

---

# Comment peut-on diminuer l'impact des déplacements des publics et de nos équipes ?

---

## Les intervenant·es

- Elsa Rouland, chargée d'accompagnement à la transition écologique au Collectif des festivals
- Carol Meyer, directrice du festival Art Rock

[Voir la présentation](#)



## ➤ Introduction

La mobilité des publics et des équipes représente une part majeure de l'empreinte carbone des festivals. Pour répondre à cet enjeu, le projet Festivals en Mouvement fédère une cinquantaine de festivals sur trois ans, avec l'objectif de réduire collectivement l'impact environnemental des déplacements.

Concrètement, ce projet s'articule autour de plusieurs étapes :

- **Étude nationale (2023)** : la voiture est le mode principal de transport (59,2 %), mais 40 % des festivaliers adoptent des pratiques multimodales.
- **Expérimentations pratiques (2024-2025)** : sensibilisation au covoiturage, promotion du vélo avec des parkings sécurisés et des vélos-taxis, comme testé au festival Art Rock.
- **Capitalisation des bonnes pratiques** : partage d'expériences pour inspirer d'autres événements culturels.

Le projet explore aussi des leviers de changement comme la **réduction de la place de la voiture**, la mise en avant des **transports collectifs** et des initiatives ludiques pour inciter les

festivalier-es à adopter des pratiques plus durables, comme des tickets boisson offerts aux cyclistes.

À travers ce focus, nous analyserons ces actions et partagerons des retours d'expériences concrets pour faire évoluer les pratiques de mobilité des festivals, tout en influençant durablement les comportements du quotidien.

## ➤ Festivals en mouvement : tour d'horizon et retour d'expérience d'une collaboration nationale

Festivals en Mouvement vise à réduire l'empreinte environnementale liée au transport dans les festivals d'ici à 2030. Ce projet sur 3 ans est porté par R2D2, le collectif des réseaux régionaux d'accompagnement au développement durable des événements. Il est financé par le PIA4 (4<sup>e</sup> programme d'investissements d'avenir) et la Banque des Territoires.

En fédérant une cinquantaine de festivals autour de ce sujet, Festivals en Mouvement met en commun des outils, favorise les échanges sur les réussites et les échecs, et rend les festivals moteurs sur cet enjeu majeur.

## ➤ La mobilité dans les festivals

Sauf mention contraire, tous les chiffres suivants sont issus de l'enquête nationale sur la mobilité des équipes et publics des festivals, publiés en mars 2024.

### **Prédominance de la voiture**

La voiture thermique reste le principal mode de déplacement pour se rendre en festival, représentant 59,2 % des trajets. À l'échelle nationale, les autres modes sont bien moins utilisés : le train (13,7 %), la marche (7,6 %), et le covoiturage via plateforme (3,5 %). Les autres moyens de transport restent sous la barre des 3 %.

### **Un covoiturage majoritairement informel**

Malgré la faible part du covoiturage via plateforme, le taux d'occupation moyen des voitures est de 2,6 personnes. Cela s'explique par la prédominance du covoiturage informel (84 %), souvent organisé entre ami-es, famille ou connaissances.

- Autosolisme côté public : seules 16,3 % des voitures des festivalier-es sont occupées par une seule personne.

- Autosolisme côté équipes : en revanche, ce chiffre grimpe à 38 % pour les équipes, principalement en raison d'horaires décalés, de contraintes personnelles (famille, enfants) ou d'habitudes de travail. À noter : 42 % des équipes vivent à moins de 15 km des festivals, ce qui limite parfois l'intérêt du covoiturage pour elles.

## Une pratique multimodale

Seulement, une partie du public adopte une approche multimodale pour se rendre au festival :

- 40 % combinent 2 à 4 modes de transport, avec 30,1 % utilisant exactement 2 moyens. Cependant, 61,3 % n'utilisent qu'un seul mode, majoritairement la voiture.
- L'enjeu est donc d'augmenter la part de multimodalité qui est souvent plus vertueuse (utilisation de parkings relais pour rejoindre départ de navettes, ...)

## ➤ La sociologie de la personne en déplacement

### Entre choix et contraintes

Le mode de déplacement choisi pour se rendre au festival est souvent dicté par des contraintes, comme le manque de dessertes à proximité ou l'absence de voiture ou de permis. Lorsqu'il s'agit d'un choix, il repose principalement sur la praticité, la facilité et le plaisir, tandis que les motivations économiques ou écologiques restent marginales. Ce choix est davantage influencé par l'affect et le désir de limiter la charge mentale que par une analyse rationnelle du temps ou du budget.

