



—
**LA MOBILITÉ
DOUCE**
—

— ENVIRONNEMENT —



INTRODUCTION

Quand on évoque la **mobilité douce**, on désigne l'ensemble des modes de déplacements non motorisés comme la marche à pied, le vélo, la trottinette et tous les moyens de transport respectueux de l'environnement.

Le développement de la mobilité douce est synonyme de nombreux avantages à une époque où le **secteur du transport** (aviation comprise) est le **premier émetteur de gaz à effet de serre** en Europe¹ et en Belgique. Au sein de l'Union européenne, les émissions de gaz à effet de serre ont diminué dans tous les secteurs sauf celui des transports qui, en trente ans, a vu une croissance de près de 33%². En Belgique, le seul secteur des transports a émis près de 26 millions de tonnes de CO2 en 2019³.

Mais l'on constate que la mobilité douce est de plus en plus appréciée et considérée. Il suffit de pointer le bout de son nez dehors pour apercevoir une flopée de vélos en sortie. Grand gagnant du confinement et vedette de la mobilité, **le vélo plaît de plus en plus !**

De manière plus globale, la mobilité douce joue un **rôle essentiel** dans la lutte contre l'émission de polluants atmosphériques, l'engorgement du trafic ou la dégradation des paysages.

Elle est aussi beaucoup **moins coûteuse** pour les particuliers (coût et entretien d'un véhicule privé) comme pour la collectivité (infrastructures, maintenance,...). Et elle permet une activité physique régulière ! Il est prouvé qu'elle est **bénéfique tant pour la santé physique que mentale** : une étude allemande a démontré que chaque kilomètre parcouru à vélo équivaut à 0,45 dollar économisé pour le système de santé⁴.

¹ <https://www.toutteleurope.eu/environnement/les-emissions-de-gaz-a-effet-de-serre-dans-lunion-europeenne/>

² *Ibid.*

³ <https://access-i.be/les-differentes-categoriees-de-personnes-a-besoins-specifiques>

⁴ <https://www.lalibre.be/belgique/mobilite/2021/09/19/cest-prouve-les-embouteillages-sont-generateurs-de-mal-etre-ORPNJ3BTEJF4D-FAJVIHLN6GFLU/>

Les avantages de la mobilité douce sur votre événement

En tant qu'organisateur d'événement, il est possible d'encourager et faciliter la mobilité douce de manière positive et d'en tirer plein d'avantages.

Encourager les participants à utiliser des modes de transport alternatifs, c'est avant tout **accroître le potentiel de votre événement !**

- Vous permettez à plus de visiteurs d'accéder à l'événement et donc générez potentiellement des **revenus supplémentaires**.
- Vous faites des **économies en termes d'infrastructures** car cela permet de prévoir moins de places de parking ou simplement éviter de devoir louer ou en faire construire davantage.
- Vous **améliorez le confort** des participants en leur évitant des embouteillages et le chaos aux abords du site. Ils garderont ainsi un **souvenir positif** de leur arrivée et de leur départ de l'événement.
- Dans le cadre d'événements, *les déplacements peuvent représenter plus de 90% des émissions de gaz à effet de serre*⁵. Dès lors, développer une mobilité douce et alternative pour votre événement c'est contribuer à diminuer son empreinte écologique, tout en **améliorant l'image de votre événement !**

Cette fiche a pour objectif de mettre en avant les **différentes actions concrètes** que vous pouvez mettre en place, en fonction des objectifs que vous fixez avec votre équipe, pour inscrire votre événement dans une **démarche de mobilité douce**.

⁵ https://www.lecollectifdesfestivals.org/collectif/wp-content/files/Fiche_Transports.pdf

MODE D'EMPLOI

1. Diagnostic et état des lieux

Inscrire son événement dans une démarche de mobilité douce ne se fera pas en une fois, il faut y aller étape par étape. Chaque petite initiative compte !

Le plus simple pour commencer est de faire un **état des lieux de ce qui existe déjà**. Vous aurez ainsi une bonne base pour définir vos objectifs et construire votre plan de mobilité douce.

Voici comment vous y prendre en cinq étapes :

Première étape. Posez-vous la question des **besoins en matière de déplacements** pour accéder à l'événement que vous organisez.

