

Imaginer des mobilités plus durables pour le public

○ Enjeux et définitions

Les déplacements des festivalier·es soulèvent plusieurs enjeux :

- La lutte contre le réchauffement climatique : dans le cas d'un événement, les déplacements peuvent représenter plus de 80 % des émissions de gaz à effet de serre.
- La possibilité pour tous les festivalier·es d'accéder facilement aux festivals via les systèmes de transports, sur l'ensemble de leur chaîne de déplacement et sur tout le territoire.
- L'efficacité des dispositifs transports garantissant la mobilité des publics, comme une condition de la participation à la vie sociale et culturelle et à l'échange avec les autres.
- La sécurité des festivalier·es, à travers une transversalité des approches pour réduire les risques routiers et contribuer à une fête réussie.

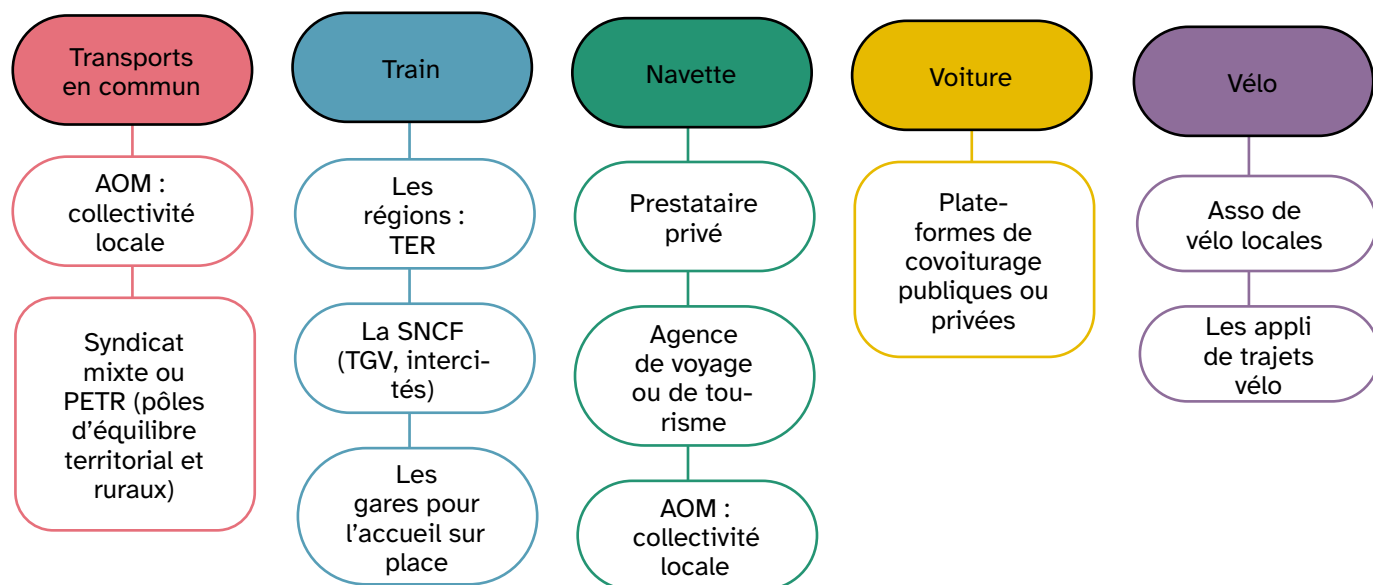
Définitions

Objectifs opérationnels

- **Mobilité** : le terme mobilité désigne un « moyen de déplacement » (Larousse), ou encore un « mode de déplacement ». Contrairement au terme de « transports », il permet d'englober les modes de déplacements actifs comme la marche, le vélo... Ce terme exclue généralement les transports logistiques (parfois appelés fret).
 - **Autorités organisatrices des mobilités (AOM)** : une AOM est une collectivité locale (communauté de commune, communauté d'agglomération, métropole, ...) ou un syndicat mixte (si transfert de compétence) qui définit la politique de mobilité adaptée aux besoins du territoire et anime les acteurices locaux (comité des partenaires). Dans la loi NOTRe de 2015, le terme de transports a été remplacé par celui de « mobilité » : on parle désormais des Autorités organisatrices des mobilités (AOM) en lieu et place des AOT.
 - **Navette** : une navette est « un type de service de transport en commun assurant une liaison régulière et à fréquence élevée entre deux destinations spécifiques rapprochées, réalisant des trajets courts et répétitifs ». Le terme est utilisé dans l'évènementiel pour désigner plus largement un mode de transport destiné à relier directement un événement, sans forcément avoir un mouvement pendulaire régulier. Souvent, ce déplacement est opéré par un car (longues distances, places assises) ou un bus (courtes distances, places assises et debout).
- Encourager les publics à utiliser des modes de déplacements alternatifs à la voiture individuelle.
 - Communiquer sur les solutions moins polluantes pour leurs déplacements.
 - Renforcer l'offre en transports en commun et adapter l'accès pour tous·tes.
 - Développer l'accueil et l'accès des usager·es des modes de déplacements partagés ou actifs.

○ Les actrices de la mobilité

La mobilité est un sujet qui doit être traité avec une multitude d'acteur-ices et partenaires.



