

06 - 2026

ÉTUDE

Dans la France du vélo à assistance électrique

-Mathieu Alapetite

upwzy

Fondation
Jean Jaurès
ÉDITIONS

Mathieu Alapetite est expert associé
à la Fondation Jean-Jaurès.

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 2024¹, 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 la vie 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 3 003 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.

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

Quelle image pour le vélo à assistance électrique ?

L'image que les Français se font du vélo électrique est à la fois plus positive et plus complexe qu'on ne le suppose souvent. Elle est structurée autour de registres dominants (assistance, technologie, mobilité), mais elle est aussi traversée par des représentations sociales et territoriales qui éloignent le produit d'une partie du public qu'il pourrait pourtant atteindre.

Un objet d'abord perçu comme facilitateur de mobilité

L'assistance : argument dominant, universel et positif

Interrogés de manière ouverte sur les images associées spontanément au VAE dans le cadre de l'enquête de l'Ifop, les Français produisent un tableau cohérent : 45 % des répondants évoquent en premier lieu la facilitation du pédalage et la réduction de l'effort. Derrière ce chiffre, on retrouve la facilité d'utilisation (20 %), la réduction de la fatigue (12 %), l'aide au pédalage proprement dite (10 %), le confort (5 %) et la prise en charge des dénivelés (5 %). Ces associations forment un socle positif large, qui traverse les catégories sociales et les générations.

Cette perception varie toutefois selon l'âge. Les 65 ans et plus y recourent encore plus fortement (55 %), ce qui traduit une perception du VAE comme outil d'accessibilité à la pratique cycliste ou, plus globalement, à la mobilité pour des publics moins sportifs ou moins valides, voire fragiles. Paradoxe dû

au déni lié à l'avancée en âge, seuls 4 % des enquêtés mentionnent explicitement cette notion (l'accessibilité pour seniors, personnes handicapées ou vulnérables), qui renvoie à des usagers très fragiles, souffrant d'un handicap visible et souvent à « l'autre » – celui ou celle « qui est plus fragile que moi ». À l'inverse, les moins de 35 ans sont plus enclins à associer le VAE à la technologie (35 %, contre 28 % en moyenne), à la praticité des déplacements (25 % chez les 18-24 ans) et à l'écologie (13 % chez les 18-24 ans, contre 9 % en moyenne). Cette fracture générationnelle dans les représentations n'est pas sans conséquence sur les imaginaires autour du VAE : elle complique la mise en place d'un récit collectif et d'une communication uniforme. Elle suggère que le VAE n'appelle pas un seul discours, mais des registres distincts selon les publics cibles.

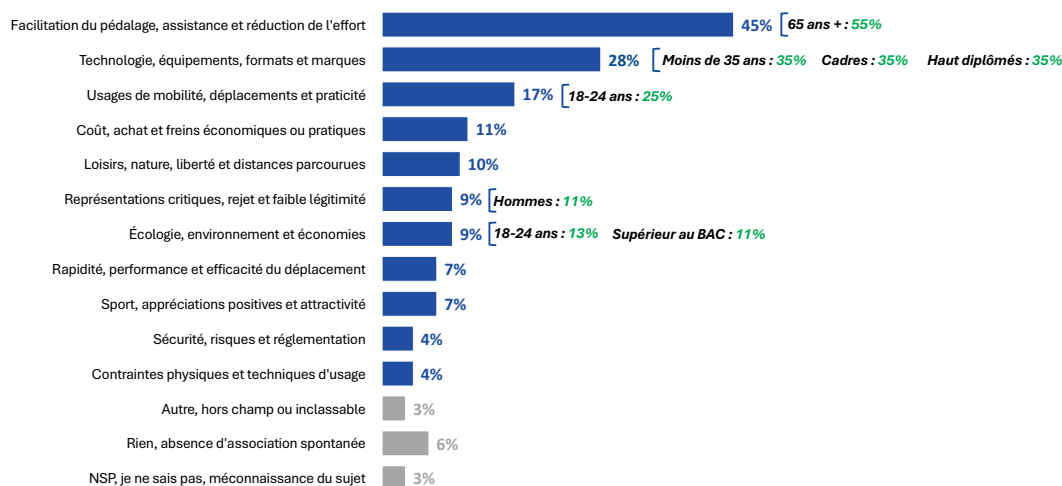
« Ce qui a motivé l'achat, c'est l'âge, tout simplement. [Je suis] vieillissant... J'ai tout le temps fait du vélo musculaire. Et puis, il vient un moment où on se dit que les côtes sont un petit peu plus dures à monter. J'ai commencé à m'y intéresser. » (Homme de 50-65 ans, à la recherche d'un emploi, habitant dans le Lot (46) en zone rurale)

« Oui, la dimension sociale et écologique était très importante. » (Femme de 25-34 ans, cadre, habitant dans l'Essonne (91) en banlieue parisienne)

« Moi, personnellement, pour mon bien-être à moi, je suis avec un vélo à assistance électrique parce que je suis handicapé et donc, un vélo musculaire, je ne saurais plus. Je suis trop fatigué pour utiliser un vélo musculaire. » (Homme de 35-50 ans, catégorie autre, habitant en Savoie (73) en zone urbaine)

Les plus âgés soulignent davantage la **facilitation du pédalage**, tandis que **les plus jeunes** ont une vision plus axée sur **la technologie, la praticité et le gain environnemental**.

Question : Quand on vous parle de vélo à assistance électrique, quels mots vous viennent spontanément à l'esprit ? Quelles sont les images qui vous viennent en tête ?



Question ouverte : aucune réponse n'était suggérée. Chaque verbatim pouvant relever de plusieurs thématiques et sous-thématiques, le total est donc supérieur 100%

La technologie et le coût : deux registres ambivalents

Le registre technologique (batteries, recharge, innovation, autonomie) est le deuxième registre associé au VAE (28 %), surreprésenté chez les cadres (35 %) et les hauts diplômés (35 % également). Il signale une conscience aiguë de la dimension technique du produit, qui peut nourrir autant la fascination que l'inquiétude, notamment autour de l'autonomie de la batterie, citée comme une contrainte par 23 % des utilisateurs effectifs. Le coût est évoqué de façon prégnante par 11 % des répondants (10 % associent le VAE au seul prix élevé), ce qui confirme que la barrière financière est déjà présente dans les imaginaires avant même que la question de l'acquisition ne soit posée.

Les représentations critiques telles que la paresse et l'assistanat, la disqualification sportive et le rejet du concept (représentant respectivement 3 %, 2 % et 2 % des réponses) restent minoritaires (9 % au total), mais elles sont significativement plus présentes chez les hommes (11 %) que dans l'ensemble de la population. Elles dessinent une résistance symbolique diffuse autour de la légitimité sportive du VAE, qui ne serait « pas du vrai vélo », résistance qui constitue un frein culturel à considérer, notamment, dans les

communications destinées à des catégories plus réfractaires.

« C'est une bonne alternative. Celui qui est puriste va vous dire : "Oui, mais les vélos électriques, c'est un peu les vélos de fainéants." C'est faux. » (Homme de 35-50 ans, catégorie autre, habitant en Savoie (73) en zone urbaine)

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

L'image « CSP+ » : en partie vraie, mais trompeuse

Interrogés sur le profil des utilisateurs types du VAE, 60 % des Français l'associent en priorité aux personnes n'ayant pas besoin de leur voiture au quotidien (34 % en premier choix), et 39 % le considèrent comme réservé aux catégories financièrement aisées (20 % en choix numéro un). Ces deux représentations forment un portrait implicite du cycliste en VAE : une personne aisée, vivant dans un espace

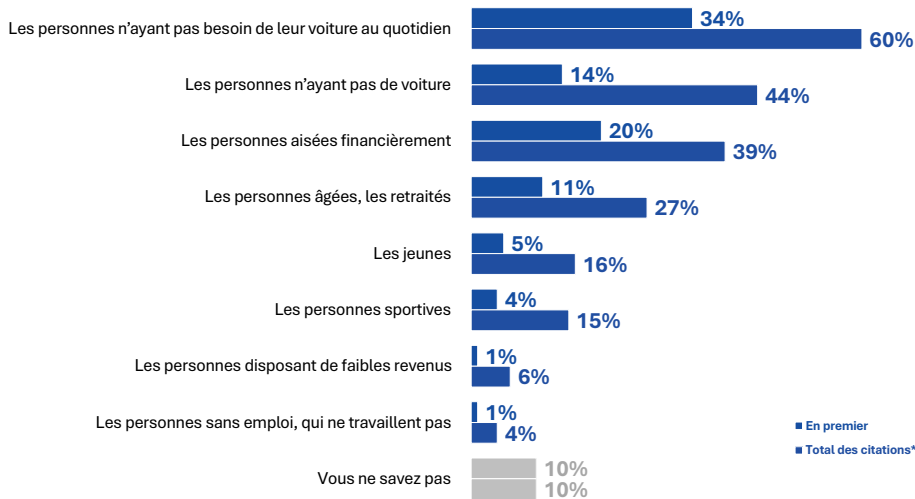
urbain dense et donc peu dépendante de la voiture individuelle.