- Le **nombre de visiteurs et leur provenance** (par exemple si un événement est organisé en centre-ville, les participants viennent-ils de la ville ou de l'extérieur? En fonction des inscriptions ou de la réalisation d'enquêtes il est possible d'établir des profils types des visiteurs d'un événement).
- Le **mode de déplacement privilégié** par les visiteurs potentiels. Cela permet d'établir le nombre de véhicules et donc anticiper les possibles alternatives à proposer.
- Les **pics d'arrivée et de départ**. Si votre événement se déroule sur plusieurs jours, les arrivées seront peut-être plus morcelées. À l'inverse, s'il débute à une heure spécifique, la question de l'engorgement est à prendre en compte. Dans les deux cas, la prise en compte des horaires et des capacités de transports en commun est importante.
- La **fréquence de l'événement**. S'il s'agit d'occurrences hebdomadaires ou annuelles par exemple, les mesures à mettre en place (signalisation, partenariats avec les autorités et les structures de transports en commun, etc.) seront différentes.

Seconde étape. Après votre analyse des besoins et avant de définir les nouveaux objectifs, il vous faut faire le point sur l'**offre des transports existants**. Donc toutes les options que vous avez déjà mises en place pour accéder au site de l'événement que vous organisez.

- L'accès en voiture. Quelle offre de parking existe sur le site de l'événement ou à proximité (avec quels horaires et quels coûts) ? Quel impact sur la circulation aux pics d'arrivée et de départ? Quel impact sur l'environnement (cfr la quatrième étape)? Quels sont les itinéraires privilégiés par les navetteurs?
- L'accès en transports en commun. Quelle est l'accessibilité en transports en commun en fonction de la localisation de l'événement (environnement urbain ou rural). Quels sont les horaires des lignes pertinentes pour l'événement? Quels flux de personnes, quelles capacités, ces lignes peuvent-elles supporter? Quelle est la signalétique existante ?
- L'accès en vélo (et autres modes de transport alternatifs comme la trottinette ou la marche à pied). Quels sont les itinéraires existants et quelle est la qualité de ceux-ci (route, rue

cyclable, piste cyclable) ? Quelle est l'offre de parking vélo ?

● Il convient enfin de se poser la question de la part réservée actuellement à chaque mode de transport (dans le cas d'un événement récurrent). Quel est le pourcentage/la part de participants qui privilégient la voiture, les transports en commun ou la mobilité douce ?

Troisième étape, posez-vous la question des **mesures existantes** (ou non) pour encourager une mobilité plus douce. Ou, a contrario, celles qui empêchent les visiteurs de votre événement de privilégier les modes transport alternatifs.

Par exemple :

- Quelles sont les mesures qu'avons-nous déjà mises en place ?
- Quels partenariats existent déjà ?
- Quelle communication (horaires, lignes pertinentes etc) est déjà mise en place ?

Quatrième étape. Vous est-il possible de chiffrer l'**impact environnemental** des différents modes de transport utilisés ?

En fonction des modes de transport privilégiés par les visiteurs, de l'accessibilité du site et des efforts déjà consentis, est-il concevable de chiffrer l'impact environnemental des déplacements et de la mobilité vers et autour de votre événement ? Le cas échéant, ce chiffre pourra servir de base pour établir des nouveaux objectifs et une nouvelle cible chiffrée cohérente par exemple.

Pour aller plus loin : Pour établir un vrai rapport détaillé et un bilan carbone de la mobilité sur votre événement, vous pouvez toujours faire appel à des cabinets de consultance spécialisés en la matière tels que [Climact](#), [CO2Logic](#) ou [CO2Strategy](#) en Belgique. De plus, vous pouvez aussi bénéficier de conseils gratuits de la part d'organismes comme [Bruxelles Environnement](#), le [SPW](#) compétent ou l'[Union Wallonne des Entreprises](#) par exemple.

Cinquième étape. Il s'agit de résumer la situation et de vous fournir une vue d'ensemble de la mobilité autour de l'événement, est de réaliser une **analyse SWOT** (strengths, weaknesses, opportunities, threats - **forces, faiblesses, opportunités, menaces**).

Cette dernière étape de l'état des lieux est un bon moyen de prendre du recul afin de définir les futurs objectifs pour encourager la mobilité douce autour de l'événement.

