "Quelle mesure vélo doit être prioritaire à [Ville] ?" (3 options issues des chartes FUB).
- **Photobooth (installation où les personnes peuvent se prendre en photo) sur un tronçon dangereux** : interpeller les candidat-es sur les réseaux sociaux avec un tag ou une citation issue d'un commentaire du Baromètre vélo.
- **Distribuer les flyers de la campagne** ou afficher le QR code qui renvoie vers la plateforme nationale de campagne.
- **Proposer aux commerçant-es** d'apposer l'affiche de la campagne "Ici, on joue la carte du vélo" sur leurs vitrines.

### Alliés / relais

Commerçant-es, marchés, cafés, MJC, bibliothèques, etc.

## NIVEAU 2 : Participation active (30 min à 2 h)

### Objectif

Créer du lien et susciter la discussion publique.

### Actions possibles

- **Organiser un débat public ou un Grand Oral vélo** : voir la fiche 4 du kit.
- **Organiser une restitution locale du Baromètre vélo** (carte, résultats) : faire participer le public pour recueillir 3 demandes prioritaires pour les élections. Plus d'informations dans le guide de valorisation des résultats du Baromètre vélo sur la fiche atelier page 8. [Cliquer](#)
- **Balade commentée "3 lieux à changer"** : départ sur un point rouge identifié par le Baromètre vélo, passage par une réussite locale, arrivée conviviale avec échange sur les solutions.
- **Atelier participatif "3 idées pour ma commune"** : en groupe, rédaction de propositions simples et concrètes à présenter aux listes municipales.
- **Stand "Sécurité vélo autour des écoles"** : distribution de flyers et mini-sondage parents / enfants sur leurs trajets.

### Alliés / relais

Associations de quartier, établissements scolaires, collectifs santé/environnement, élu-es.

## NIVEAU 3 : Engagement durable (plusieurs semaines)

<b>Objectif</b>	Transformer la mobilisation en engagement collectif.
<b>Actions possibles</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Créer un “groupe citoyen vélo” pour suivre les signatures de chartes et les promesses électorales.</li><li>• Former un ou deux “relais vélo” par quartier pour animer la campagne localement (affichage, stands, contacts presse).</li><li>• Proposer aux nouveaux volontaires de rejoindre l’association ou de participer à la vie du réseau (ex : stand, atelier, rédaction d’articles).</li></ul>
<b>Alliés / relais</b>	Associations partenaires, conseils citoyens, réseaux d’usager-es.

## 2 Publics et actions à prioriser

Chaque territoire est différent : selon votre contexte, certains publics seront plus faciles à mobiliser que d’autres. L’idée n’est pas de tout faire, mais de **choisir 2 ou 3 cibles prioritaires** qui peuvent faire vivre la campagne localement.

### Astuce



Commencez par les publics les plus proches de vos actions habituelles (écoles, quartiers, commerçant-es solidaires). Les petits formats simples et visibles (vote express, photobooth, stand) peuvent ensuite déboucher sur des formes plus construites (balade, restitution, atelier).

## Parents d’élèves

**Objectif** : faire du vélo un sujet de proximité et de sécurité quotidienne.

### Pourquoi eux ?

Parce que les trajets domicile-école sont un symbole fort du vélo du quotidien. C’est un sujet transversal (sécurité, jeunesse, santé) qui parle à tout le monde.

### Comment les mobiliser ?

- Partir des trajets réels : écoles, arrêts de car, rues fréquentées.
- Organiser un stand ou une petite animation à la sortie d’école pour faire voter sur les priorités locales.
- Proposer un mini-sondage ou recueillir des témoignages à intégrer dans vos échanges avec les candidat-es.

## Commerçant·es et artisan·es

📌 **Objectif** : ancrer la campagne dans l'espace public et montrer le soutien local au vélo.

### Pourquoi eux ?

Parce qu'ils et elles donnent de la visibilité à la campagne et peuvent faire passer un message simple : des rues apaisées, c'est aussi un atout pour le commerce.

### Comment les mobiliser ?

- Leur proposer d'afficher la campagne de la campagne "Ici, on joue la carte du vélo".
- Leur remettre des flyers à disposition des client·es.
- Les remercier publiquement (valorisation sur les réseaux sociaux, carte locale).

## Habitant·es et grand public : créer le débat citoyen

📌 **Objectif** : transformer le ressenti individuel en expression collective.

