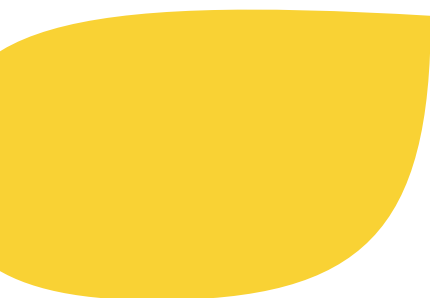
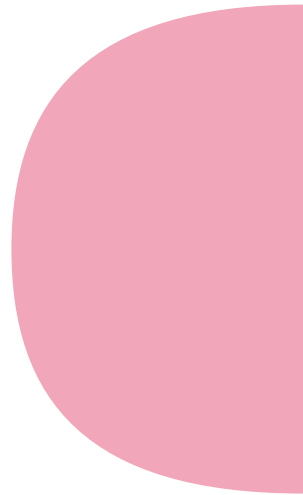


Déployer une offre de transport collectif pour ses publics

Guide pratique à l'attention des
organisateur·s d'événements culturels

Ce document vous est proposé comme un guide pour aider à mettre en œuvre les mobilités durables collectives, et plus spécifiquement les mobilités ferroviaires. Il s'appuie sur le retour d'expériences du projet d'accompagnement des festivals avignonnais par le COFEES de 2023 à 2025, avec l'appui des éco-conseillers Agnès Gerbe et de David Irlle. Il vient compléter l'ensemble des ressources et autres fiches pratiques développées par le COFEES et le réseau R2D2, en matière de vélo, de covoiturage ou de transports collectifs, notamment l'ensemble des travaux proposés dans le cadre du projet Festivals en Mouvement.



Sommaire

Résumé aux porteurs de projets	4
Partie 1 Présentation du projet « Mobilité durable des festivaliers – Expérimentation avignonnaise »	6
A Contexte et parties prenantes	6
B Étapes de mise en œuvre	7
C Mise en synergie des différentes parties prenantes locales	9
Partie 2 Déployer une nouvelle offre ferroviaire : guide pour l'action	10
A Temporalité de la mise en œuvre	10
B Plan théorique en 8 étapes	10
C Parties prenantes	11
D Définition du besoin	13
E Expérimentations : apprendre aussi des échecs	16
F Contraintes et engagements respectifs	16
1 Pour les opérateurs de transports	16
2 Pour les organisateurs d'événements	17
G Différents leviers d'action	18
H Communication et temps long	19
Partie 3 Le financement des dispositifs de transport durable	20
A Investissements et retour sur investissements	20
B Financements des dispositifs par un tiers	21
C Auto-financement et financements privés	21
L'expérience avignonnaise, un modèle d'avenir ?	23

Résumé aux porteurs de projets



À l'impossible,
nul n'est tenu

Relever le défi

Déployer une nouvelle offre de mobilité durable pour ses publics présente **de nombreux obstacles sur les voies, notamment s'agissant d'une offre ferroviaire**. Complexité de la chaîne de décision, contraintes importantes liées au financement et à la cherté des dispositifs, problématiques techniques de disponibilité et d'organisation des services, difficulté de calibrage de l'offre : les freins à la mise en œuvre expliquent pourquoi **les offres de navettes ferroviaires ou bus se sont jusqu'ici déployées avec parcimonie**. Elles se concrétisent au cas par cas, grâce à l'énergie et l'engagement isolés de techniciens, d'administrateurs, d'élus, de directeurs de festival ou de chargés de mission en transition écologique.

Dans ce bilan, nous revenons sur des exemples de réussite ou d'échecs pour parvenir à modéliser les bonnes stratégies, notamment autour du ferroviaire. Si la transition écologique consiste parfois à renoncer, elle consiste surtout à réaliser l'impossible, à tracer un chemin à partir d'une volonté : l'envie de voir s'épanouir des événements soutenables. Le renouveau du service ferroviaire fait partie des utopies réalistes et part d'un constat : partout, la mise en œuvre d'une nouvelle offre a été rendue possible par **un fort engagement de tous les acteurs concernés**. Sans cet alignement des engagements, les mises en œuvre n'aboutissent pas.

Le défi ne consiste pas principalement à décarboner des événements, publics ou privés, dont l'impact reste modeste au regard de la mobilité du quotidien. Il consiste à les organiser de façon soutenable pour qu'ils puissent exister demain et **participer concrètement aux grandes transformations de la société**, en travaillant les imaginaires et les pratiques des habitants.

Rester pragmatique

Le train n'est pas, et ne sera pas, la bonne solution partout. Il est la **composante d'un mix plus global des dispositifs de transport durable**, de la marche au covoiturage, en passant par le vélo, les bus et sans doute, demain, les véhicules intermédiaires. Les navettes bus restent un dispositif plus agile à déployer dont le modèle économique est plus simple à équilibrer. Le développement d'une offre ferroviaire est avant tout inscrit dans **une logique de service public**. Nous constatons néanmoins que le potentiel apport du ferroviaire à la décarbonation des pratiques événementielles ou de loisir est sous-exploité, faute de structuration et du fait d'avoir été prioritairement conçu pour les mobilités domicile-travail.

Pour optimiser le service ferroviaire, il est nécessaire de **renforcer l'interconnaissance entre les parties prenantes concernées, d'engager des adaptations en termes d'horaires et d'accepter les compromis et les aménagements réciproques**. La mauvaise analyse des flux et comportements des publics et la rigidité des habitudes et des modèles de production ne permettent pas de faire aboutir les solutions viables, ni de s'inscrire dans des logiques de service public. À ce titre, l'expérimentation avignonnaise et son choix de proposer des trains tardifs ouverts à toutes et à tous à des horaires raisonnables, nous semble une piste de travail prometteuse.

Structurer et modéliser le chantier

Difficile de faire avancer **des projets dont tout le monde est responsable, et pour lesquels personne n'est missionné.**

L'articulation des dispositifs de transport public avec les pratiques événementielles n'est évidemment pas la priorité des autorités organisatrices de la mobilité (AOM¹), elle n'est pas non plus la priorité des organisateurs d'événements. Au sein des institutions, **l'absence de transversalité entre les services "culture" et les services "transport" freine le développement de dispositifs convergents.** À chaque fois, la réussite des dispositifs actuels repose sur l'engagement et le dépassement de fonction de tous les acteurs concernés - élus, techniciens, chargés de production - et de toutes les structures concernées - SNCF voyageurs, SNCF réseau, SNCF gares et connexion, service transport de la Région, service culture de la Région, festivals ou événement sportif.

L'absence de modélisation et de structuration de ce chantier induit une difficulté à obtenir des gains d'efficacité par la capitalisation de l'expertise et des savoir-faire.

Il y a **un enjeu à faire de l'exercice un chantier organisé et pérenne**, pourquoi pas autour de la systématisation de commissions transports, organisées à l'image des commissions sécurité. Les enjeux de durabilité et de décarbonation rejoignent toujours les enjeux de sécurité publique et d'accessibilité ; ils devraient donc faire partie intégrante de l'accompagnement des professionnels de l'événementiel par les pouvoirs publics. D'autant plus que les professionnels de l'événementiel ne sont pas, par définition, des experts en mobilité.

Les clés de la réussite en bref :

- **Passer en mode projet** : identifier un responsable, au sein de l'événement ou au sein d'une structure en charge des mobilités pouvant animer le chantier avec les parties prenantes (chargé de RSE, consultant, agent public, etc.).
- **Bien calibrer le besoin et l'offre** : faire une analyse fine des flux de publics et de la viabilité technique de la nouvelle offre de mobilité collective.
- **Mesurer les coûts/bénéfices** : évaluer précisément les surcoûts et les bénéfices possibles de la nouvelle offre pour tous les acteurs concernés.

Le coût de mise en œuvre d'une nouvelle offre de mobilité est toujours supérieur, souvent très largement supérieur dans le cas du ferroviaire, aux revenus potentiels générés par les recettes de billetterie. Elle doit être envisagée en tant que solution exceptionnelle dont on devra **maximiser l'utilité sociale** (sécurité, accessibilité, lutte contre les pollutions, sensibilisation et changement de comportements, etc.).

¹ Le sigle AOM sera utilisé systématiquement dans la suite du document pour signifier « Autorité organisatrice de mobilité ».