2. Objectifs

Votre état des lieux terminé, vous bénéficiez maintenant d'une vision claire de la situation. Vous pouvez donc vous pencher sur les objectifs que vous souhaitez définir en matière de mobilité douce pour ensuite les transformer en actions concrètes.

Différentes méthodologies peuvent être employées :

- Vous pouvez établir un objectif de résultat en partant d'un chiffre par exemple : Diminuer de X% le nombre de visiteurs venant en voiture, augmenter de X% la part de mobilité douce de l'événement, comptabiliser autant de vélos lors de l'événement, réduire l'empreinte carbone de l'événement de X etc.
- Ou alors vous fixer un objectif de moyens en développant votre communication ou votre engagement par exemple : axer sa communication sur la mobilité douce, faire des offres spécifiques pour les visiteurs venant en transports en commun ou en vélo, mieux développer la signalétique liée aux transports en commun, encourager le co-voiturage, etc.

S'il est évident que plusieurs objectifs peuvent être combinés il y a différents éléments à prendre en compte afin d'en réaliser ne fût-ce qu'un. Nous vous recommandons donc de suivre le principe suivant : se focaliser sur un but à atteindre et s'améliorer à chaque nouvelle édition !

Chaque nouvel objectif de mobilité douce doit considérer les questions suivantes :

- Les moyens financiers et humains pour développer l'objectif en question. Quel département, membre de l'équipe, peut prendre cela en charge?
- Les partenaires (privés ou publics) avec lesquels collaborer pour atteindre l'objectif en question. A quelle organisation peut-on faire appel pour faciliter la réalisation de l'objectif ou l'améliorer ?
- La ou les méthode(s) d'évaluation de l'objectif. Définir un seuil de satisfaction. Comment déterminer s'il est atteint ou non ?
- Le délai réaliste pour implémenter le nouvel objectif.

Pour aller plus loin : Les étapes clés pour bien définir un objectif

1. Formulez un objectif clair et positif
2. Contextualisez l'objectif par rapport à votre événement
3. Vérifiez si l'objectif est réaliste
4. Déterminez si l'objectif est atteignable sans intervention extérieur sine qua non
5. Assurez-vous que l'objectif a un impact positif pour l'événement
6. Détaillez les ressources nécessaires à sa mise en place
7. Mettez votre premier objectif en lien avec un objectif plus important
8. Identifiez les actions à mettre en place pour l'atteindre (cfr point 3)

3. Actions et bonnes pratiques

Il y a deux catégories principales de mesures que vous pouvez mettre en place. Elles sont différentes mais complémentaires. Les **mesures encourageantes** (dites “carottes”) et les **mesures contraignantes** (dites «bâton»).

Il est évident que pour développer ou encourager un plan de mobilité douce dans le cadre d’un événement, il faut qu’il rencontre du **succès auprès de votre public** et de vos participants.

Par exemple : *Objectif Diminuer la part de visiteurs venant en voiture.*

Il faudra :

1. une réelle plus-value des alternatives proposées par rapport à l’utilisation de la voiture, du point de vue de la proximité, de la sécurité, du confort mais aussi des valeurs que votre événement promeut, etc.

2. décourager autant que possible l’usage de la voiture. Par exemple, en limitant le nombre de places de parking, en privilégiant des places de stationnement à distance, en rendant les parkings payants, etc.

Voici une petite technique pour vous simplifier la tâche : **Inversez la hiérarchie des transports dans votre plan de mobilité.** Beaucoup d’événements privilégient encore une hiérarchie allant dans le sens *Voiture - Transports en commun - Mobilité douce*. Que ce soit par la signalétique, par le plan de stationnement et le plan de circulation. Il vous suffit donc de réfléchir en sens inverse.

Enfin, avant de passer en revue quelques actions concrètes et bonnes pratiques, posez-vous la question du **financement**.