○ Connaître ses publics

La connaissance des pratiques de mobilités permet de planifier des actions visant à faciliter et décarbo-ner les déplacements.

Pour cela, quelques questions clés peuvent guider l'enquête :

- D'où vient le public ?
- Son profil : âge, genre, CSP
- Par quels moyens de transport se déplace-t-il ?
- Combien de moyens de transport utilise-t-il ?
- Voyage-t-il seul ou en groupe ?

Ces éléments permettent de dresser un portrait précis des habitudes de déplacement.

À partir de cette analyse, un plan d'action adapté peut être élaboré pour encourager des solutions de mobilité plus durables, inclusives et efficaces.

○ Les mobilités partagées

La voiture est le mode de déplacement majoritaire pour se rendre en festival puisqu'elle représente 65 % de la part modale (jusqu'à 80 % pour les festivals ruraux et tout de même 50 % pour les festivals urbains¹).

¹ Étude des déplacements des publics et équipes de festivals, Sociotopie pour Festivals en mouvement, 2024

Le covoiturage

Pour réduire le nombre de véhicules en circulation, un des principaux leviers consiste à augmenter le taux d'occupation moyen : il se situe autour de 2,4 personnes par véhicule sur les trajets à destination des festivals, ce qui correspond certainement au partage du trajet dans le cercle familial et amical. Si ce chiffre est meilleur que la moyenne des déplacements de loisir (2,2 personnes par véhicule), la marge de progression est encore importante.

Par ailleurs, l'étude des mobilités réalisée dans le cadre du projet Festivals en mouvement et citée précédemment nous apprend également que le covoiturage se pratique essentiellement de façon informelle. L'usage de plateformes dédiées est minoritaire et concerne essentiellement les moins de 30 ans : cela s'explique certainement par une plus grande maîtrise des outils numériques et un pouvoir d'achat plus restreint.

Enfin, la même étude indique un taux d'autosolisme moyen de 15 % (11 % pour les publics et 38 % au sein des équipes).

Plusieurs actions sont à la portée des organisatrices pour répondre à ces enjeux :

- Mettre en place une plateforme unique de covoiturage
- Bien communiquer sur celle-ci
- Matérialiser le covoiturage sur son festival : permettre aux festivalier·ères de s'organiser pour les trajets retours ou du lendemain, sensibiliser les festivalier·ères aux enjeux du remplissage des voitures.

Dimensionner

Les transports en commun permettent de réduire l'empreinte carbone des déplacements en mutualisant un trajet donné : un bus rempli évitera une trentaine de voitures, un train équivaut à plusieurs centaines de voitures, etc. Ramené au ou à la passager·e transporté·e, l'empreinte carbone est ainsi largement inférieure.