Ce portrait est partiellement vérifié par les données réelles. L'étude de l'Ifop confirme que les cadres et professions supérieures sont les plus équipés (26 %, contre 18 % en moyenne). L'enquête d'Upway montre de son côté une forte surreprésentation des CSP+ et des retraités (34 % des répondants) parmi ses

acheteurs. Mais la réalité est plus nuancée qu'il n'y paraît : les catégories populaires actives (ouvriers et employés) affichent des taux de possession proches de la moyenne nationale (18 à 19 %), ce qui contredit l'image d'un produit exclusivement réservé aux classes aisées. La demande des catégories populaire existe ; elle se heurte au tarif de l'équipement, non au désintérêt de ces publics.

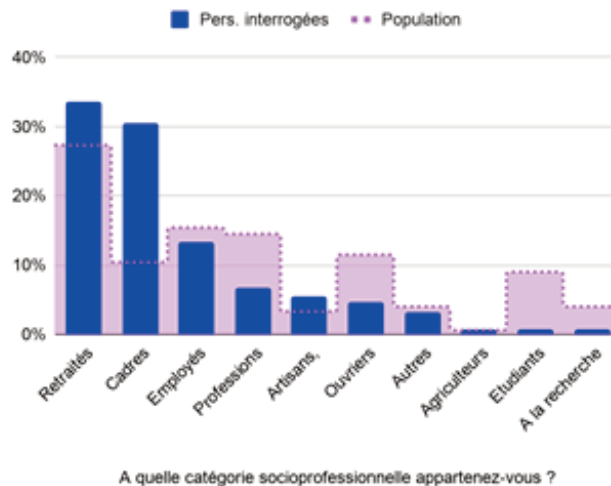
Aux yeux de **6 Français sur 10**, le vélo électrique serait principalement utilisé par ceux qui n'ont **pas besoin de leur voiture au quotidien**, et **près de 4 sur 10** le considèrent comme un usage plutôt réservé aux **catégories financièrement aisées**.

Question : Toujours d'après ce que vous en savez ou d'après l'idée que vous vous en faites, le vélo à assistance électrique est-il avant tout utilisé par... ? En premier ? Et ensuite ?



(*) Le total est supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses.

Catégorie professionnelle



A quelle catégorie socioprofessionnelle appartenez-vous ?

L'image « jeune » et la réalité « senior »

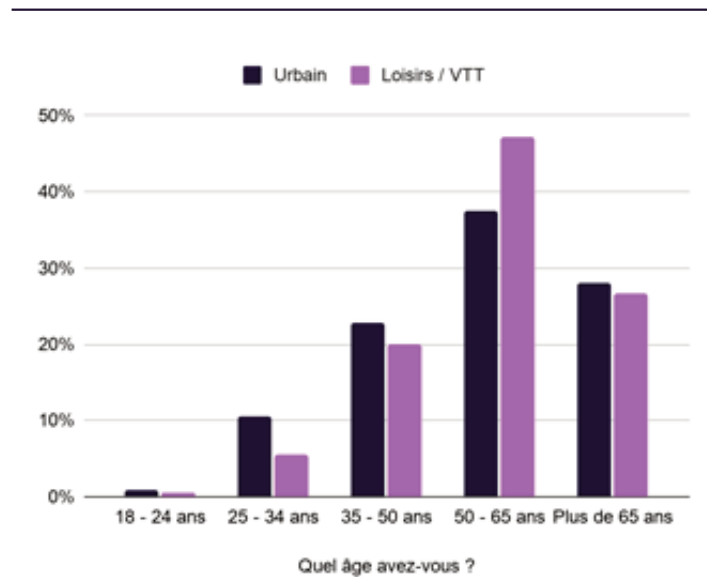
Le paradoxe le plus net dans les représentations concerne l'âge. En premier choix, seuls 5 % des Français (16 % au total) associent le VAE aux jeunes comme utilisateurs prioritaires. Or, c'est précisément ce public (les jeunes actifs urbains) que les communications commerciales et institutionnelles mettent le plus souvent en scène et que les imaginaires véhiculent.

La réalité est donc inverse : ce sont les seniors qui constituent le cœur de la base des utilisateurs. Dans l'enquête d'Upway, les acheteurs de vélos « loisir-VTT » (segment le plus expert et le plus engagé) ont un âge moyen de 57 ans, tandis qu'il est de 55 ans pour les acheteurs de vélos « urbains ». L'étude de

l'Ifop mesure pour sa part que les 65 ans et plus sont les plus nombreux à recommander le VAE « certainement » (49 %) : ils ont le taux de satisfaction le plus élevé de toutes les tranches d'âge. Ce décalage entre le public réel (senior, satisfait, ambassadeur) et le public imaginé ou ciblé (jeune, urbain, actif) est l'un des enseignements les plus marquants de l'étude.

« Au quotidien, [le VAE est utile pour] tout ce qui fait jusqu'à 20 kilomètres, des petites courses, emmener des enfants au sport, pour éviter la voiture au maximum, pour des raisons écologiques, pour des choix de vie... Et en vacances, c'est la même chose avec le côté plaisir en plus. » (Femme de 50-65 ans, cadre, habitant dans l'Ardèche (07) en zone rurale dans un village)

Âge



55
Âge moyen
Acheteur Urbain

57
Âge moyen
Acheteur Loisirs / VTT

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

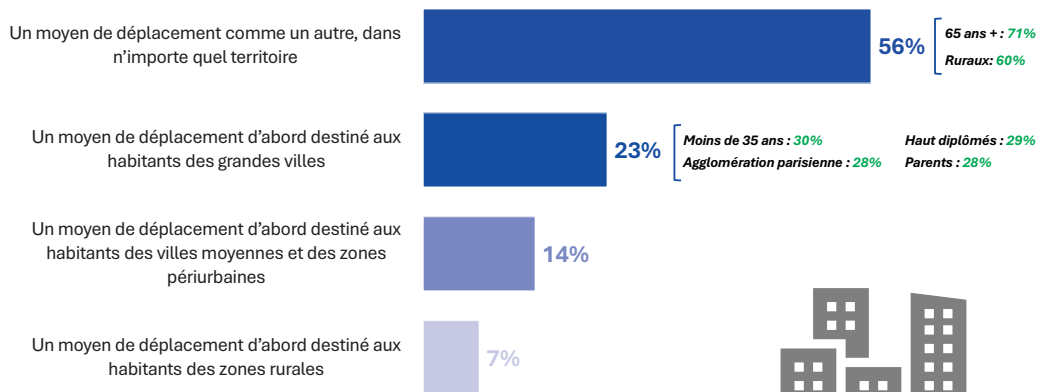
Le biais urbain dans l'imaginaire collectif

La dimension territoriale de la perception du VAE est un autre paradoxe instructif que produisent les deux études. Du côté des représentations, 23 % des

Français considèrent le VAE comme un mode de transport d'abord destiné aux habitants des grandes villes, proportion qui monte à 30 % chez les moins de 35 ans et à 28 % chez les habitants de l'agglomération parisienne eux-mêmes. À l'inverse, seuls 7 % des répondants l'associent en priorité aux zones rurales. On retiendra avant tout qu'une nette majorité (56 % des Français) le perçoivent comme universel, une universalité davantage affirmée par les ruraux (60 %) et les seniors de 65 ans et plus (71 %) que par les urbains.

La majorité des répondants considèrent le vélo électrique comme un **mode de déplacement adapté à tous les types de territoires**, bien qu'il soit perçu comme un mode de transport **plus urbain que rural**.