Présentation du projet « Mobilité durable des festivaliers, expérimentation avignonnaise »

A Contexte et parties prenantes

Fort de son expertise sur la mobilité durable et dans la continuité des différentes actions menées autour de cette thématique, le COFEES décide à la fin de l'année 2022 de mener une expérimentation concrète pour lever les freins rencontrés de façon récurrente sur cet enjeu. Pour l'animer, il est convenu de s'appuyer sur un groupe pilote de festivals membres de l'association, circonscrit sur un territoire déterminé, composé du Festival d'Avignon, du Festival Off et du festival Résonance. Leur niveau d'avancement sur ces questions ainsi que les actions déjà menées localement offrent une facilité de mise en route de l'expérimentation. Celle-ci bénéficiera aussi aux festivals des territoires voisins et notamment ceux basés sur les villes d'Orange et Arles qui sont connectés à Avignon par le TER.

Pour assurer l'efficacité de la démarche, le COFEES fait le choix de solliciter l'accompagnement de deux prestataires externes, Agnès Gerbe et David Irlle, éco-conseillers experts des enjeux de décarbonation de la culture. La DRAC PACA et la Maif s'engagent dès le lancement du projet auprès du COFEES pour financer une partie des coûts engendrés par le pilotage de l'expérimentation. La Région Sud se positionne en soutien stratégique et opérationnel, notamment par la voix de son Vice-Président en charge des transports et de la mobilité durable et de sa Direction des Trains Régionaux et de l'Intermodalité. En étant immergé au cœur de l'écosystème des mobilités, il a semblé indispensable au COFEES de produire une fiche pratique dédiée à cette organisation spécifique. Tout en rappelant le cadre législatif, elle vise à mieux définir les prérogatives des différentes parties prenantes, les spécificités locales et les modalités globales d'interactions.

Afin d'assurer la documentation, l'évaluation et la pérennisation de cette initiative ambitieuse, le COFEES prévoit dès l'origine de la démarche, de produire un livrable rassemblant les enseignements tirés de ce projet. En complément, il sollicite l'expertise de l'Université d'Avignon pour mettre un place une enquête d'ampleur, à l'issue des éditions 2024 des festivals avignonnais, visant à étudier les freins et les facteurs liés à l'utilisation du nouveau service de train de soirée. Son objectif consiste à comprendre les déterminants de l'adoption (ou non) de cette offre, permettant ainsi de calibrer au mieux le renouvellement du dispositif.

**Jérémie
Choukroun**
DRAC PACA

« La DRAC PACA a souhaité encourager le développement d'expérimentations sur la question des mobilités écoresponsables, indispensables pour accompagner la transition écologique de la culture. Elle a pour cela soutenu le COFEES, dans son travail d'animation et de mobilisation des acteurs du Festival d'Avignon et des services mobilités des collectivités. Ce premier pari réussit, elle va poursuivre son soutien à l'initiative du COFEES en réunissant l'ensemble des acteurs du festival, leurs partenaires et les autorités organisatrices des mobilités afin de parvenir à renforcer le déploiement de réponses opérationnelles à Avignon avant d'en envisager la généralisation. »

B Étapes de mise en œuvre

L'infographie² ci-dessous présente de façon synthétique les principales étapes de réalisation de l'expérimentation entre 2019 et 2024.

1 2019

Comprendre

On enquête sur les déplacements des publics :

→ Entretiens avec 9 festivals membres pour comprendre le contexte

2 2022

Atelier et rencontre

On rassemble :

→ Organisation d'un atelier « Mobilité durable des manifestations » avec les structures organisatrices de la mobilité (Région Sud, Métropoles, Villes...) et les acteurs culturels

3 2022

Montage du projet

On prépare :

→ Évaluation avec les festivals membres Avignonnais de la pertinence de l'expérimentation, des moyens nécessaires, de leurs capacités d'engagement.
→ Recherche des partenaires et experts indispensables au projet.

4 2023 / janvier

Recherche de financements

On formalise le projet et on trouve les financements :

→ Conception du document de présentation
→ Montage budgétaire
→ Recherche de partenaires financiers

5 2023 / février-avril

Dernières vérifications

On valide ensemble

les derniers détails :

→ Confirmation de la méthodologie avec les festivals et les partenaires
→ Validation des soutiens financiers et opérationnels : la DRAC, Région Sud et la MAIF

6 2023 / mai-décembre

Conception des offres

On crée des solutions avec

les partenaires pour 2024 :

→ Montage des partenariats (SNCF Sud et Occitanie, réseau Orizo) pour la distribution de cartes de réductions sur les transports et spectacles
→ Échanges avec la direction des TER Région Sud autour d'une offre de trains nocturnes pour le retour des festivaliers
→ Rencontre avec le Vice-Président aux transports du Conseil régional pour préciser les spécificités Avignonnaises
→ Production d'un rapport intermédiaire

7 2024 / janvier-avril

Consolidation

On finalise et on prépare le terrain :

→ Concertation avec les festivals et les partenaires territoriaux de la mobilité
→ Bouclage de l'offre de TER nocturnes avec la Région et lancement officiel
→ Conception et déploiement d'une stratégie de communication sur le dispositif
→ Conception d'une enquête dédiée à l'expérimentation en partenariat avec l'Université d'Avignon

8 2024 / mai-juillet

Concrétisation

Tout fonctionne !

→ Mise en œuvre de l'offre et diffusion de l'enquête

9 2024 / octobre-décembre

Bilan

On analyse pour

améliorer le dispositif :

→ Évaluation de l'expérimentation (Fréquentation des TER et résultats de l'enquête)
→ Publication d'un rapport complet
→ Travail avec les partenaires pour faire progresser les solutions

¹ Basée sur un document réalisé par Juliette Guillory & Shanti Heath.

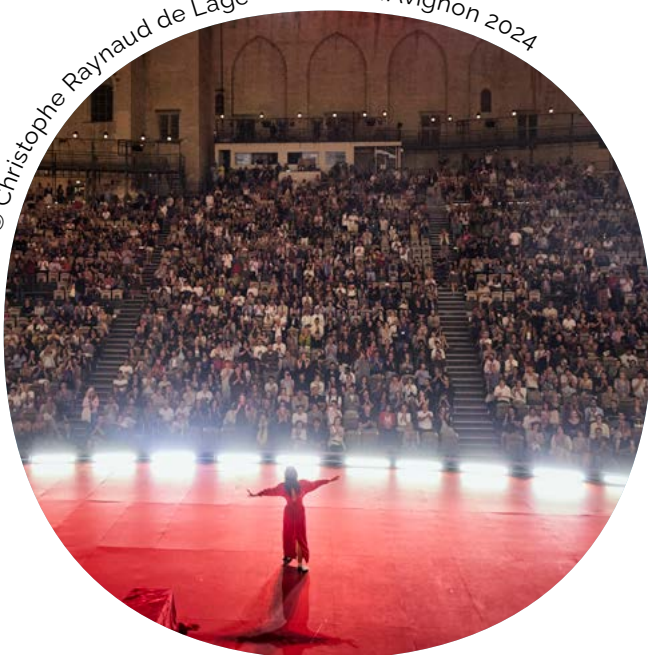
Le dispositif de TER mis en œuvre par la Région pour l'édition 2024

Le dispositif déployé prévoyait la création d'une liaison routière et de 3 TER quotidiens pour la période du 29 juin au 21 juillet 2024 :

- Liaison Avignon > Orange omnibus : 23h24 > 23h56 (avec un retour ouvert aux usagers le 16 juillet dans le cadre des Chorégies d'Orange)
- Liaison Avignon > Cavaillon omnibus : 23h30 > 00h03
- Liaison Avignon > Arles direct : 23h23 > 23h41 (avec un retour ouvert aux usagers du 1^{er} au 7 juillet pour la semaine d'ouverture des Rencontres de la photographie d'Arles)
- Liaison Avignon > Carpentras (routier) desservant Entraigues, Monteux & Carpentras : 23h30 > 00h30

Cette première expérimentation sur le TER a fait l'objet d'un bilan partagé entre la Région, le COFEES, les festivals et l'office de tourisme d'Avignon pour identifier les réussites et les points d'efforts en prévision du renouvellement de l'offre en 2025.

