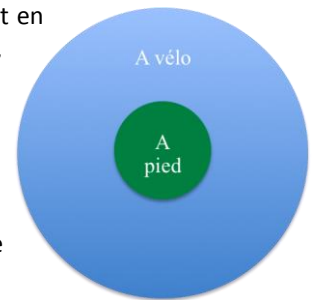


Six bonnes raisons de faire venir davantage de clients à vélo

1. Augmenter votre zone de chalandise

Une partie de la population ne possède pas de voiture et se déplace à pied et en transport en commun. Un piéton acceptera de marcher 10 minutes pour faire ses courses. Cela veut dire, pour vous, un rayon de chalandise de 1 km. Or, à vélo, dans le même temps, on parcourt 3 km. Vos clients peuvent donc provenir d'une zone géographique 10 fois plus grande que celle qui est accessible à pied uniquement.

La plupart des courses sont aisément transportables sur un vélo, avec un équipement adapté : fontes, remorques, caddies, paniers. Un service de livraison à domicile (qui existe déjà souvent) peut également aider ceux qui ne pourraient tout transporter.



2. Accueillir plus de monde avec la même surface de parking

Un emplacement de parking voiture converti en parking vélo permet d'accueillir entre 6 et 10 vélos, qui correspondent bel et bien à 6 ou 10 clients.

3. Attirer une clientèle qui a des moyens

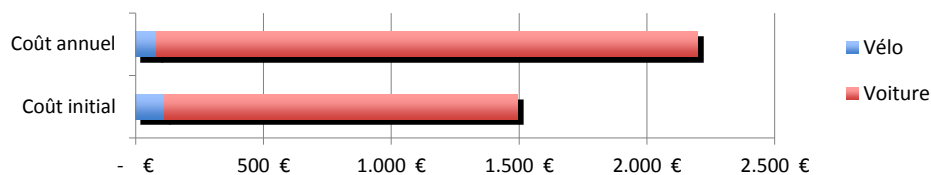
Contrairement à des idées reçues, le vélo n'est pas le moyen de transport du « pauvre ». Les observations réalisées à Bruxelles et en Wallonie démontrent qu'il s'agit d'un public avec un pouvoir d'achat certain (d'autant plus qu'il fait des économies sur son mode de déplacement). Les enquêtes ménages montrent un niveau similaire d'achats pour les cyclistes/automobilistes.

4. Fidéliser une clientèle qui ne demande que ça

Les cyclistes sont en règle générale fidèles aux enseignes qu'ils fréquentent, pour autant qu'un bon accueil leur y soit réservé. Même si les quantités achetées sont plus modestes que celles d'un automobiliste, ils repassent plus souvent. Et prennent vite des habitudes !

5. Faire des économies sur votre parking

Le schéma ci-dessous compare le coût du parking pour une personne venant faire ses courses à vélo et celui du parking pour une personne venant en voiture :



Source : Pays-Bas

Même s'il y a un coût initial à la construction d'un parking pour un vélo ainsi qu'un coût d'entretien, celui-ci reste dix fois moindre que le parking voiture !

6. Donner une image plus écologique et socialement responsable de votre grande surface

La crise financière a affecté le revenu des ménages en Belgique. Permettre au public de ne pas dépendre d'une voiture pour faire ses courses maintient leur pouvoir d'achat bien mieux que les réductions de qualité opérées, par exemple, dans les marchandises vendues.

La responsabilité sociale des entreprises est aussi engagée dans la lutte contre la pollution de l'air et l'engorgement des villes. Votre chaîne de magasins n'y est pas insensible et vous contribuerez d'autant plus positivement à la santé publique et au respect de l'environnement en favorisant le vélo.