Question : D'après ce que vous en savez ou d'après l'idée que vous vous en faites, le vélo à assistance électrique est-il avant tout... ?



Un résultat particulièrement révélateur est l'écart entre possesseurs et non-possesseurs sur cette question : 48 % seulement des premiers jugent le VAE universel, contre 57 % des seconds. On peut imaginer que l'expérience vécue met en lumière certaines contraintes pratiques (distances, configuration du terrain, absence d'infrastructures...) que l'imaginaire des non-utilisateurs n'envisage pas. On peut aussi penser qu'un possesseur de VAE ne l'utilise que dans une typologie précise de territoire et voit immédiatement les limites à son usage dans une autre, démarche que ne fait peut-être pas le non-possesseur.

Une géographie réelle dominée par les territoires ruraux et périurbains

Les données d'achat réelles renversent l'image urbaine associée au VAE. L'enquête d'Upway révèle que 33 % de ses clients vivent en zone rurale et que les métropoles (Paris, Lyon, Marseille, Bordeaux) sont sous-représentées par rapport à leur poids démographique. L'étude de l'Ifop confirme également ce constat : le taux de possession en agglomération parisienne (19 %) n'est pas significativement supérieur à celui dans les communes rurales.

Ce paradoxe territorial a une logique propre. Le VAE semble se développer prioritairement là où l'offre de transports publics est la plus faible et où la substitution partielle de la voiture sur certains créneaux

(courses locales, déplacements de loisirs, trajets pendulaires courts) fait sens sans nécessiter un réseau cyclable dense. En zone rurale ou périurbaine, le VAE vient combler une absence d'alternative à la voiture individuelle que ni les transports en commun ni le vélo classique ne peuvent représenter. Dans les métropoles et, plus généralement, dans les espaces urbains denses, le VAE entre en concurrence avec des offres alternatives nombreuses et fait face à des freins spécifiques (vol, difficultés de stationnement, insécurité routière en contexte de circulation dense) non négligeables.

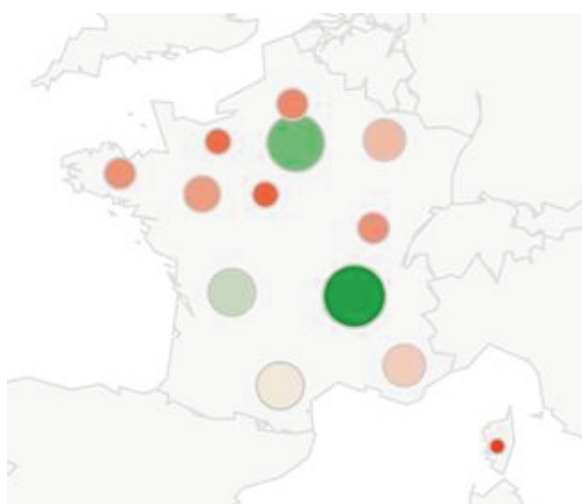
« Ma fille a trouvé une école, [dans le cadre de] Parcoursup, pas très loin, à moins de dix kilomètres, mais il fallait prendre deux bus. Ce n'était pas pratique au niveau des transports en commun.

La première chose qu'elle m'a dite, c'est : "Maman, on va prendre un vélo électrique, je ferai le trajet avec." » (Femme de 50-65 ans, cadre, habitant dans l'Essonne (91) en zone périurbaine)

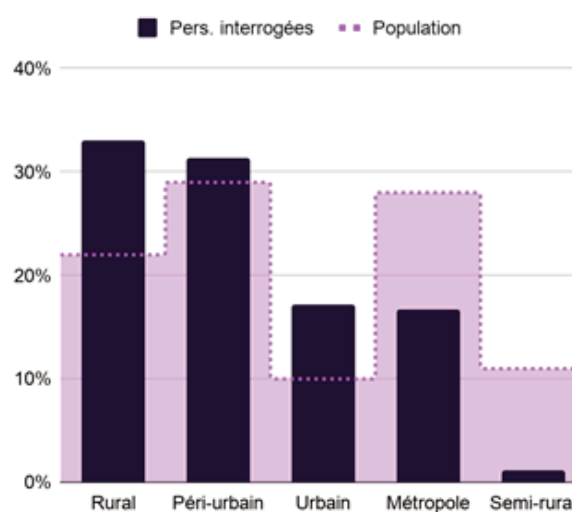
« C'est vrai qu'on a l'angoisse, et puis on fait attention à où on le met. Et le soir, par exemple, quand je vais en ville pour des conférences, des trucs comme ça, je n'ose plus prendre le vélo. [...] Je suis obligée de reprendre la voiture. » (Femme de 65 ans et plus, retraitée, habitant dans la Drôme (26) en zone urbaine)

« On a des petites règles : on le laisse bien en vue, à des endroits très fréquentés. » (Homme de 50-65 ans, à la recherche d'un emploi, habitant dans le Lot (46) en zone rurale)

Répartition géographique



Type de communes



Les implications pour les politiques d'infrastructures

Ce constat territorial appelle un rééquilibrage des priorités d'investissement public. La concentration des efforts d'aménagement cyclable dans les seules métropoles (pistes en site propre, vélos en libre-service, zones apaisées...) répond à une représentation du VAE comme objet urbain, laquelle ne correspond pas à la géographie réelle de son adoption. Les

zones périurbaines et rurales, où résident une majorité d'acheteurs effectifs, sont précisément celles qui bénéficient moins d'initiatives publiques. Le défi est d'autant plus aigu que le frein des distances (cité par 49 % des ruraux comme raison de non-acquisition) peut trouver une partie de ses réponses dans une approche intermodale : stationnements relais sécurisés en gare, connexion avec les réseaux de transport régionaux, possibilité de voyager avec son vélo...

« Donc le vélo électrique, c'est super pratique, surtout qu'on a des pistes cyclables partout ou des petits sentiers de forêt très bien aménagés. C'est vraiment mon mode de transport le plus fréquent. » (Femme de 25-34 ans, cadre, habitant dans l'Essonne (91) en banlieue parisienne)

« Même si je ne suis pas très loin du travail, le parcours pour y aller est absolument désagréable. Vous vous faites raser les fesses par des semi-remorques, c'est l'enfer. » (Homme de 50-65 ans, à la recherche d'un emploi, habitant dans le Lot (46) en zone rurale)

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

Pour finir, l'argument environnemental, qui occupe une place centrale dans le discours institutionnel concernant le VAE (plans vélo, forfait mobilité durable, bonus écologique) ainsi que dans l'imaginaire associé à ce mode de déplacement, est globalement

absent du registre de motivation des acheteurs et des utilisateurs réels.

L'étude de l'Ifop mesure que l'écologie figure certes parmi les avantages perçus du VAE (27 % de citations), mais qu'elle n'arrive qu'en quatrième position, à égalité avec l'argument économique. De plus, parmi les motivations d'usage déclarées par les possesseurs qui utilisent effectivement leur VAE au quotidien, l'écologie arrive en dernière position : seuls 8 % des enquêtés la désignent en premier choix (17 % sur le total des répondants), loin derrière l'activité physique (21 % / 36 %), le plein air (14 % / 35 %) et la réduction de l'utilisation de la voiture (17 % / 31 %). En cohérence avec de nombreuses études récentes, les publics jeunes sont néanmoins plus sensibles à cet enjeu, 35 % des moins de 35 ans le citant en premier.

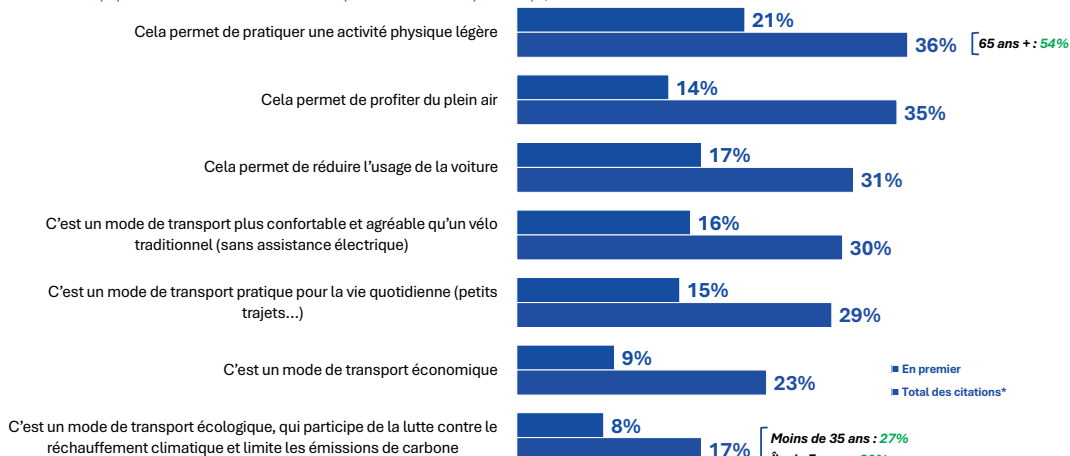
Globalement, l'argument écologique, s'il est présent dans le champ de valeurs des utilisateurs, ne semble pas déterminer leur comportement.