Photo © Christophe Raynaud de Lage – Festival d'Avignon 2024



Céline Guingand

COFEES

« Le plus marquant dans cette expérimentation est la rapidité avec laquelle les parties intéressées se sont mobilisées. Au lancement du projet fin 2022, nous n'espérions pas obtenir la concrétisation de solutions de mobilités complémentaires, telles que les TER mis en place par la Région, avant 2025 voire 2026. C'est l'indication que plusieurs signaux étaient au vert : tant du côté du COFEES qui avait désormais engrangé une expertise très solide, que du côté des festivals qui étaient actifs sur cet enjeu depuis plusieurs années, et de celui des opérateurs des collectivités que les politiques nationales et locales plus récentes confortaient enfin. »

C Mise en synergie des différentes parties prenantes locales

Si le projet d'offre de mobilité ferroviaire est porté par le groupe de pilotage décrit plus haut, de nombreux autres acteurs du territoire sont concernés, au sein des collectivités, dans le secteur du tourisme et dans le monde associatif. Ils ont besoin d'être informés de la nouvelle offre pour la diffuser à leurs différents réseaux, amenant ainsi directement ou indirectement un public potentiellement usager de ces trains.

Un travail d'identification de ces contacts indispensables à la communication du projet est entrepris avant même sa validation officielle, de façon à contacter en priorité ces interlocuteurs une fois l'offre consolidée. Un répertoire est construit avec la contribution des différents porteurs du projet, référençant des noms et coordonnées par catégorie : tourisme (offices de tourisme des communes desservies par les trains, comité régional du tourisme, agence départementale du tourisme), culture (directeurs des affaires culturelles de la région, principaux acteurs culturels du territoire), mobilité (chargés de mobilité au sein des collectivités locales du territoire), communes (chargés de communication et de culture au sein des communes desservies par le train), associations (acteurs de la sensibilisation à l'environnement et au développement durable, associations citoyennes). Toutes ces personnes sont contactées, la plupart par téléphone, sinon par mail. Des temps d'information et échange en visioconférence sont organisés.

Les représentants des services mobilité de la ville d'Avignon et du Grand Avignon avec lesquels les festivals sont en contact pour travailler sur les dispositifs pour le vélo et les transports en bus sont tenus informés de l'avancée du projet avant même sa confirmation, de façon à envisager l'intermodalité possible. Ils permettent l'identification de leurs homologues sur les territoires voisins.

Dans le secteur touristique, les offices de tourisme sont ciblés en priorité de par leur fonction de relais d'information auprès d'un public large : les visiteurs de la région, les habitants et les professionnels (hôteliers et autres hébergeurs, restaurateurs, prestataires d'activités...). De fait, leur intérêt pour cette nouvelle desserte en train est vif, celle-ci

correspondant à un besoin clairement reconnu pour la clientèle touristique et pour les résidents pendant toute la saison estivale. Une réunion collective permet de définir les supports de communication dont ils ont besoin pour diffuser l'information via leurs nombreux canaux : réseaux sociaux, newsletters aux professionnels, sites internet, affichage numérique... Ces éléments sont transmis à la Région qui se charge de créer les visuels de communication.

L'office de tourisme d'Avignon porte l'édition d'une nouvelle carte des mobilités pendant le festival, en partenariat avec le service mobilité de la ville, mentionnant les trains en soirée.

L'ensemble des interlocuteurs sont sollicités par mail pour relayer la communication sur l'offre ferroviaire, dès la parution des contenus visuels et textuels par les services de la Région.

Les acteurs associatifs qui réagissent sont ceux qui œuvrent spécifiquement sur le sujet mobilité. Le relais par les agents des collectivités et des communes est plus difficile à évaluer, mais la triple entrée communication – culture – mobilité permet d'optimiser l'efficacité. Les offices de tourisme sont des prescripteurs de premier ordre, tout comme les festivals eux-mêmes, incluant les Rencontres de la photographie d'Arles et les Chorégies d'Orange, et adaptent le message à leurs contextes et supports de façon à rendre visible la nouvelle offre de trains.

L'expérimentation permet l'interconnaissance de ces différents acteurs notamment autour de l'enjeu de communication, et servira à poser les bases d'une stratégie plus fine et adaptée pour la continuité du dispositif.

Déployer une nouvelle offre ferroviaire : guide pour l'action

Dans ce bilan, nous avons souhaité faire un focus sur la mise en place d'une nouvelle offre ferroviaire, considérant qu'elle est plus complexe à mener, et moins systématisée que les offres de navettes en bus. Pour autant, la plupart des processus identifiés sont les mêmes. La grande différence repose dans les délais opérationnels et le recours plus direct à des prestataires privés dans le cas des bus.

A Temporalité de la mise en œuvre

Si la mise en œuvre des offres ferroviaires du quotidien s'inscrit sur le temps long, la mise en place de dispositifs exceptionnels, prévus par les conventions entre les Régions (AOM) et l'opérateur de transport (la SNCF), peut se réaliser dans un délai plus court, rarement inférieur à 9 mois entre les premières prises de contact et la concrétisation. La temporalité de réalisation s'explique par le besoin d'anticiper et d'organiser les réponses face à la multitude des problématiques techniques identifiées ci-dessous. Auparavant, en tant que porteur de projets, il aura fallu démontrer les potentialités de l'évènement en termes de flux de publics.

B Plan théorique en 8 étapes

Comme toujours dans la gestion de projets, le plan théorique varie selon les contextes. Plusieurs étapes peuvent être menées parfois de front ou selon des chronologies distinctes ; en voici un vademecum.

1 – Analyser le besoin et les potentialités

Cette première étape est primordiale. Trop d'acteurs culturels ne maîtrisent pas bien la circulation réelle ou potentielle de leurs publics et leur zone de chalandise. Cette identification nécessite un travail important qui servira néanmoins la stratégie de développement de son projet.

2 – Identifier et mobiliser les parties prenantes

L'identification et la mobilisation des partenaires est indispensable, dans un contexte complexe avec des typologies de structuration qui varient selon les territoires. Connaître et établir une première relation de confiance avec vos différents interlocuteurs (techniciens ou élus) peut prendre du temps.

3 – Mettre en commun les problématiques techniques

Les AOM ne peuvent ni tout faire, ni complètement s'adapter aux enjeux de l'organisateur. Elles ont également besoin de mieux appréhender les spécificités de l'évènement. Partager les problématiques respectives permettra de co-construire la demande en tenant compte des contraintes techniques et en s'y adaptant au mieux.

4 – Calibrer le dispositif dans sa globalité, penser intermodalité

Qu'il s'agisse de bus, de vélos, de bateaux ou de trains, les dispositifs doivent s'inscrire dans une vision globale qui intègre de façon claire l'ensemble des autres moyens de transport, les ruptures de charge (changement entre modes de transport) et l'intermodalité (utilisation de mix train + bus ou train + vélo par exemple).

5 – Formuler une demande claire et réaliste auprès de son AOM

Le travail préparatoire va vous permettre de faire une demande claire et réaliste à l'AOM, ce qui augmente les chances qu'elle soit acceptée, puis mise en œuvre et pérennisée.

6 – Communiquer

Les changements de comportement sont toujours difficiles et la réussite d'une nouvelle offre de transport dépend grandement de votre capacité à communiquer, au sens

large, c'est-à-dire à mobiliser tous les relais et canaux d'information possibles.

7 – Organiser les réponses opérationnelles sur l'évènement

La mise en œuvre de dispositifs par l'AOM ne vous exonère pas de mettre en place de nombreuses réponses opérationnelles à l'échelle de l'évènement, pour garantir la qualité de l'accueil et anticiper les inévitables problématiques annexes.

8 – Réaliser un bilan objectif de l'opération avec les partenaires

Enfin, la capacité à présenter un bilan clair et objectif de l'opération (chiffrage, étude, retours d'expérience, retours presse) est un gage de sa continuité, notamment en phase d'amorçage. Ce travail doit être bien anticipé.

C Parties prenantes

→ Structure régionale d'accompagnement

Dans certaines régions, il est possible de vous appuyer sur les structures de type COFEES, pour faire avancer votre projet. N'hésitez pas à recourir à la coopération et à la force de l'action collective sur ces chantiers.

→ Opérateur de transport - SNCF Voyageurs

Les responsables de ligne peuvent vous guider en termes de contraintes techniques et vous fournir des conseils, faire le lien avec les opérations marketing en cours et organiser de possibles partenariats. Ils sont les interlocuteurs de votre AOM et organisent le suivi des demandes.

→ Autorité en charge des TER - Les Régions

Les services techniques en charge des TER au sein des Régions sont au cœur de votre démarche. Ce sont eux qui peuvent activer une demande de mise en place de dispositif exceptionnel dans un délai court, autour de la convention cadre qui les lie à la SNCF. Idéalement, un lien transversal est établi entre les services culturels et les services transport.