- Pour les événements “urbains” ou bien desservis par les transports en commun, les mesures à mettre en place sont généralement moins coûteuses et reviennent de manière globale à informer correctement le public sur l’accessibilité au site par les modes de déplacement durable, à organiser un plan de circulation qui facilite la mobilité douce, à prévoir des emplacements pour vélo, etc...
- Pour les événements “ruraux” ou moins bien desservis par les transports en commun, une bonne alternative peut être la mise en place de transports collectifs (navettes depuis une gare par exemple, mise à disposition de vélos partagés, etc..). Mais il est évident que cela représentera un certain coût et demandera donc de prévoir des mesures complémentaires pour anticiper de tels frais et s’assurer de l’utilisation de ces transports collectifs.
- Dans tous les cas, une partie des mesures à mettre en place peuvent éventuellement être prises en charge par des sponsors (pour les navettes par exemple) associant ainsi une image positive de la marque à l’événement ou des bénévoles pour les tâches d’organisation ou de stewards par exemple.

Liste⁶ de mesures concrètes et de bonnes pratiques pour encourager la mobilité douce

▸ Mesures “carottes” (encourageantes)

- Mettre en place un parking vélo sécurisé
- Proposer et organiser des départs groupés en vélos, à pied et à l'aide d'autres modes de transport alternatifs à partir de points fixes avec des itinéraires balisés
- Communiquer suffisamment et clairement sur les itinéraires cyclables et piétons
- Mettre en place une signalisation avec des QR codes permettant de suivre un trajet GPS
- Indiquer clairement les temps de trajets à pied ou en vélo depuis certains points nœuds essentiels
- Collaborer avec un service de vélo partagé ou trottinettes pour offrir les trajets vers l'événement à l'achat d'un ticket
- Valoriser les visiteurs qui sont venus à vélo (accueil spécial, boisson offerte,...)
- Mettre en place des compteurs de vélos et de modes de transport doux grâce à un partenaire
- Organiser des défis réseaux sociaux orientés mobilité douce (partage de photos, vidéos, etc...)
- Mettre en place un atelier de réparation de vélos lors de l'événement
- Collaborer avec les compagnies de transports en commun pour offrir les trajets vers l'événement
- Communiquer clairement sur les offres de transports en commun
- S'assurer qu'il y a une offre suffisante de transports en commun
- Assurer des navettes depuis les gares ou des places de villages alentour
- Encourager le covoiturage en offrant le parking pour les voitures remplies (quatre passagers ou plus)
- Mettre sur pied une plateforme claire et user friendly de covoiturage en amont de l'événement
- Organiser une communication claire sur l'impact de la voiture lors des événements
- Organiser le transport d'invités ou d'artistes pour qu'il soit le plus possible dans une démarche de mobilité douce
- etc.

▸ Mesures “bâton” (contraignantes)

- Rendre les parkings payants
- Renverser la hiérarchie des transports et mettre les parkings voitures après l'accueil des modes de transport alternatifs et les transports en commun
- Faire payer plus cher les visiteurs venus seuls en voiture
- Limiter le nombre de places de parking
- Interdire l'accès à certains véhicules trop polluants
- etc.

⁶ non exhaustive.

La mobilité douce ne concerne pas uniquement les participants de l'événement mais aussi les **artistes**, les **œuvres** et autres **prestataires**. Penser au transport des artistes et des exposants, des œuvres et des marchandises, c'est avoir une vision englobante et se positionner. Voici quelques pistes :

- refuser de prendre en charge les vols quand le trajet peut se faire en train
mutualiser le temps de résidence d'un artiste, d'exposition d'une œuvre, etc.
- regrouper et optimiser les livraisons et modes d'approvisionnement
- prévoir des logements à proximité des lieux d'événements
- etc.

Toutes ces mesures concrètes doivent être doublées d'une **sensibilisation** des parties prenantes grâce à une **communication positive, encourageante et stimulante**, en faisant valoir l'aspect collectif et solidaire de telles initiatives !

4. Partenaires

Faire appel à des **partenaires**, c'est se simplifier la tâche, bénéficier de conseils et concevoir de belles collaborations !

Que ce soient des **organismes publics**, des **entreprises privées** ou des **associations**, ce ne sont pas les ressources qui manquent pour être accompagnés ou recevoir des conseils pour atteindre vos objectifs.

• **Les associations de sensibilisation peuvent venir en aide en amont de l'événement ou le jour J pour sensibiliser aux problématiques et aux solutions de mobilité.**

→ Par exemple:

- [GRACQ](#)
- [Pro-Vélo \(Maison des cyclistes\)](#)
- [Bruxsel'Air](#)
- [Inter-Environnement Wallonie](#)
- [le BRAL](#)
- [1030/O](#)
- [Fietzersbond](#)
- [Extinction Rebellion Belgium](#)
- ...

