



TRANSPORTS

L'organisation des transports 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 **% 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 et de **désengorgement de la voie publique**.

L'objectif d'une action transport est de **limiter l'usage individuel de la voiture** au profit des transports en commun et du covoiturage et de favoriser la "mobilité douce" (à pied, en vélo, pédibus).



Évaluation

- Étude des déplacements du public
- Nombre de personnes par voiture

Achats responsables

- Privilégier les véhicules "décarbonnés" (électriques, hybrides, etc.)

INCITER AU COVOITURAGE, AUX TRANSPORTS EN COMMUN ET AUX DÉPLACEMENTS "DOUX"

- Donner une information détaillée et exhaustive sur les horaires et les tarifs de l'offre de transports en commun.
- Récompenser le covoiturage par des parkings dédiés et/ou des gratifications (réductions tarifaires, coupe-file, etc.)
- Proposer une billetterie couplée événement + transports en commun.
- Mettre en place un garage à vélo surveillé.
- 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.
- Informer des arrêts et des horaires des navettes retour.

➤ Pour rendre plus efficace l'utilisation des moyens de transport, il est possible de communiquer sur la durée du trajet et les distances à pied. Ex. en 20 min en navette.

RENFORCER L'OFFRE DE TRANSPORT EN COMMUN

- Adapter le service de transport habituel en renforçant la fréquence et en prolongeant les horaires.
- Proposer de nouvelles lignes et/ou arrêts de transports en communs adaptés à votre public (par exemple entre la gare et le lieu de l'événement).
- Mettre en place un parking relais et des navettes pour relier le lieu de la manifestation.

⬅ Adopter les règles de l'éco-conduite permet de réduire la consommation de carburant de 20 à 25%.
www.eco-conduite.org

FAVORISER LES VÉHICULES DECARBONÉS ET L'ÉCO-CONDUITE

- A la location, privilégier les véhicules électriques, gaz ou hybrides.
- Former les équipes (chauffeurs et "runner") à l'éco-conduite.

➔ ressources web

DÉCOUVRIR LES OFFRES DE TRANSPORTS EXISTANTES

Les déplacements en PACA → www.pacamobilité.fr

Les déplacements dans les Bouches-du-Rhône → www.lepilote.com

Le collectif Vélo en ville → www.velosenville.org

CONNAÎTRE LES HABITUDES ET LES IMPACTS

Eco-comparateur - Outils de calcul et de

comparaison de l'impact des déplacements sur l'environnement → www.ademe.fr/eco-comparateur/

Questionnaire type pour le recueil d'informations sur les déplacements des festivaliers → www.plateforme-aer.fr

TROUVER DES PRESTATAIRES LOCAUX

✉ Annuaire en ligne de la Plateforme aér → www.plateforme-aer.fr



01 méthodologie

FAIRE UN 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 prêt 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 décarbonnés 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 AOT (Autorités Organisatrices des Transports), 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.
- 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 (flyer, 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, collectivités, public, transporteur, AOT, etc.

Il est possible d'évaluer les déplacements du public grâce à une enquête.
www.plateforme-aer.fr

Avant tout rendez-vous avec les AOT, il est important d'avoir une évaluation précise des besoins.

témoignages

Pour **MARSATAC**, 58% de ses émissions de Gaz à effet de serre engendrées sur une année sont liées au déplacement des festivaliers.

Ainsi, pour les transports en commun, les festivaliers bénéficient de la circulation des tramways sur l'ensemble des horaires du festival et de navettes pour Aix-en-Provence, Martigues et Vitrolles sur les principales nuits du festival. Ces actions ont pu voir le jour grâce à des partenariats forts avec **Marseille Provence Métropole, la RTM et Car13**.

Pour le co-voiturage, chaque festivalier a la possibilité de s'inscrire sur le stand de **Vimoov**. Les conducteurs sobres sont alors invités à proposer leurs places libres pour raccompagner d'autres festivaliers habitants dans les mêmes zones géographiques.

Enfin, pour les amateurs de plein air, un garage à vélo gardienné et sécurisé est implanté en face de l'entrée principale du festival.

→ **55% des festivaliers ont utilisé les transports en commun en 2012 contre 9,9% en 2008.**

Pour en savoir plus → www.marsatrac.com



MUSIKS A MANOSQUE témoigne d'un retour d'expérience positif sur leur action transport. Depuis 2 ans, l'équipe a observé une augmentation constante du taux de remplissage des navettes (50% de remplissage). Ce dispositif a été développé en partenariat avec l'Agenda 21 de la **Durance Lubéron Verdon Agglomération (DLVA)**.

Pour en savoir plus
→ www.adcalaffiche.fr

Lien vers le témoignage vidéo

