

Incitations au report modal lors de l'organisation d'événements

Créé le **05.11.2008**

Modifié le **22.01.2015**



PROFIL & DONNÉES-CLÉS

Coûts d'investissement (0 - 50'000 CHF)

- faible (jusqu'à Fr. 10'000.-)
- moyens (jusqu'à Fr. 50'000.-)
- élevés (plus de Fr. 50'000.-)

Remarques

Variant en fonction de la nature des incitations et de la typologie de l'événement.

Taille de la commune

- < 5'000 habitants
- 5'000 - 10'000 habitants
- 10'000 - 20'000 habitants
- > 20'000 habitants

Type de territoire

- Centre / Ville
- Agglomération
- Rural / Village

Toute commune est amenée un jour ou l'autre à organiser ou accueillir un événement (sportif, culturel, artistique, commercial, etc.) qui engendre un flux plus ou moins important de personnes. Trop souvent, les trajets pour se rendre sur place ne sont pas pris en compte par les organisateurs, particulièrement lors de petits événements, et le réflexe voiture est encore très présent. Afin de diminuer les différents impacts de ces déplacements et inciter les visiteurs au report modal, plusieurs alternatives au transport individuel motorisé peuvent facilement être proposées et mises en avant.

L'exemple de La Fête du Blé et du Pain à Echallens

Cette manifestation s'est déroulée en 1978, 1998 et 2008 dans une commune de 5'000 habitants. Une

nouvelle édition est d'ores et déjà prévue en 2018. Durant deux week-ends d'août, elle propose un spectacle payant et de nombreuses animations gratuites au cœur du bourg, fermé au trafic pour l'occasion. Attirant de nombreux visiteurs (en 2008, sur six jours, 32'000 pour le spectacle et 25'000 pour les autres activités), plusieurs alternatives au trafic individuel motorisé ont été mises en place afin de limiter les problèmes d'embouteillage, de pollution et de parking en cas de pluie. Un partenariat a ainsi été conclu en 1998 et reconduit en 2008 avec le train régional Lausanne-Echallens-Bercher (LEB). Il permet aux détenteurs d'un billet d'entrée au spectacle de voyager gratuitement, de profiter d'une augmentation de la cadence du train et de rentrer après les festivités grâce à la prolongation de l'horaire. Un bus spécial relie l'arrêt du LEB Montétan (sur Lausanne) à la gare CFF de Lausanne. Une navette ludique et écologique, sous forme de deux chars tirés par des chevaux accueillant chacun entre 8 et 10 personnes, transporte gratuitement les visiteurs entre les différents points clés de la Fête. Deux petites navettes fonctionnant au gaz naturel circulent également dans le village. Toutes ces mesures ont connu un grand succès et seront réitérées pour la prochaine édition en 2018.

L'exemple du Lombric Festival à Giez (près d'Yverdon-les-Bains)

Ce petit festival gratuit de sensibilisation au développement durable se déroule sur un week-end. Situé dans un champ, il était hors de tout réseau de transports publics jusqu'en 2013. En 2014, quelques liaisons ont été rétablies depuis Yverdon-les-Bains mais à une cadence insuffisante pour répondre aux besoins de la manifestation. Soucieux de l'impact écologique, les organisateurs ont mis en avant la mobilité durable dès le début. Mais c'est suite au succès de 2005, qui a eu pour conséquence une capacité insuffisante des parkings et un manque de places dans le minibus privé servant de navette, ainsi qu'à une réflexion faite après un bilan écologique, que des offres efficaces et conséquentes ont été prévues pour inciter les visiteurs à se rendre au festival autrement que seuls, avec leur véhicule privé. Malgré des moyens financiers restreints, différentes offres ont ainsi varié au cours des ans, en fonction des partenariats et des bénévoles impliqués. Une navette gratuite de plus grande taille (CarPostal) a été mise en place. Du point de vue de son financement, celle-ci a bénéficié du soutien de l'Agenda 21 de la ville d'Yverdon-les-Bains. Elle relie régulièrement le festival à la gare d'Yverdon-les-Bains en fonction des horaires CFF. Selon les éditions, différentes mesures ont été mises en place. Sous le slogan « Le festival commence dans le bus », un groupe théâtral d'improvisation a par exemple animé certains trajets. Une remorque à vélos, prêtée par Lausanne Roule, a permis d'encourager les cyclistes à monter sur le site en navette gratuite tout en profitant de leur vélo pour quitter le site. Un chemin cyclable balisé et un parking à l'entrée du site sont aménagés. Une boisson sans alcool est offerte aux personnes arrivant en vélo. Une association locale (Arnon-Bike) a organisé des cortèges de cyclistes pour se rendre sur place. Pour ceux qui désirent venir en voiture, le covoiturage est conseillé et les personnes l'utilisant reçoivent des bons de boissons sans alcool. Satisfaits, les visiteurs jouent le jeu et les organisateurs espèrent pouvoir continuer à développer les offres.