Les organismes publics

- Pour recevoir des conseils
 - [Cellule Mobilité douce de l'UWE](#)
 - [Bruxelles Environnement](#)
 - [Bruxelles Mobilité](#)
 - [SPW Mobilité](#)
 - [SPF Mobilité](#)
 - [Mobiliteit Vlaanderen](#)
 - ...

- Pour aider le jour J en matière de circulation
 - **Services communaux, Police.**

Les compagnies de transports en commun pour développer des partenariats

- [SNCB/NMBS](#)
- [TEC](#)
- [de Lijn](#)
- [STIB/MIVB](#)

Les autres partenaires intéressants en matière de transports alternatifs et covoiturage

- [Villo!](#)
- [Carpool](#)
- [Blablacar](#)
- [Park & Ride](#)
- [Lime](#)
- [Dott](#)
- [Eco-compteur](#)

5. Évaluation et communication des résultats

Une fois votre événement terminé, il est important d'**évaluer les actions pour encourager la mobilité douce** que vous avez mis en place.

L'idéal est de reprendre le constat de départ (2. Diagnostic et état des lieux) et l'objectif (3. Objectif) déterminé et lister ce qui a fonctionné et ce qui a moins bien fonctionné. Cela vous permettra de tirer des conclusions sur les pratiques à réitérer dans le futur et celles à revoir ou même abandonner. L'idée est donc bien d'évaluer votre progression en matière de mobilité douce et d'évoquer les pistes pour pousser les objectifs définis encore plus loin à l'avenir.

La première question est donc : **Avons-nous atteint l'objectif fixé?** Et le cas échéant à quelle échelle (pourcentage de parts modales, diminution du nombre de visiteurs venus en voiture, émission de CO2, etc...) ?

Outre les chiffres, essentiels et très parlants en matière de mobilité douce, il est toujours intéressant d'avoir le point de vue du public et autres parties prenantes. Ainsi, un petit questionnaire à l'issue de l'événement peut être soumis à vos équipes et bénévoles, aux participants et prestataires :

🍷 **Comment sont perçues les mesures mises en place ?**

- Par notre public
- Par nos partenaires
- Par nos équipes

🍷 **Quelles ont été les difficultés rencontrées en matière de mobilité ?**

- Par notre public
- Par nos partenaires
- Par nos équipes

🍷 **Quelles suggestions est-ce que les différentes parties prenantes peuvent émettre en matière de mobilité douce pour les futures itérations de l'événement?**

Utiliser les résultats des évaluations pour communiquer sur le succès des nouvelles initiatives est essentiel ! La communication sur les avancées en matière de mobilité douce doit se faire de manière constructive :

- 🍷 mettre en valeur l'effort collectif réalisé
- 🍷 signaler les retombées positives
- 🍷 encourager à continuer et à s'améliorer

Enfin, **les changements systémiques en matière de mobilité ne se font pas du jour au lendemain et certaines mesures peuvent mettre du temps à produire des effets.** *“Le bouche à oreille, la communication répétée, la reconduction et le renforcement des mesures, font que progressivement, d'année en année, davantage de participants optent pour des modes de déplacement plus durables.”*

6. Ressources utiles

Les documents suivants permettent d'aller encore plus loin et dans le détail concernant la mise en place d'un plan de mobilité douce pour votre événement, n'hésitez pas à les consulter :

- 🍷 Le document pour [“améliorer l'accès aux grands événements”](#) de Bruxelles Environnement
- 🍷 La fiche [“transports”](#) du Collectif des Festivals
- 🍷 La fiche [“transports”](#) du COFEES (Collectif des Festivals Eco-responsables et solidaires en PACA)
- 🍷 La fiche [sensibiliser à la mobilité](#) du Guide événement écocitoyen
- 🍷 Le [“guide pour rendre ton événement plus ecocitoyen”](#)
- 🍷 [Les fiches action pour la mobilité de votre entreprise de la cellule mobilité de l'UWE](#)
- 🍷 [Les cas pratiques de Eco-compteur](#)

⁷https://document.environnement.brussels/opac_css/elecfile/Guide_Prof_Mobilite_evenement_FR.PDF, p. 10.