



Normandie
Musiques
Actuelles
- NORMA -



Elément'erre
Association pour des pratiques éco-responsables
sur les événements en Occitanie



Février 2024

Enquête sur la mobilité des publics et équipes de festival



SCOP SARL Sociotopie

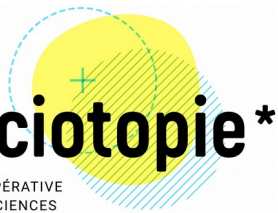
Coopérative de Sciences Humaines et Sociales Appliquées
121 rue de Chanzy, 59 260 Lille
N° SIRET : 909 814 147 000 15

Mandataire : Sociotopie

Adresse : 121 rue de Chanzy, 59 260 Lille

Contact : 03.20.47.13.63

Personnes référentes : Margot Jankowski (margot.jankowski@sociotopie.fr), Matiline Paulet (matiline.paulet@sociotopie.fr), Lucas Blaya (lucas@norma-asso.fr), Anne-Laure Chabat (annelaure.chabat@haute-fidelite.org), Marine Costecalde (marine.costecalde@le-rim.org), Rudy Guilhem-Ducléon (rudy.gd@lecollectifdesfestivals.org), Véronique Fermé (v.ferme@cofees.fr), Marion Ser (accompagnement@elemen-terre.org), Elodie Wable (elodie@lepole.asso.fr)



COOPÉRATIVE
DE SCIENCES
HUMAINES ET SOCIALES
APPLIQUÉES

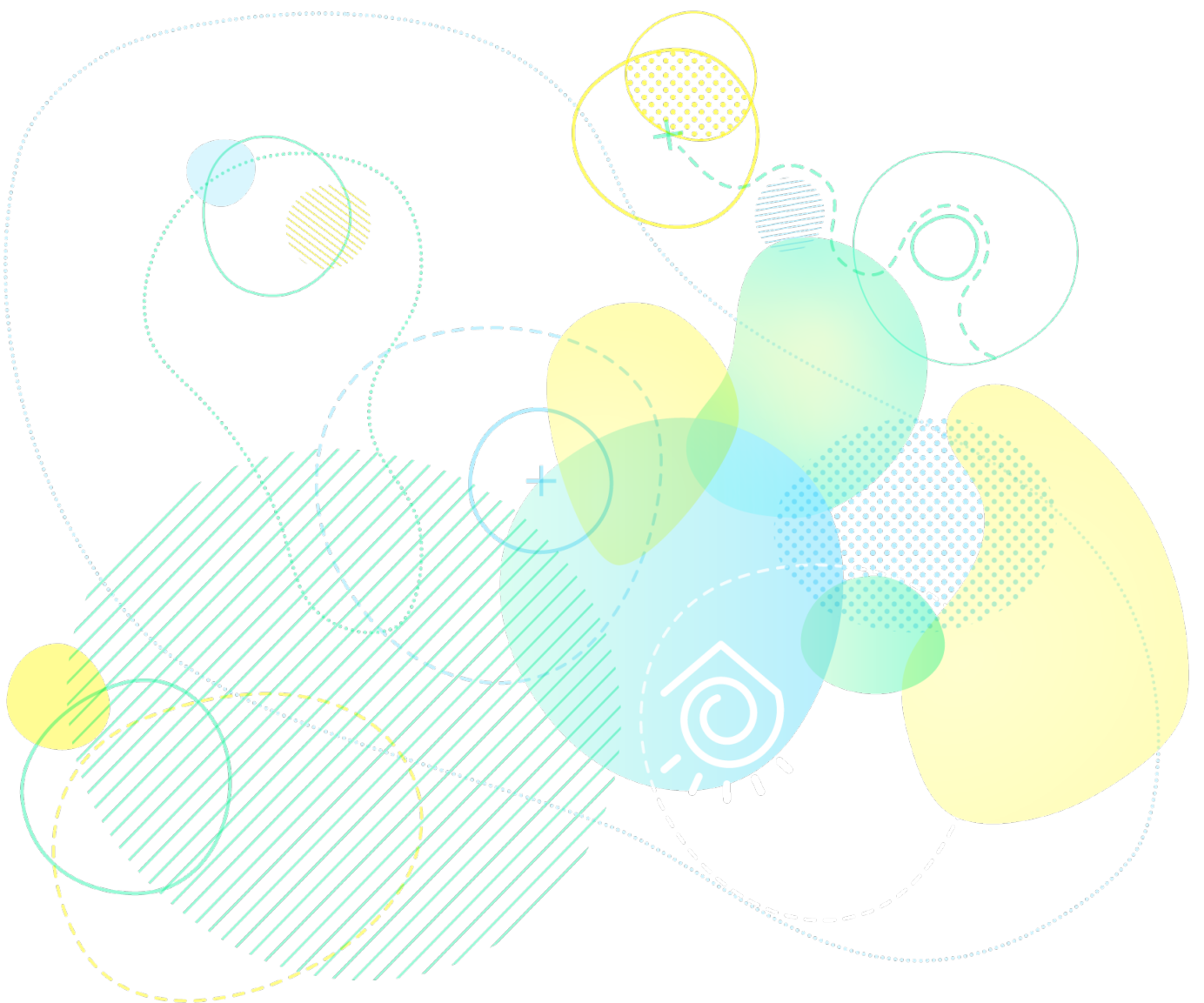
Table des matières

CONTEXTE DE L'ÉTUDE.....	3
I. Présentation de la commande.....	5
II. Cadrage et définition de l'objet de l'étude.....	6
MÉTHODOLOGIE.....	9
I. Déroulé de l'enquête.....	10
II. Les festivals « en mouvement » : objet de l'enquête sociologique.....	10
III. Partie quantitative : méthodologie et données récoltées ?.....	12
A. Le questionnaire : outil de récolte de données statistiques.....	12
B. L'enjeu de la diffusion du questionnaire.....	12
C. Tri des données quantitatives et analyse statistique.....	14
IV. Partie qualitative : méthodologie et données récoltées ?.....	16
A. L'enjeu d'une approche qualitative.....	16
B. Les entretiens de rue, principale méthode.....	16
RÉSULTATS DE L'ÉTUDE.....	18
I. Profil socio-économique des publics et équipes de festivals.....	19
A. L'âge : un indice révélateur du type de publics et d'équipes de festival.....	19
40 ans : une moyenne d'âge plus basse que les précédentes enquêtes.....	19
Répartition par âge : des différences régionales.....	21
... et selon la typologie esthétique des festivals.....	21
B. Le genre : une majorité de femmes parmi les répondant·es.....	23
Un public et des équipes féminines plus présentes dans les festivals d'Arts visuels et de Musiques actuelles... mais minoritaires dans les festivals de Sport et de Jazz.....	23
C. Professions et catégories socioprofessionnelles : surreprésentation des cadres et professions intellectuelles supérieures.....	24
Analyse affinée des PCS : les catégories « cadre » et « étudiant » très présents sur les festivals.....	25
D. Fréquentation des festivals : un public d'habitué·es.....	27
Entre renouvellement et fidélisation des publics.....	28
E. D'où viennent les festivalier·ers et équipes de festivals ?.....	29
Du point de vue départemental, une relative proximité géographique.....	29
... une proximité géographique qui varie selon la région du festival.....	30
Une approche régionale qui nuance la question de la proximité.....	31
Des publics et équipes qui n'habitent pas le département du festival mais qui en sont géographiquement proches.....	32
II. Les pratiques de mobilité et d'hébergement des publics et équipes de festival.....	36
A. La prédominance de la voiture thermique au sein des modes de déplacement utilisés pour se rendre en festival.....	36
L'intermodalité : une pratique peu utilisée parmi les publics et équipes de festivals	36
L'utilisation de la voiture thermique, un mode de déplacement principal majoritaire	37
Mode de déplacement secondaire : une proportion toujours élevée de l'utilisation de la voiture thermique.....	48
B. Différents profils, différentes pratiques de la mobilité	41
Des pratiques de mobilité différentes selon le profil social des enquêté·es.....	41
Des équipes géographiquement plus proches des festivals.....	45
Des modes de déplacement diversifiés sur les régions.....	46
Peu de covoiturage via plateforme, mais un grand nombre de covoiturage informel	47

Un taux d'autosolisme significativement plus élevé chez les équipes que chez les publics de festival.....	49
C. Zoom sur l'hébergement des publics et équipes de festival.....	51
La résidence principale, premier choix d'hébergement des enquêté-es.....	51
Où logent les équipes et publics de festival quand iels ne rentrent pas chez eux ? ..	53
Zoom sur les campings de festivals.....	54
D. La praticité, la facilité et le plaisir : les principales raisons évoquées pour justifier son choix de mode de déplacement pour venir au festival.....	55
La praticité et le manque d'alternative dans les modes de déplacement comme principales raisons du choix de mobilité.....	55
Comment justifie-t-on l'utilisation de son mode de déplacement ? Zoom sur les modes de déplacement les plus utilisés.....	56
Constats généraux sur les justifications des modes de déplacement des publics et équipes de festival.....	68
III. Le critère environnemental, un facteur important mais pas décisif dans le choix d'aller à un festival.....	71
A. Une première attention portée à la programmation et à la propreté du site du festival.....	71
B. L'engagement écologique du festival, un « plus » dans le choix d'aller à un festival	72
Typologie des publics et équipes selon l'importance qu'iels accordent à l'engagement écologique d'un festival.....	74
C. Les pratiques de mobilité exclues de l'engagement écologique et des préoccupations environnementales des personnes interrogées.....	78
IV. Des comportements de mobilités influencés par de multiples facteurs interdépendants.....	82
A. Les facteurs extrinsèques dits « structurels ».....	83
Typologie géographique : quel impact de la ruralité et de l'urbanité sur la mobilité en festival ?.....	83
Au-delà du type géographique des festivals, une mobilité influencée par l'offre de transport disponible.....	87
Hébergement et mobilité : quels liens ?.....	91
B. Les facteurs intrinsèques liés à l'individu et à ses représentations.....	96
Lien entre mobilité quotidienne et mode de déplacement utilisé pour se rendre en festival	98
Le poids de l'habitude dans les comportements de mobilité.....	103
L'importance des représentations vis-à-vis des modes de déplacements et du temps de déplacements dans les comportements de mobilité.....	105
V. Conclusion.....	109
LES PISTES DE SOLUTIONS POUR UNE MOBILITÉ DÉCARBONÉE.....	110
I. Les pistes d'améliorations proposées par les personnes interrogées.....	111
A. Les pistes d'amélioration proposées par les enquêté-es selon les statistiques.....	111
Quels services incitatifs pour utiliser les transports en commun ?.....	111
Quels services incitatifs pour utiliser la marche ou le vélo ?.....	111
La réduction tarifaire du ticket d'entrée en festival comme incitation à se déplacer vers les festivals autrement ?.....	112
B. Les pistes d'amélioration proposées (...) selon les entretiens.....	114
II. Les préconisations générales.....	117
A. Information.....	118
B. Incitation.....	119
C. Coercition.....	121

D. Expérimentation.....	121
III. Des préconisations adaptées à la typologie du festival.....	124
A. Les festivals urbains.....	124
B. Les festivals ruraux.....	125
IV. Des préconisations adaptées aux différents modes de déplacement. .	127
Bibliographie.....	129
ANNEXES.....	131
I. RÉTROPLANNING DE L'ENQUÊTE.....	132
II. PLANIFICATION DES TERRAINS.....	133
III. GRILLE D'ENTRETIEN À DESTINATION DES PUBLICS ET ÉQUIPES DE FESTIVALS.....	134
IV. QUESTIONNAIRE À DESTINATION DES PUBLICS ET ÉQUIPES DE FESTIVALS	137

Contexte de l'étude



I. Présentation de la commande

Le collectif R2D2, qui rassemble les réseaux régionaux d'accompagnement au développement durable des événements, notamment le Collectif des festivals (Bretagne), Élemen'terre (Occitanie), Le Pôle de coopération pour la filière musicale en Pays de la Loire, COFEES (PACA), NORMA (Normandie), Haute Fidélité (Hauts-de-France), et RIM (Nouvelle-Aquitaine), ouvre un projet national sur 3 ans visant à **diminuer l'impact environnemental des mobilités engendrées par les festivals**.

R2D2 lance donc **Festivals en mouvement**, un chantier réunissant 50 festivals français et se déroulant en 3 étapes :

- une grande étude nationale sur la mobilité des publics et des équipes, réalisée par la coopérative de recherche en sciences sociales appliquées *Sociotopie* ;
- deux saisons d'expérimentations sur les festivals dans l'objectif de développer les pratiques de mobilité bas carbone ;
- une phase de capitalisation des résultats et des bonnes pratiques.

L'étude présentée dans ce rapport est le résultat de l'enquête portant sur la **mobilité et l'impact écologique des publics et équipes de festivals** dans 7 régions de France, représentées par chacun des collectifs cités plus haut, qui forment le Comité de Pilotage du projet (COFIL). Elle concerne en tout 44 festivals, répartis dans ces différentes régions.

Tableau 1. Liste des festivals ayant participé à l'enquête nationale

Bretagne	Mythos
	Art Rock
	Les Petites Folies en Pays d'Iroise
	Festival Photo de La Gacilly
	Astropolis
	Quartier d'été
	Panoramas
Hauts-de-France	Festival Plein Air
	Les Nuits Secrètes
	Minuit avant la nuit
	Latitudes contemporaines

Normandie	Musikensaire
	Art Sonic
	Green River Valley
	Le murmure du son
	Les pluies de juillet
	Les terrasses du jeudi
	Biches Festival
	Jazz sous les pommiers
	Papillons de nuit
	SunSka Festival
Nouvelle-Aquitaine	Bordeaux Open Air
	Musicalarue
	Arte Flamenco
	ATOM
Occitanie	Printival
	Convivencia
	Festival de Thau
	Jazz in Marciac
	Natural Games
	Pause Guitare
	Le Nouveau Printemps
	Méditerranéo'
	Festival international de musique de chambre de Salon de Provence
Provence-Alpes-Côte-d'Azur	Insane Festival
	Rencontres de la Photo d'Arles
	Festival de Néoules
	Au Foin de la Rue
Pays de la Loire	Dub Camp Festival

Festival de Poupet
Les beaux jours
Un singe en été
Les Z'éclectiques
La Nuit de l'Erdre

Le but de cette dernière est de dresser un état des lieux des pratiques de déplacement des publics et des équipes de festivals, d'assimiler les contraintes et les leviers ainsi que les différents liens clés entre les pratiques de mobilité et le profil des publics. Il s'agira de proposer une **analyse fine** ainsi que des **pistes de réflexion et des préconisations sur la mobilité des publics et équipes de festival** afin d'accompagner les organisateur-trices de festivals dans le développement de leurs pratiques et organisations de leur festival, en faveur de la réduction des impacts induits par la mobilité.

II. Cadrage et définition de l'objet de l'étude

Le sixième rapport d'évaluation du Groupe intergouvernemental d'experts sur l'évolution du climat (GIEC) estime que le changement climatique de la planète **atteindra 1,5 °C dès le début des années 2030**, attestant d'une augmentation des risques et du bouleversement des écosystèmes (Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires, 2023). Face à cette urgence climatique, de nombreux acteur-rices publics **se mobilisent pour diminuer l'impact environnemental** de leur activité, que ce soit dans le domaine du numérique, de la santé ou de la culture. En 2018, Serge Kancel, inspecteur général des affaires culturelles et référent pour les festivals au sein du ministère de la Culture déclarait déjà :

« l'éco-responsabilité est un véritable enjeu pour les festivals de demain. On peut discuter de la manière dont ils intègrent les contraintes liées à l'environnement et au fonctionnement de la société » (Ministère de la culture, 2018)

Par ailleurs, dans le cadre du projet national sur les mobilités durables dans les festivals, le COFEES – Collectif des Festivals Écoresponsables et Solidaires – a montré que **80 % de l'impact carbone d'un festival réside dans les déplacements des publics et des équipes**. Ainsi, l'impact des déplacements pour venir au festival constitue un enjeu prioritaire afin de diminuer les émissions de carbone des festivals, à la fois parce que les impacts sont les plus importants et parce que **les solutions sont les plus complexes** (différentes parties prenantes et opérateurs, rapport individuel à la mobilité en évolution, solutions techniques en développement...). De surcroît, la question de la mobilité du public et des équipes soulève d'autres interrogations, à

savoir **l'accessibilité au lieu du festival** (offres disponibles, fréquence des transports en commun...), **le rapport des personnes au mode de déplacement utilisé...**

Avant de continuer, il est donc nécessaire de mieux définir l'objet de notre étude et de le resituer dans le champ scientifique.