→ Autres AOM - Chargés de mobilité

Les chargés de la mobilité au sein des agglomérations ou des communautés de communes sont des alliés importants qui connaissent l'écosystème, ont une bonne

vision des flux et peuvent aider à penser l'intermodalité des dispositifs avec les bus urbains ou les plans vélos par exemple.

→ Élus

Compte tenu de l'importance des financements régionaux, les échanges avec les élus concernés par les compétences transport et culture ne sont pas à négliger.

→ DRAC

Bien que le périmètre opérationnel leur échappe, les DRAC sont, pour certaines, des observatoires avisés du déploiement de dispositifs de mobilité ferroviaire et financent parfois des phases d'expérimentation.

→ SNCF Réseau, Gares et connexions

Ces interlocuteurs, responsables de l'attribution des sillons ou de l'ouverture des gares par exemple, sont mobilisés par la SNCF dans son travail de coordination, dès le lancement du projet.

→ Autres interlocuteurs - Relais

Il est fondamental de s'appuyer sur des structures pouvant relayer et communiquer autour du dispositif, qu'il s'agisse de médias, d'offices de tourisme (voire d'organes régionaux de type Comité régional du tourisme), ou d'autres associations alliées dans la culture, la mobilité, le sport, l'environnement ou le tourisme.

« Ce que le service TER de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur retient de cette expérimentation c'est une belle émulation de l'ensemble des partenaires de la culture et du tourisme du territoire avignonnais pour valoriser la mise en place en 2024 de trains au départ d'Avignon à 23h30 pour desservir l'ensemble des gares des lignes jusqu'à Orange, Cavaillon, Carpentras et Arles.

Les chiffres de fréquentation de ces trains tardifs seront à améliorer lors de prochaines éditions (29 usagers en moyenne par destination avec un pic de 52 usagers vers Cavaillon le 12 juillet), toutefois ils restent encourageants pour une première année d'expérimentation.

D'autant que la communication sur cette nouvelle offre a été réalisée un peu tardivement au regard des dates avancées des festivals du fait de l'année olympique. De fait, cette offre de trains en soirée semble néanmoins avoir touché et révélé un public potentiel.

Aussi, la Région, forte de son engagement à favoriser la mobilité durable des publics de ses festivals, a décidé de confirmer l'expérimentation 2024 et même de la renforcer en 2025 par la mise en place d'un départ supplémentaire intermédiaire d'Avignon aux alentours de 22 heures ainsi que des retours après minuit depuis Arles lors de la première semaine des Rencontres Internationales de la Photographie et depuis Orange à toutes les dates des spectacles proposés par les Chorégies.



Photo © Gromelle – Les Chorégies d'Orange 2024

D Définition du besoin

Si l'accompagnement par un professionnel peut vous aider dans la démarche, vous pouvez vous-même identifier les principaux paramètres assurant la pertinence d'une nouvelle offre, notamment : la proximité d'une gare, la jauge de l'évènement, les flux de publics, l'esthétique programmée, les caractéristiques des publics accueillis.

→ Proximité d'une gare

Cela paraît une évidence de rappeler que la proximité d'une gare est un préalable, mais le terme de proximité est difficile à qualifier. Pour la mesurer, il s'agit d'identifier la capacité à faire venir les publics sans rupture de charge (train + marche uniquement) ou en intermodalité (train + vélo par exemple), dans un délai "raisonnable". Les retours d'expérience semblent montrer des tolérances variables selon les publics. Les plus jeunes et les plus motivés peuvent accepter d'importantes ruptures de charge et des délais plus longs, soit parce qu'ils n'ont pas le choix (mobilités durables contraintes), soit parce qu'ils souhaitent absolument se passer de voitures (en lien avec la consommation d'alcool par exemple).

Le cas du festival Ecaussystème, à Gignac en Quercy

Grâce à l'engagement des équipes du festival et des élus locaux, la gare de Gignac, située à 3 km du site, est desservie pendant l'évènement. Elle n'est pas desservie le reste de l'année. C'est à la fois une plus-value pour le festival, mais aussi pour la survie et la réactivation future de l'équipement. Pour rappel, 89 % des Français vivent à moins de 10 km d'une des 3 000 gares qui maillent le territoire.

→ Jauge

Le potentiel de déploiement d'une nouvelle offre de mobilité dépend d'abord du nombre de personnes accueillies sur l'évènement. *Small is durable* et *beautiful*, mais en matière de transport en commun, et notamment de ferroviaire, il y a des jauges minimales (du moins tant que des navettes autonomes en zone rurale ne seront pas expérimentées). Si les plus petites rames existantes peuvent transporter autour de 80 personnes, la majorité des rames standards ont une capacité de 220 personnes assises (300 au total). Si vous accueillez moins de 1 500 personnes par soir, il est peu probable qu'une offre ferroviaire dédiée puisse vous convenir et il va vous falloir être créatif. En effet, il reste très exceptionnel que la fréquentation des trains soit supérieure à 10% d'une jauge globale, sauf situation géographique exceptionnelle (milieux denses et urbains) et/ou esthétique spécifique (par exemple, des concerts de rap s'adressant à une population très jeune).

Le cas du festival Résonance, à Avignon

Avec des jauges souvent inférieures à 300 personnes et des événements gratuits dépassant rarement les 1500 visiteurs, le festival ne génère pas des flux de publics suffisants pour justifier et remplir des navettes ferroviaires ou des bus spéciaux. Il doit donc penser sa stratégie de mobilité dans des logiques d'alliances avec d'autres événements ou autour de la valorisation de l'offre existante. Les formules de package incluant l'hébergement offriraient une bonne solution pour stimuler les mobilités ferroviaires, mais elles restent complexes à mettre en œuvre dans un contexte de saturation de l'offre en été. Penser des "afters" qui emmènent les publics jusqu'au premier train du matin serait une piste pour permettre un report modal depuis/vers les villes de proximité, telles qu'Orange par exemple.

→ Flux de publics

L'analyse de la circulation des publics est indispensable à la bonne réalisation du déploiement, en termes d'horaires et en termes de flux. À quelle heure arrivent et repartent les publics actuels ? D'où viennent-ils ? L'intermodalité est-elle possible ? Existe-t-il des gisements de flux (nouveaux publics, publics "empêchés") ? En l'absence de données fiables, il existe un double risque : les autorités en charge des mobilités ne déclencheront pas le dispositif ; le dispositif ne sera pas adapté aux besoins. De nombreuses structures culturelles n'analysent pas la provenance de leurs publics et les croyances et idées reçues en la matière sont systématiquement fausses. Ce travail peut être réalisé en interne avec du bon sens et du temps, grâce à la collecte des codes postaux ou à des enquêtes auprès des publics. Pour les événements les plus importants, un appui en expertise externe peut être un atout.

Le cas du Festival d'Avignon

Sur les enjeux de flux, plusieurs caractéristiques sont apparues. Les spectateurs non régionaux sont nombreux et, en l'absence de dispositifs de transport, ils logent en centre-ville malgré la cherté de l'offre. Les publics régionaux viennent en étoile et aucun flux majeur n'émerge véritablement (contrairement par exemple au flux entre Vienne et Lyon : voir le focus sur Jazz à Vienne). Les jauges restent modestes au regard des enjeux d'un dispositif ferroviaire (2000 personnes maximum dans la cour d'honneur). Il semble alors impossible d'imaginer remplir des trains spéciaux, et difficile de remplir des bus lointains, sauf sous la forme de packages à destination de publics spécifiques (par exemple une offre bus + billets pour des étudiants d'Aix).

→ Esthétique

La typologie des publics ciblés, en lien avec l'esthétique promue par le festival, est évidemment un paramètre majeur. On constate une sur-fréquentation des dispositifs de mobilité lors de concerts s'adressant à des publics jeunes (rap par exemple) ou autour d'esthétiques festives (musiques électroniques par exemple). Il est plus difficile, mais pas toujours impossible (non à l'autocensure !), de mobiliser des publics plus âgés ou plus familiaux. En corollaire, cela signifie également que les dispositifs de mobilité durable sont un outil de démocratisation culturelle et de renouvellement des publics.

