

Société

# DANS LA FRANCE DU VÉLO À ASSISTANCE ÉLECTRIQUE

Mathieu Alapetite

29/06/2026

**Devenu un mode de déplacement de plus en plus populaire, le vélo à assistance électrique (VAE) s'installe dans le quotidien des Français. À partir de données d'enquêtes quantitatives et d'échanges qualitatifs avec des utilisateurs, Mathieu Alapetite, expert associé à la Fondation Jean-Jaurès, dresse un panorama des usages. Il montre ainsi que si le vélo électrique est encore associé à un public « jeune bobo urbain », la réalité est plus complexe et traduit l'évolution des pratiques en matière de mobilité.**

## Table des matières

### Introduction

#### Quelle image pour le vélo à assistance électrique ?

Un objet d'abord perçu comme facilitateur de mobilité

L'image d'un objet associé à des utilisateurs types qui ne correspond pas à la réalité

Un objet imaginé comme urbain, adopté dans les faits par les territoires périphériques

L'argument écologique : une valeur affichée, pas un moteur d'adoption

#### Quels usages pour le vélo à assistance électrique ?

Des pratiques dominées par les loisirs et l'activité physique

Le « vélotaf » : un usage prometteur

Les freins à l'acquisition

La satisfaction et la recommandation : un potentiel sous-exploité

### Conclusion

Préconisations pour développer l'usage du VAE en France

## Introduction

« Le VAE, une idée qui fait son chemin » : cette parodie d'un slogan politique vieux de presque cinquante ans s'applique parfaitement au vélo à assistance électrique (VAE). En France, ce mode de déplacement est de plus en plus populaire.

Selon les chiffres du secteur, issus de l'Union des entreprises sport et cycles (USC) de 2024<sup>1</sup>, la France affiche une croissance encourageante de 33% comparée à 2019 et confirme une tendance durable (cette même année, un vélo sur trois vendus en France était à assistance électrique). En moyenne, 600 000 vélos électriques sont vendus en France chaque année – c'est le véhicule électrique le plus vendu, devant la voiture. Au cours des dernières décennies, les avancées technologiques ont considérablement amélioré leur performance et leur praticité. Les moteurs électriques sont devenus plus petits et plus légers, tout en étant plus puissants. Les batteries ont également évolué, offrant une autonomie plus longue et une recharge plus rapide.

Au-delà de ces tendances générales, cette étude a pour objectif de dresser un panorama des usages du VAE. De l'image perçue à l'utilisation réelle, elle va tenter de décrypter comment cette solution s'installe dans le quotidien des Français, dans la diversité de leurs quotidiens (territoires, usages, âge, niveau de vie...). Si le vélo électrique est encore associé à un public « jeune bobo urbain », nous verrons que la réalité est bien plus complexe : elle traduit l'évolution des pratiques en matière de mobilité.

Cette étude, en partenariat avec Upway, spécialiste du vélo électrique reconditionné en France et en Europe, s'appuie sur trois matériaux. Tout d'abord, sur deux enquêtes convergentes qui offrent un panorama croisé de l'utilisation du VAE en France. Elles mettent en avant non seulement la perception qu'en ont les Français dans leur ensemble, mais aussi l'expérience concrète de ceux qui en possèdent un. La première est une **étude quantitative réalisée par l'Ifop** auprès de 3003 personnes représentatives de la population française de 18 ans et plus (questionnaire en ligne, 21-29 mai 2026). La seconde est une enquête menée auprès de clients d'Upway durant le premier trimestre 2026. Enfin, cette étude s'appuie également sur des échanges qualitatifs avec des usagers de VAE, également clients d'Upway, qui ont accepté de partager leur expérience.

Ces deux premières sources sont complémentaires par construction. L'étude de l'Ifop mesure ce que les Français pensent du VAE (représentations, image, intentions), qu'ils en possèdent un ou non. L'enquête d'Upway documente quant à elle le profil et les pratiques des utilisateurs : leurs motivations réelles, leurs pratiques effectives ou leurs comportements post-achat. La confrontation des deux sources révèle des zones de convergence solides et – plus instructif encore – des paradoxes structurants qui interrogent directement les imaginaires mais également les initiatives à encourager afin de développer l'usage du VAE.

L'étude est organisée en deux parties. La première examine l'image du VAE : comment les Français le perçoivent et à qui ils l'associent – sur quel territoire et dans quel registre de valeurs. La seconde porte sur les usages : ce que les possesseurs en font réellement, ce qui freine ceux qui n'en ont pas ainsi que ce que ces données appellent en termes de leviers d'action.

### Les résultats de l'enquête Ifop

1. « Observatoire du cycle 2024 », enquête de l'Union des entreprises sport et cycle (USC), 25 avril 2025.