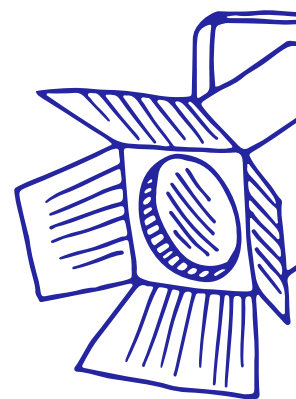
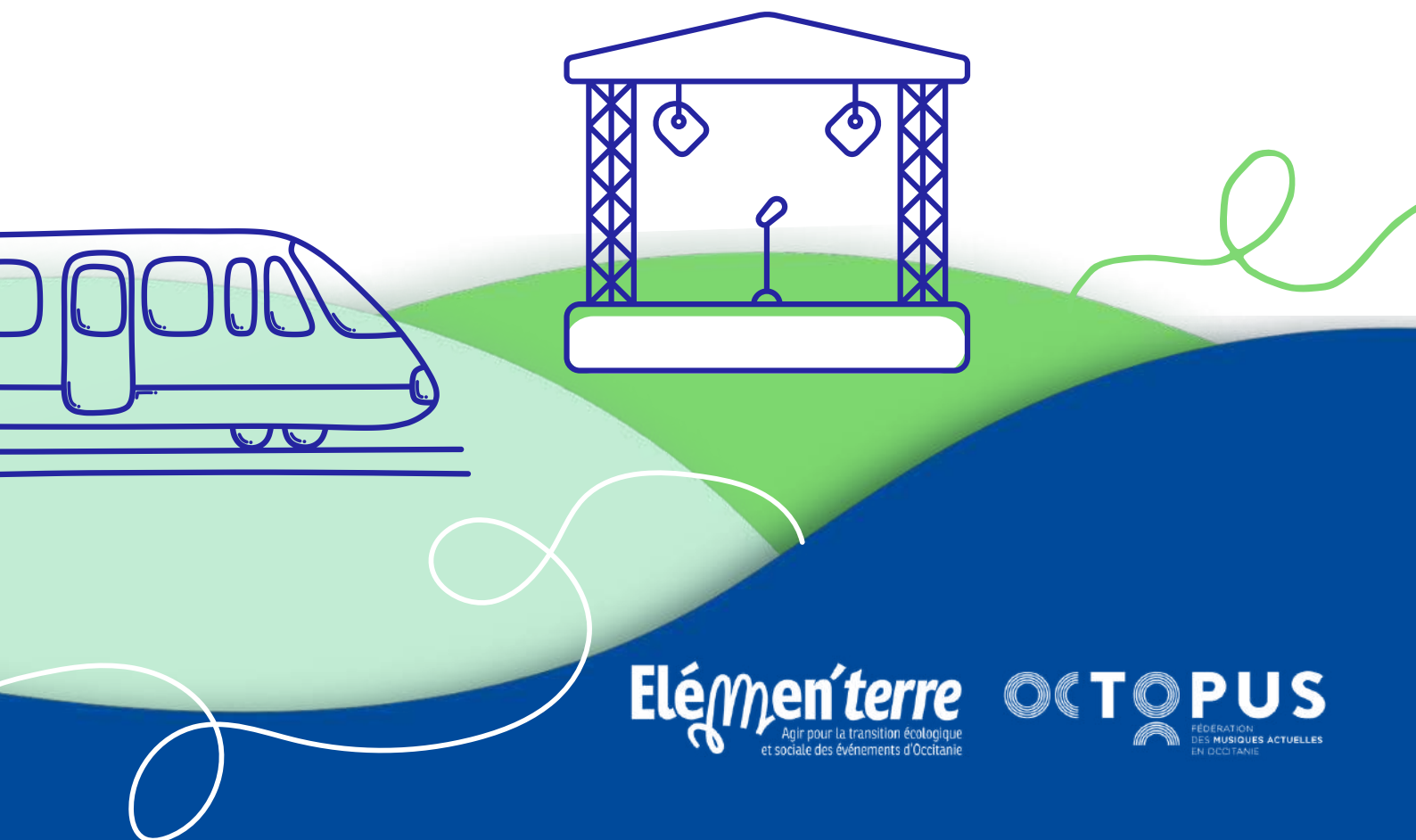


ÉLÉMEN'TERRE ET OCTOPUS PRÉSENTENT :



# FICHE PRATIQUE

Mobilité culturelle durable :  
comment favoriser l'utilisation  
des transports publics ?