« Je vais être honnête, l'écologie est passée au second plan. C'était vraiment le budget [qui importait d'abord]. » (Femme de 50-65 ans, cadre, habitant dans l'Ardèche (07) en zone rurale dans un village)

Le fait de **pratiquer une activité physique légère**, de **profiter du plein air** ou encore de **réduire l'usage de la voiture** sont perçus comme les **trois principaux gains d'utilisation** du vélo électrique.

Question : Vous personnellement, quelles sont les raisons qui vous incitent à utiliser un vélo à assistance électrique lors de vos déplacements... ? En premier ? En second ?

Base : A ceux qui possèdent un vélo à assistance électrique et en usent de temps en temps, soit 13% de l'échantillon

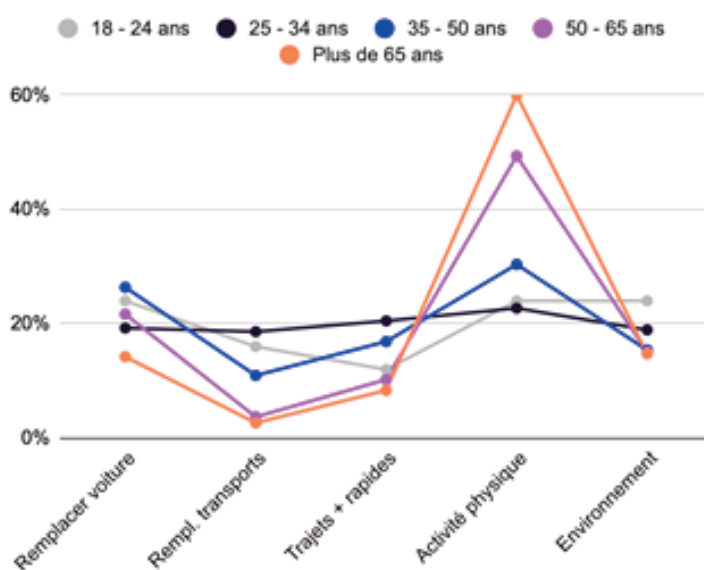


(*) Le total est supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner deux réponses.

L'enquête d'Upway le confirme de manière assez nette : les préoccupations environnementales arrivent au troisième rang des raisons d'achat d'un VAE (16 %), loin derrière l'activité physique (43 %) et la substitution partielle à la voiture (21 %). Plus significatif

encore, l'attrait pour le reconditionné lui-même, qui constitue pourtant l'argument différenciant pour Upway, est présenté par l'enquête comme « cosmétique » : les répondants l'approuvent, mais ce n'est pas ce qui a motivé leur achat.

Déclencheur principal par classe d'âge



Ce diagnostic commun aux deux études a des conséquences directes sur les angles de promotion du VAE : choisir un argument revient à choisir une cible. Orienter la communication sur l'argument climatique permet par exemple de s'adresser prioritairement aux jeunes diplômés et aux moins de 35 ans, qui sont effectivement les plus réceptifs à ce registre (13 % des 18-24 ans l'associent spontanément au VAE,

contre 9 % en moyenne ; 35 % des moins de 35 ans clients chez Upway le citent parmi leurs raisons d'achat), mais à passer à côté des seniors, des catégories populaires et des ruraux, qui constituent une part significative du marché actuel. L'argument écologique semble, à l'heure actuelle, avoir sa place, mais comme bénéfice complémentaire, non comme levier d'entrée.

Quels usages pour le vélo à assistance électrique ?

Si la première partie a montré l'écart entre l'image du VAE et sa réalité sociologique, territoriale ou générationnelle, la seconde explore l'écart entre les usages projetés et les usages effectifs. Les données disponibles dressent un tableau cohérent : le VAE est davantage intégré dans les loisirs et le bien-être que dans la mobilité quotidienne « utilitaire ». Les obstacles et freins à surmonter pour envisager sa massification sont néanmoins clairement identifiés.

Des pratiques dominées par les loisirs et l'activité physique

La promenade et le sport en tête des usages réguliers, talonnés par le travail

L'étude de l'Ifop mesure, parmi les possesseurs utilisant effectivement leur VAE (soit 13 % de l'échantillon total), la fréquence d'usage selon quatre

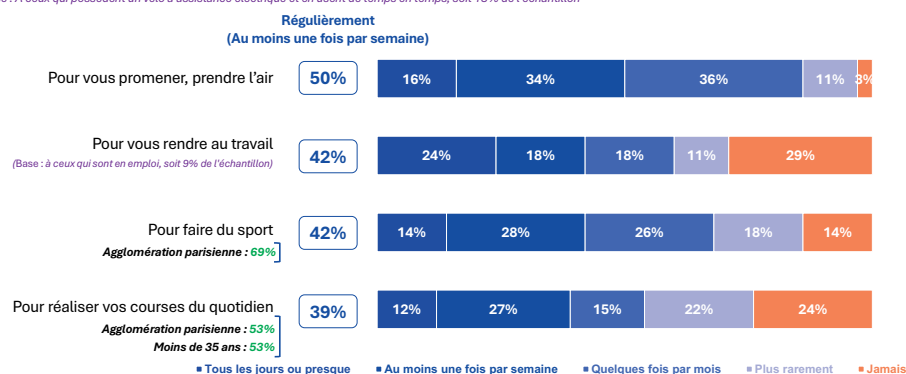
finalités principales. Si 50 % des utilisateurs se promènent ou prennent l'air en VAE au moins une fois par semaine (dont 16 % tous les jours ou presque), ce qui en fait l'usage régulier le plus courant, les trajets domicile-travail arrivent en deuxième position, avec 42 % des possesseurs de VAE qui l'utilisent « régulièrement » dans cette optique. Si le sport est également pratiqué par 42 % des possesseurs de manière régulière, les courses du quotidien sont citées par 29 % d'entre eux. Ce dernier chiffre semble révéler deux tendances. Tout d'abord, une réelle diversification des usages tendant vers « l'utilitaire » et le quotidien. Ensuite, une polyvalence et une flexibilité dont ne disposent pas les transports en commun, permettant d'optimiser ses trajets (travail, courses, école ou crèche par exemple), et qui restaient l'avantage de la voiture individuelle.

« Nous, l'objectif, c'est qu'on essaie d'utiliser le moins possible l'assistance. C'est-à-dire qu'on reste le plus souvent en mode éco. Après, quand ça force trop, on met quelques watts. » (Homme de 50-65 ans, à la recherche d'un emploi, habitant dans le Lot (46) en zone rurale)

La moitié des utilisateurs d'un vélo électrique en font d'abord un **usage récréatif à raison d'au moins une fois par semaine** tandis que, de façon minoritaire mais non négligeable, **4 sur 10** privilégient **régulièrement** ce mode de transport pour **se rendre au travail, pour faire du sport** ou pour **réaliser des courses du quotidien**.

Question : Vous personnellement, à quelle fréquence utilisez-vous le vélo à assistance électrique dont vous disposez pour les usages suivants ?

Base : A ceux qui possèdent un vélo à assistance électrique et en usent de temps en temps, soit 13% de l'échantillon



L'enquête d'Upway confirme cette primauté du registre récréatif et sportif. Parmi ses acheteurs, les motifs « sport-loisir » dominent très fortement chez les 50 ans et plus, qui représentent la majorité de la clientèle, et cet usage augmente régulièrement avec l'âge jusqu'à atteindre 80 % des réponses spontanées chez les plus de 65 ans.