Notre étude s'intéresse à **la mobilité de loisirs liée à l'événementiel**, c'est-à-dire qui « s'inscrit dans les loisirs de nature exceptionnelle au sens où cela concerne des déplacements que les personnes peuvent faire à l'occasion de l'événement en question (tous les ans au plus en général). Cela signifie en d'autres termes que ces mobilités **ne sont donc pas associées à des habitudes en termes de lieux ou d'itinéraires** » (Ravalet & Piot, 2017 :76).

La mobilité liée à l'événementiel **se distingue de la mobilité quotidienne** (comme les trajets domicile-travail) (Rocci, 2007), **de la mobilité touristique** (temps long, grandes distances et hors Europe), **des séjours en résidence secondaire et des migrations de retraités** (Lejoux, 2007), bien qu'elle se mélange parfois, puisque nous avons interrogé des personnes qui étaient en vacances et en profitaient pour aller à un festival, ou d'autres qui logeaient dans leur résidence secondaire et en profitaient pour aller au festival. La mobilité liée à l'événementiel constitue donc **une mobilité complexe** associant des déplacements touristiques, des séjours en résidence secondaire et des déplacements annuels dans **le cadre d'événements festifs**. Elle se situe **entre l'habitude et l'exceptionnalité**.

Aujourd'hui, comme le révèle notre recherche bibliographique, il existe encore **peu de travaux scientifiques francophones sur la question de la mobilité liée à l'événementiel** à part une étude en Suisse (Ravalet & Piot, 2017). La mobilité du quotidien liée au trajet domicile-travail ou aux activités de loisirs reste davantage étudiée (Lejoux, 2007 ; Ravalet & Piot, 2017).

Afin de mieux comprendre les comportements liés à ce type de mobilité, il est donc nécessaire de revenir vers ce que **représente l'activité de loisirs en termes de pratique sociale**. Tel que l'explique le géographe Sébastien Munafo (2015), les loisirs constituent **l'ensemble des activités qui s'inscrivent par la négative par rapport aux contraintes du travail professionnel, mais aussi domestique**. Ils sont intrinsèquement associés à **un sentiment de liberté, de choix, d'autonomie**. En outre, ils ont une tendance à **l'individualisme** qui tend à faire des individus le centre de leur existence et de leurs activités, c'est-à-dire qu'ils contiennent **l'idée de satisfaction hédoniste** (ibid.)

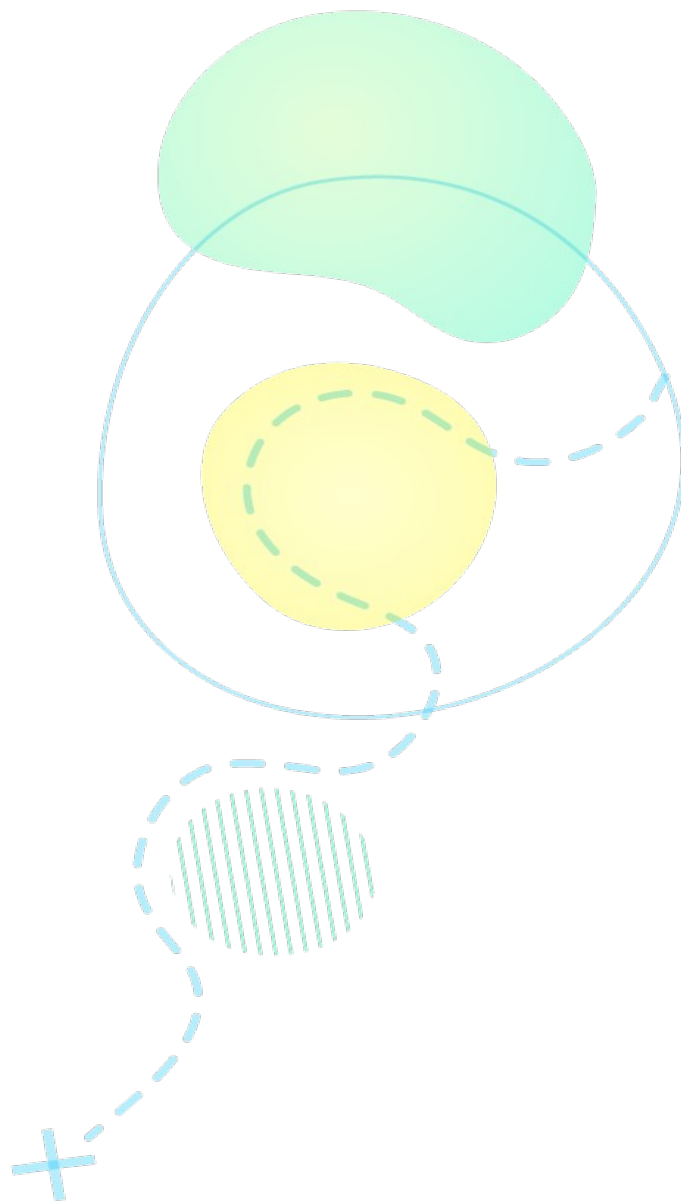
Plusieurs auteur·rices mettent en évidence que la propension à dépenser le temps libre à domicile où à l'extérieur est **dépendante des milieux sociaux et des revenus familiaux**, et ce dès le plus jeune âge. Les enfants des ménages aisés réalisent ainsi plus d'activités sportives, culturelles ou associatives et cette tendance se poursuit chez les adultes jusqu'à la retraite. Les loisirs des ménages plus modestes se caractérisent alors par une plus forte domesticité de leurs activités (Orfeuill, 2008 ; Pau-

lo, 2006 ; Potier & Zegel, 2003).

Ce détour autour du concept des loisirs permet de donner **quelques clés de compréhension** quant aux comportements de mobilité des publics et équipes du festival et de **formuler des hypothèses de recherche** qui seront confirmées, infirmées ou nuancées par les résultats de l'enquête de terrain. Nous pouvons les synthétiser ci-dessous :

- Comme le montre la littérature scientifique (Orfeuill, 2008 ; Paulo, 2006 ; Potier & Zegel, 2003) les enfants des ménages aisés mènent plus d'activités sportives, culturelles ou associatives et cette tendance se poursuit chez les adultes jusqu'à la retraite. On peut ainsi supposer que les publics et équipes des festivals sont représentés par **les couches sociales moyennes à supérieures** et par des **personnes diplômées**.
- La mobilité liée à l'événementiel est une mobilité complexe mélangeant des déplacements touristiques, des séjours en résidence secondaire et des déplacements annuels (Lejoux, 2007; Rocci, 2007). On peut supposer que les personnes interrogées auront **des profils de mobilité différents**, certaines étant en vacances, d'autres résidant dans leur résidence secondaire, d'autres venant juste pour la journée au festival.
- Les publics des festivals se rendent au festival dans le cadre de loisirs, c'est-à-dire un cadre où ils cherchent à **éviter la contrainte, la charge mentale et physique** (Munafo, 2015 ; Ravalet & Piot, 2017), ce qui influence alors le mode de déplacement qu'ils vont choisir pour se rendre sur le lieu du festival. On peut donc penser que tous **les modes de déplacement qui ne sont pas associés à un sentiment de liberté, d'autonomie et de plaisir seront peu utilisés** par le public pour venir au festival. De même, on peut penser que les festivalier·es cherchent à diminuer la charge mentale et physique de leur déplacement pour venir au festival.

Méthodologie



I. Déroulé de l'enquête

La méthodologie mise en place pour cette enquête a été organisée en quatre phases s'étendant sur 13 mois¹ :

- Une **phase exploratoire** (janvier à avril 2023) permettant d'établir un premier temps de mobilisation de l'écosystème des acteur·ices concerné·es par l'étude, d'affiner la connaissance des enjeux et d'étudier la faisabilité de l'approche vis-à-vis du sujet ;
- Une **phase d'enquête de terrain** (mai à septembre 2023) dans le but de récolter du matériau quantitatif et qualitatif auprès des publics (festivalier·ères) et des équipes des festivals (bénévoles, salarié·es) ;
- Une **phase d'analyse** et de croisement des données quantitatives et qualitatives (octobre à novembre 2023) ;
- Une **phase de rédaction** du rapport final et des différents livrables (décembre 2023 à février 2024).

Les méthodes d'enquête utilisées par l'équipe de Sociotopie sur ce projet sont multiples. Tout d'abord, dès la phase exploratoire et tout au long de l'enquête, nous nous sommes appliquées à faire de nombreuses **recherches bibliographiques**. Ensuite, lors de la phase de terrain, nous avons mis en ligne et organisé la **passation du questionnaire** et nous sommes rendues sur le terrain afin de récolter le discours des publics et équipes via ce que l'on appelle les **entretiens de rue**.

Cette approche à la fois qualitative et quantitative des expériences vécues et de leur perception a permis de recueillir des données complètes de la réalité des publics et équipes de festivals concernant leur mobilité, c'est-à-dire les déplacements liés aux festivals.

II. Les festivals « en mouvement » : objet de l'enquête sociologique

Comme nous l'avons présenté plus haut, ce rapport est le résultat de l'enquête menée sur un ensemble de festivals participant au projet « Festivals en mouvement », répartis dans sept régions françaises.

¹ Voir le rétroplanning de l'enquête en annexes.

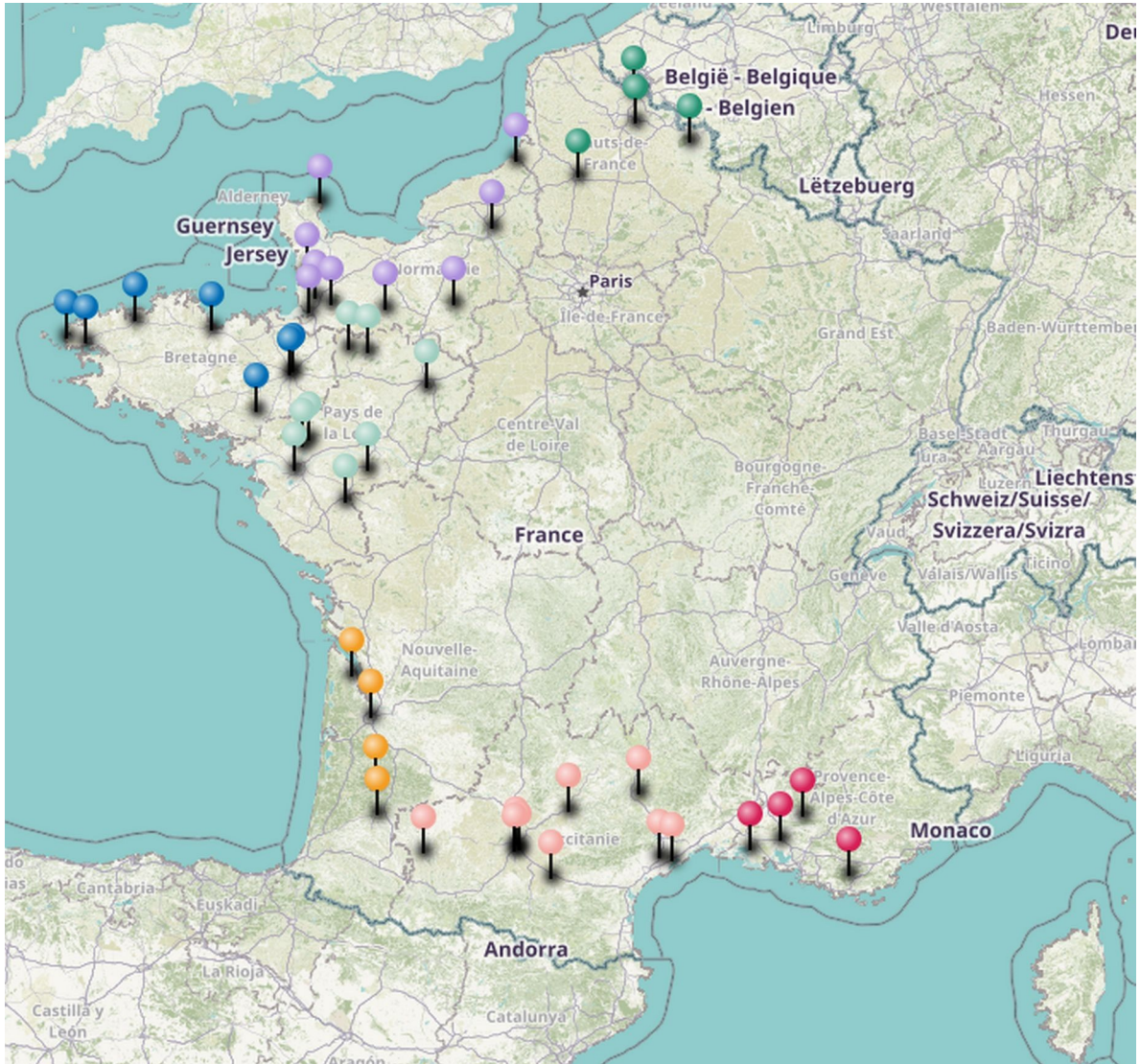


Figure 1. Cartographie des festivals enquêtés

Sont représentés sur la carte ci-dessus l'ensemble des festivals dans lesquels la passation de questionnaire a été effectuée. Parmi eux, six festivals ont été sélectionnés comme terrain d'enquête qualitatif, c'est-à-dire des festivals sur lesquels nous avons procédé à la passation d'entretiens qualitatifs et quatre autres festivals sur lesquels nous avons fait de la passation de questionnaire directe².

² Voir le détail de la planification des terrains par festival en annexes.

III. Partie quantitative : méthodologie et données récoltées ?

A. Le questionnaire : outil de récolte de données statistiques

Le questionnaire a été construit de manière à prendre en compte à la fois le profil des personnes interrogées (âge, genre, etc.), l'ensemble des caractéristiques de mobilités vers les festivals (comment les personnes se sont rendues en festival, en combien de temps, etc.), les pratiques de mobilités quotidiennes (utilisation de différents modes de déplacement et fréquence), ainsi que les représentations de la mobilité, des conditions d'accès aux festivals et de l'engagement écologique.

Le questionnaire final possède **46 questions** dans sa totalité, est divisé en deux parties dans lesquelles on retrouve d'un côté les questions spécifiques aux publics des festivals (34 questions) et d'un autre celles spécifiques aux équipes de festivals (31 questions), ainsi que quelques questions conditionnelles. Plusieurs thématiques sont abordées dans le questionnaire, comprenant chacune une à dix questions. Les thématiques du questionnaire sont les suivantes :

- ◆ Ciblage (commun aux publics et équipes de festival) ;
- ◆ Situation personnelle (commun aux publics et équipes de festival) ;
- ◆ Expérience des festivals (spécifique aux publics) ;
- ◆ Mobilité générale (commun aux publics et équipes de festival) ;
- ◆ Mobilité vers les festivals (commun aux publics et équipes de festival) ;
- ◆ Représentation de la mobilité vers les festivals (commun aux publics et équipes de festival) ;
- ◆ Usages et pratiques en festivals (commun aux publics et équipes de festival, avec deux questions supplémentaires pour les équipes).

Reconnaissant les difficultés qu'apporterait une diffusion et une récolte des données via un questionnaire en version papier, nous avons opté pour la **numérisation** de celui-ci via le logiciel en ligne *Eval&go*. Dès la numérisation effectuée, le questionnaire était prêt à être diffusé pour la première fois.

