

DOSSIER DE PRESSE



Informations sur l'entreprise

Écovélo® est une marque déposée par la société Human Concept SAS, société par Actions Simplifiée au capital de 75 000€. Siège social : 27 rue de la convention 44100 Nantes. Contact : contact@ecovelo.com - 02 40 72 08 76. SIRET : 79201877200022.

Site internet : www.ecovelo.com (www.human-concept.fr)

Contact Presse : Sébastien Bourbousson (président) - 06 78 79 89 83 – sb@my-ecovelo.fr

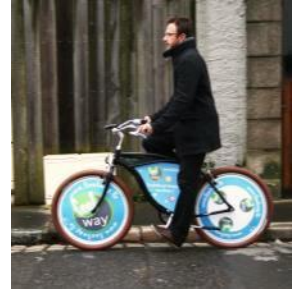
ÊTRE PAYÉ POUR FAIRE DU VÉLO :

Le rêve devenu réalité.

Le vélo est LE moyen de transport de demain, il est bon pour la santé et l'environnement, bon pour le porte-monnaie, moins de bruit, moins de trafic routier, il est même conseillé pour la ponctualité au travail...

Face à un tel constat, l'équipe écovélo a lancé une idée folle : on devrait nous payer pour faire du vélo !

« C'est une réalité économique que nous comptons bien exploiter » précise Sébastien Bourbousson, cet ingénieur nantais, diplômé de la prestigieuse École Centrale Paris et à l'origine de l'idée. L'utilisation du vélo comme mode de déplacement est une plus-value sociale nécessaire. Pour faire changer les habitudes de mobilité, nous avons décidé de récompenser les cyclistes grâce à la publicité. « C'est bien plus que gagnant-gagnant ! »



UN CONCEPT SIMPLE

Si vous arborez de la publicité sur votre vélo, vous êtes payé pour cela. Plus vous roulez, plus vous stationnez, plus vous êtes dans des endroits passants, plus vous gagnez.

Une application smartphone permet de suivre le vélo en temps réel et de quantifier l'usage des cyclistes. Ces derniers sont libres de rouler où ils veulent, quand ils veulent, si ils veulent. Le calcul des rémunérations est automatisé. Ils peuvent espérer gagner de 12€ à 125€/mois, la moyenne étant de 60€ par mois et par cycliste.

DES NANTAIS À L'ATTAQUE DU MARCHÉ FRANÇAIS

Sébastien, Sarah, Thomas ont un dada un peu étrange : ils habillent des vélos. Ils sont les seuls à s'amuser de cela. Tellement seuls qu'ils en ont fait un projet d'entreprise qui attaque le marché français de la communication sans complexe et leur permet de se développer avec très peu de concurrence directe. Ces nantais ont obtenu très rapidement le soutien de la Région Pays de la Loire, de la BPI, et la participation d'investisseurs privés. La ville de Nantes, qui ambitionne de devenir la référence en matière de pratique urbaine du vélo, est un terrain de tests et d'apprentissages parfait pour ces jeunes entrepreneurs qui veulent déjà aller plus loin... **Une campagne de crowdfunding est en cours, et ce jusqu'à la mi-mai ! >>**

DES CYCLISTES TRÈS DEMANDEURS

Sur la seule ville de Nantes, en quelques mois, ce sont près de 300 cyclistes qui se sont mis sur liste d'attente pour rouler en écovélo. Un succès local qui s'explique par la qualité de la politique « Vélo » menée par Nantes Métropole, mais surtout par l'attrait des rémunérations en ces temps de morosité économique. Au national, ce sont déjà près de 800 cyclistes-précurseurs qui s'impatientent ! Étudiants, cadres, artisans, retraités, demandeurs d'emplois... Toutes les catégories de population sont représentées.

Un zèbre sur un vélo.
Ils ne savaient pas que c'était impossible, alors ils l'ont fait.



Découvrez le projet écovélo sur  **" C'est décalé, c'est fun, et c'est sacrément innovant "**

“ Demain, vous verrez des salariés rouler à l'image de leur entreprise, des étudiants rouler à l'image de leur université, des clients rouler à l'image de leur marque de vêtements favorite, des célibataires rouler à l'image d'un site de rencontre, des fans de sport rouler à l'image de leur club favori...

Vous verrez peut-être même des messages personnels sur les Ecovélos comme des demandes en mariage, des avis de recherche ou des coups de gueule... ! L'information apparaîtra plus libre et libérée, les cyclistes choisissant leurs messages. ”



Sébastien Bourbousson, fondateur.