**Elément'erre**  
Agir pour la transition écologique  
et sociale des événements d'Occitanie

**OCTOPUS**  
FÉDÉRATION  
DES MUSIQUES ACTUELLES  
EN OCCITANIE

# SOMMAIRE

**1 - Vous démarrez votre réflexion pour la mise en place d'une démarche de mobilité durable sur votre événement ?** p.3

**2 - Vous voulez renforcer vos actions de mobilité durable ?** p.4

Réalisez une enquête sur la mobilité des publics p.4

Valorisez l'existant p.5

Envisagez des partenariats avec votre AOM locale p.7

**3 - Vous souhaitez monter un partenariat avec la Région Occitanie (trains et cars liO) ?** p.9

Niveau 1 : Intégration du widget liO p.9

Niveau 2 : Partenariat autour de la communication p.10

Niveau 3 : Partenariats avec les transports liO (cars et trains) p.11

Niveau 4 : Mise en place d'un train événementiel p.12

# 1

## Vous démarrez votre réflexion pour la mise en place d'une démarche de mobilité durable sur votre événement ?

### Très bonne initiative !

La mobilité des publics est l'impact carbone principal des festivals, des événements culturels mais aussi sportifs, selon plusieurs études.

En effet, elle représente entre 50 et 80 % de l'impact carbone global, et ce en grande partie en raison de l'utilisation largement majoritaire de la voiture, pour des raisons de praticité, en l'absence d'autres possibilités, ainsi qu'en raison de la rapidité qu'elle offre.

Dès lors, il existe plusieurs alternatives pour inciter ses publics et équipes à se déplacer autrement :

- Favoriser et encourager l'utilisation du **vélo**
- Favoriser et encourager la pratique du **covoiturage**, qui est déjà présente sur les événements, mais peut être renforcée
- Proposer des voyages en **navette**
- Favoriser et encourager l'utilisation des **transports en commun**
- Communiquer, **sensibiliser** sur les impacts des mobilités.



Pour entrer dans le détail de toutes les actions que vous pouvez envisager, nous vous recommandons les [nombreuses ressources](#) produites dans le cadre du projet national [Festivals en mouvement](#), porté par le collectif R2D2. Vous y trouverez des idées, des outils mais aussi des retours d'expériences !

Nous vous proposons avec cette fiche de faire un focus sur les transports publics, afin de comprendre leur organisation, et découvrir les leviers d'actions possibles selon votre contexte actuel.

# 2

## Vous voulez renforcer vos actions de mobilité durable ?

### A. Réalisez une enquête sur la mobilité des publics

L'objectif est de collecter des informations pour identifier :

- l'origine géographique de vos publics
- les modes de transports utilisés selon les types de publics
- les leviers d'incitation et les freins qui poussent à choisir une solution de mobilité plutôt qu'une autre

Et in fine, proposer une **offre de mobilité durable adaptée**.

Cette enquête vous permettra de **confirmer, ou non, la nécessité de la mise en place d'actions spéciales** sur un axe particulier. Exemples :

- Est-ce que j'ai un public suffisant qui se déplace sur l'axe visé ?
- Est-ce qu'il serait intéressé par la mise en place d'une navette ?
- Est-ce qu'il reste dormir sur place ?...

Il peut être intéressant également de s'interroger sur **l'intérêt des offres de mobilité pour faire venir de nouveaux publics** :

- Est-ce qu'il y aurait un potentiel à faire venir des publics de tel territoire, s'il était desservi par une offre de transport collectif ?
- Une communication poussée sur les transports en commun permettrait-elle d'attirer ces publics qui ne peuvent se déplacer autrement ?