B. L'enjeu de la diffusion du questionnaire

De manière générale, il est rare qu'une enquête puisse être administrée sur l'ensemble des individus d'une population, c'est-à-dire ici sur l'ensemble des publics et des équipes des 44 festivals sélectionnés, il a donc fallu au préalable constituer un échantillon à interroger. En visant un total de **200 réponses minimum au questionnaire par festival**, soit entre 10 000 et 15 000 réponses pour toute l'étude, nous sou-

haitions obtenir une masse de données quantitatives importante³. Aussi, il a été ac-
té de cibler une **répartition entre publics et équipes de respectivement, 80 % et
20 %**. Ces chiffres prennent en compte les réponses complètes et exploitables, il est
également à noter que le panel de personnes interrogées n'a pas vocation à être
strictement représentatif de la population du territoire, mais plutôt de s'intéresser
à une diversité d'acteur·rices et d'usager·ères afin de nous assurer de couvrir une
variété d'expériences vécues et de discours qui en découlent, c'est à ce titre que les
réponses obtenues peuvent être considérées comme « représentatives ». Un
échantillon est dit **représentatif lorsqu'il possède les mêmes caractéristiques que la
« population mère »**, il sera alors opéré un ajustement lors du tri des données
quantitatives pour parvenir à une représentation chiffrée au plus proche du réel.

Pour cela, Sociotopie a participé à la passation de questionnaires sur le terrain en
mobilisant deux personnes de l'équipe, sur **4 festivals** : *Mythos* (Bretagne), *Printival*
(Occitanie), *Nuits Secrètes* (Hauts-de-France), *Rencontres de la photo d'Arles* (PACA),
afin de faire passer des questionnaires mais également pour accompagner les
équipes bénévoles sur place. Les durées de passation de questionnaire sur le ter-
rain pour l'équipe de Sociotopie sont comprises entre **6 et 8 heures selon le festi-
val**. Nous avons utilisé une tablette ainsi qu'un smartphone pour récolter l'en-
semble des réponses des publics et équipes de festivals interrogés. Pour les 40
autres festivals, nous nous sommes appuyées sur les équipes bénévoles, **préalable-
ment sensibilisées lors de 5 sessions en visio** et grâce à une vidéo de sensibilisation
créée par l'équipe de Sociotopie en phase 1, pour celles et ceux qui n'auraient pas
pu suivre les sessions en visio ou qui souhaiteraient un rappel.

Encadré n°1. Phase test : comment assurer au mieux la viabilité d'un questionnaire

Une phase test pour valider le questionnaire et vérifier les conditions d'une passation effi- cace sur les festivals

La méthodologie établie pour ce projet impliquait une phase test concernant la passation du
questionnaire. Il s'agissait de faire passer le questionnaire sur deux festivals (*Mythos* et *Prin-
tival*) dès le mois d'avril, donc un mois avant la phase d'enquête de terrain, afin de :

Prévoir des ajustements sur les questions posées. En effet, même si le questionnaire a été
travaillé en amont, certains ajustements sur la façon de rédiger les questions ont dû être
faits. Il a également été question de modifier ou ajouter certaines modalités de réponses qui
n'auraient pas été envisagées lors de la phase de création.

Récolter les avis des bénévoles sur place, notamment sur leurs besoins en termes de
conseils sur la passation de questionnaires, pour nourrir le support de sensibilisation que
nous allions créer (visio et vidéo) et préparer au mieux la passation de questionnaire sur les

3 Grâce à ces objectifs fixés, ainsi qu'à l'implication des différent·es acteurs et actrices participant au projet, tout
a été mis en œuvre pour atteindre ce taux de réponse. Si certains festivals n'ont pu atteindre cet objectif, cela
peut s'expliquer par de nombreux facteurs, à savoir la disponibilité et l'intérêt des équipes bénévoles, l'intérêt
manifesté par les festivalier·ères, mais aussi d'autres facteurs comme la durée du festival, le nombre de partici-
pantes, la qualité de couverture du réseau 4G, ou encore la météo...

42 autres festivals.

En parallèle du travail de terrain (passation directe du questionnaire), nous avons mis en place, en collaboration avec les responsables de chaque festival, une **diffusion et passation de questionnaires au format numérique** via les canaux et réseaux de diffusion préalablement identifiés (sites des festivals, flyers, programmes, etc.).

C. Tri des données quantitatives et analyse statistique

Dès la clôture du questionnaire à la fin du mois de septembre 2023, nous avons obtenu un total de **17 046 réponses**, ce qui dépasse les objectifs fixés au début du projet.

À partir de là, nous avons dû procéder à un **nettoyage de la base de données** dans le but de ne garder que les **réponses exploitables**. En effet, l'ensemble des données obtenues grâce au questionnaire ont été triées afin de garder uniquement les réponses traitables statistiquement.

Rstudio : un outil au service de l'analyse statistique

Le second niveau d'analyse permettant de **traiter les données, de façon verticale mais aussi transversale**, en croisant plusieurs variables pour faire ressortir des tendances et corrélations (tris croisés), en complémentarité des analyses générales (tris à plats), s'est effectué via le logiciel R-Studio.

Utilisé pour le traitement de données et l'analyse statistique, R-studio est un **environnement de développement** gratuit, libre et multiplateforme pour R – un langage de programmation –, et c'est grâce à cet environnement que nous avons pu faire cette analyse approfondie.

La base de données récoltées

Finalement, sur l'ensemble des données obtenues après avoir effectué le nettoyage nécessaire, nous atteignons un nombre final de **13 900 réponses** que nous avons traitées. Nous avons donc atteint les objectifs fixés en termes de réponses exploitables.

Au niveau des régions, nous avons un nombre de réponses très variable, allant de 969 réponses pour la Bretagne, à 3 080 pour l'Occitanie par exemple.

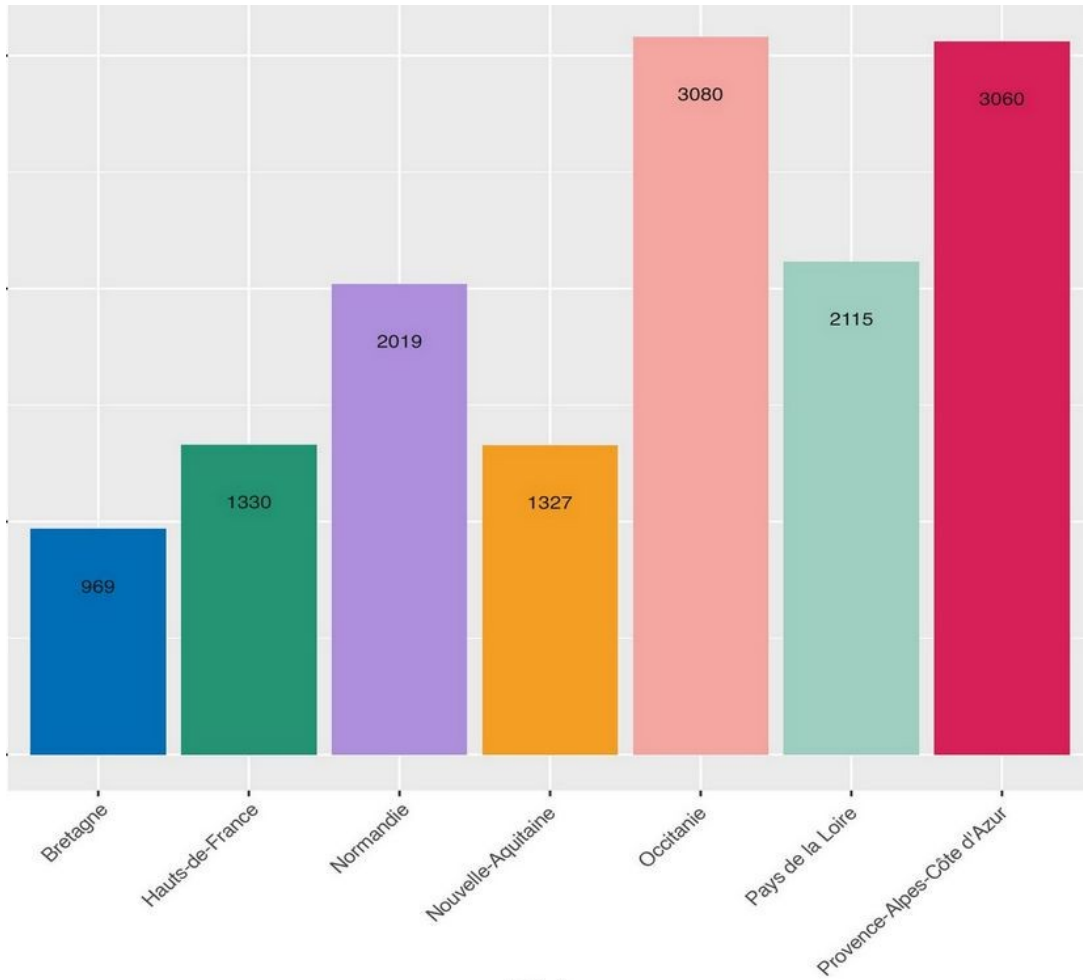


Figure 2. Nombre de réponses obtenues par région après tri

Concernant la répartition publics/équipes au niveau national, c'est-à-dire pour l'ensemble des 7 régions enquêtées, nous avons là aussi atteint les objectifs fixés. Les taux de réponses se trouvent à près de 19 % pour les équipes de festival, et 81 % pour le public de festival.

Nous obtenons, à l'échelle des régions une répartition plutôt équivalente à celle du niveau national.

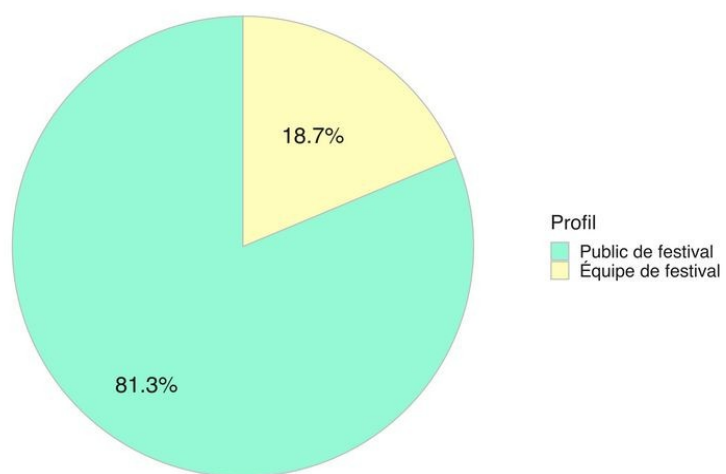


Figure 3. Répartition des répondant·es selon leur profil

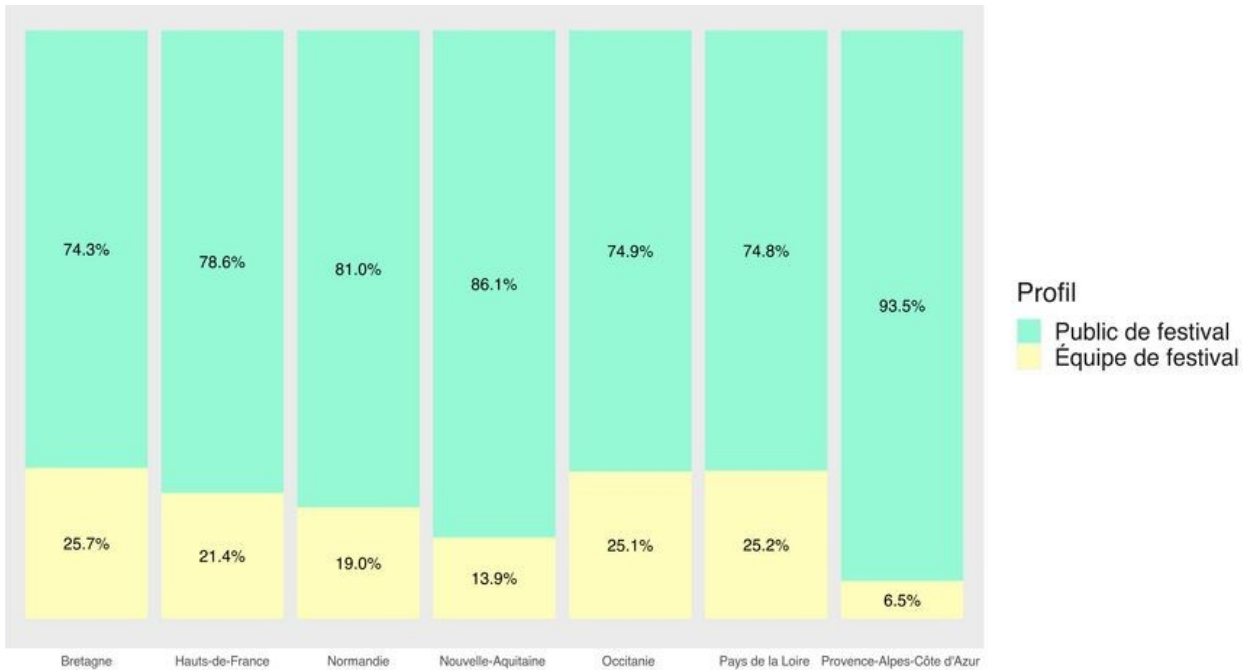


Figure 4. Répartition du nombre de réponses par région selon le profil

IV. Partie qualitative : méthodologie et données récoltées ?

A. L'enjeu d'une approche qualitative

L'enquête quantitative a été complétée par une **approche qualitative à travers des entretiens de rue**. L'objectif était de confronter les résultats tirés de notre étude quantitative aux entretiens afin de voir dans quelle mesure les données qualitatives permettent d'aider à l'interprétation et vice versa. En effet, l'enquête quantitative permet de **mesurer les grandes tendances**, mais moins d'en comprendre le sens ou de saisir leur signification. Les entretiens ont ainsi permis de **mettre en évidence la pluralité des mécanismes** que l'on peut retrouver derrière une variable.

L'intérêt des méthodes mixtes est de travailler à la fois avec des méthodes de recueil et d'analyse de données quantitatives et qualitatives afin de s'appuyer sur **la puissance statistique de l'approche quantitative** et **la rigueur scientifique de l'approche qualitative** (cf. schéma sur les méthodes mixtes).

B. Les entretiens de rue, principale méthode

Ayant un fort intérêt pour **les méthodes mixtes en sciences humaines et sociales**, nous avons réalisé, en complément du questionnaire, des entretiens de rue. Méthode proche des entretiens semi-directifs, plus libres que les questionnaires dans

leur déroulement, ils ont duré entre **15 et 30 minutes environ**, selon les personnes interrogées. Ils ont été réalisés uniquement par **deux sociologues** de Sociotopie, cette méthode demandant **une compétence et une expérience** qui sont difficilement transférables aux équipes et bénévoles des festivals.

Les entretiens de rue ont permis de recueillir des informations sur **les pratiques de mobilité des festivalier·es/équipes** dans le cadre du festival et hors festival, de comprendre **les systèmes de justifications et logiques de comportements** quant au choix du mode de déplacement pour venir au festival, de saisir **les représentations et perceptions des personnes** vis-à-vis des différents modes de déplacement et enfin de mieux appréhender **l'importance de l'engagement écologique du festival** quant au choix d'aller ou non à un festival⁴.

L'enquête qualitative a ainsi permis de **compléter, d'enrichir, voire de nuancer certains résultats issus de l'enquête quantitative**, notamment sur les logiques de comportement de mobilité et sur l'importance de l'engagement écologique du festival dans la décision d'aller ou non à un festival.

Ainsi, 151 personnes ont été enquêtées sur 6 festivals différents localisés dans 5 régions différentes (Bretagne, Pays de la Loire, Occitanie, Normandie, PACA), soit 117 personnes appartenant au public et 34 personnes appartenant aux équipes du festival (fig. 5). Elles sont représentées par **une majorité de femmes**, soit 97 femmes, 49 hommes, 2 personnes non-binaires, un homme trans et deux personnes qui n'ont pas voulu donner leur genre. **La moyenne d'âge est de 39 ans et l'âge médian de 31 ans**, avec des personnes qui ont de 14 à 83 ans. La plupart des personnes interrogées appartiennent **aux catégories socio-professionnelles supérieures** ou sont des retraité·es ayant appartenu aux catégories socio-professionnelles supérieures. Elles sont aussi représentées par un grand nombre d'**étudiant·es**.