ANNONCEURS INNOVANTS EN VUE !

Quand les marques se différencient en communiquant sur des vélos....

Depuis plusieurs mois, les nantais voient parader des Ecovélos dans les rues de la ville. D'abord habillés à l'image des commerçants du centre-ville de Nantes, puis à l'effigie des restos du cœur; c'est au tour de Surprenantes, loueur nantais de logements insolites et originaux, de se faire remarquer sur des Ecovélos. Plus d'infos sur les campagnes par [ici](#).

ROULER AU SERVICE DE L'ÉCONOMIE DE PROXIMITÉ

Cela tenait à cœur à Antoine Aubry, le Directeur Commercial : « La communication sur Ecovélos est un outil hyper-urbain et tactique pour les annonceurs. Pour démarrer nos campagnes, j'ai tout fait pour favoriser l'économie locale et permettre à des commerçants ou franchisés de se démarquer en jouant un rôle de pionniers, avant que les grandes enseignes ne s'approprient notre support marketing. C'est réussi grâce au partenariat avec l'association des commerçants du centre-ville de Nantes Plein-Centre. »



« Les cyclistes sont de véritables ambassadeurs, ils choisissent le message qu'ils font passer »

LA PREMIÈRE GRANDE CAMPAGNE S'ORGANISE

C'est la question que se posait la startup en septembre 2014, après avoir achevé son test sur un échantillon de cyclistes. Aujourd'hui, c'est fait ! Elle travaille en collaboration avec le [Voyage à Nantes](#), à l'occasion de [Vélocity 2015](#) (congrès mondial du vélo), qui se déroule cette année dans la cité des ducs.

8 000 cyclistes, dont 50 Ecovélos, sont ainsi attendus le 3 juin pour la vélo parade célébrant l'ouverture du congrès.

QU'EST-CE QUI PEUT EXPLIQUER CE DÉBUT DE SUCCÈS ?

À l'heure de la publicité sur Internet, **Écovélo prend le contre-pied et remet l'affichage hyper-urbain au centre des stratégies de communication, c'est ce qui plaît.** « Communiquer sur des vélos, c'est nouveau certes, mais c'est surtout l'image dynamique et saine qui plaît aux annonceurs. Les vélos peuvent stationner presque n'importe où en plein cœur de ville, c'est rare aujourd'hui de pouvoir faire cela » insiste Sarah Ligerot. L'espace d'affichage sur le vélo fait 1m² par côté, ce qui confère aux Ecovélos une certaine douceur dans l'approche publicitaire, sans perdre en mémorisation pour le passant.

Enfin prête à commercialiser ses campagnes, la jeune start-up médiatique propose néanmoins un nombre limité de « faces publicitaires » à pourvoir. Cela peut paraître inhabituel pour les plus grands annonceurs, mais crée tout autant d'intérêt pour ceux qui souhaitent se différencier et embrayer le pas de l'innovation.



ÉCOVÉLO, LES NANTAIS AU SANG-FROID !

Ces jeunes entrepreneurs qui bousculent les codes

UN PROJET VERTUEUX DE « A à Z »

Une surface publicitaire réduite + une incitation à pratiquer le vélo = un geste pour l'environnement

En payant les kilomètres roulés, écovélo permet également d'améliorer la **santé** de ses usagers, de réduire le **bruit** et la **circulation** en ville, de consolider le **budget** des ménages et même d'améliorer la ponctualité des salariés au travail.

Que demander de plus ? De la **solidarité** ? C'est le cas, un fond de dotation solidaire a été créé pour financer des projets non-lucratifs. Tous les 100 km roulés, écovélo reverse 1€ à l'association **MonBovélo** qui regroupe les cyclistes utilisateurs des vélos publicitaires. Ce sont les cyclistes eux-mêmes qui vont pouvoir choisir les causes qu'ils souhaitent défendre.

Les vélos sont « **Made in France** », les enjoliveurs sont fabriqués en **PVC recyclé**, les cyclistes ont le choix de leurs campagnes... De la vertu, de la vertu, de la vertu ! Pas étonnant de voir autant de soin pris dans la réflexion globale autour du projet quand l'on sait que le fondateur, Sébastien Bourbousson, sort de 7 ans d'action humanitaire après avoir créé Développement Sans Frontières, son premier projet entrepreneurial.



www.ecovelo.com