#### RESSOURCE

Fiche pratique [Comment mener une enquête sur la mobilité des publics ?](#)

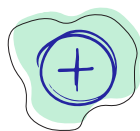
### B. Valorisez l'existant

En tant qu'institution publique, **la Région Occitanie n'a pas vocation à mettre en place un service de transport pour des initiatives privées.**

C'est pourquoi il est primordial de travailler à partir des offres déjà existantes.

Avant toute chose :

- Étudiez la possibilité d'**adapter l'horaire de votre événement à ceux des transports existants**, notamment pour les retours (en prévoyant une marge entre la fin du spectacle et le départ du transport).
- Pour les fins d'événement tardives :
  - **proposez un lieu d'hébergement** calme et sécurisé, pour que les publics puissent utiliser les transports en communs existants la journée (exemple : proposer un camping),
  - **renforcez vos efforts de communication et de sensibilisation au covoiturage**, en mettant en place un dispositif de sécurité (éthylotests, équipes prévention...).
- **Renforcez votre communication sur les moyens de transports existants** : la communication est un point très important dans le succès de vos actions de mobilité durable. Les informations doivent être facilement accessibles, très claires et précises, afin de réduire la charge mentale des publics pour l'organisation de leurs trajets.



### LES PETIT +

#### COMMUNIQUER SUR LES OFFRES DE MOBILITÉ :

Nous vous conseillons d'informer précisément vos publics sur plusieurs aspects :

- la **fréquence** des transports en commun s'il y en a
- l'**itinéraire** entre la gare ou station de bus et l'événement
- l'assurance (ou non) d'un **retour**
- la **sécurité** et l'**inclusion**, notamment pour les femmes et minorités de genre (éclairage sur le trajet, équipe d'accueil)
- l'**accessibilité** des modes de transport
- un avantage « **bonus** » : une équipe d'accueil, la programmation spéciale d'artistes sur le trajet...
- le **prix des transports** : de nombreuses offres permettent des déplacements économiques, notamment concernant les transports de la Région Occitanie (voir [page des tarifs sur le site liO](#))
  - trains à 1€
  - réductions pour les groupes
  - dispositif "+=" : réduction pour les voyageurs fréquents
  - tarifs réduits pour les jeunes / minimas sociaux



### RESSOURCES

- Fiche pratique [Améliorer la communication et la sensibilisation sur les mobilités durables](#)
- Fiche pratique [Construire sa page web « Comment venir au festival »](#)
- [Une campagne de communication à télécharger](#) et utiliser librement pour sensibiliser vos publics et équipes à la mobilité durable.

## C. Envisagez des partenariats avec votre AOM locale

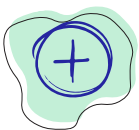
### Qu'est qu'une AOM ?

L'Autorité Organisatrice de la Mobilité est chargée d'organiser la mobilité sur son territoire en fonction des besoins locaux. Le rôle de l'AOM s'applique sur un territoire donné (le ressort territorial) et concerne des compétences prévues par la loi aux articles L. 1231-1 et suivants du code des transports.

Sont AOM locales les métropoles, les communautés urbaines, les communautés d'agglomération et, si leurs communes membres leur ont transféré la compétence mobilité avant le 1<sup>er</sup> juillet 2021, les communautés de communes. À défaut de ce transfert, la région est AOM locale par substitution de ces dernières sur leur ressort territorial.

**À noter : La Région Occitanie est l'AOM sur plus de 80 % du territoire**, ce qui n'est pas le cas dans toutes les régions (ex : 12 % dans les Hauts-de-France, 28 % en Région Sud). En effet, en 2019 la loi LOM a appelé les Communautés de communes à prendre la compétence mobilité afin que tous les territoires soient couverts par une AOM locale. À défaut, la Région, déjà AOM régionale, est devenue AOM locale dans de nombreux territoires en Occitanie.