DESCRIPTION

Contexte

De plus en plus fréquentes et variées, les manifestations (composées d'un ou plusieurs événements) rassemblent de nombreux visiteurs, provenant de diverses régions et parcourant parfois de grandes distances. Ces trajets sont généralement effectués avec des véhicules individuels motorisés qui engendrent d'importants flux de circulation. Les conséquences directes sont des embouteillages sur les routes d'accès, des risques d'accidents (d'autant plus élevés en cas de consommation d'alcool) et une forte pollution. De plus, l'aménagement de parkings provisoires peut être un réel problème pour trouver suffisamment de places. S'ils sont prévus dans des champs, en cas de pluie, ils deviennent boueux. C'est le cas de la Fête du Blé et du Pain à Echallens qui a dû conclure des accords avec les villages voisins pour disposer de sols en dur. Cette solution n'est toutefois pas idéale car elle engendre de plus grands frais à cause du transport plus long en navette.

Pour atténuer ces différents problèmes, il est nécessaire de proposer d'autres types de transport permettant de modifier les parts modales. Les grandes manifestations, en particulier les festivals de musique, s'en préoccupent presque systématiquement, mais des offres peuvent également être prévues pour de plus petits rassemblements (forums, expositions, concours sportifs, etc.). Une commune qui accueille un événement sans l'organiser devrait également encourager les responsables à aller dans ce sens.

Offre

Différents éléments entrent en jeu pour choisir les alternatives à mettre en place, notamment les offres déjà existantes (desserte en transports collectifs, aménagements), les caractéristiques de l'événement (taille, localisation, horaires, fréquentation, billet d'entrée ou non) et les moyens financiers à disposition. Comme Echallens dispose d'un train régional, il était logique de conclure un accord et adapter ces horaires à ceux du spectacle. Par contre, le Lombric n'étant pas accessible en transport public, il a fallu en organiser un. Une liste de mesures mise en place lors de la Fête du Blé et du Pain ou du Lombric Festival se trouve ci-dessous, complétée par diverses offres proposées pour d'autres événements. Il s'agit parfois de celles de grandes manifestations, comme les festivals du Paléo à Nyon ou du Gurten à Berne, mais qui peuvent être sélectionnées et adaptées à un plus petit événement. Ces offres doivent également toucher, dans la mesure du possible, le personnel (bénévole ou non), ainsi que les figurants (artistes, conférenciers, sportifs, etc.).

Proposer des offres avantageuses en transports publics

- Billet gratuit en transports publics pour les détenteurs d'une entrée à l'événement (ou à tous selon les moyens financiers)
- Billet gratuit en transports publics offert aux personnes conviées à un événement
- Billet combiné sous forme de forfait avantageux train/bus et entrée. Les CFF proposent de tels arrangements avec l'offre RailAway
- Tarif préférentiel accordé sur place aux détenteurs de billets d'entrée (ou à tous selon les moyens financiers)

Augmenter l'offre en transports publics régionaux

- Prolonger les horaires jusqu'à la fin de l'événement
- Renforcer la cadence
- Organiser des lignes supplémentaires ou étendre les parcours à destination des communes voisines et de points clés comme une gare CFF (navette spéciale CarPostal, bus sponsorisé par une compagnie privée ou le TCS, taxibus, etc.)
- Mettre en place des navettes originales comme un char tiré par des chevaux, des navettes circulant au gaz naturel

Faciliter l'accès aux vélos

- Prévoir un chemin d'accès balisé et sécurisé
- Aménager des parkings aux abords de l'événement
- Offrir des avantages aux cyclistes comme des bons pour des boissons sans alcool

Aménager des parkings provisoires en périphérie avec navettes gratuites

Les voitures étant incontournables, il est préférable de prévoir des parkings en périphérie et de limiter la circulation afin de protéger le périmètre de la manifestation et la zone riveraine.

Pour inciter les visiteurs à utiliser d'autres alternatives, le nombre de places de parc peut être limité.

Mettre en avant le covoiturage

Il est possible d'utiliser les sites <http://www.e-covoiturage.ch/> et www.mitfahrzentrale.ch ou prévoir une plateforme sur le site Internet de l'événement. C'est ce qu'a fait le Lombric Festival après avoir obtenu le système informatique développé par le festival Balelec à l'EPFL.