Le cas de l'Insane Festival, à Apt

Le festival a mis en place en 2023 des navettes bus privées entre la gare d'Avignon et le site de l'évènement, situé à 40 minutes environ. La fréquentation des bus réguliers du territoire sur la ligne a été très importante, notamment par des publics jeunes (moins de 25 ans), venant de loin (autres régions), essentiellement pour des raisons pratiques ou sécuritaires. Ces festivaliers ont tenté de privilégier les transports publics, moins chers que les navettes privées, entraînant une perte de fréquentation sur les véhicules déployés par l'organisation et une importante saturation de l'offre publique, ce qui démontre l'importance d'harmoniser/ articuler les offres publiques et privées.

Jérémy Bourges

Festival Off Avignon

« Les trains tardifs pour le festival Off d'Avignon représentent deux grands intérêts. Pour le public régional, avoir un retour en TER possible après avoir profité d'un spectacle en soirée. Pour les professionnels (comédien.ne.s, technicien.ne.s, chargé.e.s de production...) c'est un formidable levier pour trouver de l'hébergement décentralisé à quelques minutes du centre-ville tout en ayant la possibilité de rentrer chez soi après une journée de travail. Ils sont donc un enjeu pour répondre à la problématique de la congestion automobile et de l'explosion des loyers au mois de Juillet. »

« Grâce à des jauges limitées et maîtrisées, le festival Résonance assure une gestion optimisée des déplacements du public. En centralisant les lieux du festival en centre-ville, nous facilitons l'accès aux différents espaces, tels que la restauration, l'hébergement et les lieux du festival, tout en réduisant les distances à parcourir. Cette organisation permet de privilégier les modes de transport en commun et d'encourager le covoiturage, avec une communication dédiée à ces pratiques écoresponsables. Par ailleurs, les déplacements des équipes techniques et artistiques sont minimisés grâce aux déplacements à pied dans le centre-ville et une logistique regroupée. »

FOCUS sur Jazz à Vienne

Sur ce festival, la moyenne d'âge des spectateurs est de 52 ans ; ils proviennent à 40% de la métropole lyonnaise, à 75% en voiture. En sus des objectifs de durabilité, l'organisation a identifié des enjeux de rajeunissement des publics et de désengorgement des stationnements en ville.

- L'existence d'un flux clair et important entre Lyon et Vienne a permis la mise en place de navettes en bus dans un premier temps, puis en train, dès 2017. Les bus sont en moyenne 40 à 50% de fois moins fréquentés que les trains.
- Les records de fréquentation en pourcentage de jauge sont de 16,2% de la jauge globale en 2022 pour Yann Tiersen Electronic Set, un samedi soir, avec 510 personnes dans le train, suivi de 14% de la jauge globale en 2019, pour une soirée hip hop, un vendredi soir, avec 691 personnes dans le train.
- Le festival inscrit ces navettes dans le cadre d'un plan global de mobilité qui inclut des parkings relais (gratuits) autour de la ville, avec navettes bus jusqu'aux sites (gratuites pour les festivaliers mais financées par l'Agglomération).
- Il a pour objectif d'ouvrir un parking relais en gare de Chasse-sur-Rhône, sur l'axe de la ligne Lyon-Vienne, ce qui sous-tend un nouvel arrêt en gare et démontre le souci d'un travail cohérent autour de l'intermodalité (ici, voiture + train).
- Enfin, l'organisation a travaillé de façon fine avec la SNCF sur la vente de packages et des tarifs préférentiels (y compris pour les bénévoles), une opération actuellement suspendue pour des raisons techniques.

Le festival Jazz à Vienne démontre que de belles choses sont possibles à condition de se donner le temps de les développer. L'ensemble du dispositif a pris plusieurs années à grandir (il a été stoppé provisoirement pour cause de travaux sur les voies en 2024, mais revient à son plein fonctionnement en 2025) et va continuer de grandir et s'ajuster.

E Expérimentations : apprendre aussi des échecs

Grâce à l'engagement des professionnels du secteur et celui des institutions publiques, de nombreuses expérimentations sont déployées. Certaines n'aboutissent pas et sont abandonnées. Ces échecs viennent nourrir de façon très riche la courbe d'apprentissage du secteur, à condition de les mettre en partage. En l'état, la sensation d'échec rend difficile cet inventaire. Ce rapport se nourrit sans les citer d'expériences infructueuses qui ont permis de beaucoup apprendre.

F Contraintes et engagements respectifs

Le déploiement d'une offre ferroviaire se heurte à des questions économiques mais également à des contraintes techniques réelles qui mobilisent les nombreux interlocuteurs, ce qui en fait un projet multi-partenarial. La levée de ces contraintes n'est possible qu'en tenant compte de tous les paramètres, en gardant à l'esprit que si tout est délicat, rien n'est jamais vraiment impossible.

L'opérateur SNCF Voyageurs organise la coordination avec d'autres acteurs pour assurer la réussite du projet. Il contacte SNCF Réseau pour vérifier la disponibilité des sillons, SNCF Gares et connexions pour organiser l'ouverture tardive des gares, il s'assure également de la disponibilité des salariés et de leurs conditions de travail, dans un dialogue constant avec les représentants des salariés.

D'un autre côté, le déploiement d'un tel dispositif repose aussi sur un engagement très fort de l'organisateur de l'événement qui ne peut pas simplement attendre un service rendu, mais doit y contribuer fortement, en communiquant, en organisant l'intermodalité, en repensant sa billetterie, en accompagnant ses publics.

1 Pour les opérateurs de transports

Chaque projet est différent et les contraintes varient toujours, il est néanmoins possible d'en dégager une typologie.

Contraintes matérielles

Disponibilité des sillons : selon les lignes, les créneaux de circulation disponibles (appelés

sillons) peuvent être plus ou moins faciles à trouver. Cela dépend de la typologie de la ligne (voyageur ou mixte avec du fret) et de son niveau de saturation. C'est SNCF Réseau qui se préoccupe d'identifier les sillons, à des horaires qui ne sont pas librement choisis mais imposés par des contraintes techniques.

Travaux sur les lignes : la disponibilité théorique des sillons est souvent meilleure la nuit, sauf pour les lignes mixtes où circule également du fret. Néanmoins la nuit et les périodes de vacances sont également des périodes d'entretien des lignes, avec souvent d'importants travaux réalisés qui empêchent toute forme de circulation.

Demi-tour et parking : les rames ont des contraintes techniques en termes de demi-tour, qui ne peuvent pas être réalisées n'importe comment, n'importe où, mais également en termes de fin de service et de parking, qui ne sont pas non plus possibles dans toutes les circonstances. En principe, les AOM ont connaissance de ces contraintes, et dans tous les cas, la SNCF les maîtrise.

Disponibilité des matériels : les équipements qui sont en quantité limitée appartiennent toujours, sauf rares exceptions, à la collectivité. Il peut y avoir des enjeux de disponibilité des rames, dont la maintenance est nécessaire. Il peut y avoir également une difficulté pour les acheminer (coûts supplémentaires).

Contraintes liées aux ressources humaines

Disponibilité du personnel en rame : la présence de conducteurs et de contrôleurs est indispensable et il peut y avoir des problématiques de disponibilité des personnels. Les périodes creuses et les horaires décalés engendrent des conditions de rémunération adaptée et le déclenchement de services supplémentaires. La question du retour à domicile des personnels ou de leur hébergement se pose.

Ouverture des gares : les gares qui ferment tardivement sont rares. Le prolongement de l'ouverture des gares n'est pas simple et pose des questions de personnel (accueil, sécurité). Il est paradoxalement plus facile d'ouvrir plus tard les petites gares, de façon automatisée, plutôt que les grandes, dont la fermeture demande l'intervention de personnels. Ainsi, le coût d'un dispositif de trains mis en place après la fermeture habituelle des gares desservies sera forcément majoré.

Ouverture des postes d'aiguillage : l'ouverture des postes d'aiguillage, selon qu'ils soient manuels ou automatisés entraîne également des besoins en personnel.

Mise en sécurité des gares et des rames : la mise en sécurité des gares et des rames est un enjeu important, notamment aux horaires les plus tardifs. Le choix le plus coûteux est de garantir du personnel en rame, mais il est possible d'imaginer plutôt des filtrages à la montée dans le train.

2 Pour les organisateurs d'événements

L'organisateur de l'événement devra nécessairement contribuer activement au succès de l'opération. Cela nécessite d'intégrer le dispositif dans le travail de production et de planifier l'action des salariés et des bénévoles en fonction.