Si vous avez déjà mené une enquête sur la mobilité de vos publics et valorisé l'existant, demandez-vous s'il vous semble intéressant d'aller plus loin **en contactant l'autorité organisatrice de la mobilité (AOM) de votre territoire.**



### LES PETIT +

#### COMMENT SAVOIR QUELLE EST VOTRE AOM LOCALE ?

- Consulter [l'annuaire du CEREMA](#).
  - cliquez sur l'onglet AOM
  - renseignez le territoire de recherche (ex : Je cherche quelle est l'autorité de transport à Auch, je tape Auch, je clique sur « rechercher » > je vois que l'AOM locale est la Communauté d'Agglo Grand Auch Cœur de Gascogne).
- Voir la [carte des AOM](#) en Occitanie.



**RESSOURCE :** Fiche pratique sur [l'organisation des mobilités](#), créée par le COFEES.

⚠ Il est important en préalable d'**avoir réalisé une enquête sur la mobilité de vos publics**, ce sera un atout indispensable dans vos échanges avec l'AOM pour justifier la mise en place d'un partenariat.

### **La clé = le dialogue !**

Souvent, les acteurs de la mobilité et ceux de la culture ont beaucoup de choses à découvrir sur les possibilités, les contraintes, les projets et les intentions de chaque partie.

Tout commence par une discussion ouverte et une écoute de ce qui est déjà proposé et entrepris par chacun-e.

### **Partenariats possibles :**

- **communication mutuelle** sur les offres respectives (promotion des services de transport côté structure culturelle et affichage de l'événement dans les transports)
- l'intégration d'**outils numériques** pratiques (calculateur d'itinéraire, appli de transports...) dans la communication web de son événement
- création de **trajets spéciaux** (déviation exceptionnelle)
- prolongation des **horaires de desserte**
- mise en place de **navettes** spécialement pour l'événement.

### **Vous êtes en milieu urbain :**

Vous pouvez contacter le service mobilités de votre commune ou de votre intercommunalité. Ce service gère les transports urbains (bus, métro, tramway) soit en direct (en régie), soit en confiant la gestion à un tiers.

### **Exemples :**

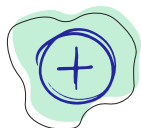
- À Toulouse, le réseau de transports en commun Tisséo communique sur des événements partenaires dans le métro et met en place certains partenariats de retours tardifs en bus, comme avec le festival Méditerranée'O à Portet-sur-Garonne.
- À Sète, la Communauté d'agglomération Sète Agglopôle Méditerranée met en place des lignes de bus et de navettes maritimes spéciales pour certains concerts ou festivals, et dévie parfois ses itinéraires de bus.

### **Vous êtes en milieu rural :**

S'il y a une AOM locale, contactez-la pour des renseignements et/ou des propositions de partenariats.

Exemples :

- À Vic-Fezensac (32), le festival Tempo Latino est en partenariat avec la Communauté de communes d'Artagnan-Fezensac depuis plus de 10 ans pour proposer des navettes partant de plusieurs villes desservies par des trains (Mont-de-Marsan, Agen, Toulouse) ainsi que des retours en "navetitas", petites navettes permettant aux festivalier·ères qui logent dans les villages alentours d'être ramenés·es.
- À Montaren-et-Saint-Médiers (30), pour la Fête du Pois Chiche, la mairie et la communauté de communes financent la mise en place de plusieurs navettes desservant les communes alentours.



### **LES PETIT +**

#### **COUPLAGE TRANSPORT PUBLIC / NAVETTE PRIVÉE :**

Étudiez la possibilité de passer par une société de transports en commun spécialisée dans la mise en place de navettes événementielles et envisagez un modèle économique pour les financer (par exemple, en rendant le parking payant, les recettes permettant de financer les navettes).

Ces navettes pourront compléter une offre de train existante, pour aller de la gare au lieu de l'événement par exemple.