Les transports en commun sortent du périmètre de maîtrise directe du festival mais peuvent concerner une part significative des festivalier·es.

Avant toute chose, il est impératif de faire un état des lieux de l'offre de transport en commun accessible depuis et vers le lieu du festival : train, bus, tram, métro urbains et cars régionaux. Il s'agit alors de regarder dans le détail plusieurs points :

- Emplacement des arrêts : où sont situés les arrêts les plus proches ? Sont-ils facilement accessibles depuis et vers l'entrée/sortie du festival ?
- Provenance et destination de chaque ligne : quelles zones géographiques sont couvertes par les lignes en question ? Quelles sont les zones non couvertes par un réseau public ?
- Horaires : amplitudes et fréquences : est-il possible d'utiliser la ligne avant le premier ou après le dernier concert ? Quel est le temps d'attente maximum ?
- Capacité : la ligne risque-t-elle d'être saturée par l'afflux de festivalier·es ?
- Accessibilité : les véhicules, les arrêts et les abords sont-ils accessibles ? Vérifier les marches, les dénivelés, la présence ou non d'assises et de rampes, la présence ou non d'information sonore et visuelle, de bandes podotactiles, etc.

Cet état des lieux pourra ainsi nourrir la campagne de communication qui visera à informer les publics sur l'offre à disposition et à les inciter à faire usage des modes de déplacement les moins impactant (voir partie « communication »).

Cette fine connaissance de l'offre existante sera également importante avant d'entamer les discussions avec les AOM afin de négocier un éventuel renfort de l'offre.

Les navettes

La navette présente un intérêt :

- écologique : les déplacements longue distance sont 3 fois moins impactants en bus qu'en voiture par passager en moyenne en France, et ce malgré le covoiturage,
- de réduction des risques de sécurité routière liés à la conduite sous emprise,
- de réduction des problématiques de stationnement en réduisant l'usage de la voiture : un seul car rempli équivaut à 21 voitures occupées à 2,6 passager-es (moyenne d'occupation vers un festival).

Dans l'enquête Festivals en mouvement (2023), plusieurs tendances ont été observées au sujet des navettes :

- La gratuité des navettes stimule légèrement leur fréquentation, mais de façon non significative.
- La mise en place de navettes, notamment depuis/vers la gare la plus proche, a un effet significatif sur l'usage du train.
- On observe un besoin de sécurité dans les transports en commun.
- Le temps de déplacement pourrait être vécu comme un voyage agréable plutôt qu'un déplacement subi s'il était animé.

La plupart des festivals peuvent mettre en place des navettes, pour avoir plus de conseils pratiques : consultez la ficelle « [Mettre en place des navettes pour l'acheminement des publics](#) »

Le vélo

Le vélo est un moyen de déplacement actif avec un impact carbone quasi nul, et des effets positifs pour la santé. D'après l'enquête de 2024, seulement 3 % des publics et équipes de festivals viennent à vélo (données pouvant varier entre 1 % et 5 % selon la typologie de festival). Les équipes prennent plus le vélo que les publics : 5,4 % contre 1,8 % pour les publics (souvent lié à la plus grande proximité géographique).

Le vélo est utilisé principalement dans les festivals urbains (sur l'ensemble des personnes qui sont venues à vélo dans l'enquête, 64% se rendaient à un festival urbain, tandis que 16% se rendaient dans un festival rural).

Les leviers de la pratique du vélo sont la praticité, le plaisir, le faible coût, les bénéfices pour la santé physique, l'habitude.

Les freins à la pratique du vélo sont le sentiment d'insécurité, la peur du vol et la peur de transpirer.

Quelques actions afin de faciliter la pratique du vélo :

- Améliorer l'accueil des cyclistes : parking vélo gardienné et proche de l'entrée du festival, casiers pour les casques, bornes de recharge pour des vélos à assistance électrique, possibilité d'accéder aux douches, tickets boissons (sans alcool) à l'arrivée, sécuriser les voies d'accès à vélo (lumière, signalétique), un stand de réparation vélo ou un kit à disposition...
- Venir ensemble : organiser des parades festives à vélo avec de la musique et des animations (déguisements, jeux), des convois vélo aller et retours sécurisés par une association vélo, organiser des trajets de cyclotourisme pour venir au festival de plus loin.

