



L'organisation de la mobilité est un enjeu majeur pour un événement éco-responsable. Les déplacements des visiteurs, des artistes ou intervenants, des équipes, ainsi que le transport lié aux marchandises représentent plus des **3/4 des émissions de gaz à effet de serre** de la manifestation. Outre le fort impact environnemental, l'organisation des transports est également liée à des enjeux de **sécurité routière**, d'**accessibilité** de tous les publics, de **tranquillité des riverains** et de **désengorgement de la voie publique**.

Agir sur la mobilité est d'autant plus compliqué qu'elle n'est pas maîtrisée directement par l'organisateur : offres locales de transports en commun, habitudes des publics, attentes des artistes ... Toutefois, plusieurs leviers maîtrisables existent pour réduire l'impact de l'événement.

INCITER LES PUBLICS AU REPORT MODAL

- Donner une information détaillée et exhaustive sur les horaires et les tarifs de l'offre de transports en commun, les arrêts et horaires, durées des navettes retour...
- Développer une offre artistique dans les navettes et en faire une expérience à part entière.
- Sur le site de l'événement, mettre en place un point 'info transports' et y compiler les offres et demandes de covoiturage.
- Proposer une billetterie couplée événement + titre de transport, des tarifs préférentiels pour les cyclistes ou covoitureurs.
- Récompenser le covoiturage et/ou les cyclistes par des parkings dédiés sécurisés et/ou des gratifications et services (coupe-file, offre de boissons, espace de réparation, douches, consignes etc.).

RÉDUIRE L'IMPACT DES TRANSPORTS INTERNES

- Communiquer sur les enjeux et la politique environnementale de la structure auprès de toutes les parties prenantes internes (artistes, salariés, bénévoles ...)
- Former les équipes (chauffeurs et 'runners') à l'éco-conduite permet de réduire la consommation de carburant de 20 à 25%.
- Inciter et aider les équipes à covoiturer pour les trajets domicile-travail.
- A la location, privilégier les véhicules électriques, ou hybrides, en vérifiant les zones de recharges électriques à proximité de votre site
- Anticiper les commandes pour une livraison groupée par les fournisseurs

RÉDUIRE L'IMPACT DES TRANSPORTS DES ARTISTES/ŒUVRES

- Inciter les artistes à utiliser le train, en ne remboursant pas les frais de d'avions par exemple
- Sélectionner des hébergements à proximité du lieu de représentation, accessibles à pied
- Déplacer les artistes plutôt que les publics, réduire les distances des clauses d'exclusivité, rationaliser la présence des artistes (en leur proposant une résidence, des actions de médiation ...)
- Anticiper les transports de matériel, optimiser le remplissage des véhicules, demander aux artistes d'utiliser le matériel déjà sur place.

Astuces du COFEES

- ◆ Indiquer sur le plan d'accès les distances à pied en minutes, entre les stations de transports et le site du festival, les pistes cyclables et parkings à vélos.
- ◆ Proposer des consignes, vestiaires et zones de recharge mobiles pour éviter l'utilisation des voitures uniquement pour ranger ses affaires.
- ◆ Organiser des circuits vélos ou des pédibus à travers la ville, et parcourir d'animations, pour rejoindre le lieu du festival
- ◆ Mettre en lien sur votre site les fiches horaires des lignes de transports en commun.
- ◆ Mettre en place des accueils en gares ou des affichages pour orienter les festivaliers.
- ◆ Inviter les festivaliers à inscrire leurs offres/demandes de covoiturage sur la page Facebook du Festival.
- ◆ Prévoir un stand de prévention routière avec une association locale.
- ◆ Favoriser l'hébergement local afin de les festivaliers puissent dormir sur place et profiter des transports en commun réguliers.
- ◆ Envisager de déplacer le site du festival dans un lieu accessible en transports en commun.
- ◆ Adapter les horaires des spectacles à ceux des dessertes de transports en commun.

01

FAIRE UNE ÉTAT DES LIEUX

Identifier l'offre de transport en commun existante pour se rendre sur l'événement.

- ✓ Analyser les flux de déplacements de votre public grâce à une enquête.
- ✓ Evaluer le nombre de festivaliers prêts à utiliser les transports alternatifs.

02

SE DONNER DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS

- ✓ Taux d'utilisateurs de transports en commun et transports doux (en %).
- ✓ Taux de remplissage des navettes mises à disposition (en %).
- ✓ Taux de véhicules décarbonés du parc automobile (en %).
- ✓ Personnes formées à l'éco-conduite et dépenses en carburant (en nb et en €)

03

TRAVAILLER AVEC LES PARTIES PRENANTES

- ✓ Prendre rendez-vous avec les AOM (Autorités Organisatrices de la Mobilité), les collectivités locales compétentes en matière de transports collectifs (villes, intercommunalités, conseils généraux, la Région) pour essayer de trouver, avec elles, des solutions adaptées et réalisables.
- ✓ Collaborer avec des manifestations du territoire pour mutualiser les navettes, négocier avec les AOM
- ✓ Demander au loueur de véhicules de proposer des véhicules moins polluants.
- ✓ Confier à une personne la mission d'assurer le bon déroulement des services et faire le lien avec les opérateurs.

04

RENDRE VISIBLE SES ACTIONS

La réussite de ces actions réside dans une bonne communication des dispositifs mis en place :

- ✓ Relayer les informations transports sur les outils de communication (billets, site Internet, réseaux sociaux, e-mailing), dès le début de la campagne de communication.
- ✓ Garantir une information sur place, grâce à des éléments de signalétique et un stand d'information



05

FAIRE UN BILAN ET DÉFINIR LES AXES D'AMÉLIORATION

- ✓ Organiser un rendez-vous avec les personnes concernées pour savoir comment l'opération s'est déroulée et en tirer les conclusions pour s'améliorer.

06

COMMUNIQUER

- ✓ Communiquer sur vos résultats auprès des parties prenantes concernées : financeurs, partenaires, prestataires, collectivités, publics, etc.

*Pour plus d'informations, consultez notre site web cofees.fr et retrouvez nos autres **Fiches Pratiques** dans la rubrique **Ressources**.*

Pour nous joindre : contact@cofees.fr