### **RESSOURCES :**

- Fiche pratique sur [Mettre en place des navettes pour acheminer ses publics](#), créée par R2D2
- Fiche [Retour d'expérience sur la mise en place de navettes et navetitas par le festival Tempo Latino](#), créée par Elément'erre

**⚠ Que ce soit en milieu rural ou urbain, aucune option n'est valable partout et dans tous les contextes, il s'agira à chaque fois de cas particuliers, gérés au cas par cas par les services mobilités.**

# 3

## **Vous souhaitez monter un partenariat avec la Région Occitanie (trains et cars liO) ?**

**4 niveaux de partenariat sont envisageables :**

- Niveau 1 : intégration du widget liO
- Niveau 2 : partenariat sur la communication
- Niveau 3 : partenariats avec les transports liO (cars et trains)
- Niveau 4 : mise en place d'un train événementiel

### **Niveau 1 : Intégration du widget liO**

L'organisateur·ice peut :

- appliquer une réduction sur le billet d'entrée sur simple présentation d'un titre d'un transport liO (train ou car),
- intégrer le [widget/calculateur d'itinéraires liO](#) sur son site internet. Ce module contient les données de tous les réseaux de la région (trains, car, bus urbains, métro, tram...). Il est personnalisable pour répondre au mieux aux besoins de vos publics : ajout d'un point de départ ou d'une destination, affichage des itinéraires, des horaires ou des info trafic,
- utiliser le kit de communication liO fourni.

### **Niveau 2 : Partenariat autour de la communication**

**Contactez le service mobilité de la Région pour mettre en place un partenariat autour de la communication.**

Dans certains cas, la Région Occitanie et son opérateur SNCF Voyageurs peuvent :

- faire apparaître votre événement sur leurs sites internet (pages [idées de sortie](#) de la Région et/ou [bons plans](#) de la SNCF),
- intégrer votre événement sur le calculateur d'itinéraire et l'application mobile liO Occitanie,
- intégrer votre événement sur le site du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs.

**Pour devenir partenaire du réseau liO, rendez-vous sur [cette page](#).**

## Niveau 3 : Partenariats avec les transports liO (cars et trains)

### Cars régionaux (liO)

Contactez les [Maisons de Ma Région](#) pour faire une demande exceptionnelle d'ajout d'horaires de car. Il est possible qu'il y ait un refus, car les transports régionaux n'ont pas pour vocation de remplir des intérêts privés. Il peut y avoir une réponse positive si l'événement répond à **plusieurs critères faisant de son accessibilité un enjeu régional** (ex : forte affluence, aucun transport public existant sur le territoire, destination présentant un intérêt touristique, durée de l'événement, provenance du public, etc). **Chaque demande est étudiée au cas par cas**, et dépendra également d'un engagement en termes de **communication du côté de l'organisation** (via le kit de communication liO).

### Trains régionaux

Nous vous recommandons de **vous interroger sur la provenance de vos publics**, dans un premier temps via votre billetterie, puis en menant une **enquête de mobilité de vos publics** (voir l'encart dédié).

Si vous constatez qu'une part importante de votre public provient d'un territoire non desservi par une offre de train pour le retour, et que ce public ne dort pas sur place, **parlez-en aux chargés de clientèle de la SNCF Voyageurs** : leurs missions consistent à mettre en avant les offres et services liO train Occitanie à l'externe (vers les entreprises, collectivités, scolaires), à faire du développement commercial, et à promouvoir le tourisme via la mise en place de partenariats **ayant un potentiel touristique ou sur des événements régionaux importants** (ex : FISE Montpellier, Escale à Sète, les Feux de Collioure, etc).

### Des questions sur la mobilité, qui contacter ?

Nous vous recommandons de contacter les [Maisons de Ma Région](#).

Présentes **dans tous les départements**, ces structures sont la **porte d'entrée de tous les services de la Région Occitanie** aux habitants, associations, entreprises et collectivités territoriale.

Elles pourront :

- vous renseigner sur les itinéraires et horaires des cars liO,
- vous aider à éditer une fiche en sélectionnant les horaires précis des lignes concernées par votre événement.

## Niveau 4 : Mise en place d'un train événementiel

Comme le rappelle le COFEES dans son « [Guide pour déployer une offre de transport collectif pour ses publics](#) », **le train n'est et ne sera pas la solution partout**. La solution repose sur un **mix de plusieurs types de mobilité** dont certaines existent déjà (marche, vélo, covoiturage, bus) et d'autres sont en train d'émerger (les véhicules intermédiaires par exemple).

« 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 mise en place d'un train événementiel nécessite donc ces ingrédients, ainsi que du temps.