Un usage récréatif cohérent avec les motivations déclarées

Cette prédominance du loisir n'est pas un paradoxe : elle est parfaitement cohérente avec les motivations d'achat identifiées par les deux études. Si les utilisateurs achètent un VAE avant tout pour être plus actifs physiquement et profiter du plein air, il est logique que ces motivations se traduisent dans l'usage qu'ils en ont. Ce qui constitue un paradoxe, en revanche, c'est l'écart avec l'imaginaire associé au VAE, qui serait utilisé majoritairement par des jeunes urbains pour aller travailler. Le discours public aurait tendance à valoriser l'usage fonctionnel du VAE (« vélotaf », courses, substitution modale à la voiture), mettant parfois de côté l'usage récréatif ou lié aux loisirs.

Or, les données invitent à reconsidérer cette hiérarchie implicite. L'usage récréatif du VAE n'est pas un usage résiduel : c'est celui qui génère la satisfaction la plus élevée (80 % des possesseurs recommanderaient le VAE pour cet usage, 7,6/10 en score moyen selon l'Ifop), qui fidélise le plus fortement les utilisateurs (85 % des acheteurs d'Upway remplacent ou améliorent un VAE déjà possédé) et qui constitue la porte d'entrée la plus naturelle vers une utilisation davantage utilitaire. Il n'est pas question d'opposer les pratiques mais de les soutenir de manière complémentaire. Si l'on rattache un type d'usage à une tranche d'âge principale ou à des moments de vie, on peut même penser qu'ils sont complémentaires et s'alimentent au service du développement du VAE de manière globale et universelle.

Le « vélotaf » : un usage prometteur

Des données qui doivent conduire à une diversification des initiatives publiques

Le trajet domicile-travail est l'usage autour duquel se concentrent les politiques publiques de développement du VAE : forfait mobilité durable, vélo de fonction, déductions fiscales pour les employeurs... Il est aussi l'usage le plus cité comme avantage perçu du VAE par le grand public (51 % voient le VAE comme une alternative efficace à la voiture pour les trajets courts ou du quotidien, dont 30 % en premier choix). Or, les données d'usage effectif racontent une histoire plus nuancée.

Parmi les actifs équipés d'un VAE interrogés par l'Ifop, 42 % l'utilisent régulièrement pour se rendre au travail, ce qui est élevé. Mais 29 % ne l'utilisent jamais pour cet usage. Le taux de « non-usage » du VAE pour les trajets domicile-travail parmi les possesseurs actifs est donc significatif. L'enquête d'Upway confirme par ailleurs ce constat : les jeunes actifs urbains, ceux pour qui le « vélotaf » serait le plus pertinent, sont sous-représentés dans la clientèle réelle, au profit des retraités et des seniors, dont la pratique est principalement liée aux loisirs.

Ces constats invitent les politiques publiques à diversifier les mesures de soutien permettant de soutenir l'ensemble des usages et, par conséquent, d'accompagner toutes les catégories d'utilisateurs, effectifs ou potentiels. Si des dispositifs financiers peuvent être imaginés, de simples messages de santé publique sont à envisager.

Ensuite, au vu de la « percée » de l'usage quotidien du VAE, on peut penser que les différentes initiatives (publiques et privées) en faveur du « vélotaf » ont contribué à « installer » et populariser ce mode de déplacement. Néanmoins, certaines pratiques comme le « vélo de fonction » (*leasing* professionnel), largement diffusées en Allemagne ou en Belgique par exemple, permettraient d'amplifier encore son usage, par ailleurs sans distinction de pratique, le vélo de

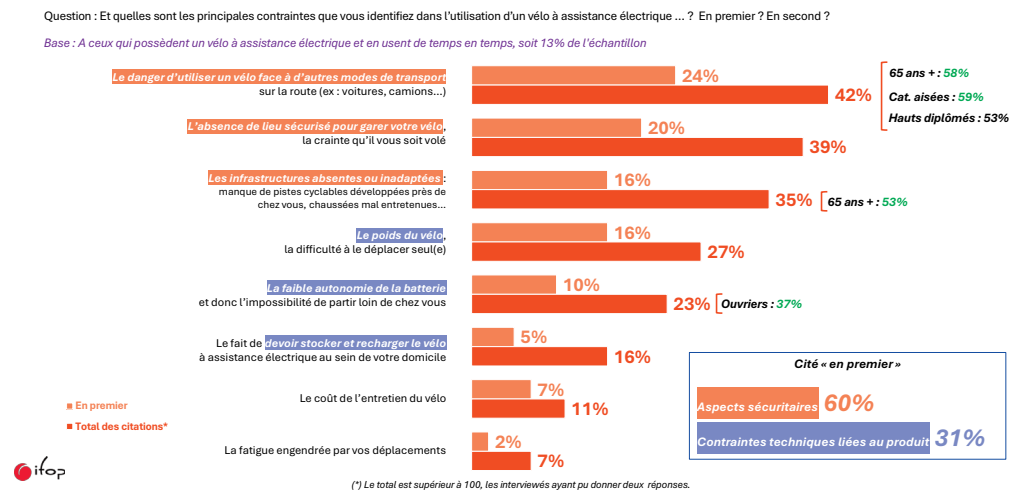
fonction pouvant être utilisé également à titre personnel dans les pays cités. Cette solution semble par ailleurs répondre à un besoin exprimé par certaines catégories de publics dans l'étude de l'Ifop².

Les freins spécifiques au « vélotaf »

Si le fait que 29 % des actifs équipés n'utilisent jamais leur VAE pour se rendre au travail est une question de comportement individuel, ce chiffre trouve également son origine dans les politiques publiques (ou dans leur absence). Les données de l'Ifop

permettent d'identifier les freins à cet usage : l'enjeu de la sécurité routière (42 % des utilisateurs la citent comme première contrainte), l'absence de stationnement sécurisé sur le lieu de travail ou à proximité (39 %) et l'inexistence ou l'inadaptation des infrastructures (35 %). Ces trois obstacles sont logiquement les plus associés au trajet domicile-travail, quotidien, qui oblige à circuler sur des axes routiers fréquentés, à laisser son vélo plusieurs heures dans un lieu potentiellement non sécurisé et à emprunter des itinéraires bien souvent imposés (et dont la qualité est hors du contrôle de l'usager).

En parallèle, les **principales contraintes** qui y sont associées sont d'ordre **sécuritaire**, loin devant les contraintes techniques liées au produit.



La cohérence entre ces contraintes et les mesures publiques jugées les plus efficaces par les Français est remarquable : 40 % plébiscitent le développement de pistes cyclables sécurisées (23 % en premier choix) et 32 %, l'amélioration de la sécurité des intersections. Ces deux mesures infrastructurelles dominent largement, bien avant les incitations financières ou les services complémentaires. L'expression de la demande des Français est claire : avant de subventionner l'achat, il faut rendre le trajet sécurisé et apaisé.

« Les gens qui me disent : “Tu fais du vélo, mais tu as de la chance parce que tu as un beau parcours”, ça me fait toujours marrer parce que ça n'existe pas, un beau parcours. Il y a toujours des endroits qui craignent pour notre sécurité. Je pense qu'il est là, le problème. Les gens qui ne prennent pas le vélo, qu'il soit musculaire ou VAE, à mon avis, ça vient du manque de pistes cyclables. » (Femme de 50-65 ans, cadre, habitant dans l'Ardèche (07) en zone rurale dans un village)

2. Voir encadré p. 13.

Le vélo de fonction : un levier prometteur mais à ne pas universaliser

L'encouragement au vélo de fonction, pris en charge totalement ou partiellement par l'employeur, arrive en troisième position des mesures jugées les plus efficaces (23 % du total des citations, dont 10 % en premier choix). Mais la présentation de l'Ifop révèle une segmentation générationnelle forte, qui doit orienter son déploiement : 34 % des moins de 35 ans le citent parmi les mesures prioritaires, contre seulement 9 % des 65 ans et plus. Le *leasing* longue durée suit le même gradient (24 % des moins de 35 ans vs 14 % des seniors).

Ces deux instruments (vélo de fonction et *leasing*) sont donc des leviers d'activation ciblés vers les jeunes actifs en emploi, et non des mesures universelles. À court terme, les envisager comme des vecteurs de démocratisation pourrait générer des déceptions. Pour les catégories populaires dont l'obstacle principal est le coût (71 % des catégories populaires citent en premier le prix), les leviers pertinents sont les aides à l'achat directes et le *leasing* social. Le vélo de fonction est plutôt associé à des métiers à qualifications et revenus plus élevés.