### Le poids de l'habitude et le capital mobilité

L'habitude joue un rôle central dans les comportements de mobilité. Elle réduit la charge mentale et physique mais freine l'adoption de nouvelles pratiques. Les individus privilégient souvent ce qu'ils connaissent, valorisant et rationalisant ainsi leurs choix, ce qui peut compliquer la transition vers des modes de transport durables.

Le capital mobilité intervient également : les personnes habituées à utiliser différents modes de transport sont plus enclines à adopter une approche multimodale, adaptant leurs choix aux opportunités. Encourager cette flexibilité peut être un levier pour promouvoir des mobilités plus durables.

### Les représentations sociales

La voiture conserve une forte charge symbolique en France : elle est perçue comme un symbole de liberté, un refuge, voire un marqueur de réussite sociale. Cette représentation, renforcée par des figures publiques comme Emmanuel Macron, explique l'attachement persistant à

l'automobile. Paradoxalement, ce symbole cache souvent le coût réel d'une voiture, estimé à 350 € par mois en moyenne pour un ménage français (assurance, carburant, entretien, etc.).

En revanche, les transports en commun souffrent d'une image négative, associée à l'insécurité et à la promiscuité, ce qui limite leur adoption.

## **Facteurs influençant les comportements de mobilité**

Les comportements de mobilité sont déterminés par :

- Des facteurs intrinsèques, comme le profil social, le capital mobilité ou l'engagement écologique.
- Des facteurs extrinsèques, tels que la localisation du festival, l'accessibilité des transports, les options d'hébergement ou encore le rapport coût/bénéfice.

Ces éléments extérieurs peuvent modifier les habitudes personnelles et encourager des changements de comportement. Par ailleurs, les festivals, en proposant un contexte festif et positif, permettent aux participants de tester de nouveaux modes de transport, influençant parfois leurs pratiques quotidiennes (voir schéma de synthèse, diapo 19).

## **➤ Le train et les transports en commun**

Les transports en commun sont souvent adoptés par défaut, principalement en raison de l'absence d'autres alternatives. Ce choix repose donc davantage sur une contrainte que sur une préférence.

## **Favoriser les synergies grâce aux concertations régionales**

La première expérimentation du projet vise à réunir les acteurs de la mobilité culturelle lors de concertations régionales.

L'objectif est de créer un dialogue entre les directions de la culture et de la mobilité pour co-construire des solutions adaptées aux spécificités de chaque région. Ces concertations permettent d'identifier des opportunités pour mieux intégrer les transports en commun dans les pratiques de mobilité des festivals.

## ➤ Comment sensibiliser le publics et les équipes aux enjeux de la mobilité ?

Les festivaliers ne perçoivent pas spontanément leurs déplacements comme une source d'impact environnemental, associant principalement les enjeux écologiques à la gestion des déchets. Pourtant, les trajets représentent **70 à 80 % de l'empreinte carbone d'un festival**.

### Une campagne nationale pour changer les perceptions

Une campagne de communication nationale a été lancée avec l'aide de consultants et des retours des festivals impliqués. Son objectif :

- Sensibiliser le public à l'impact environnemental de leurs trajets.
- Inciter à des pratiques de mobilité plus durables.

Cette campagne combine plusieurs formats et approches adaptés aux spécificités des festivals (voir diapositive 30-31).

### Renforcer la communication des festivals

Le site internet des festivals, notamment la rubrique "**Comment venir**", est un levier essentiel pour encourager des mobilités durables. Cependant, beaucoup de festivals n'exploitent pas pleinement ce canal pour sensibiliser.

### Allier formats numériques et interactions humaines

Au-delà des supports numériques et papier, la sensibilisation passe aussi par des interactions directes, la communication humaine :

- Jeux comme le **Golden DD** de Terres du Son.
- Interventions d'associations ou d'artistes entre les concerts, comme au Delta Festival.
- Stands dédiés aux mobilités sur les lieux des festivals.

Ces approches interactives permettent de toucher les festivaliers différemment et d'ancrer davantage les messages.

## ➤ Rendre le trajet à vélo plus attrayant ?

Le vélo, un mode de déplacement écologique et pratique, séduit par son plaisir d'usage, mais rencontre des freins majeurs : sentiment d'insécurité, crainte du vol et inconfort lié à l'effort physique. Les usager-es régulier-es ou habitué-es sont les plus enclins à l'utiliser pour se rendre en festival.

## Expérimentation 3 : Vélo

L'expérimentation Vélo est divisée en 3 pistes d'actions :

- **Un convoi à vélo pour inciter et sécuriser les déplacements vers le festival** (des points de ravitaillements, des dispositifs pour transporter les bagages trop lourds, des vélos-taxis pour les personnes à mobilité réduite, une organisation du retour... )
- **Une parade à vélo pour mettre en avant ce mode de déplacement**
- **Un accueil dédié aux cyclistes** avec : des casiers sécurisés, des douches, des bornes de recharge VAE, un stand de réparation, un parking sécurisé...