Horaires des spectacles : les créneaux de sillons disponibles correspondent rarement aux besoins précis des organisateurs. Cela rend nécessaire une adaptation des horaires des spectacles et une très bonne anticipation des heures de début et de fin. Un délai trop court génère un stress organisationnel important ; un délai trop long, une attente rédhibitoire. Selon les typologies d'événements, il peut y avoir un enjeu à garder les publics afin qu'ils restent pour consommer au bar/restaurant de l'événement, ce qui induit un délai supplémentaire entre la fin du spectacle et le départ du dernier train.

Gestion des publics : la jauge des rames est limitée, il convient donc de bien la maîtriser, même si les achats de dernière minute restent rares et que ce type de mobilité est planifié à l'avance. Il peut toujours y avoir des risques d'annulation, de panne ou de retard. Cela implique un important besoin de gestion des flux de publics car les solutions de dépannage sont moins simples à implémenter que pour un bus. La présence de bénévoles ou de salariés est donc indispensable en gare, notamment dans tous les cas de mise en place de trains spéciaux.

Billetterie : en termes de calendrier de mise en vente et de dispositifs (packages ou tarifs préférentiels), le déploiement d'une offre ferroviaire induit un travail adaptatif. Souvent, les billets de train ne sont mis à la vente que très tardivement (3 mois à l'avance), et il reste difficile d'inclure leur réservation dans le processus d'achat. Un organisateur ne peut légalement pas vendre de billets de train.

A l'inverse, les agences de voyage sont en capacité de proposer des packages.

Intermodalité : la mise en musique de l'ensemble des dispositifs de transport durable (accès et consignes piétons ; accès, consignes et parking vélos ; accès et parking covoiturages ; parking relais ou navettes bus) est indispensable. La vision globale est portée par l'organisateur de l'événement. L'intermodalité (train + marche, train + vélo) doit être pensée en cohérence, notamment en termes de capacité et d'horaires.

Eve Lombart

Festival d'Avignon

« Le Festival d'Avignon souhaite faire baisser son empreinte carbone dont une majeure partie est liée au déplacement du public et à celui de ses équipes, dont les artistes. L'objectif serait de diviser par deux l'usage des véhicules thermiques et de remplacer l'avion par le train pour toutes les destinations accessibles en moins de 10H.

Pour faire évoluer la mobilité du public local vers des moyens de transport moins polluants, il est nécessaire de proposer un service public de transports en commun adapté aux horaires des festivaliers, avec une fréquence, un temps de trajet et une tarification avantageuse en comparaison d'un trajet en voiture. L'accessibilité de la gare centre et de la PEM pour la venue au Festival sont de véritables atouts, à condition de pouvoir repartir tardivement dans la soirée en bus ou en train. Concernant l'accès aux communes voisines, le déploiement de voies vertes sécurisées de la route encourageraient le développement du vélo.

Pour le transport des équipes et des artistes qui viennent de plus loin, le coût du train est malheureusement beaucoup moins attractif que celui de l'avion ou de la voiture à l'échelle de la France et des pays limitrophes. La tension économique du secteur culturel n'est donc absolument pas propice à l'évolution vers des mobilités douces pour les grandes distances, tant que la fiscalité ne pénalise pas davantage les transports polluants au profit des transports décarbonés. »

G Différents leviers d'action

→ **Choix des lieux d'implantation**

Rappelons ici que les questions de transport et d'accès durables doivent être inclus dans toute réflexion en matière d'implantation d'un événement. Parfois, la meilleure action du point de vue de la durabilité sera de penser une implantation alternative pour son événement.

Le cas des Nuits sonores, à Lyon

Depuis 2024, le festival a déménagé aux Grandes Locos qui, comme son nom l'indique partiellement, est un ancien technicentre de la SNCF. L'occasion pour le festival de déployer de nouvelles navettes ferroviaires pour s'y rendre.

→ **Hébergement**

Pour favoriser la mobilité durable, il est parfois possible de jouer sur le levier de l'hébergement. En permettant aux festivaliers d'être hébergés plus facilement, on contourne l'absence de transports nocturnes.

Le cas du Cabaret Vert, à Charleville-Mézières

Si le festival a su nouer d'excellentes relations avec les opérateurs de transports et créer deux lignes de nuit vers Reims et Givet, il est intéressant d'évaluer le ratio du potentiel diurne permis par la stratégie liée à l'hébergement sur site. Deux à trois cents personnes empruntent la navette ferroviaire sur site, tandis que dix mille festivaliers campeurs s'installent et repartent en journée, potentiellement via des trains du quotidien.

→ **Événements en gare et pendant le voyage**

L'organisation de convois depuis les gares, voire d'événements en gare, ou même dans les trains quand c'est possible, est un atout majeur permettant le report modal. Cela passe par des formats tels que des spectacles ou des expositions, ou la mise en place de "bonus" pour les voyageurs (accès à des œuvres dans le train, packages repas).

Le cas de la Foire du livre de Brive

Depuis de nombreuses années maintenant, un train spécial relie Paris à Brive à l'occasion de sa grande foire du livre. Il permet aux nombreux professionnels parisiens de s'y rendre de façon durable et agréable en un peu plus de 6 heures, en y dégustant un repas gourmand fourni par la Ville. Pensé pour faciliter et encourager la venue des professionnels dans une logique de développement, ce train est devenu une référence incontournable de l'événement. C'est aussi un espace de rencontres et d'échanges entre les professionnels. La tentative de le remplacer par un avion n'a jamais pris, le temps de trajet étant jugé trop court.

→ **Aller jusqu'au bout de la nuit**

Dans les territoires bien desservis, penser des "afters" permet parfois d'amener certaines typologies de publics jusqu'à la reprise du trafic ferroviaire au petit matin. Cela pose bien sûr des questions de présence de bénévoles pour accompagner les publics et faciliter leur sécurité. Cela pose également la question des autorisations de fermeture tardive.

À ce jour, nous n'avons pas identifié d'exemples d'événements qui assument cette stratégie de durabilité. Ils sont souvent contraints par arrêté à des horaires de fin des activités très/trop précoces qu'il faudrait sans doute revoir.

→ Mettre en place des tarifs spéciaux

Des tarifs spéciaux sur le train et/ou sur le billet pour l'événement pour les personnes venant en train peuvent être proposés. Plusieurs Régions, via leurs services transports, mettent aujourd'hui en place des dispositifs d'offres de prix réduits liés à l'événementiel culturel et sportif. Souvent ces dispositifs sont méconnus et ne sont pas valorisés par les porteurs de projets.

Le cas des musées en Occitanie

La Région Occitanie met en place des trains à 1€ tous les premiers week-ends du mois. Ils sont en cohérence avec la gratuité des musées proposée à la même date. L'ensemble des porteurs de projets peuvent ici s'adapter à une offre tarifaire déjà existante et de droit commun, et permettre de venir voir des événements, des spectacles ou des expositions, de façon durable et à coûts réduits.

H Communication et temps long

L'importance d'une communication maîtrisée et tous azimuts doit être rappelée. Elle n'est jamais acquise et, dans les nombreux retours d'expériences, on constate deux phénomènes très importants :

- les dispositifs de mobilité durable mettent du temps à "décoller" ;
- les changements de comportements ne sont jamais acquis.

Dans tous les cas étudiés, les dispositifs de mobilité durable ont pris du temps à se déployer. L'année de lancement est toujours complexe et les vitesses de croisière des dispositifs ne sont atteintes qu'en année 3 à 5. Il s'agit d'inscrire le changement des comportements des publics sur du temps long.

Chaque fois que la notoriété ou la qualité du dispositif se sont dégradées, les offres proposées ont rapidement été délaissées par les publics. Cela sous-tend une vitesse d'abandon des dispositifs bien supérieure à leur vitesse de développement, et justifie donc de ne pas relâcher les efforts, notamment en termes de communication.

Communication institutionnelle

Les Régions et la SNCF communiquent nécessairement sur les dispositifs qu'ils déploient. Mais il s'agit de ne pas considérer que cette communication institutionnelle – politique dans le cas des Régions et entrepreneuriale dans le cas de la SNCF – suffit à faire connaître l'offre et changer les comportements des usagers. Elle n'est qu'un maillon indispensable dans une stratégie plus globale.

Communication événementielle

Plus impactante, la communication par le festival est évidemment la clé de voûte de cette stratégie. C'est le cas notamment pour les packages, même s'il faut rappeler que l'organisateur ne pourra pas vendre de billets de trains contrairement aux agences de voyages. La SNCF est, elle, en capacité de vendre des billets de concerts mais dans des conditions techniques qui restent délicates à mettre en place.