Les freins à l'acquisition

Le prix, premier obstacle et premier révélateur des inégalités

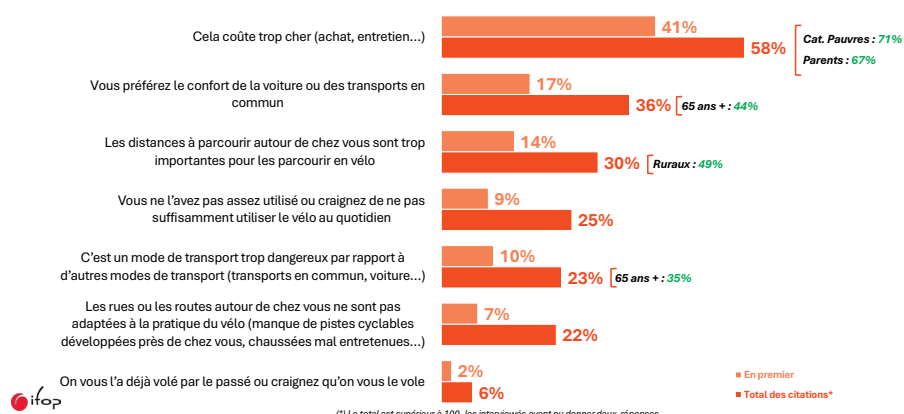
Parmi les 82 % de Français ne possédant pas de VAE, 58 % citent le coût trop élevé parmi leurs raisons de

non-acquisition (41 % en premier choix). Derrière ce chiffre se cachent de fortes inégalités. La concentration du frein « prix » sur les catégories les plus fragiles économiquement met en lumière les inégalités d'accès à la mobilité en général. Le coût est cité en premier par 71 % des catégories pauvres et par 67 % des parents, contre 38 à 39 % des cadres et professions supérieures. Les jeunes de 25 à 34 ans sont également fortement touchés (48 % en premier choix).

Pour la majorité des répondants ne possédant pas de vélo électrique, le coût constitue le principal frein à l'acquisition, suivi par la préférence pour le confort de la voiture ou des transports en commun pour plus d'un tiers.

Question : Vous avez déclaré ne pas ou ne plus disposer d'un vélo à assistance électrique actuellement au sein de votre foyer. Pour quelles raisons ? En premier ? En second ?

Base : A ceux qui n'ont pas ou plus de vélo à assistance électrique au sein de leur foyer, soit 82% de l'échantillon



L'offre reconditionnée, qui constitue précisément l'axe principal d'Upway, apporte une réponse partielle à ce frein. Mais l'enquête révèle que, sur les vélos urbains, l'avantage de prix par rapport au marché du neuf n'est en moyenne que de 10 % (notamment en raison du positionnement haut de gamme de la plateforme). Cet avantage est insuffisant pour convertir

massivement les non-acheteurs des catégories populaires. Il satisfait une demande de rapport qualité-prix, premier critère de choix d'Upway selon son enquête, cité par environ 40 % des acheteurs, plus qu'une demande de prix bas (tendance également observée dans le cadre des entretiens avec des utilisateurs d'Upway). La distinction est essentielle pour

calibrer les politiques publiques : le reconditionné répond au marché des classes moyennes cherchant à optimiser leur achat ; il ne répond pas encore au marché des ménages modestes, pour qui l'acquisition d'un VAE suppose un soutien financier plus direct combiné à des gammes de produits davantage accessibles, non étudiées ici.

Les autres freins : préférence modale et distance

Le coût n'est pas le seul obstacle. La préférence pour le confort de la voiture ou des transports en commun constitue un deuxième frein non négligeable (36 % des répondants l'évoquent, dont 17 % en premier choix), signe que la concurrence modale reste forte dans les territoires bien desservis.

Le troisième frein est territorial et difficile à lever par la seule politique d'offre : 30 % des non-possesseurs jugent les distances à parcourir autour de chez eux trop importantes pour envisager le vélo, proportion qui monte à 49 % chez les ruraux. Ce frein désigne une limite tout d'abord objective du VAE dans les espaces à faible densité, laquelle peut trouver une réponse dans la dimension intermodale des trajets (VAE et transports en commun, parkings relais pertinents et sécurisés...). Mais il révèle une limite également subjective : la distance que l'on doit par-

courir avec un VAE est significativement supérieure à celle réalisée avec un vélo musculaire avant de s'épuiser ou de devoir prendre une douche à l'arrivée.

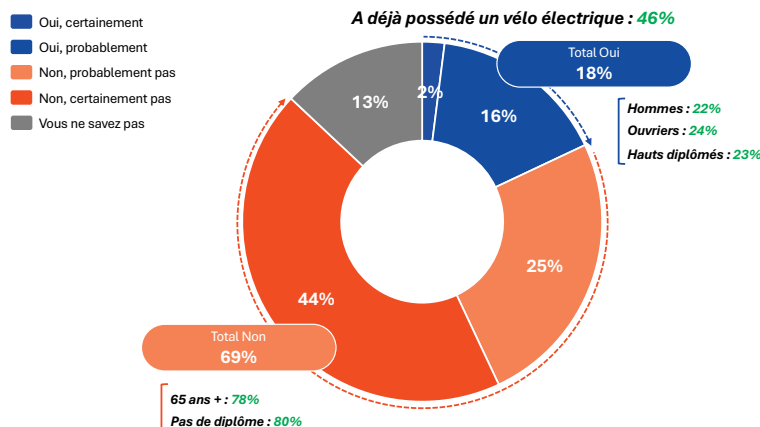
Les anciens possesseurs : un gisement d'utilisateurs insoupçonné

En intégrant les limites statistiques de l'exercice du sondage, une tendance mérite d'être mise en avant. Parmi les Français n'ayant pas ou plus de VAE, ceux qui en ont déjà possédé un par le passé (4 % de l'échantillon total) ont une intention de rachat de 46 % dans les deux ans – contre 18 % en moyenne pour l'ensemble des non-possesseurs. Cette tendance, qui confirme la logique du « l'essayer, c'est l'adopter » liée au VAE, doit être considérée sérieusement auprès des anciens utilisateurs (propriétaires comme usagers de *free floating*, par exemple). Ces publics semblent avoir déjà surmonté les barrières symboliques et cognitives de l'adoption du VAE et ont pu rencontrer un obstacle pratique (vol, panne, déménagement, nouvel enfant) qui a interrompu son usage. Reconquérir ces clients potentiels suppose de comprendre précisément l'origine de l'interruption de l'usage et de proposer des solutions adaptées (assurance, entretien facilité et réseau de réparation de proximité, offre de reprise), plutôt que de les considérer comme des non-possesseurs ordinaires.

Et parmi les Français ne disposant pas (ou plus) d'un vélo électrique, 18% déclarent avoir l'intention d'en (r)acheter un d'ici deux ans – une intention qui s'élève même à 46% pour ceux en ayant déjà disposé par le passé.

Question : Vous avez déclaré ne pas ou ne plus posséder de vélo à assistance électrique actuellement au sein de votre foyer. Avez-vous l'intention de vous acheter ou de vous racheter un vélo à assistance électrique d'ici un ou deux ans ?

Base : A ceux qui n'ont pas ou plus de vélo à assistance électrique au sein de leur foyer, soit 82% de l'échantillon



La satisfaction et la recommandation : un potentiel sous-exploité

Dernier enseignement le plus directement mobilisable : l'étude de l'Ifop mesure un score de recommandation moyen de 7,6/10 parmi les possesseurs de VAE, avec 80 % de personnes qui recommanderaient son usage (44 % probablement, 36 % certainement). Il est particulièrement fort chez les seniors, parmi lesquels 49 % des 65 ans et plus recommanderaient le VAE certainement, et nettement plus faible chez les 18-24 ans ainsi que les catégories modestes (respectivement 36 % et 45% de ces catégories de publics ne recommanderaient pas son usage).

Ce constat autour de la satisfaction révèle un potentiel intéressant. L'enquête d'Upway montre que la bouche-à-oreille représente 21 % des canaux d'acquisition de la plateforme, deuxième source après la recherche sur Internet.