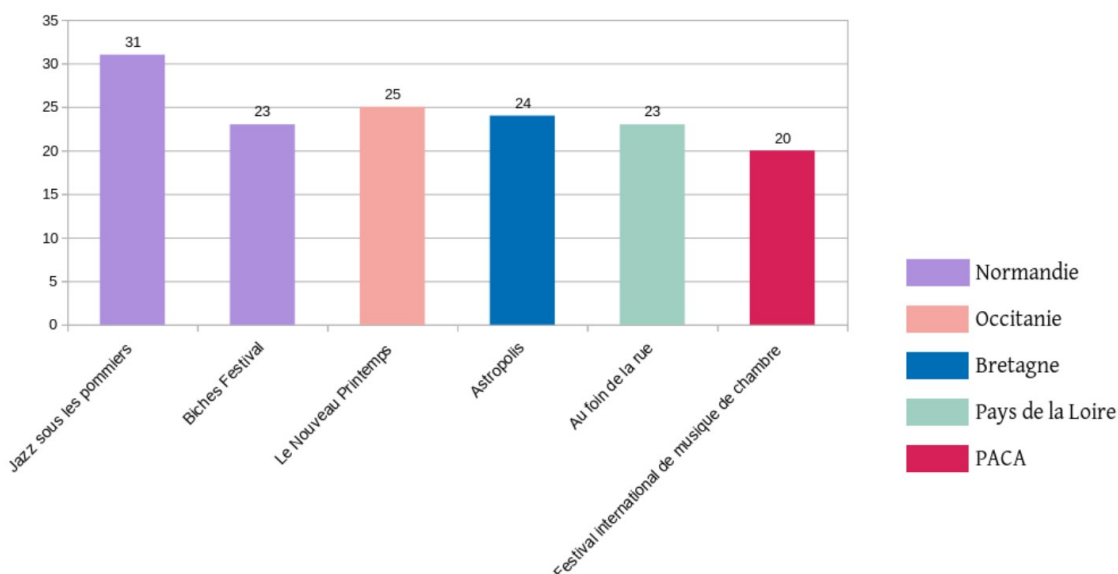
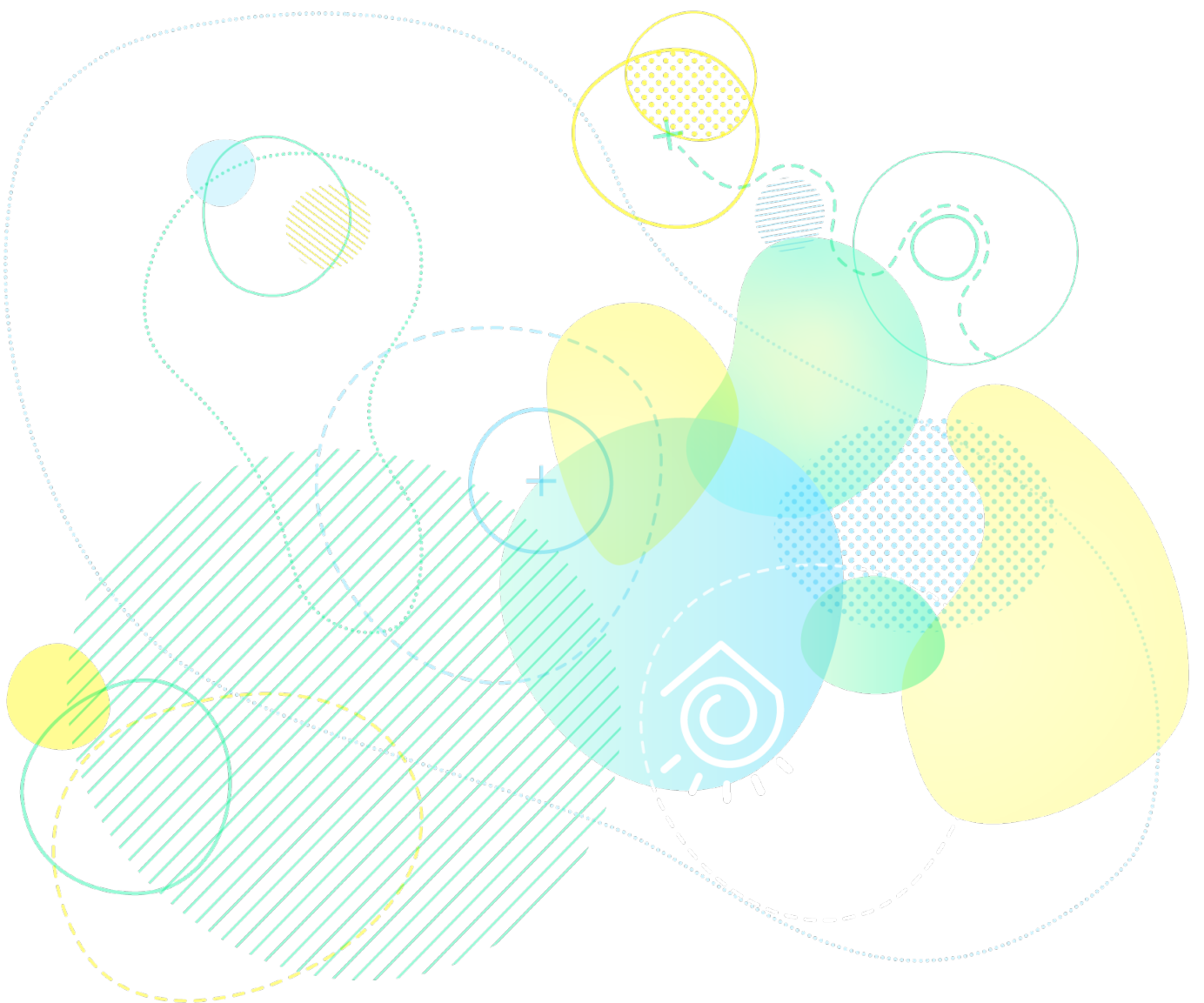


Figure 5. Nombre de personnes interrogées via l'enquête qualitative

4 Voir grille d'entretien en annexe.

Résultats de l'étude



I. Profil socio-économique des publics et équipes de festivals

Afin de caractériser le public étudié, c'est-à-dire les festivalier·ères et les équipes de festivals, nous disposons de plusieurs variables : l'âge, le genre, la profession et catégorie socio-professionnelle sont autant de variables qui permettent d'établir le profil social de notre panel d'enquêté·es.

A. L'âge : un indice révélateur du type de publics et d'équipes de festival

40 ans : une moyenne d'âge plus basse que les précédentes enquêtes

Sur l'ensemble des festivals enquêtés, **la moyenne d'âge est de 40 ans**⁵. Ce chiffre nous donne à voir une moyenne d'âge plus basse que dans d'autres études⁶, et s'explique en partie par le type de personnes enquêtées. En effet, notre étude prend en compte à la fois les publics, mais aussi les équipes de festivals, ces dernières étant en moyenne plus jeunes (un peu plus de 38 ans).

Tableau 2. Âge des répondant·es selon leur profil

Profil	Moyenne d'âge	Âge médian	Premier quartile	Troisième quartile
Public	40.4	37	26	54
Équipe	38.3	34	25	50

En regroupant les répondant·es par classe d'âge, de manière relativement équilibrée (fig. 6), nous pouvons voir que **les personnes entre 20 et 30 ans sont sur-représentées** face aux autres classes. En effet, plus d'un quart des personnes interrogées (29,1 %) ont entre 20 et 30 ans, les 30 – 40 ans eux, représentent 17,7 % et moins de 8 % sont âgés de moins de 20 ans.

La moyenne d'âge est certes un bon indicateur pour comprendre les caractéristiques d'un panel, mais nous pouvons aller plus loin.

5 Lors du tri effectué lors du nettoyage de la base de données, nous avons pris le parti de sauvegarder 14 ans comme âge minimum dans les réponses.

6 Voir l'étude SoFEST ! réalisée en 2020.

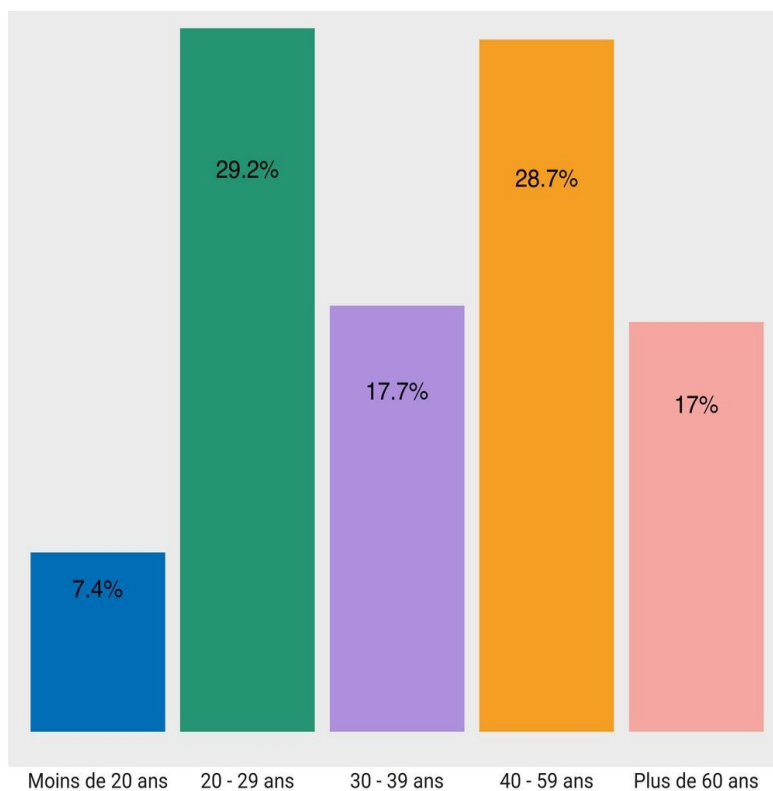


Figure 6. Répartition des différentes classes d'âge des enquêtés

Sur le graphique ci-après (fig. 7), nous pouvons voir plus en détails la répartition des publics et équipes en fonction de l'âge. Celui-ci nous montre que, bien que la moyenne⁷ s'élève à 40 ans, **la moitié des répondant·es ont plus de 37 ans, et l'autre moitié, en dessous de 37 ans**, en dessous de 37 ans (voir la ligne médiane). Ce qui est particulièrement intéressant, c'est de voir que sur l'ensemble des 44 festivals, 25 % des répondant·es ont moins de 25 ans, et la moitié des personnes interrogées ont entre 25 et 53 ans.

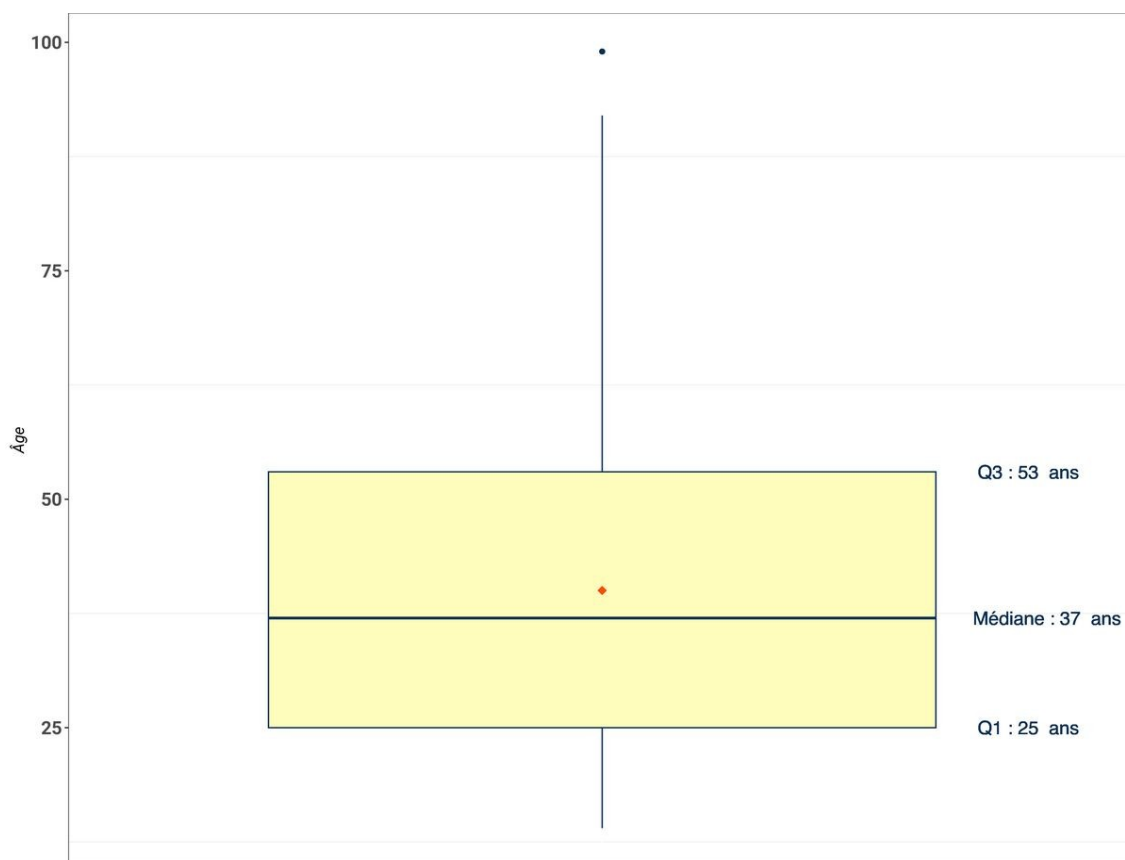


Figure 7. Répartition des publics et équipes de festival selon l'âge

7 Représenté par le point rouge sur le graphique « boîte à moustache ».

Répartition par âge : des différences régionales...

Pour autant, chaque festival et donc chaque région n'attire pas la même typologie de personnes, et en effet, lorsqu'on s'intéresse de plus près à la répartition des enquêtés par âge selon la région, on retrouve des disparités conséquentes.