Prévoir une bonne signalisation

Il est important d'avoir des informations claires, notamment sur les lieux de départ et d'arrivée des navettes, les horaires, les tarifs.

Suivant le type d'événement, il est également possible de profiter du trajet pour proposer des activités (des comédiens dans la navette comme au Lombric Festival, un circuit à pied ou à vélo avec guide depuis la gare, etc.).

Expérience

Un grand nombre de visiteurs utilisera toujours la voiture pour se rendre à une manifestation. Toutefois, plus les alternatives seront attractives, performantes, pratiques et pas trop chères, plus le report modal connaîtra de succès. Sans oublier que le simple fait d'en parler peut inciter ceux qui n'y avaient pas pensés à se rendre sur place autrement. De plus, les potentiels utilisateurs doivent y voir des avantages et être prêts à modifier leur comportement. Une explication sous forme d'argumentaire est donc un atout. La mise en place des offres dépend des partenariats conclus. Il peut s'agir de sponsors conséquents comme des compagnies de transport ou des associations, des particuliers qui les mettent en place bénévolement. De manière générale, il est préférable de cibler les régions d'où provient la majorité des visiteurs et miser sur la qualité et le confort des transports plutôt que de vouloir toucher toutes les villes. Sans oublier qu'il est beaucoup plus difficile d'organiser la mobilité pour un événement dont on ne connaît pas le nombre de visiteurs à l'avance (cortèges, foires, concerts gratuits, marathon, etc.), la fréquentation dépendant de divers facteurs comme la publicité, la météo, les autres événements se déroulant en même temps.

Dans nos exemples, les organisateurs de la Fête du Blé et du Pain sont très satisfaits du partenariat avec le LEB, d'autant plus que sa mise en place n'a nécessité que très peu de temps. En effet, pour 2008, deux séances impliquant les responsables de la fête ont suffi et son utilisation a été encore plus marquée qu'en 1998. Les parkings pour voitures se sont ainsi avérés trop nombreux (500 véhicules et 12'000 transports en LEB pour une journée). Le LEB ayant encore des capacités, il est prévu de renforcer son utilisation pour la prochaine édition et d'augmenter la communication, qui a déjà porté ses fruits. Quant au Lombric Festival, les organisateurs sont également très satisfaits et ont observé un fort report modal au cours des ans, particulièrement depuis 2006, date de la mise en place du CarPostal. Les comédiens dans la navette semblent être un argument supplémentaire.

EFFETS

Environnement et énergie

Grâce au report modal en faveur d'une mobilité durable, un effet positif sur l'environnement est prévisible, notamment une diminution de la pollution atmosphérique et des émissions de CO₂. Le volume dépend du nombre d'alternatives proposées et de leur fréquentation. De plus, le besoin en places de parc est réduit. Il en découle moins de dégradations sur les terrains lorsque les parkings sont prévus dans des champs et qu'ils deviennent boueux à cause de la pluie.

Société

Les visiteurs qui ne circulent pas dans leur voiture évitent les embouteillages et arrivent au cœur de l'événement, plus détendus et à l'heure prévue. Une diminution du trafic implique également une diminution des nuisances sonores, particulièrement pour les riverains. Les risques d'accidents sont moindres, notamment en cas de consommation d'alcool. De plus, les trajets peuvent devenir plus conviviaux. Sans oublier que se déplacer à pied ou à vélo est meilleur pour la santé.

Economie

Grâce au report modal en faveur de la mobilité durable et collective, des économies peuvent être faites au niveau des aménagements de parkings et des navettes devant transporter les visiteurs sur le lieu de l'événement (particulièrement si les places de stationnement sont éloignées du site), ce qui implique également des économies de sol. Les montants ainsi épargnés peuvent être alloués à la mise en place d'offres alternatives au transport individuel motorisé. De plus, les soucis environnementaux étant d'actualité, une commune qui s'en préoccupe dégage une image positive.

OUTILS

Démarche

La démarche pour mettre en œuvre les différentes mesures dépend beaucoup de la nature des offres et des moyens financiers à disposition.

