

« Éloge d'une vraie culture du vélo au féminin »



Leader d'opinion, Muriel Vandermeulen l'est assurément !

La fondatrice du site ellesfontduvelo.com rassemble au-delà des clivages, des communautés et même des genres : plus de la moitié des lectrices de ce magazine en ligne... sont des lecteurs. Cycliste compulsive et communicante habile, la directrice associée de l'agence éditoriale Wearethewords pose les mots sur les maux du vélo au féminin.

Ville & Vélo : Pourquoi avoir créé le site ellesfontduvelo.com, est-ce un acte militant ?

Muriel Vandermeulen : J'ai créé ce magazine en juin 2014 après un constat et une étude révélant que les marques, les vélocistes, les voyageurs et les institutions oblitéraient totalement la culture du vélo au féminin. Sans parler de la scène sportive. Autrement dit, en loisir, en mobilité, en sport et en détente, le vélo restait étrangement un médium décliné au masculin. Même les médias (magazines, TV, quotidiens et pages sportives) y consacraient très peu, voire de très rares reportages.

Avez-vous déjà porté d'autres actions pour le vélo au féminin ?

M.V. : Je pratique le vélo en ville, en vacances et en famille depuis des années. Et c'est précisément pour porter des actions de culture vélo au féminin que j'ai créé le magazine. Mais sans militantisme outrancier : plus par éloge d'une vraie culture du vélo au féminin que par revendication militante. Nous avons été invitées à Velo-city à Nantes en 2015, au Tour de France, nous participons à "Toutes à vélo" en juin prochain



(NDLR, rassemblement organisé par la Fédération française de cyclotourisme (à Strasbourg), nous avons pas mal de partenariats et d'actions conjointes avec des fédérations, associations, etc.

Savez-vous qui sont les lectrices et lecteurs du site et dans quelles sphères elles évoluent ?

M.V. : Oui, un lectorat à 60 % masculin, qui apprécie le contrat de lecture du magazine : le vélo sous tous ses usages (mobilité, loisir, voyage, vacances), sans les aspects compétition, braquet et équipement cher pour la performance à tout prix. Ces hommes utilisent aussi le magazine pour encourager les femmes de leur entourage à pratiquer le vélo entre elles ou ensemble. Ils font relais. Par ailleurs, une grande

« Ces hommes utilisent aussi le magazine pour encourager les femmes de leur entourage à pratiquer le vélo »

partie des contributrices sont (d'anciennes) sportives de très bon niveau, diététiciennes, coaches... Leur communauté fait également partie de notre lectorat. Il n'y a pas de segment très particulier, car on ne veut, précisément, pas stigmatiser l'un ou l'autre groupe. On a des sujets sur les très longues distances, sur les voyages lointains ou proches, sur

la cuisine hypoallergénique ou bien-être uniquement, sur l'aquabike comme sur le spinning...

Peut-on considérer le développement de gammes de vélo pour les femmes comme une véritable prise en considération de la

mixité ou n'est-ce pas un simple saupoudrage marketing qui renvoie aux clichés traditionnels avec les vélos roses et les tenues girly ?

M.V. : Chez certaines marques, il y a une véritable prise en considération, sauf que souvent ce sont encore les hommes qui dirigent le marketing... ce qui saborde une grande partie du discours. Mais de manière générale, il manque encore une vraie prise en compte, qui ne soit pas cliché, caricaturale... La simple question de la morphologie et de l'étude posturale fait encore débat (même chez de nombreuses femmes), et certaines estiment que c'est une histoire de marketing : un vélo de route, c'est un vélo de route. Ce n'est pas notre avis, et des échanges que nous avons eus avec des ingénier(e)s et spécialistes, il y a vraiment un intérêt à calibrer les vélos pour la morphologie de la femme.

Le vélo reste encore une histoire d'hommes...

M.V. : Oui, certainement. Même si cela bouge. En cela on peut comparer le secteur à celui de la bagnole. Il suffit de voir les salons auto pour constater le désastre : la femme y est représentée (en très légère tenue) comme un objet d'appel, pour ne pas dire un objet sexuel.

Pensez-vous que des actions doivent être initiées spécifiquement en direction du public féminin, comme des ateliers vélo par exemple ?

M.V. : Oui, certainement : pour rendre les femmes plus confiantes et plus autonomes, dans leurs déplacements, leur mobilité mais aussi leur capacité à partir en voyage à vélo. Et puis pour des groupes plus défavorisés, les mères célibataires qui ne peuvent se payer une voiture, ou qui veulent que leurs enfants soient autonomes et aient un vélo pour aller à l'école, etc. En termes de sécurité aussi : apprendre aux femmes à rouler à vélo de manière sûre et confortable... Vous savez ce qu'on dit : on mesure la « cyclabilité » d'une ville à la proportion de femmes qui y roulent à vélo... En d'autres mots : une ville cyclable est beaucoup plus fréquentée par des femmes cyclistes. ■