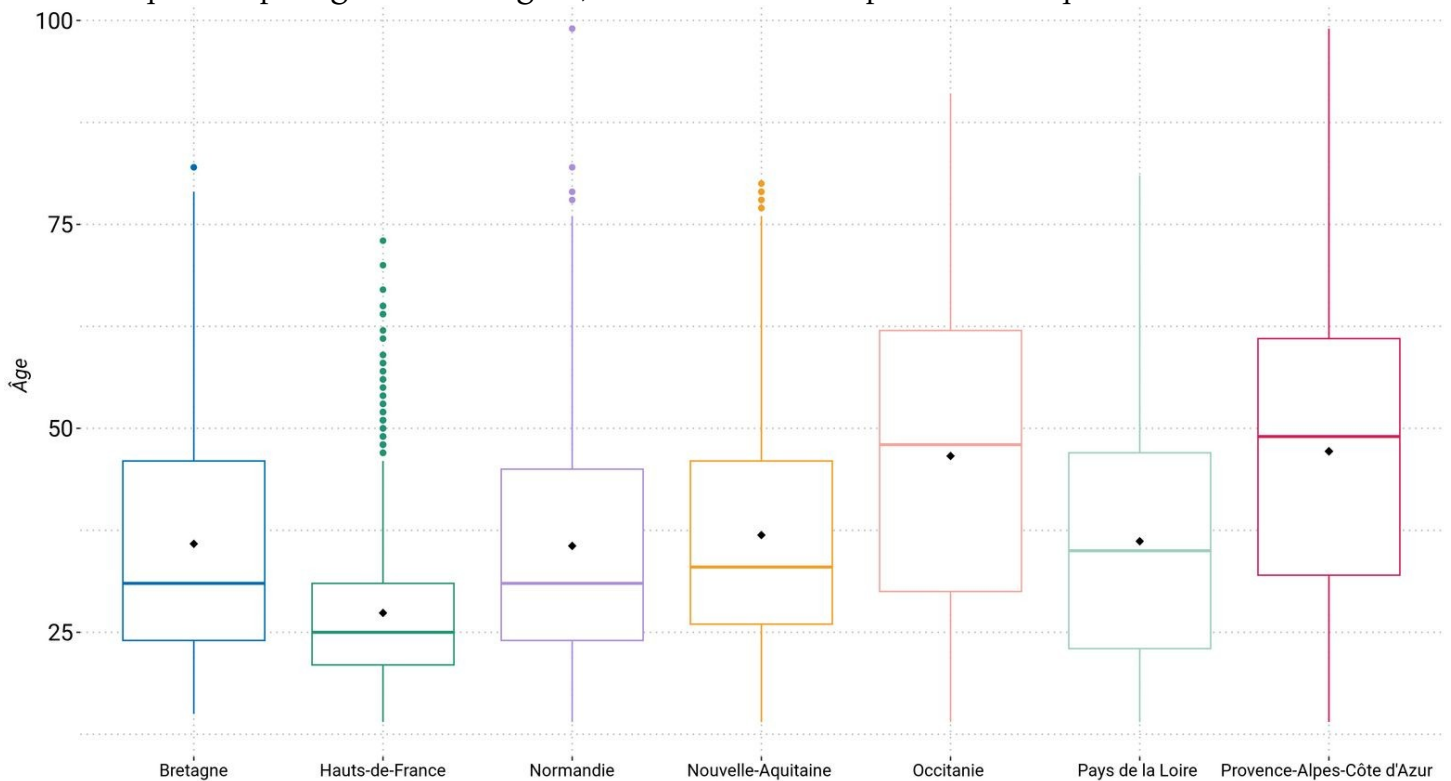


Figure 8. Répartition de l'âge des répondant·es selon la région

La **région Hauts-de-France** par exemple, se démarque par un public et des équipes sur ses festivals particulièrement jeunes, avec une moyenne d'âge de 27 ans et 75 % de ses publics et équipes âgés de moins de 31 ans. Les festivals des régions **Occitanie** et **Provence-Alpes-Côte-d'Azur** eux, ont un public et des équipes sensiblement plus âgés, avec des moyennes d'âge respectives de 46 et 47 ans ainsi qu'un quart de leur public et équipes ayant plus de 60 ans. Les régions Bretagne, Normandie, Nouvelle-Aquitaine et Pays de la Loire ont une répartition par âge assez similaire, avec 50 % de répondant·es ayant entre 23 et 47 ans.

... et selon la typologie esthétique des festivals

Les répondant·es de **moins de 20 ans se rendent en très grande majorité aux festivals de musiques actuelles** (93,41 %), c'est également le cas pour les personnes de 20 à 30 ans (83,72 %) et dans une moindre mesure, pour les 30 à 40 ans (près des trois quarts d'entre eux ont assisté ou travaillé sur un festival de musiques actuelles). Il faut pour autant noter que la majorité des festivals enquêtés font partie de la catégorie « musiques actuelles » – représentant 65,3 % des 44 festivals –, et les festivals d'arts visuels représentent 20,3 % de l'échantillon de l'enquête, il faut donc nuancer les résultats de répartition des répondant·es selon ce critère, car

l'ensemble des autres catégories seront par défaut, sous-représentées.

Tableau 3. Répartition de l'âge des répondant·es selon le type esthétique du festival

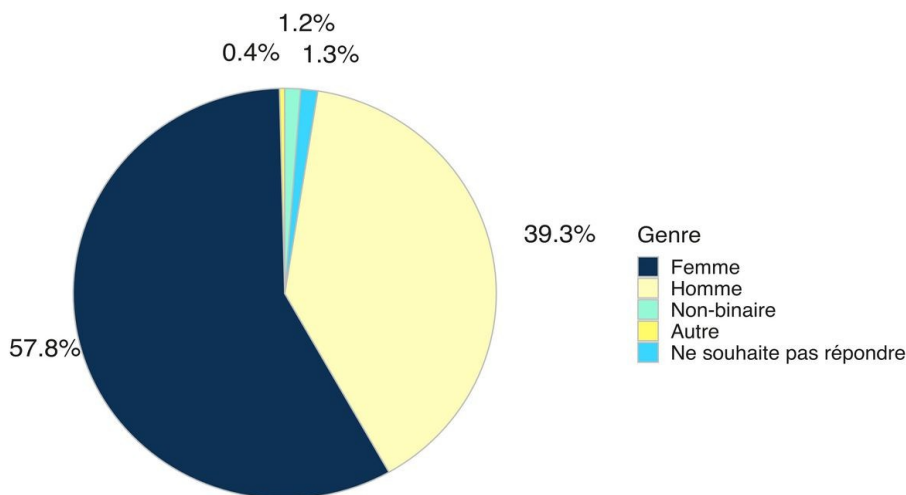
Classe d'âge	Type esthétique du festival							Total
	Arts visuels	Arts vivants	Jazz	Musique Classique	Musiques actuelles	Musiques du monde	Sport & Musique	
Moins de 20 ans	3,5 %	0,4 %	1,3 %	0,3 %	93,4 %	0,9 %	0,3 %	100 %
20 - 29 ans	8 %	4 %	2,5 %	0,2 %	83,7 %	0,8 %	0,8 %	100 %
30 - 39 ans	16,4 %	3,8 %	4,1 %	0,5 %	72 %	2,6 %	0,9 %	100 %
40 - 59 ans	29 %	0,3 %	11,5 %	1 %	55,8 %	1,9 %	0,5 %	100 %
Plus de 60 ans	38,5 %	0,2 %	28,6 %	1,2 %	30,3 %	1 %	0,2 %	100 %

Cela étant dit, il semble tout de même que **la classe d'âge des plus de 60 ans est celle qui est la plus diversifiée** dans la typologie de festivals auxquels iels assistent ou travaillent, avec 38,5 % qui se rendent en festivals d'arts visuels, 30,3 % en festival de musiques actuelles et 28,6 % en festivals de Jazz.

À retenir

- La moyenne d'âge des équipes et publics de notre étude est de 40 ans, et la moitié des enquêté·es ont moins de 37 ans.
- L'âge des enquêté·es varie en fonction de la région. Certaines régions comme les Hauts-de-France ont un public et des équipes très jeunes sur leur festival, tandis que sur des régions telles qu'Occitanie et Provence-Alpes-Côte-d'Azur, ceux et celles-ci sont plus âgés.
- Les moins de 20 ans se rendent en très grande majorité dans les festivals de musiques actuelles. La catégorie des plus de 60 ans semble avoir une répartition hétérogène sur le type de festival auxquels elle se rend.

B. Le genre : une majorité de femmes parmi les répondant·es



Nous trouvons dans le panel de répondant·es, une **majorité de femmes**, puisqu'elles représentent 57,8 % des enquêtées, contre 39,3 % d'hommes, 1,2 % de personnes non-binaires et 1,7 % de personnes ayant répondu « Autre »

Figure 9. Répartition des répondant·es selon leur genre

ou ne souhaitant pas répondre. Il est admis que les femmes aujourd'hui sont sur-représentées parmi les répondant·es aux questionnaires, nous ne pouvons donc pas en déduire que les publics et équipes de festivals sont strictement majoritairement des femmes. En effet, souvent, et d'autant plus lorsqu'il s'agit d'un questionnaire numérique rempli en ligne : « les répondant·es sont beaucoup plus souvent issues des catégories favorisées et diplômées que l'ensemble de la population, et les femmes y sont également bien plus nombreuses que les hommes » (Joubert, Lê Van Truoc, Mercklé, Tudoux, 2023).

En comparant les statistiques de genre par région, on retrouve sensiblement les mêmes différences genrées qu'au niveau national⁸, avec un public et des équipes représentant un taux de femmes légèrement plus élevé que la moyenne nationale pour la région Bretagne (62,9 % de femmes) et Pays de la Loire (64,9 % de femmes).

Un public et des équipes féminines plus présentes dans les festivals d'Arts visuels et de Musiques actuelles... mais minoritaires dans les festivals de Sport et de Jazz

Bien que les différences genrées ne sont pas flagrantes lorsqu'on cherche à les analyser à travers la programmation des festivals, on remarque tout de même quelques différences. Si dans les festivals d'Arts visuels, de Jazz, de Musique classique, et de Musiques du monde, **les différences sont faibles en termes de taux de présence féminine et masculine** (moins de 10 points de pourcentage séparent les deux catégories pour chaque type de programmation), il en est autrement pour les festivals d'Arts visuels et de Musiques actuelles.

En effet, **les femmes représentent 60,6 % des publics et équipes de festivals d'Arts**

⁸ Comprendre ici « national » comme l'enquête globale regroupant l'ensemble des 44 festivals interrogés.

visuels, contre 36,1 % des hommes. Pour ce qui est des festivals de Musiques actuelles, les femmes représentent 59 % de l'échantillon, face à 38,3 % d'hommes.

Les seuls types de festivals dans lesquels les hommes sont majoritaires sont les festivals de Jazz (avec 2,1 point de pourcentage de différence à l'avantage de la catégorie homme) et **les festivals de Sport⁹ et musique, avec cette fois-ci 10,5 point de pourcentage de différence.**

Tableau 4. Répartition des répondant·es par genre selon le type esthétique du festival

Genre	Type esthétique du festival						
	Arts visuels	Arts vivants	Jazz	Musique Classique	Musiques actuelles	Musiques du monde	Sport & Musique
Autre	0.2%	2.5%	0.5%	2.2%	0.4%	0.5%	0%
Femme	60.6%	45.7%	47.6%	51.6%	59%	53.7%	44.7%
Homme	36.1%	42.2%	49.7%	44.1%	38.3%	43.3%	55.3%
Ne souhaite pas répondre	2.1%	5.3%	1.4%	2.2%	1%	0.5%	0%
Non-binaire	0.9%	4.3%	0.7%	0%	1.3%	2%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

C. Professions et catégories socioprofessionnelles : surreprésentation des cadres et professions intellectuelles supérieures

Le profil des équipes et publics de festivals se lit en partie à travers la catégorie socioprofessionnelle à laquelle iels appartiennent. En ce qui concerne les festivals étudiés, on peut noter une **surreprésentation des cadres et professions intellectuelles supérieures**, qui composent plus d'un quart des personnes interrogées. Juste après cette catégorie, on retrouve les professions intermédiaires et cadres moyens (17,9 %), puis les étudiant·es (17,3 %).

Comme nous le savons, la forte présence des cadres et professions intellectuelles supérieures sur les festivals, et plus largement « dans la consommation de la culture » n'est pas nouvelle (Djakouane, Négrier, 2021). Les **classes populaires** (ouvriers, agriculteurs, personnes sans activité professionnelle), elles, sont **largement sous-représentées** dans notre panel, ce qui correspond à la répartition déjà mise en lumière dans d'autres enquêtes chiffrées sur le sujet.

9 Considérant que le panel de festivals enquêtés ne contient qu'un festival de sport, le *Natural Games*

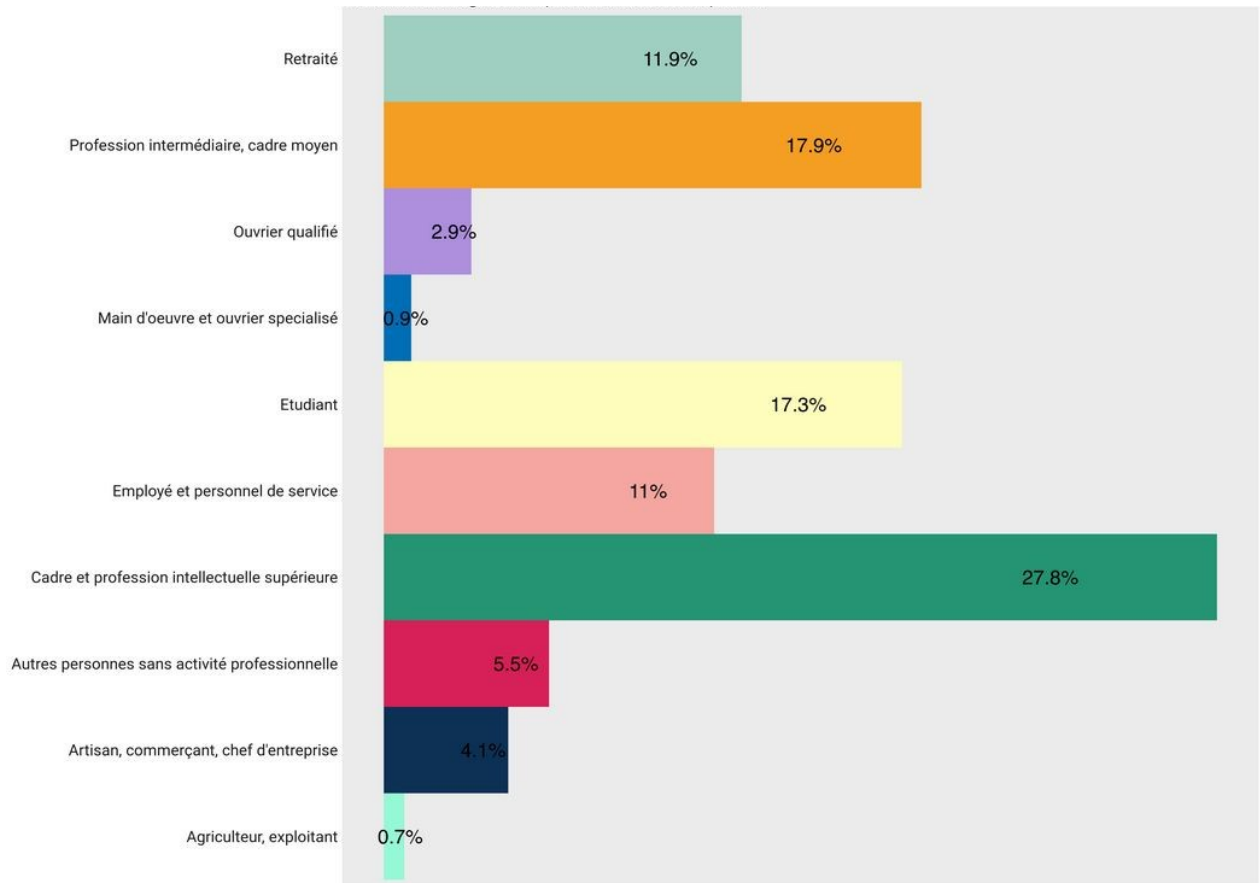


Figure 10. Profession et catégorie socioprofessionnelle des enquêtés

Analyse affinée des PCS : les catégories « cadre » et « étudiant » très présents sur les festivals

Si la répartition par PCS (professions et catégories socioprofessionnelles) en 10 groupes nous donne une image assez nette du profil des enquêtés (voir graphique ci-dessus), nous pouvons aller plus loin en divisant de manière plus fine les typologies de PCS.

Tableau 5. Répartition des répondant-es par profession et catégorie socioprofessionnelle

Professions et catégories socioprofessionnelles	Pourcentages
Agriculteurs sur grande exploitation	0,1
Agriculteurs sur moyenne exploitation	0,3
Agriculteurs sur petite exploitation	0,3
Artisans	2
Artistes	2,8

Autres personnes sans activité professionnelle	1,2
Cadres d'entreprise	11
Cadres de la fonction publique, professions intellectuelles et artistiques	9,9
Cadres de la presse, de l'édition, de l'audiovisuel et des spectacles	1,5
Chefs d'entreprise de 10 salariés ou plus	0,8
Commerçants et assimilés	1,3
Contremaîtres, agents de maîtrise	1,2
Employés administratifs d'entreprise	3,2
Employés de commerce	2,2
Employés de la fonction publique	4,8
En recherche d'emploi	4,3
Etudiants	17,3
Ouvriers qualifiés	2,9
Ouvriers agricoles	0,4
Ouvriers non qualifiés	0,5
Personnels des services directs aux particuliers	0,8
Professions de l'information, de l'art et des spectacles	2
Professions intermédiaires administratives et commerciales des entreprises	1,2
Professions intermédiaires de l'enseignement, de la santé, de la fonction publique et assimilés	7,2
Professions libérales et assimilés	5,3
Retraités - anciens agriculteurs exploitants	0,2
Retraités - anciens artisans, commerçants, chefs d'entreprise	1
Retraités - anciens cadres et professions intermédiaires	8,7
Retraités - anciens employés et ouvriers	2
Techniciens	3,6

Le tableau présenté ici nous permet en effet d'aller plus loin dans l'analyse.