Le VAE semble tenir ses promesses auprès de ceux qui l'utilisent. Comme cela a été dit plus haut, il semblerait que « l'essayer, c'est l'adopter ». Cette garantie de la satisfaction peut conduire à des modèles de marketing innovants et différenciants, qui permettent d'écouter des usagers satisfaits ou des ambassadeurs et de faire tester un VAE à de futurs acheteurs, afin

de faire tomber quelques barrières à l'appropriation (confort, autonomie...). Journées d'essai en conditions réelles, offres de parrainage ou modèle *multi-level marketing* (MLM), popularisé notamment par l'entreprise Tupperware, et dans lequel le client devient le vendeur, pourraient être des pistes à étudier.

« C'est la liberté, le vélo électrique. » (Femme de 25-34 ans, cadre, habitant dans l'Essonne (91) en banlieue parisienne)

« C'est marrant parce que souvent, on le dit et je l'ai remarqué, tous les gens qui sont sur des vélos ont l'air heureux, mais c'est vrai. » (Femme de 50-65 ans, cadre, habitant dans l'Ardèche (07) en zone rurale, dans un village)

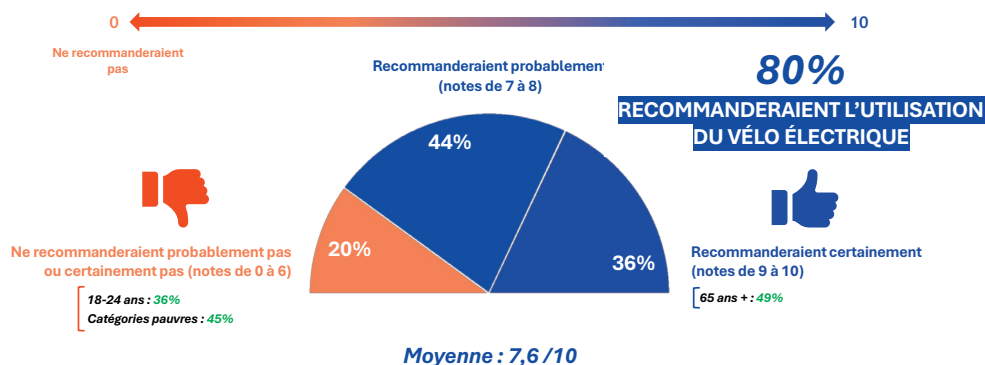
« Et je dis qu'un vélo électrique, l'essayer, c'est l'adopter. La première fois que vous montez sur un vélo électrique, vous avez l'impression d'être un champion, d'être super en forme. Vous appuyez sur la pédale, waouh ! C'est quand même un sentiment très agréable. » (Homme de 50-65 ans, à la recherche d'un emploi, habitant dans le Lot (46) en zone rurale)

« [Proposer à quelqu'un :] "Je te le prête, tu essayes et tu me dis ce que tu en penses", je pense que c'est la seule méthode pour amener les gens vers l'électrification du vélo. » (Homme de 35-50 ans, catégorie autre, habitant en Savoie (73) en zone urbaine)

Signe de la satisfaction engendrée par le vélo électrique, **8 possesseurs sur 10 en recommanderaient** l'usage à leur entourage, dont **plus d'un tiers certainement**.

Question : Vous personnellement, sur une échelle de 0 à 10, dans quelle mesure pourriez-vous recommander à vos proches d'utiliser un vélo à assistance électrique ? 0 signifiant que vous ne le recommanderiez pas du tout, 10 signifiant que vous le recommanderiez tout à fait ; les notes intermédiaires vous permettant de nuancer votre jugement.

Base : A ceux qui possèdent un vélo à assistance électrique, soit 18% de l'échantillon



Conclusion

Le vélo à assistance électrique, en déjouant les clichés autour de son utilisation, démontre avant tout sa polyvalence en matière de profils d'utilisateurs, de territoires ou encore d'usages. Il s'agit d'un mode de déplacement qui s'inscrit dans un schéma d'offre de mobilité dense tout en apportant une réponse concrète dans les zones dépourvues de solutions alternatives à la voiture individuelle, à l'image des territoires ruraux. Pour la grande majorité des Français (utilisateurs ou non), le VAE est aujourd'hui un moyen de se déplacer comme un autre, adapté à n'importe quel territoire.

Si son usage principal reste lié aux loisirs, son emploi quotidien, pour aller au travail ou faire les courses, est aujourd'hui élevé et démontre une réelle flexibilité. Le taux de satisfaction élevé des utilisateurs du VAE, sa polyvalence et le fait qu'il soit considéré comme un mode de déplacement à part entière sont autant d'ingrédients qui doivent permettre son essor rapide. Il s'agit désormais d'une réponse concrète et fiable afin de répondre aux enjeux économiques, écologiques et sociaux de la mobilité du quotidien.

En étant associé principalement à la facilitation de pédalage, à l'assistance et à la réduction de l'effort, le VAE semble renvoyer une image du vélo qui a gommé un certain nombre d'inconvénients de ce mode de déplacement, une sorte de « vélo augmenté ». Si le VAE est donc perçu comme un vélo permettant de faire moins d'efforts, il doit également devenir le vélo permettant d'aller plus loin, afin de supprimer le frein lié à l'autonomie (qui n'en est plus vraiment un pour les utilisateurs).

Si les différents profils d'utilisateurs traduisent des motivations d'achat et des sensibilités distinctes, la polyvalence du VAE doit rendre possible l'établissement d'un récit universel autour de son usage, en s'appuyant sur cette diversité. À l'image de grands-parents qui accompagnent, en VAE, leurs petits-enfants pour leurs premiers tours de roue, lesquels deviendront à leur tour des « vélotafeurs » dont les

enfants reproduiront les pratiques. Distributeurs, fabricants, État, collectivités, employeurs et même usagers : autant d'ambassadeurs potentiels du vélo à assistance électrique.

« Même l'été en vacances, on voit des personnes âgées qui se mettent à pédaler et à suivre leurs petits-enfants. Elles ne pourraient pas le faire avec un vélo musculaire. Ça débloque toutes les situations. » (Femme de 50-65 ans, cadre, habitant dans l'Ardèche (07) en zone rurale dans un village)

Préconisations pour développer l'usage du VAE en France

L'État et les collectivités territoriales

L'aspiration principale des usagers effectifs et potentiels porte sur l'amélioration de la sécurité des déplacements à vélo (à assistance électrique ou non). La mise en place et l'amplification de « plans vélo » à l'échelle d'une commune ou d'une intercommunalité peuvent satisfaire cette demande. Concrètement, ce type de dispositif doit apporter des réponses en matière de sécurité (pistes cyclables, infrastructures dédiées...) mais également de sûreté (parkings relais sécurisés aux abords des gares, par exemple). Les initiatives favorisant l'utilisation du VAE, à l'image des vélo-écoles ou des stages de remise en selle, souvent portées par des acteurs associatifs, doivent être soutenues.

« Je pense que c'est très simple et très pragmatique ; on veut des pistes, séparées des voies pour voitures, on veut du goudron tout lisse, tout propre. » (Femme de 25-34 ans, cadre, habitant dans l'Essonne (91) en banlieue parisienne)

Si les communes et intercommunalités sont les acteurs de proximité mobilisés, la réflexion à l'échelle d'un territoire doit aussi inclure les conseils départementaux (les routes intercommunales sont souvent du ressort des Départements), sous l'égide des conseils régionaux, chefs de file de la mobilité, qui sont les Autorités organisatrices de la mobilité (AOM) dans de nombreux territoires ruraux et garants de l'intermodalité – laquelle est possible si l'on peut utiliser un bus ou un train avec un VAE.

Les employeurs

Le trajet domicile-travail constitue un gisement important de développement du VAE. Les employeurs ont, tout d'abord, un certain nombre d'obligations : inscrire la mobilité dans les négociations annuelles obligatoires (NAO, pour les entreprises de plus de cinquante salariés avec un délégué syndical), élaborer un Plan de mobilité employeur (PDME) sous certaines conditions et y faire figurer le vélo, rembourser 50 % du prix des abonnements de transport (y compris la location de vélos) ou encore fournir un stationnement sécurisé pour les vélos (bâtiments neufs et sous conditions).