1. Identifier la typologie de l'événement. Cette étape n'est pas indispensable pour un petit événement ou que partiellement. Elle devient inévitable pour une grande manifestation. Elle influence en effet le choix des offres (source: P. Bovy, F. Potier, C. Liaudat, *Les grandes manifestations: planification, gestion des mobilités et impacts*, 2003, résumé en allemand) :
 - Genre: événement sportif, culturel (spectacle, festival, fête), commercial (foire, salon, marché), congrès (forum, conférence, séminaire), grande exposition, etc.
 - Typologie générale: fréquentation / volume des spectateurs (qui sera précis ou estimé si les places sont prédéterminées par une billetterie ou non), nombre de sites (un lieu ou dispersé)
 - Typologie temporelle: durée (nombre de jours), horaires (diurne ou nocturne, en semaine ou le week-end), horaire fixe (avec début et fin précis) ou non
 - Typologie spatiale: localisation (milieu urbain, périurbain ou rural), contexte (taille de la ville), intérieur ou extérieur
2. Identifier la provenance des visiteurs, afin de cibler les zones géographiques à desservir
3. Faire l'état des lieux de l'offre en transports publics (destinations, quantité, cadence) et de l'infrastructure existante
4. Définir les offres à mettre en place pour inciter au report modal, (en privilégiant et développant les offres déjà existantes)
5. Prendre contact avec les entreprises régionales de transport
6. Définir les termes de la collaboration, du partenariat (offres et alternatives possibles)
7. Préparer un dossier de présentation pour les demandes de soutien, de sponsoring pour la mise en place, par exemple, de navettes spéciales
8. Contacter les associations régionales, les commerçants pour des partenariats (par exemple association de cyclistes, garagistes pour des prêts de navettes, etc.)
9. Diffuser l'information et mettre en avant les différentes alternatives offertes, en expliquant les avantages (selon le public-cible, il peut être utile de le faire en plusieurs langues)
10. Prévoir l'aménagement des équipements provisoires pour le stationnement des véhicules (vélos et voitures)
11. Prévoir l'aménagement des infrastructures pour les transports publics spéciaux (arrêts, panneaux clairs et complets de renseignement avec horaires)

Financement

Le financement dépend de la quantité et du type d'offres mises en place. Il provient généralement du budget de la commune organisatrice, de partenariats avec les compagnies de transports publics et de sponsors. Des associations locales (par exemple de cyclistes comme au Lombric Festival), des commerçants (par exemple un garagiste prêtant des minibus à gaz comme pour la Fête du Blé et du Pain à Echallens) ou des privés (par exemple les agriculteurs locaux qui se sont occupés des chars tirés par des chevaux) mettent souvent leurs services à disposition gratuitement, moyennant de petits avantages symboliques comme un billet d'entrée. Si l'événement est payant, une partie des coûts peut éventuellement être reportée sur le prix du billet.

Marketing

Pour encourager au report modal et pour que les différentes offres mises en place soient utilisées, il est indispensable de diffuser largement l'information. Le visiteur doit connaître à l'avance les différentes possibilités pour se rendre sur le lieu de l'événement et les avantages. Pour cela, les renseignements doivent être facilement accessibles et un argumentaire peut être publié sur le site Internet et les flyers. Dans l'idéal, la présentation des offres doit se faire en même temps que la promotion de l'événement, puis comme rappel juste avant le début. Tous les moyens de communication doivent être utilisés (flyers, affiches, site Internet de l'événement, presse écrite, radio). Des phrases types comme : «Les visiteurs sont encouragés à se rendre sur place en transports publics», «Privilégiez les transports publics», «Profitez du réseau de transports en commun mis en place spécialement pour l'occasion» ou « Le covoiturage est soutenu pour les visiteurs qui ne peuvent pas utiliser les transports en commun» peuvent être utilisées sur les différents supports de promotion. Il est également utile de demander aux compagnies de transports ainsi qu'aux partenaires médias (presse, TV, radio) de diffuser l'information de leur côté.

Informations complémentaires

Autres liens :

- www.echallens2018.ch
- www.lombric.ch
- www.railaway.ch

Documentation :

- P. Bovy, F. Potier, C. Liaudat, *Les grandes manifestations: planification, gestion des mobilités et impacts*, mars 2003, MDT - EPFL, Paris - Lausanne (résumé en allemand)

Demandez conseil auprès des représentants de Mobilservice PRATIQUE de votre canton.

Responsable de l'élaboration de ce cas pratique:

Canton de Vaud
Service de la Mobilité
Avenue de l'Université 5
1014 Lausanne
info.sm@vd.ch

GALERIE D'IMAGES

Mobilservice
Hirschengraben 2
CH-3011 Berne

Secrétariat
T +41 31 311 93 63
info@mobilservice.ch

Rédaction
T +41 22 809 02 59
redaction@mobilservice.ch