Par exemple, sur l'ensemble des personnes retraitées (11,9 %), on remarque qu'une majorité d'entre elles sont d'anciens cadres et professions intermédiaires (8,7%).

Tout comme à l'échelle des actives présent·es dans l'échantillon, on note une différence marquante entre classes supérieures et classes populaires. **Les retraités anciennement employés et ouvriers, ainsi que les anciens agriculteurs et artisans, commerçants, sont très peu présents parmi les retraités qui assistent ou travaillent sur les festivals.**

En détaillant ainsi les PCS, on remarque également que **ce sont les étudiant·es qui sont les plus représentés** (17,3 % du total) étant donné qu'ils sont une catégorie en tant que telle, et qu'aucune division n'est effectuée selon le niveau ou le type d'études qu'ils suivent, ce qui ne nous permet pas de les situer plus en détail sur l'échelle sociale.

Malgré cela, les **cadres d'entreprises et les cadres de la fonction publique, professions intellectuelles et artistiques** restent en 2^e et 3^e position des PCS **les plus présentes sur les festivals**, avec respectivement 11 % et 9,9 %.

D. Fréquentation des festivals : un public d'habitué·es

Sur l'ensemble des personnes interrogées, **une majorité indique avoir déjà assisté à au moins un festival dans sa vie.** Seul 12,5 % du public assistait pour la première fois cette année 2023 à un festival.

Parmi ces personnes qui assistent pour la première fois à un festival, la majorité a moins de 30 ans (58,6 %). En effet, 37,7 % a entre 20 et 30 ans, et 20,9 % moins de 20 ans. C'est aussi le plus souvent des étudiant·es qui assistent pour la première fois à un festival dans notre échantillon (33,6 %).

Est-ce le premier festival auquel vous assistez ?

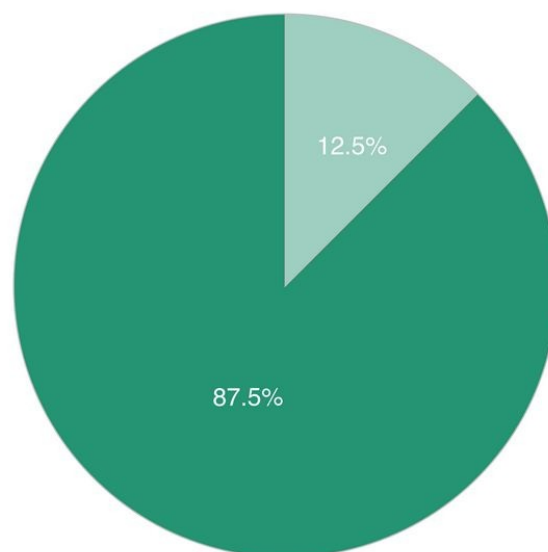


Figure 11. L'expérience des festivals parmi le public interrogé

Maintenant, parmi les 87,5 % des personnes pour lesquelles ce n'était pas la première fois, nous pouvons nous demander à quelle fréquence elles se rendent en festival. Pour cela, nous avons interrogé le public sur le nombre de festivals auxquels ils avaient assisté sur l'année précédant la réponse au questionnaire.

La majorité du public (64,9 %) a assisté à un, deux ou trois festivals sur l'année écoulée. Un quart a assisté à un festival, un autre quart à deux, et 16,1 % à trois festivals sur l'année. Pour 17,6 % d'entre eux, le festival durant lequel ils répondent

au questionnaire est le seul sur les douze derniers mois auquel iels assistent. Très peu ont assisté à plus de 3 festivals sur les douze derniers mois (17,5 %).

Entre renouvellement et fidélisation des publics

Sur l'ensemble des festivals enquêtés, **près d'un tiers découvre pour la première fois le festival auquel iels assistent**. Pour autant, cela veut dire que **la majorité des enquêté-es sont déjà venues au moins une fois** sur celui-ci (70,2 %).

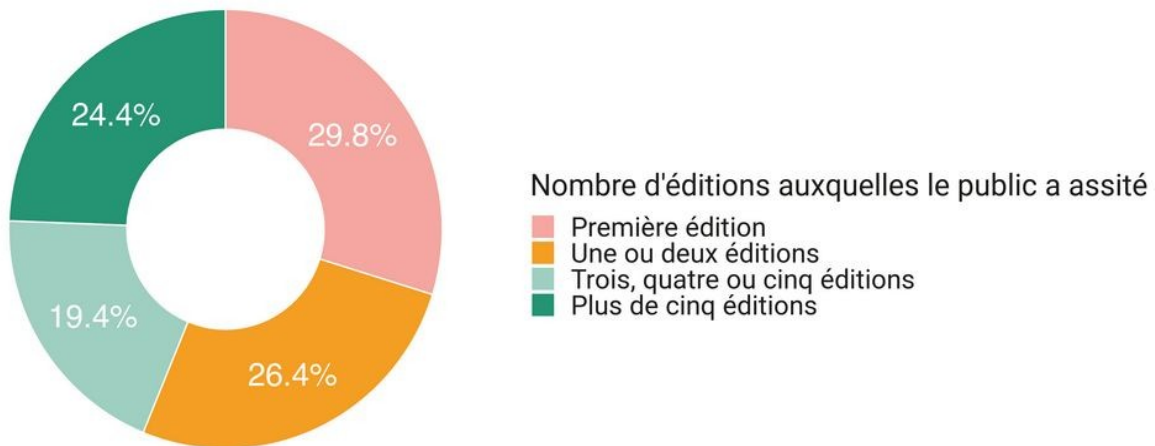


Figure 12. Répartition des publics selon leur fréquence de fréquentation des festivals

Cela montre assurément la **fidélité du public pour les festivals auxquels iels assistent**, surtout si l'on prend en compte le taux de personnes qui ont déjà participé à plus de cinq éditions du festival, qui s'élève à 24,4 %, soit environ un quart des enquêté-es. Pour autant, et comme le montrent de précédentes enquêtes sur le sujet, les statistiques liées à la fidélité des publics et surtout le taux de personnes qui découvrent pour la première fois un festival, ne peuvent suffire à attester d'un renouvellement du public en termes de diversité de profils.

À retenir

- Les femmes sont surreprésentées dans notre échantillon de publics et équipes de festivals
- Les cadres et professions intellectuelles supérieures sont la catégorie la plus présente sur les festivals, les étudiant-es étant elles et eux aussi très nombreux-ses.
- Les publics et équipes qui se rendent en festival sont en grande majorité des habitués de ce type d'évènement culturel. Une majorité des enquêté-es est d'ailleurs assez fidèle à son festival.

E. D'où viennent les festivalier·ers et équipes de festivals ?

Du point de vue départemental, une relative proximité géographique...

■ Habite le département du festival ■ Habite en dehors du département du festival

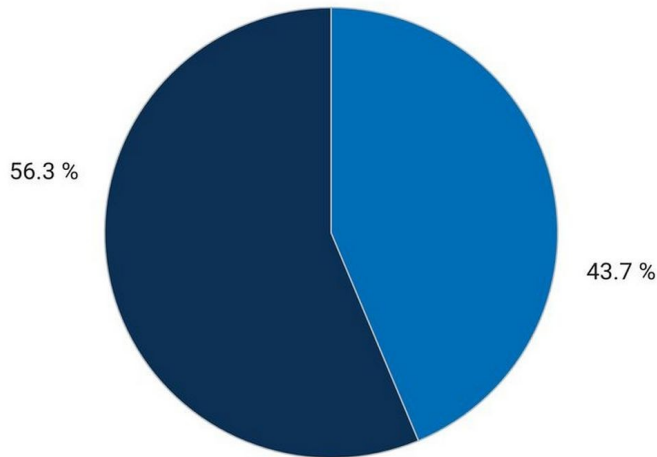


Figure 13. Origine géographique des enquêtés par rapport au département du festival

Quand on regarde les statistiques, on remarque qu'une majorité de nos enquêtés n'habitent pas le département dans lequel le festival se déroule.

Pour autant, dans les 56,3 % se trouvent les personnes vivant hors France métropolitaine ou dans un pays limitrophe. Il faut donc prendre en compte les personnes étrangères afin de relativiser cette donnée.

Ceux-ci et celles-ci représentent **2,1 % de notre échantillon total.**

Une fois cet ajustement effectué, et bien qu'ils n'atteignent pas la majorité parmi notre échantillon, les personnes qui se rendent en festival pour y assister ou y travailler sont tout de même 43,7 % à habiter le département dans lequel celui-ci se déroule, face à 54,2 % qui viennent d'un autre département. Le taux de personnes localement proche du festival - au niveau départemental - semble être en baisse depuis quelques années si l'on en croit les diverses enquêtes chiffrées conduites ces dernières années. Pour autant, les chiffres que nous présentons ici, qui re-

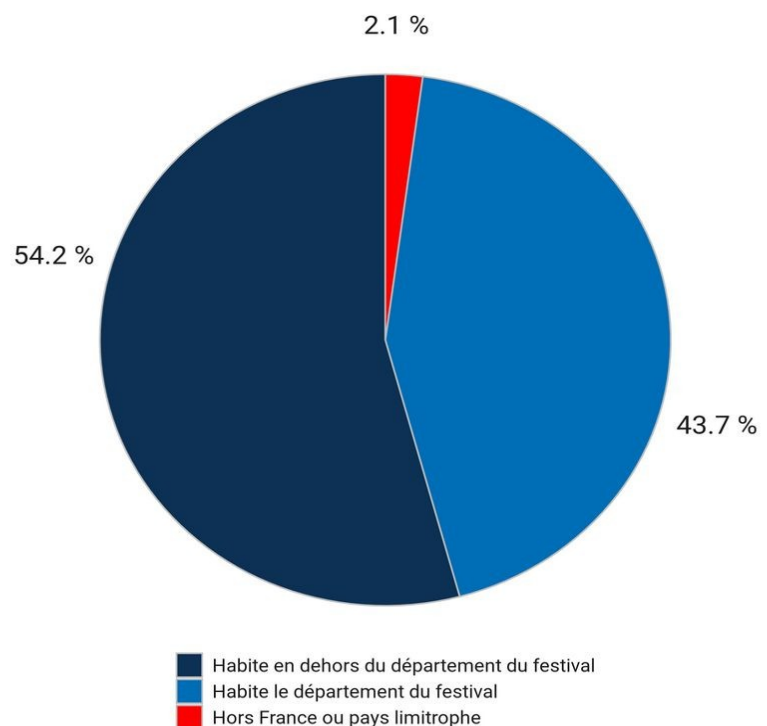


Figure 14. Origine géographique des enquêtés par rapport au département du festival, avec prise en compte des étrangères

présentent l'ensemble des 44 festivals étudiés, sont soumis à de grandes disparités régionales.

... une proximité géographique qui varie selon la région du festival

La proximité des enquêtés vis-à-vis du département du festival est très variable selon la région dont on parle. En effet, il existe de grosses disparités entre les régions, prenons l'exemple des régions Hauts-de-France et Provence-Alpes-Côte d'Azur : pour la première, il semble que les publics et équipes de ces festivals soient plutôt locaux, avec près de 73 % des enquêtés qui habitent le département dans lequel se déroule le festival. À l'inverse, la région PACA ne compte que 20,5 % de personnes habitant sur le même département que le festival. La région Occitanie dénombre elle aussi peu de personnes « locales » avec seulement 33,5 % de personnes qui habitent le département du festival.

La chercheuse Patricia Lejoux (2007), qui s'est intéressée aux mobilités du temps libre, dresse un même constat. Elle montre que **les déplacements touristiques**, ceux qui s'effectuent hors quotidien et en dehors de l'environnement habituel, **beneficient principalement aux régions du sud et de l'ouest** (régions Aquitaine, Poitou-Charentes et Bretagne) et peu aux régions du nord et de l'est (Hauts-de-France, Normandie, Picardie, Île-de-France, Champagne-Ardenne, Lorraine, Alsace et Franche-Comté). Elle explique cette différence par le climat et l'environnement fortement industrialisé et urbanisé de ces dernières régions (ibid.).

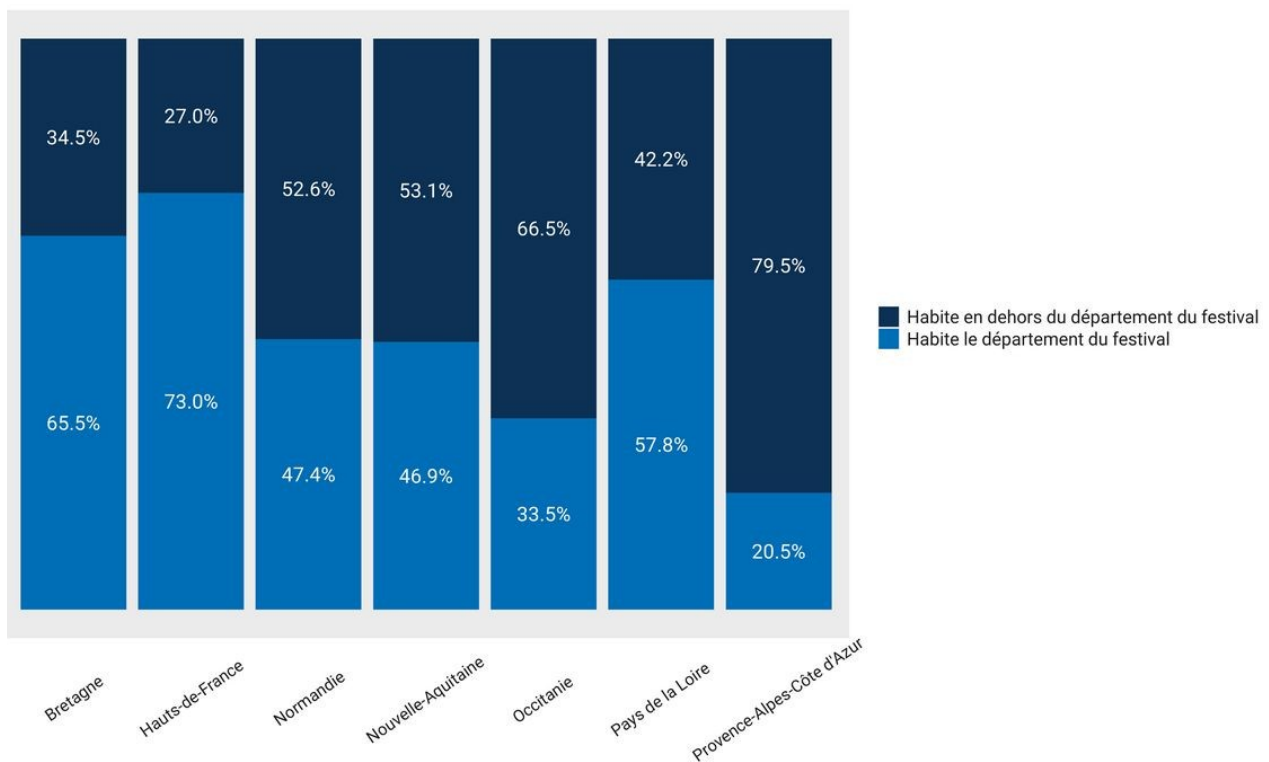


Figure 15. Appartenance ou non au département dans lequel se déroule le festival, selon la région du festival

Une approche régionale qui nuance la question de la proximité

Si la répartition des enquêtés selon leur appartenance ou non au département dans lequel se déroule le festival montre une majorité de publics « non locaux » c'est-à-dire extérieurs au département, les statistiques concernant la région de résidence des enquêtés vient nuancer la question de la proximité.

Nous remarquons en effet qu'en interprétant la « localité » des publics et équipes de festival sous le périmètre de la région, une majorité de personnes (55,3 %) habitent la région dans laquelle se déroule le festival.