Mais les employeurs disposent d'outils supplémentaires afin de favoriser l'usage et l'appropriation du vélo au quotidien.

– Mettre en place le Forfait mobilités durables (FMD)

C'est le levier financier le plus direct. Le FMD est un dispositif facultatif : son application dépend d'un accord collectif ou d'une décision unilatérale de l'employeur. Son impact est pourtant immédiat sur le pouvoir d'achat du salarié-cycliste.

– Proposer des vélos de fonction en leasing (VAE)

C'est probablement le levier le plus puissant pour lever le frein du coût d'acquisition. En 2026,

les entreprises ont droit à une déduction fiscale de 25 % sur le coût des loyers de vélos de fonction pour toute location longue durée d'au moins trois ans.

Le salarié peut utiliser le vélo aussi bien pour ses trajets domicile-travail que pour ses déplacements personnels. Pour un loyer mensuel fixe par vélo (généralement entre 50 et 120 euros par mois), l'entreprise bénéficie d'un vélo neuf, d'une assurance tous risques, d'un contrat d'entretien et d'une assistance en cas de panne.

– Équiper les locaux de bornes de recharge et de vestiaires

Un salarié arrivant en sueur sans possibilité de se changer ne renouvellera pas l'expérience. L'installation de prises ou de bornes dédiées pour recharger les batteries est souvent le premier investissement demandé dans les enquêtes de mobilité.

– Négocier des partenariats avec des opérateurs de VAE

Certaines entreprises passent des accords avec des loueurs afin d'offrir à leurs salariés des tarifs préférentiels à l'achat ou en location, sans nécessairement gérer une flotte en propre. Ils peuvent être combinés avec le FMD pour couvrir une part significative du coût d'acquisition.

– Organiser des actions d'accompagnement au changement

La dimension comportementale est souvent sous-estimée : sessions d'essai, challenges à vélo (comme « Mai à vélo » ou « Juin à vélo »), formation aux règles de sécurité ou encore offre du kit d'équipement peuvent favoriser l'adoption du VAE. Bien que le casque ne soit pas obligatoire pour les adultes, dans le cadre de son obligation de sécurité, l'employeur a tout intérêt à fournir ce kit complet comprenant casque, antivol de qualité et éclairages.

Table des matières

01	Introduction
02	Quelle image pour le vélo à assistance électrique ?
02	Un objet d'abord perçu comme facilitateur de mobilité
03	L'image d'un objet associé à des utilisateurs types qui ne correspond pas à la réalité
06	Un objet imaginé comme urbain, adopté dans les faits par les territoires périphériques
08	L'argument écologique : une valeur affichée, pas un moteur d'adoption
10	Quels usages pour le vélo à assistance électrique ?
10	Des pratiques dominées par les loisirs et l'activité physique
11	Le « vélotaf » : un usage prometteur
13	Les freins à l'acquisition
15	La satisfaction et la recommandation : un potentiel sous-exploité
16	Conclusion
16	Préconisations pour développer l'usage du VAE en France

Reconnue d'utilité publique dès sa création, **la Fondation Jean-Jaurès** est la première des fondations politiques françaises. Elle est présidée par **Jean-Marc Ayrault**.

Indépendante, européenne et sociale-démocrate, elle se veut depuis plus de trente ans un lieu de réflexion, de dialogue et d'anticipation.

La collection des « Rapports », dirigée par **Laurent Cohen** et **Jérémie Peltier**, répond à l'ambition de faire naître analyses pertinentes et propositions audacieuses, mais aussi de mettre cette production intellectuelle et politique au service de tous.

© Éditions Fondation Jean-Jaurès
12, cité Malesherbes - 75009 Paris

www.jean-jaures.org

POUR FAIRE VIVRE LE DÉBAT,

SOUTENEZ-NOUS !

Pour poursuivre ses missions d'intérêt général, la Fondation Jean-Jaurès a besoin de votre soutien.

Reconnue d'utilité publique depuis sa création en 1992, elle peut recevoir des dons et des legs des particuliers et des entreprises.

VOUS ÊTES UN PARTICULIER

Les dons des particuliers bénéficient d'une réduction d'impôts sur le revenu égale à 66 % de leur montant, dans la limite de 20 % du revenu imposable, ou de 75 % de vos dons versés au titre de l'IFI dans la limite de 50 000 euros (les dépassements de ces seuils sont reportables sur cinq ans).

Par exemple, un don de 100 € revient à 34 € pour un particulier imposable.

VOUS ÊTES UNE ENTREPRISE

Les dons des personnes morales de droit privé assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés bénéficient d'une réduction d'impôt de 60 % pris dans la limite de 0,5 ‰ du chiffre d'affaires (les dépassements de ces seuils sont reportables sur cinq ans).

Dans le cas d'un don de 10 000 €, vous pourrez déduire 6 000 € d'impôt, votre participation aura effectivement coûté 4 000 € à votre entreprise.

COMMENT FAIRE UN LEGS ?

Avec la disposition testamentaire du legs, vous pouvez transmettre tout ou partie de votre patrimoine à la Fondation Jean-Jaurès.

Il faut rédiger un testament et le faire authentifier par un notaire. Tout ou partie des biens peuvent être légués, quels qu'ils soient (somme d'argent, titres, œuvres d'art, immeubles...). Il faut respecter la règle de la quotité disponible s'il y a des héritiers, ou, à défaut d'enfants, le conjoint a une réserve d'un quart du patrimoine ; si ce n'est pas le cas, les biens peuvent être légués en totalité.

BULLETIN DE SOUTIEN



Mon soutien à la Fondation Jean-Jaurès

- 20 euros 50 euros 100 euros 200 euros
 500 euros 1 000 euros Autre montant _____ euros

Je choisis de faire un don :

- à titre personnel
 au titre de la société suivante :

Destinataire du reçu fiscal : _____

N° _____ Rue _____

Code postal _____ Ville _____

- Par chèque, à l'ordre de la **Fondation Jean-Jaurès**
À renvoyer à : Fondation Jean-Jaurès, 12 Cité Malesherbes, 75009 Paris
- Par virement bancaire, daté du : _____
au profit du compte Fondation Jean-Jaurès
IBAN : FR76 4255 9100 0008 0154 2120
862 BIC : CCOPFRPPXXX

- Sur HelloAsso



Derniers rapports et études :

06_2026 : Actes anti-LGBTI+ en France : nommer, qualifier et mesurer pour agir
Flora Bolter (coord.)

06_2026 : La passion militante. Participation civique, investissement associatif, implication professionnelle
Denis Maillard, Yves Pellicier

06_2026 : Au cœur des centres commerciaux. Enquête sociologique
Mirabelle Barbier, Marie Cheval, Jérôme Fourquet, Gaspard Jaboulay, Coline Sesini

05_2026 : Pétition contre la loi Duplomb. Anatomie d'une mobilisation citoyenne
Amandine Clavaud, Marie Gariazzo

05_2026 : Cartes de France 2026 de l'accès aux soins. Soignants et patients face aux inégalités territoriales
Collectif

04_2026 : Une feuille de route pour intégrer l'IA au travail parlementaire
Théo Bourgoïn-Verdier (coord.), Antoine Alibert, Jeanne Bouligny, Arthur Doré, Ariane Forgues

04_2026 : Décentralisons la République. Renouer avec la fierté d'un modèle français
Émilie Agnoux, Johan Theuret (coord.)

03_2026 : Reconstruire un discours progressiste sur la nation
Collectif

03_2026 : Mon territoire. Ici et ailleurs, hier et demain
François Miquet-Marty, Lucia Socias

03_2026 : Dire et réfléchir l'injustice : la parole des Français
Jacques Lévy

-  [fondationjeanjaures](https://www.facebook.com/fondationjeanjaures)
-  [@j_jaures](https://twitter.com/@j_jaures)
-  [fondation-jean-jaures](https://www.linkedin.com/company/fondation-jean-jaures)
-  www.youtube.com/c/FondationJeanJaures
-  [fondationjeanjaures](https://www.instagram.com/fondationjeanjaures)
-  [fondationjeanjaures](https://www.soundcloud.com/fondationjeanjaures)
-  [fondationjjaures.bsky.social](https://bsky.app/profile/fondationjjaures.bsky.social)
-  bit.ly/4g6UANC

Abonnez-vous !



www.jean-jaures.org

Fondation
Jean Jaurès
ÉDITIONS