Alliances et influence

Enfin, compte tenu des évolutions en matière de circulation de l'information, il est toujours souhaitable de déployer des stratégies de « viralisation », par exemple par des alliances avec d'autres acteurs intéressés (offices de tourisme, comités régionaux du tourisme, etc.), des relais médiatiques, des associations ou communautés d'intérêts, voire même des personnes influentes localement ou sur les réseaux sociaux.

Le financement des dispositifs de transport durable

En 2024, le coût moyen d'un kilomètre parcouru en bus avoisinait les 6€, celui d'un kilomètre parcouru en train les 30€. Ce facteur 5 explique pourquoi les modèles économiques des navettes en bus sont plus simples à construire. Néanmoins, il est rare que les organisateurs d'événements puissent porter cette charge sans aucun soutien. Il paraît aussi délicat d'imaginer que les pouvoirs publics seuls puissent systématiquement venir en appui de ces dispositifs. Compte tenu de ces coûts importants de mise en place, il nous est apparu fondamental d'éclairer la diversité des modèles économiques, existants ou possibles, qui permettent de les financer.

Ces modalités posent la question de la juste part de financements publics dans ces dispositifs à forte utilité sociale (démocratisation, accessibilité, sécurité, qualité de services, décarbonation) et celle des bénéficiaires, les organisateurs d'événements. Les opérateurs à forte utilité économique, générant des flux de publics plus importants, sont actuellement privilégiés ; ce sont pourtant ceux qui ont les marges les plus confortables en termes d'autofinancement ou de financements privés. L'intégration du coût des dispositifs de transport dans le prix des billets est souvent possible, la prise en compte de critères sociaux pour déterminer la part de l'aide publique est alors souhaitable et permet le déploiement de dispositifs de type pollueurs/payeurs.

A Investissements et retour sur investissements

→ Mise en place des dispositifs de transport durable

L'ingénierie d'un dispositif de transport durable nécessite un important investissement, notamment en temps de travail humain, afin de le calibrer et de l'expérimenter. Une fois mis en place, des gains d'efficacité existent grâce à la montée en expérience. Cet investissement est parfois porté en interne (chargé de production,

chargé de RSE), plus rarement appuyé en externe (réseau R2D2), très rarement sous-traité (éco-conseiller) sauf lors des phases d'étude. Il peut parfois faire l'objet d'un recrutement dans le cadre du déploiement d'une stratégie RSE. Les trois principales phases (étude, ingénierie, mise en œuvre) sont chronophages.

→ Retombées socio-économiques des transports durables pour l'événement

En l'état des données disponibles, il est difficile d'évaluer les retombées socio-économiques des transports durables pour l'événement. Combien de spectateurs ne seraient pas venus en l'absence des dispositifs dédiés ? Le nombre de participants aux dispositifs est facile à mesurer, mais il est plus délicat de mesurer le déficit ou le gain sur une billetterie. Ce gain fait pourtant pleinement partie de la péréquation économique et du retour sur investissement. On sait que les navettes facilitent la venue d'un public jeune et urbain, moins véhiculé ou ne souhaitant pas prendre sa voiture. De plus, au vu des enjeux en termes de transition écologique, l'amélioration du service de transport et de l'accès à l'événement devrait désormais être pleinement intégrée dans les modèles économiques.

→ Stratégies promotionnelles

Les dispositifs de transport durable font partie des éléments pouvant participer d'une stratégie promotionnelle et plus globalement d'une stratégie de communication. Certaines plateformes de covoiturage ou tour-opérateurs considèrent leurs outils comme des supports publicitaires potentiels. Dans le cas des dispositifs ferroviaires, des plateformes comme Mollow ou Hourrail ont déjà engagés de premières expérimentations qui allient train et festivals. En intégrant ses objectifs sur la mobilité à sa stratégie promotionnelle, l'organisateur d'événement renforce également son image.

B Financements des dispositifs par un tiers

→ Financement intégral ou partiel par les pouvoirs publics

L'engagement des collectivités territoriales en matière de durabilité et de développement culturel n'est plus à démontrer. Aussi, les expériences de financements de dispositifs par les pouvoirs publics sont-elles nombreuses : navettes mises en place pour accéder à des festivals (par exemple, à Montpellier dans le cadre du festival "I love techno"), à des événements sportifs (par exemple, la Région PACA dans le cadre de la coupe du monde de rugby 2024), ou à des salles de spectacles privées (par exemple, la Ville de Rouen dans le cadre des accès au Zénith de Rouen). Ces engagements témoignent souvent d'une priorisation des dispositifs vers les structures ou événements à forte utilité économique. Cela pose la question d'une articulation entre politiques publiques : culture et transport. Une difficulté importante réside néanmoins dans l'impossibilité pour les pouvoirs publics de faire concurrence aux opérateurs de transport privé. Cela n'a pas d'influence en matière de navettes ferroviaires, mais limite fortement leur capacité à intervenir sur des navettes bus au seul profit d'un événement.

→ Prise en charge par des associations et engagement bénévole

Plus rares mais aussi adaptés aux petits événements, des modèles associatifs permettent la mise en place de navettes ou de dispositifs de covoiturage solidaire à l'échelle locale. C'est par exemple le cas de l'association Totocar qui met à disposition des véhicules et des chauffeurs bénévoles pour transporter les publics du festival ATOM dans l'Aude (11).

→ Contribution de mécènes

Également rare, le mécénat est parfois fléché sur des solutions de transport durable. C'était historiquement le cas d'une navette bus prise en charge et mise à disposition par une grande surface en périphérie d'Avignon, offrant la possibilité d'un parking relais supplémentaire lors du festival. Bien que le dispositif ait été abandonné, le modèle est intéressant puisqu'il est vraisemblablement voué à se développer dans le cadre du respect de la directive CSRD et de la meilleure prise en compte des enjeux de contribution environnementale par les entreprises.

→ Contribution carbone et CSRD : un argument (atout) pour développer le mécénat d'entreprises

Compte tenu des effets de baisse d'impacts permis par la mise en œuvre de transports plus durables, on peut imaginer qu'il soit possible et intéressant de flécher des financements d'entreprises relevant de dynamiques de compensation carbone, dans le cadre de l'application d'une stratégie RSE ou de la CSRD, vers des dispositifs événementiels. En l'état de nos connaissances, nous n'avons pas encore rencontré d'application de ce type de financements compensatoires.

C Auto-financement et financements privés

Au vu des difficultés à flécher des financements publics et des coûts élevés en matière de transports collectifs, il est intéressant de connaître et développer d'autres modèles de financement. Ils peuvent d'ores et déjà exister dans d'autres pays européens, être expérimentés en France ou pourraient faire l'objet d'expériences innovantes, jamais mises en œuvre à l'heure actuelle.

→ Rentabilité des dispositifs : des niches à exploiter

Les dispositifs de transport collectif sont peu rentables mais certaines niches permettent des retours sur investissement dans le cas des transports en navettes bus. Il semble également possible de développer des modèles autour du covoiturage qui puissent s'autonomiser d'un point de vue économique. Des prestataires privés ou associatifs se positionnent sur ces niches qui permettent a minima d'atteindre un équilibre coût/recettes.

Navettes bus moyennes et longues distances

Qu'il soit auto-organisé ou délégué à un prestataire (ex : Ontours, etc.), le modèle de la vente de package tout inclus aux spectateurs (billet de spectacle et bus) fonctionne sur les moyennes et longues distances à condition d'atteindre des taux de remplissage satisfaisants (supérieurs à 75%). Il est en revanche beaucoup plus difficile de trouver la bonne péréquation sur des distances inférieures à 100 km, en raison du caractère fixe des coûts d'exploitation. En l'absence de contribution tierce, le reste à charge pour les publics devient dissuasif sur les courtes distances.

Plateformes de covoiturage

Les plateformes de covoiturage (ex : Festicar, Tribulive, etc.) sont encore à la recherche de modèles économiques viables, soit via un très faible coût d'entrée pour les événements, soit par la valorisation de revenus complémentaires (vente d'espaces publicitaires). Toutefois, le taux de remplissage des véhicules en festival et le changement des pratiques restent fragiles et le développement de ces plateformes est lent.

→ **Le principe pollueur/payeur et les joies du parking payant**

La valorisation du coût économique et environnemental des parkings voitures n'est pas encore entrée dans les habitudes et paraît souvent trop punitive. Il s'agit pourtant d'un levier cohérent avec les enjeux de transition écologique, qui permet une circularité des financements à condition de flécher les revenus vers des dispositifs alternatifs (par exemple, le cas de parking payants permettant de financer des navettes voire des trains).