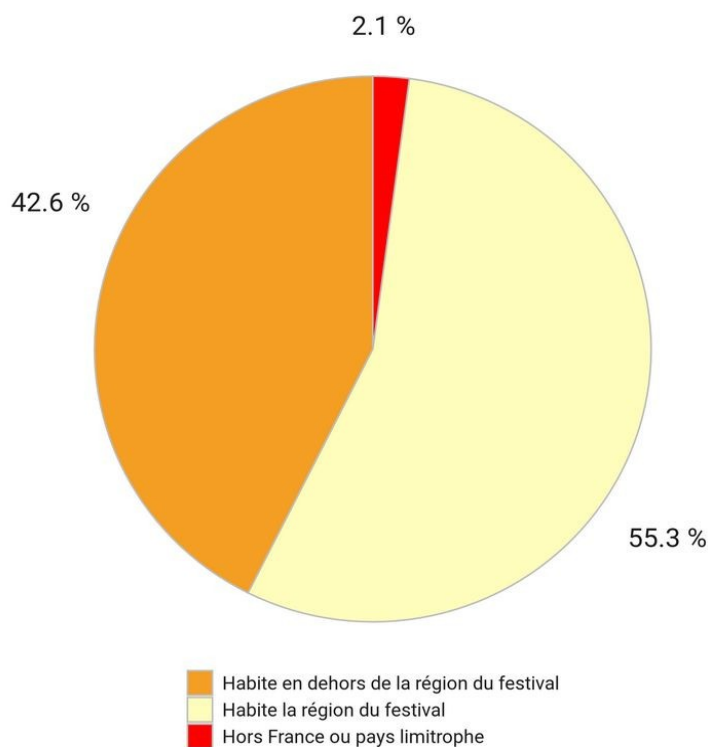


Figure 16. Origine géographique des enquêtés par rapport à la région du festival, avec prise en compte des étrangères

Une fois de plus, ces données régionales varient selon la région étudiée, et révèlent ici des différences entre la proximité départementale et la proximité régionale.

Par exemple pour la région **Pays de la Loire** : si 57,8 % des enquêtés habitent le département dans lequel se déroule le festival, ce taux augmente considérablement lorsqu'on regarde le nombre de personnes qui habitent la région du festival, passant alors à **83,1 %**, ce qui en fait la **région avec le public et les équipes les plus locaux au niveau régional**. À l'inverse, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur ne semble attirer que très peu de personnes « locales », tant au niveau départemental (20,5 %) qu'au niveau régional (27,3 %).

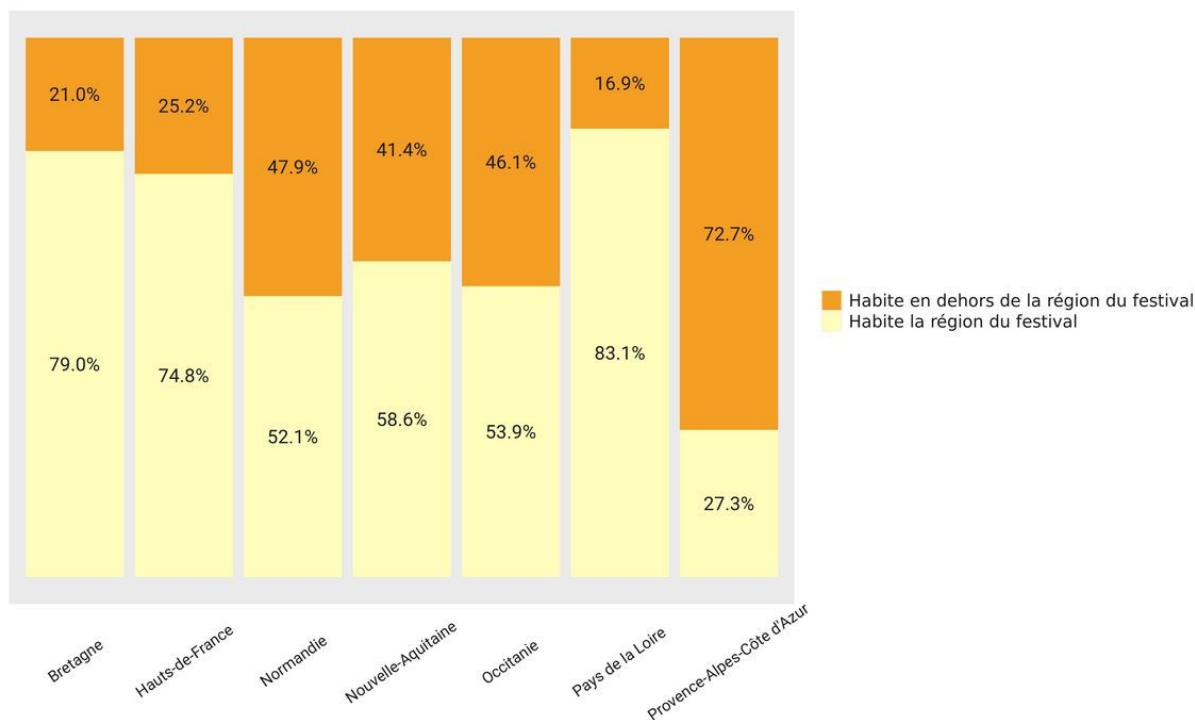


Figure 17. Appartenance ou non à la région dans lequel se déroule le festival, selon la région du festival

La proximité géographique d'une personne avec le festival auquel elle assiste ou sur lequel elle travaille ne peut évidemment pas se lire uniquement sous les variables « habite le département du festival » ou « habite la région du festival ». Pour preuve, il se peut que, pour se rendre d'une commune à une autre au sein d'une même région, on doive parcourir plus de 450 km. Or, dans le cas de deux départements frontaliers qui n'appartiennent pas à la même région, il est possible de ne parcourir qu'une dizaine de kilomètres pour se rendre d'une commune à l'autre. C'est pourquoi il faut prendre en compte d'autres variables telles que la **distance parcourue** ou le **temps de trajet effectué pour se rendre sur le festival**, depuis son lieu de résidence, dans l'analyse de la proximité des publics et équipes avec les festivals.

Des publics et équipes qui n'habitent pas le département du festival mais qui en sont géographiquement proches

Sur l'ensemble des festivals, la distance moyenne parcourue entre la résidence principale des enquêtés et le festival est d'environ 70 kilomètres¹⁰.

Nous notons là encore des différences entre régions vis-à-vis de la distance parcourue, différences assez semblables à ce qu'on a pu remarquer en regardant les taux de personnes qui habite (ou non) sur le département ou la région du festival.

¹⁰ Le questionnaire a permis de renseigner la distance parcourue des publics et équipes de festival selon des tranches (« Moins de 5 km », « Entre 5 et 15 km », etc.) ce qui diminue la possibilité d'avoir une moyenne très précise.

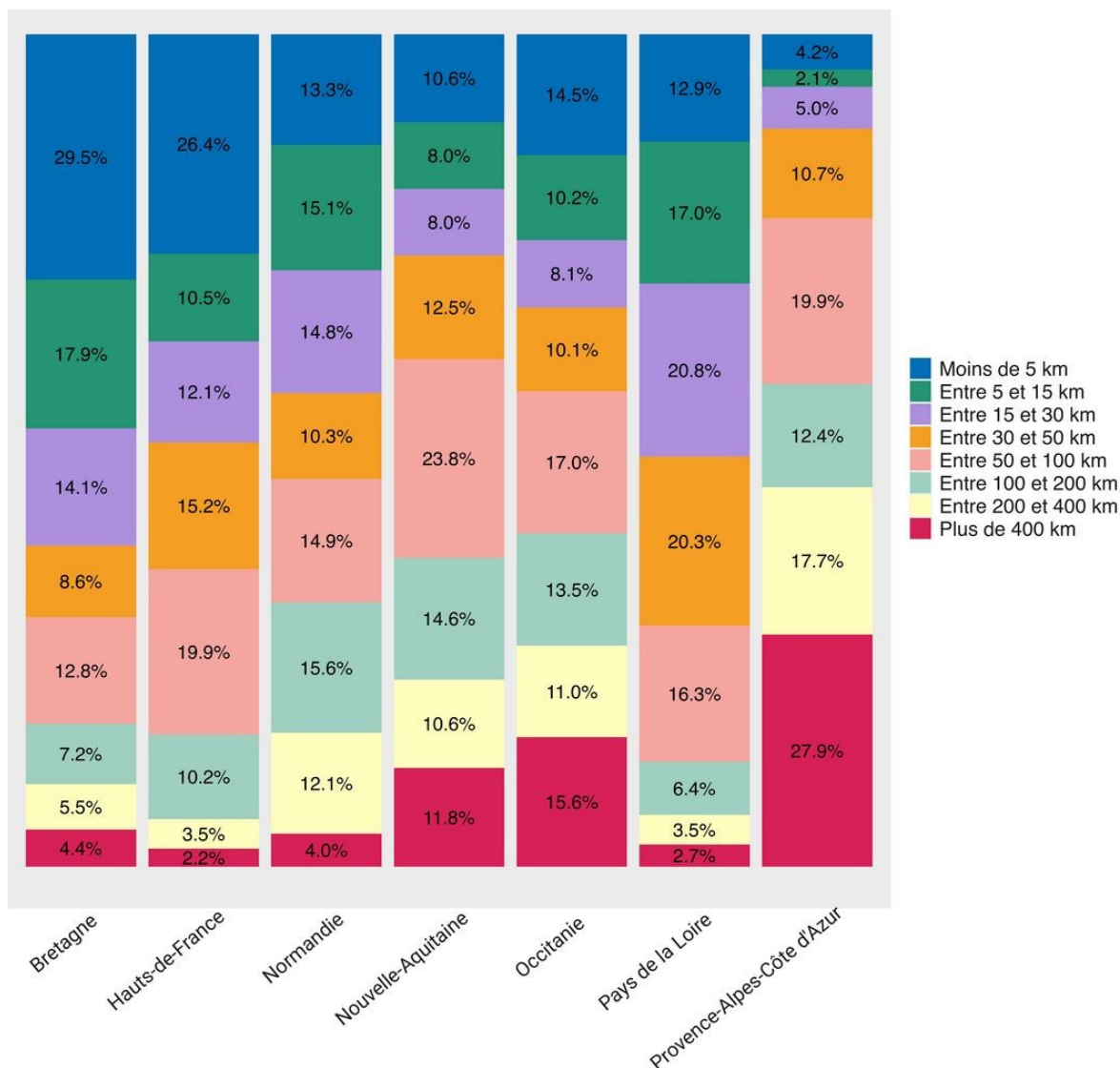


Figure 18. Distance parcourue par les enquêtés entre la résidence principale et le festival, selon la région

Avec notamment **plus de distance parcourue par les équipes et publics de festival dans les régions du sud**, comme en région PACA où plus d'un quart parcourt plus de 400 kilomètres pour se rendre au festival. Nous l'avons expliqué plus haut, ces différences s'expliquent en partie par les conditions et critères des mobilités durant le « temps libre », favorables aux régions du sud.

Il paraît logique que l'on parcourt de plus longues distances lorsqu'on n'habite pas le département ou la région dans lequel se déroule le festival, et inversement, d'avoir moins de trajet à effectuer quand on habite le même département ou la même région que le festival.

Tableau 6. Distance parcourue par les enquêtés pour se rendre sur le festival, selon leur appartenance ou non au département où se déroule celui-ci

Localité géographique	Distance parcourue							
	Moins de 5 km	Entre 5 et 15 km	Entre 15 et 30 km	Entre 30 et 50 km	Entre 50 et 100 km	Entre 100 et 200 km	Entre 200 et 400 km	Plus de 400 km
Habite en dehors du département du festival	16.9%	21.9%	28.2%	39.9%	59.6%	89.9%	99 %	98.9%
Habite le département du festival	83.1%	78.1%	71.8%	60.1%	40.4%	10.1%	1 %	1.1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

En effet, 98,9 % des personnes qui parcourent plus de 400 km pour se rendre en festival, habitent en dehors du département où se déroule celui-ci, et 83,1 % de celles et ceux qui parcourent moins de 5 km habitent le département du festival.

Ce qui est intéressant ici, c'est de voir que malgré tout, 16,9 % des personnes qui parcourent moins de 5 km, et 21,9 % des personnes qui parcourent entre 5 et 15 km habitent en dehors du département du festival. **Ces personnes sont donc géographiquement proches du festival, sans pour autant vivre sur le même département.**

On constate, de façon moins prégnante mais toujours significative, le même phénomène pour ce qui est des distances parcourues selon l'appartenance ou non à la région du festival.

Tableau 7. Distance parcourue par les enquêtés pour se rendre sur le festival, selon leur appartenance ou non à la région où se déroule celui-ci

Localité géographique	Distance parcourue							
	Moins de 5 km	Entre 5 et 15 km	Entre 15 et 30 km	Entre 30 et 50 km	Entre 50 et 100 km	Entre 100 et 200 km	Entre 200 et 400 km	Plus de 400 km
Habite en dehors de la région du festival	10.8%	14.3%	17.4%	24.8%	36.4%	63.8%	91.8%	98.2%
Habite la région du festival	89.2%	85.7%	82.6%	75.2%	63.6%	36.2%	8.2%	1.8%
Total	100 %	100 %	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Si analyser l'appartenance ou non au territoire dans lequel se déroule le festival (région ou département) nous permet d'étudier la proximité géographique des publics et équipes vis-à-vis du site du festival, analyser cette proximité sous l'angle de la distance parcourue par celles et ceux-ci, permet d'affiner l'analyse. On peut ainsi **mesurer la partie des publics et équipes qui vient de départements, et donc de régions, limitrophes à celle du festival** (voir tableaux ci-dessus).

À retenir

- La majorité des publics et équipes de festival vivent en dehors du département du festival, mais une majorité vit dans la même région que celui-ci.
- La proximité géographique (régionale ou départementale) des enquêtées varie selon la région dans lequel se déroule le festival. Les festivals de certaines régions attirent des publics et des équipes bien plus locaux que d'autres. La Bretagne et les Hauts-de-France par exemple attirent des publics et équipes plus proches géographiquement, alors que sur les régions Occitanie et PACA, les publics et équipes viennent de plus loin pour assister ou travailler sur le festival.
- Une partie des publics et équipes (entre 16 et 22 %) qui parcourt moins de 15 kilomètres pour se rendre sur le festival n'habite pas le département. La non appartenance au département ou à la région dans lequel se déroule le festival n'indique donc pas systématiquement un éloignement géographique.

II. Les pratiques de mobilité et d'hébergement des publics et équipes de festival

Dans cette partie, nous entrons dans le vif du sujet en cherchant à savoir comment les publics et équipes se rendent sur le lieu du festival, et comment iels se logent durant celui-ci.

A. La prédominance de la voiture thermique au sein des modes de déplacement utilisés pour se rendre en festival

L'intermodalité : une pratique peu utilisée parmi les publics et équipes de festivals

Afin de caractériser au mieux les déplacements des publics et des équipes de festivals, l'intermodalité, c'est-à-dire l'utilisation de plusieurs modes de transport au cours d'un seul et même déplacement est un premier indicateur à prendre en compte.