Si vous souhaitez vous lancer, construisez votre proposition en vous posant ces questions :

- cette nouvelle offre concernerait-elle un public plus large que celui de mon événement ?
- est-ce que mon enquête de mobilité des publics confirme ce besoin ?
- suis-je en capacité d'adapter les horaires de mon événement si besoin ?
- puis-je accorder du temps à cette expérimentation, ou des moyens financiers pour être accompagné par un-e éco-conseiller-ère ?

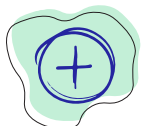
Vous pouvez ensuite contacter les **chargé-es de clientèle SNCF Voyageurs**, qui présenteront le projet au service Infrastructures, transports et mobilités de la Région Occitanie.

- **Avant** : s'il est validé, les autres services de la SNCF concernés se mettront en lien pour coordonner l'opération, des échanges réguliers auront lieu avec vous et entre les parties prenantes, un plan de communication sera élaboré.
- **Pendant** : le jour J, les chargé-es de clientèle accompagneront le train (accueil des client-es, interactions avec les partenaires) et mèneront une enquête auprès des passager-ères.
- **Après** : puis elles analyseront les réponses au questionnaire afin de comprendre comment les passager-ères ont été informé-es de ce train, de connaître leur niveau de satisfaction, etc. Elles rédigeront un retour d'expérience qui sera partagé avec les parties prenantes pour améliorer le dispositif.



### RESSOURCES

- **Fiche retour d'expérience ["Une nouvelle offre de train nocturne estival de Sète à Montpellier lors du festival Fiest'à Sète"](#)**, rédigée par Agnès Gerbe et David Irle, éco-conseiller-es
- [Diaporama](#) présenté par la Région lors de la journée professionnelle organisée à Sète le 9 octobre 2025 (pages 17 à 40)



## LES PETIT +

### COUPLAGE BILLETTERIES ÉVÉNEMENT/TRANSPORT :

Pour avoir encore plus de chances de toucher vos publics, vous pouvez proposer des solutions de transport dès l'achat d'un billet pour votre spectacle/festival. Par exemple, la solution de **billetterie Festik** permet de renvoyer directement vers une page de covoiturage ou de réservation de transport.

En revanche, la mise en place d'une billetterie couplée avec celle d'un transport public est encore complexe aujourd'hui, essentiellement pour des raisons techniques. Des entreprises spécialisées proposent néanmoins ce service, qui n'est pas encore compatible partout.



### EXPÉRIMENTATIONS DE MOBILITÉ CULTURELLE QUI ONT ÉTÉ MENÉES EN LIEN AVEC LA RÉGION OCCITANIE :

- Transport d'intérêt local (TIL) culturel : partenariat entre la Région et les Communautés de communes du Plateau de Lannemezan, Aire-Louron et Neste-Barousse (65) pour un service de transport culturel depuis des territoires ruraux vers Le Parvis - scène nationale de Tarbes,
- Faire du trajet un spectacle sur la ligne Méditerranée Cévennes Causses : « train de la musique occitane » avec concert acoustique dans le cadre de la quinzaine des langues « Parlem ! »,
- Animations et lectures de paysages à l'occasion des 30 ans du PNR des Grands Causses.

## Elémen'terre et la Fédération Octopus remercient chaleureusement :

- l'ensemble des institutions et collectivités qui ont soutenu ce chantier mobilité ;



- les partenaires avec qui nous avons organisé la rencontre professionnelle "Transition écologique des festivals, et maintenant ?" le 9 octobre 2025 à Sète ;



- tous les festivals et salles de concert qui ont participé au chantier Mobilité culturelle durable depuis 2022 ;
- les éco-conseiller-es David Irle du Bureau des acclimations et Agnès Gerbe pour l'expertise déployée.

Comme vous l'avez vu, selon votre contexte **de multiples pistes peuvent être creusées.**

Nous espérons que cette fiche vous sera utile et vous permettra d'y voir plus clair !

Pour plus de renseignements et être accompagnés-es dans vos orientations, n'hésitez pas à contacter Elémen'terre :

[accompagnement\[@\]elemen-terre.org](mailto:accompagnement[@]elemen-terre.org)