Le modèle existe en France et en Europe, dans le sport et la culture mais l'absence de prise en compte des contextes spécifiques (esthétiques, grande ruralité) et des questions de justice sociale (tarifs différenciés, prix libres, etc.) induit un risque important d'échec ou de rejet du dispositif.

L'absence de fléchage des revenus du parking voitures vers les dispositifs de transport durable génère un effet de privatisation des profits et de collectivisation des déficits. C'est par exemple le cas du Groupama Stadium à Lyon, dont les revenus générés par le parking payant VIP de proximité ne viennent nullement contribuer à financer le renforcement de l'offre publique vers les parkings relais (tramway et navettes bus), dans un contexte où une meilleure péréquation économique entre les revenus privatisés et les déficits socialisés serait pourtant à la fois possible et souhaitable. On retrouve d'ailleurs ce cas de figure pour de nombreux événements à forte utilité économique.

Le cas du festival Château Perché

Dans son contexte socio-économique, le festival Château Perché est parvenu à mettre en place un parking payant, à un coût très élevé, qui lui permet de financer partiellement ses dispositifs plus durables. C'est un exemple éclairant de l'application du principe pollueur/payeur. On retrouve ce principe appliqué par de nombreux festivals partout en Europe. Le Paléo Festival en Suisse a par exemple estimé qu'il lui serait possible de financer l'équivalent de plus d'un demi-million de francs suisses de navettes par l'application d'une tarification adaptée sur ses parkings voitures.

Sabine Julien-Montheil

MAIF

« Au plan national, en tant que société à mission, MAIF est engagée pour l'environnement et prend part activement à cette transformation nécessaire qu'est la transition écologique. Parmi les leviers d'action, celui des mobilités. A cet endroit, les engagements nationaux et locaux se rejoignent car à Avignon, MAIF s'est engagée pour la culture et le développement durable. Sachant qu'en France 38% des émissions de CO2 proviennent des transports routiers, nous avons décidé de soutenir le COFEES dans le cadre de l'expérimentation mobilité Avignon en 2023 et 2024 afin de favoriser l'utilisation du train par les publics. Il nous paraît souhaitable que cette expérimentation se pérennise afin de minimiser l'impact carbone de cette période festivalière qu'est le mois de juillet à Avignon. »

L'expérience avignonnaise, un modèle d'avenir ?

La force des collectifs

Que retenir de l'étude de cas en territoire avignonnais ? D'abord et avant tout, la force du collectif ! Le projet n'aurait pas pu aboutir sans une coopération étroite entre les acteurs, à commencer par les trois festivals mobilisés. A ce titre, la coordination et l'accompagnement du COFEES ont été décisifs puisqu'ils ont contribué à extraire les porteurs de projets de leurs enjeux propres et à les inscrire dans une dynamique plus globale et partagée. Les liens renforcés entre le Festival d'Avignon et le Festival Off Avignon ont été un atout majeur, permettant de mutualiser les connaissances et d'avancer dans le cadre de discussions collectives avec les AOM.

L'engagement historique du COFEES – notamment la réalisation d'une étude complète dès 2019 – et des festivals concernés a permis d'inscrire le projet dans une stratégie globale, et de concentrer le travail d'accompagnement sur le déploiement de l'offre ferroviaire. Sur ces sujets, les relations avec les collectivités territoriales étaient déjà fortes. Le projet les a relancées et renforcées, ce qui souligne l'enjeu de l'animation et de la structuration de ce type de dialogues. Trois grandes préconisations émergent alors d'un travail de bilan de l'opération.

Animer le chantier à l'échelle régionale

La mobilité est une compétence clé de l'échelon régional. Ce cadre géographique est également souvent celui du déplacement des publics des événements. Il semble être la bonne échelle pour animer ce chantier, à la fois en termes de ressources, de mise en réseau, et de montée en compétences. Des structures telles que le COFEES sont à même de le mettre en œuvre avec pertinence, en lien avec les chargés de mission mobilités sur les territoires et les services de la Région. Ce travail d'interface permet la montée en connaissances et l'acculturation réciproque. Il engendre une capitalisation des bonnes pratiques.

Structurer le dialogue

La nécessité d'une mise en œuvre plus systématique de « commissions transports », en amont des événements, institutionnalisant la concertation entre les acteurs de la mobilité du territoire – à l'image de ce qui se pratique sur les questions de sécurité – a été révélée par cette expérimentation. Elle permettrait une meilleure articulation des offres (ferroviaire, bus, vélo, etc.), faciliterait la concrétisation des dispositifs et en augmenterait l'efficacité. Elles auraient aussi le mérite de démontrer que ce travail de coordination ne peut pas reposer sur les organisateurs qui n'ont pas l'expertise nécessaire, mais doit s'appuyer sur les chargés de mobilité.

Penser le service public et son utilité sociale

Le choix de mettre en place des trains tardifs ouverts à tous les habitants, plutôt que des trains spéciaux plus tardifs directement adaptés aux horaires de fin de spectacle, répond aux réalités en termes de flux de publics (trop faibles pour organiser des transports collectifs après minuit) et à une logique d'articulation entre les différents services publics : celui de la culture et celui des transports.

Cette offre est un compromis entre des dispositifs strictement adaptés aux événements et l'absence totale de solution intermédiaire. Sa pérennisation est rendue possible par son ancrage dans le développement global et l'aménagement du territoire, en termes de capacité d'accueil, de circulations du quotidien et d'adaptation au changement climatique.

Grâce aux festivals, une nouvelle offre de déplacement existe et elle bénéficie à l'ensemble des populations et des habitants : l'organisation de l'événement permet de faire évoluer l'offre territoriale classique.

D'une façon générale, cette habitude de penser la contribution directe ou indirecte des activités culturelles à la transition écologique et aux transformations des comportements est la clé du succès de ces opérations. Au-delà du seul profit des festivals et de l'antienne sur l'utilité sociale de la culture, ce sont les événements qui font levier sur la transition des territoires – par leur travail de sensibilisation des publics, leur exemplarité, l'innovation et l'expérimentation – qui sont les plus éligibles à bénéficier d'offres coûteuses pour la collectivité. C'est un retour aux racines de l'utilité sociale des événements, par-delà leur utilité économique.

Expérimenter les transports de demain

Le contexte de transition nécessite des transformations difficiles en termes de transport. Les festivals peuvent se positionner comme des espaces de test pour les AOM. Le développement des SERM (Service Express Régional Métropolitain) est par exemple un levier d'expérimentation pour penser de nouvelles circulations des publics à l'échelle des métropoles, et contribuer à les expérimenter de façon opérationnelle. Les événements peuvent aussi être l'occasion de rouvrir des petites gares et contribuer à les maintenir en attendant leur régénération.

De la même manière, ils peuvent contribuer à aider les AOM et SNCF Réseau à configurer l'amplitude horaire des circulations – toujours dans une logique de prototypage, d'expérimentation et de tests – afin de transformer les grilles horaires vers des pratiques plus adaptées au changement climatique l'été, ou aux mobilités du quotidien hors domicile-travail.

Enfin, on peut imaginer que ces événements deviennent à terme une opportunité pour tester de nouveaux modes de transports (véhicules intermédiaires, navettes train autonomes ?), de nouveaux modes opératoires (associatifs ?), de nouveaux partenaires (ouverture à la concurrence ?) ou de nouveaux modèles économiques (financements pollueur/payeur, mécénats, contribution carbone ?). C'est bien le logiciel des événements, depuis toujours, d'être des espaces avant-gardistes d'expérimentation, en perpétuelle mutation.



Le COFEES - Collectif des festivals écoresponsables et solidaires remercie chaleureusement l'ensemble des partenaires engagés dans cette expérimentation pour leur soutien, leur écoute et leur investissement :

— Les partenaires financiers et opérationnels du projet :



— Les festivals mobilisés :



— L'ensemble des institutions et collectivités qui soutiennent le COFEES au quotidien :



Contact et informations complémentaires :

Céline GUINGAND
 Responsable administrative et financière
 c.guingand@cofees.fr
 06 68 89 92 52

Annexes

- Boîte à outils mobilité du COFEES
- Fiche pratique « L'organisation du transport » du COFEES
- Plan de mobilité (Ville d'Avignon)
- Ressources Festivals en Mouvement
- Résultat étude universitaire
- Revue de presse
- Bilans SNCF