Ces dispositifs ont été testés dans une quinzaine de festivals, avec des adaptations en fonction des spécificités locales

## Exemples d'applications dans des festivals

*Des exemples peuvent être retrouvés dans la diapositive associée au focus 4 (diapo 35-37).*

## ➤ La place de la voiture dans les festivals

La voiture reste le mode de déplacement dominant pour se rendre en festival, appréciée pour sa praticité, son confort et le plaisir de conduire. Cependant, en plus de son impact environnemental, la voiture implique également une contrainte visuelle et logistique, avec des parkings souvent plus imposants que les sites eux-mêmes. L'arrivée en voiture marque trop souvent le début de l'expérience festivalière, occultant les alternatives durables. Il faut revoir le trajet comme partie à part entière du festival.

## Expérimentation 4 : Covoiturage et Point Info Mobilité

Pour diminuer la place de la voiture et encourager le covoiturage, le projet FEM a développé un **kit covoiturage multicanal**, intégrant :

- **Partenariats avec des plateformes de covoiturage événementiel** comme Tribulive, IKO ou Mobicoop,
- **Campagnes de communication** numériques et physiques pour sensibiliser en amont,
- **Points Info Mobilité** sur site, favorisant une communication humaine pour créer du lien entre festivalier-es, avec ou sans plateforme, et promouvoir les solutions de mobilité disponibles.

Ces initiatives visent à intégrer le trajet comme une partie de l'expérience festive.

*Plus d'informations sur le kit point info mobilité sur les diapositives 45 – 46.*

## D'autres exemples d'actions à mettre en place

D'autres exemples d'actions qui ont de l'impact comme :

- rendre le parking payant,
- avantages réservés aux covoitureurs : parking proche de l'entrée, coupe-fil pour rentrer sur le festival, expériences privilégiées...
- communiquer sur la difficulté à venir en voiture (exemple Glastonbury festival).

## ➤ En conclusion

Réduire l'impact environnemental des mobilités festivières, en plus d'être nécessaire, est une opportunité pour les festivals de jouer un rôle moteur dans la transition écologique.

Les initiatives mises en œuvre dans le cadre de **Festivals en mouvement** démontrent qu'il est possible de mobiliser les acteurices culturel·les, les partenaires institutionnels et les publics autour d'actions concrètes et innovantes. Du covoiturage informel à la multimodalité, en passant par des campagnes de sensibilisation et des infrastructures pour les cyclistes, chaque expérimentation contribue à changer les habitudes et à valoriser des pratiques de mobilité durable.

Ces efforts collectifs montrent la voie vers des événements à impact environnemental réduit.

## ➤ Pour aller plus loin

- Plus d'informations sur le projet :  
<https://www.lecollectifdesfestivals.org/collectif/2023/03/fem/>
- Pour suivre les actualités du projet, sur LinkedIn via le réseau R2D2 :  
<https://www.linkedin.com/company/collectifr2d2/>
- Pour en savoir plus sur l'enquête sociologique sur la mobilité des publics et équipes (2024) : <https://www.lecollectifdesfestivals.org/collectif/2024/03/enquete-nationale-mobilite/>
- Pour approfondir les sujets de la mobilité avec l'intervention d'expert.es de la mobilité :  
[https://www.youtube.com/watch?v=CEIQR2uWS9k&list=PLB3qZJbaYXYMLKdvVn7zUeb-W\\_jRFmXWU&pp=iAQB](https://www.youtube.com/watch?v=CEIQR2uWS9k&list=PLB3qZJbaYXYMLKdvVn7zUeb-W_jRFmXWU&pp=iAQB)

- La campagne est maintenant disponible pour tous les festivals : 🖱️ Télécharger la campagne : <https://bit.ly/campagneFEM>

## ➤ Sources :

- Enquête Festival en mouvement, Sociotopie (2023) : <https://www.lecollectifdesfestivals.org/collectif/2024/03/enquete-nationale-mobilite/>
- Enquête Terres du son, NF Etude (2023)
- Enquête DEMO (2020) : <https://demo-europe.eu/site2019/wp-content/uploads/2020/10/Etude-DEMO-FR-A4-2.pdf>
- Rapport décarbonons la Culture, Shift Project (2021) : <https://theshiftproject.org/article/decarboner-culture-rapport-2021/>

## Une remarque ? Un commentaire à nous partager ?

Ecrivez-nous à : [contact@lecollectifdesfestivals.org](mailto:contact@lecollectifdesfestivals.org)



## **Une remarque ? Un commentaire à nous partager ?**

Ecrivez-nous à : [contact@lecollectifdesfestivals.org](mailto:contact@lecollectifdesfestivals.org)