○ Autour de vos actions

Accueil et services : compenser l'absence de voiture

Pour encourager la venue en mobilité durable, il est important de réserver un accueil avec des services complémentaires puisque souvent la voiture n'est pas uniquement perçue comme un moyen de déplacement. En effet, la voiture offre une panoplie de services complémentaires : vestiaire, recharge de téléphone, refuge en cas d'intempérie, chambre pour dormir, etc.

Par ailleurs, la voiture permet une capacité d'emport permettant à aussi d'augmenter le confort sur un camping de festival : grande tente, tonnelle, chaises, table, etc.

Pour réduire le nombre de voitures se rendant sur les festivals, il est donc indispensable de proposer des alternatives permettant de garantir tout ou partie de ces commodités, souvent indispensables pour certains publics. Voici donc un tableau de conversion proposant des services équivalents à ceux proposés par la voiture individuelle. Notons qu'en plus de réduire l'empreinte carbone, ces solutions apportent de nombreux co-bénéfices notamment en praticité en confort et améliorent ainsi l'expérience festivalière globale.

Service recherché	Solutions collectives sans voiture
Lieu sécurisé pour garder ses affaires	Vestiaire Casiers
Recharge de téléphone	Borne de recharge en libre-service Recharge proposée par un stand partenaire Location de batteries externes
Refuge en cas d'intempérie (ou d'évacuation)	Zones de détente couvertes Salle des fêtes, hangar... (en cas d'évacuation)
Chambre pour dormir, transport de matériel de camping	Tipis, tentes pré-installées Location de matériel de camping Zones de détente équipées en tables et chaises
Transport de boissons et nourriture	Boissons et nourriture à tarif préférentiel sur le camping
Transport de bagages	Navettes (notamment gare <> festival)

Accessibilité

Il existe des services spécifiques et des flottes de véhicules équipés pour recevoir des publics handicapés. Ces services peuvent être mis à disposition après réservation par l'utilisateur. Des adaptations peuvent être envisagées pour les festivals : extensions des horaires, dessertes spéciales...

Des zones de stationnement repérées ou aménagées à proximité des entrées faciliteront l'accès des personnes en situation de handicap. Les places GIG-GIC sont réservées en priorité aux personnes munies de la carte de stationnement.

Communication et information

Le changement de mode de déplacement nécessite un réel accompagnement. Or dans l'étude de 2024, on constate que les publics et équipes lient rarement leur mode de déplacement avec leur impact environnemental . Il est donc important d'informer les festivalier·ères sur le besoin de venir autrement mais aussi de leur présenter les alternatives de façon positives et facilitantes.

Sans une communication claire et globale sur les mobilités, les actions mises en place auront beaucoup moins d'impact.

Pour améliorer sa communication :

- Le kit « [Campagne de communication clé en main sur les mobilités durables](#) ».
- Les Ficelles « [Construire sa page web : comment venir au festival](#) ».
- La fiche « [Améliorer la communication et la sensibilisation sur les mobilités durables](#) ».

○ Évaluer l'action

Les indicateurs

- Provenance des publics : codes postaux au minimum, plus facile à traiter même si plusieurs villes peuvent avoir le même code postal.
- Modes de transport et utilisation réelle des différents dispositifs.
- Taux de remplissage des véhicules, navettes...
- Nombre de voitures sur les parkings.
- Retours des festivalier·ères sur l'information, l'accueil et l'utilisation des modes de transports proposés.
- Satisfaction des usagers sur la disponibilité de l'information transport, les services et l'accueil sur place.
- Bilans des partenaires transports.

○ Ressources complémentaires

Retrouvez de nombreuses ressources sur les mobilités sur la page du projet Festival en mouvement :

<https://www.lecollectifdesfestivals.org/collectif/2023/03/fem/>