### Pourquoi eux ?

Parce que chacun·e est concerné·e par les conditions de déplacement dans sa commune, qu'il ou elle se déplace à pied, à vélo, en transports ou en voiture. Leurs expériences du quotidien (besoins, frustrations, attentes) donnent du poids à vos actions et permettent d'ancrer le débat dans le réel.

### Comment les mobiliser ?

- Organiser des actions courtes et visibles (vote express, photobooth sur un point dangereux, mini-débat sur le marché).
- Valoriser les résultats de ces actions sur vos réseaux et auprès de la presse locale.
- Encourager les participant·es à suivre la campagne sur la plateforme nationale de campagne.

## Répondant·es du Baromètre vélo

📌 **Objectif** : transformer leur participation à l'enquête en engagement citoyen concret.

### Pourquoi eux ?

Parce qu'ils et elles ont déjà pris le temps de répondre au Baromètre vélo et qu'ils et elles sont donc directement concerné·es par les conditions de déplacement et de sécurité dans leur commune. Ils et elles forment un collectif déjà sensibilisé et prêt à agir pour faire évoluer leur territoire.

### Comment les mobiliser ?

- Leur adresser un mail d'invitation personnalisé (voir modèle en annexe).
- Les inviter à vos événements de campagne (balades, restitutions, ateliers).
- Leur proposer de relayer vos actions ou de témoigner sur les réseaux sociaux.
- Les tenir informé·es des résultats de la campagne (signatures de chartes, priorités locales).
- Les inviter à découvrir la plateforme Municipales de la FUB.

## Alliés et partenaires locaux : amplifier la mobilisation

📌 **Objectif** : créer une dynamique commune et inscrire la campagne dans la vie locale du territoire.

### Pourquoi eux ?

Parce qu'en travaillant à plusieurs, on touche plus de publics et on gagne en légitimité.

### Comment les mobiliser ?

- Coorganiser une action (balade, restitution, atelier "3 idées pour ma commune").
- Partager vos supports et vos visuels.
- Signer ensemble un communiqué ou un appel local à agir pour le vélo.

# 3

## Mode d'emploi pour une action réussie

### Avant

- Identifiez vos lieux stratégiques (écoles, marchés, places, événements).
- Téléchargez les supports de communication FUB : affiches, QR code, visuels.
- Préparez vos messages et invitez vos partenaires.

### Pendant

- Créez du lien, écoutez, recueillez des idées.
- Orientez vers la plateforme nationale de campagne pour agir en ligne.
- Photographiez vos actions pour les valoriser ensuite.

### Après

- Publiez vos photos et retombées sur vos réseaux.
- Envoyez vos résultats à la FUB : [campagnes@fub.fr](mailto:campagnes@fub.fr)
- Recontactez les participant-es pour vos futures actions locales.

### Astuce

Pour valoriser vos actions et leurs retombées presse, voir la Fiche 6 - « Communiquer efficacement pendant la campagne ».



# 4

## Annexe – Modèle d'email pour recontacter les répondant·es du Baromètre vélo

**Objet :** Continuons à faire avancer [Commune] ensemble !

Bonjour,

Vous avez participé au Baromètre vélo 2025 - merci !

Vos réponses ont permis de mieux comprendre les conditions de déplacement à vélo et les attentes des habitant-es de [Ville].

À l'approche des élections municipales 2026, [Nom de l'association], membre du réseau FUB, lance une série d'actions pour que le vélo devienne un sujet central du débat local.

#### Rejoignez la campagne :

- Participer à notre événement la [restitution des résultats du Baromètre vélo, balade exploratoire / soirée vélo-citoyenne / ciné-débat / etc.] à [date/lieu],
- Interpeller les candidat-es sur leurs engagements vélo [lien vers la plateforme],
- Relayer nos actions ou nos photos sur les réseaux sociaux.

Chaque action compte : ensemble, faisons de [Commune] une commune plus sûre, plus agréable et plus accessible pour tous.

Merci encore pour votre engagement.

À bientôt,

[Signature / nom de l'association / contact / réseaux sociaux]

**Fiche 5 - Mobiliser les citoyen·nes de sa commune**

[fub.fr/municipales](https://fub.fr/municipales)



## Important : respect du RGPD



Les répondant·es au Baromètre vélo ont accepté de pouvoir être contacté·es une seule fois par une association membre du réseau FUB.

Vous pouvez donc leur adresser un message d'invitation ou d'information unique.

En revanche, ne les ajoutez pas sans leur accord explicite à votre liste de diffusion, à vos newsletters ou à toute boucle d'envoi ultérieure.