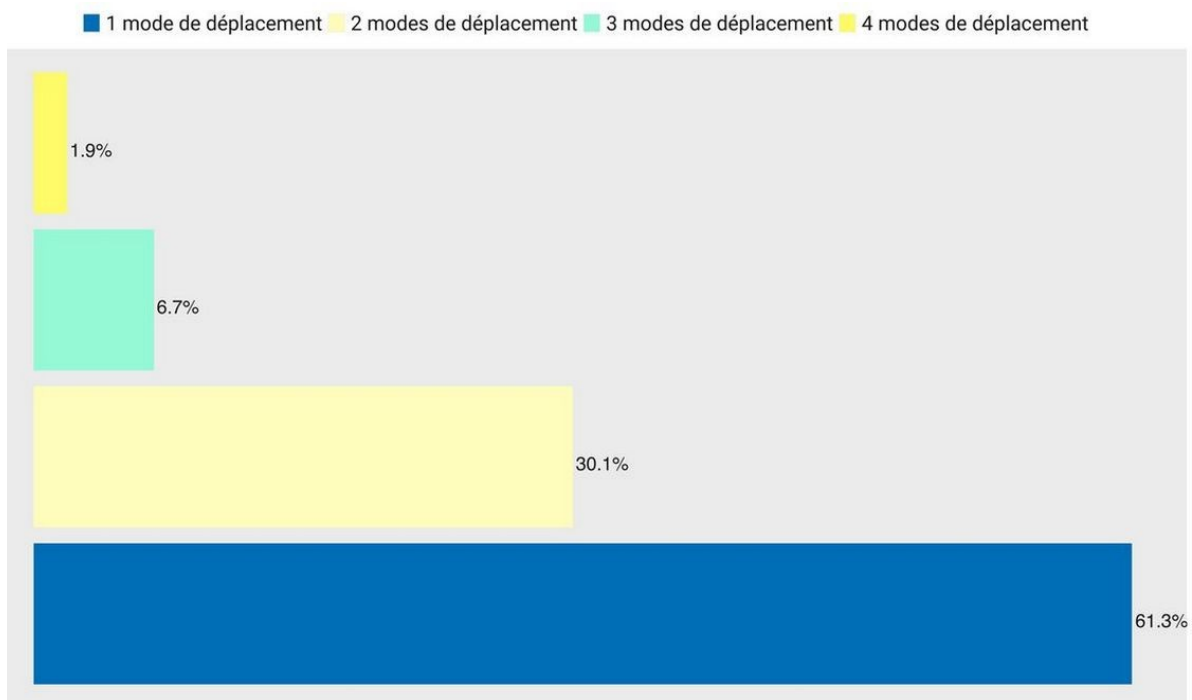


Figure 19. Intermodalité des publics et équipes de festivals

La **majorité des publics et équipes de festivals n'utilisent qu'un seul mode de déplacement** pour venir sur le festival, taux qui semble se maintenir au regard d'autres enquêtes effectuées sur le sujet. Pour autant, nous pouvons noter que **plus d'un**

tiers d'entre elles et eux (38,7 %) pratique l'intermodalité. C'est surtout le cas pour les personnes qui utilisent deux modes de déplacement pour se rendre en festival – à hauteur de 30,1 % des publics et équipes de festival. Finalement, peu utilisent trois ou quatre modes de déplacement (avec des taux respectifs de 6,7 % et 1,9 %).

Ce taux important d'**utilisation d'un seul mode de déplacement s'explique en partie par le taux élevé des personnes qui utilisent la voiture thermique** comme mode de déplacement vers le festival. En effet, parmi toutes les personnes qui n'utilisent qu'un seul mode de déplacement, 68,7 % d'entre elles sont venues en voiture thermique.

Pour les déplacements vers les festivals, **la pratique de l'intermodalité semble plutôt spécifique aux voyageurs de train.** Ceux-ci représentent 23,4 % de celles et ceux qui utilisent deux modes de déplacement, 51,9 % qui en utilisent trois, et représentent 40,9 % des personnes qui utilisent quatre modes de déplacement.

Les modes de déplacement principaux et secondaires

Dans notre enquête, nous avons choisi de récolter des informations sur les modes de déplacement utilisés par les publics et équipes de festival pour se rendre sur le lieu du festival. Pour ce faire, nous les avons questionnés sur ce qu'on a appelé leur « mode de déplacement principal » et leur « mode de déplacement secondaire », afin de prendre en compte la pratique de l'intermodalité.

Ici, le **mode de déplacement principal représente le mode de déplacement qui a permis à la personne de parcourir la plus grande distance entre sa résidence principale et le lieu du festival.** Le « mode de déplacement secondaire » est celui qui a permis à la personne – si elle a utilisé plus d'un mode de déplacement – de parcourir la deuxième plus grande distance entre la résidence principale et le festival.

Dans la lecture des chiffres, il faut donc noter que « mode de déplacement principal » ne veut pas dire que c'est celui qui a été utilisé en premier (dans l'ordre chronologique) pour se déplacer. Par exemple, une personne peut avoir pris la voiture pour se rendre jusqu'à la gare puis un train jusqu'au festival. Si la distance parcourue en train est plus grande que celle en voiture pour se rendre à la gare, alors le train sera le mode de déplacement principal et la voiture, le mode de déplacement secondaire, bien que ce ne soit pas l'ordre chronologique des déplacements.

L'utilisation de la voiture thermique, un mode de déplacement principal majoritaire

Sur l'ensemble des personnes interrogées, **une majorité (59,2 %) a utilisé la voiture thermique pour se rendre sur le lieu du festival.** C'est un fait désormais avéré, la voiture thermique est de loin le mode de déplacement principal le plus utilisé pour se rendre en festival. Cela est vrai pour chacune des régions étudiées, le taux d'uti-

lisation de la voiture thermique étant chaque fois supérieure à 50 %.

L'utilisation du train (par 13,7 % des enquêtés), de la marche (pour 7,6 %) et du covoiturage via plateforme (3,5 %) sont les trois modes de déplacement qui se démarquent légèrement en termes de taux d'utilisation face à la voiture thermique et autres modes (l'ensemble de ceux-ci ne dépassant pas les 16 % d'utilisation).

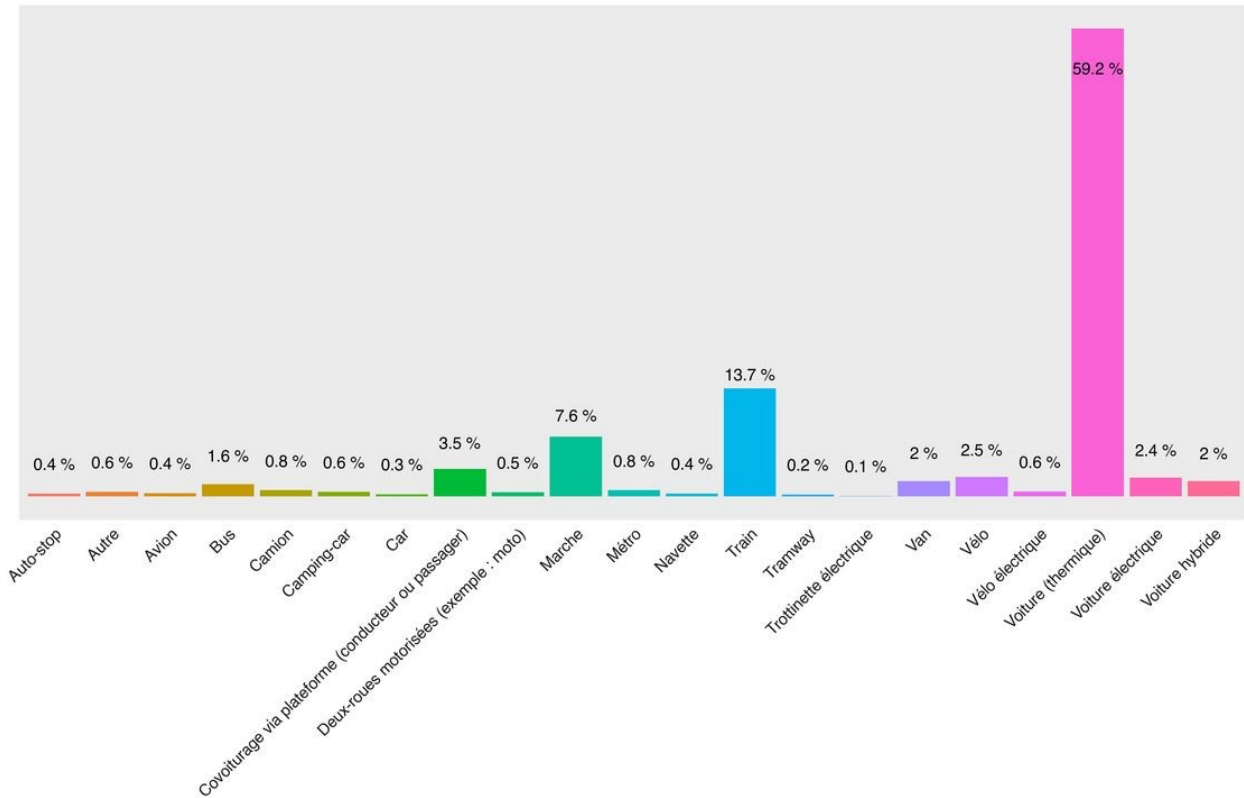


Figure 20. Modes de déplacement principaux utilisés pour se rendre en festival

Mode de déplacement secondaire : une proportion toujours élevée de l'utilisation de la voiture thermique

Parmi les modes de déplacement secondaire, servant à parcourir la deuxième plus grande distance entre la résidence principale de l'enquêtée et le festival, la marche est la variable la plus souvent renseignée, avec 32,9 % des personnes qui disent l'avoir utilisé comme mode de déplacement secondaire¹¹.

¹¹ Ici nous avons effectué un redressement sur le taux de personnes ayant choisi la modalité « Marche » comme mode de déplacement secondaire. En effet, bien que nous ayons précisé dans le questionnaire que la marche devait être prise en compte comme mode de déplacement uniquement lorsqu'elle permet d'effectuer un trajet de plus de 15 minutes, certaines enquêtées l'ont sélectionné alors qu'elles n'ont fait que rejoindre le festival à pied. Ces réponses ne peuvent donc pas être prise en compte dans les statistiques sur l'utilisation des modes de déplacements secondaires.

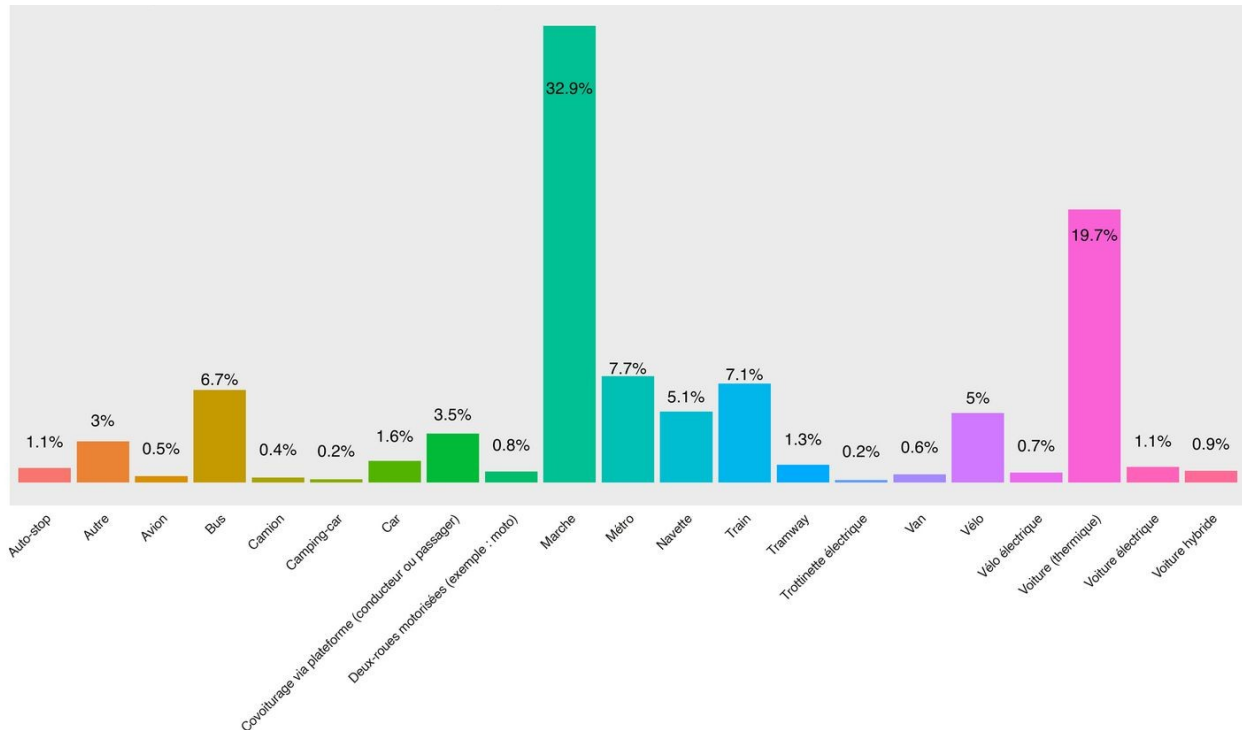


Figure 21. Modes de déplacement secondaires utilisés pour se rendre en festival

On peut noter que **19,7 % des déplacements secondaires sont effectués en voiture thermique**, ce qui montre une fois de plus la prédominance de ce moyen de transport dans la mobilité des publics et équipes de festival, la majorité de ces personnes (52,4 %) ayant pris le train en mode de déplacement principal.

Les modes de déplacements collectifs (bus, métro, navette, et train) représentent 26,6 % des moyens de déplacement secondaires. Parmi eux, 5,1 % des enquêtés utilisent la navette. Ce taux doit bien évidemment prendre en compte le fait que tous les festivals ne proposent pas de navettes, seul 41,1 % des festivals disposent de ce service.

Sur l'ensemble des publics et équipes de festival qui ont choisi la navette comme mode de déplacement secondaire, 63,3 % s'est rendu à un festival sur lequel une offre de navette gratuite est proposée, 30,9 % à un festival sur lequel une offre de navette payante est proposée, et 5,8 % sur un festival pour lequel aucune offre de navette spécifique n'est mise en place.

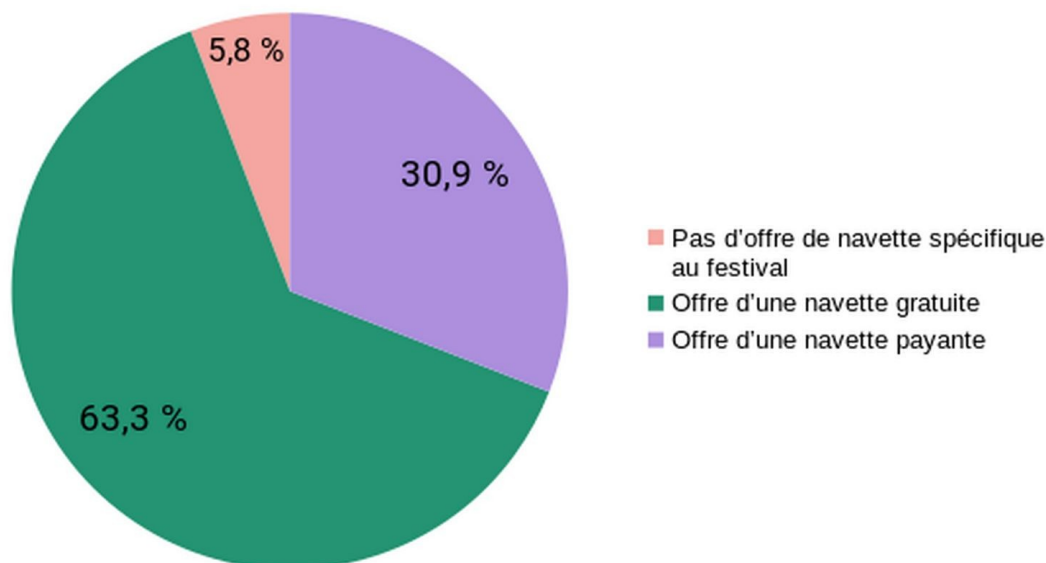


Figure 22. Proportion d'utilisation de la navette en mode de déplacement secondaire selon l'offre de navette spécifique au festival

Le taux d'utilisation de la navette est supérieur sur les festivals qui proposent un service de navette spécifique au festival, en sachant que sur les 0,4 % de personnes qui ont utilisé la navette alors que le festival n'en propose pas, iels ont pu prendre une navette non spécifique au festival).

Sur les festivals qui proposent une navette gratuite, le taux d'utilisation de la navette comme mode de déplacement secondaire (10 %) est sensiblement supérieur à celui sur les festivals qui proposent une navette payante (8,8%).

Tableau 8. Offre d'un service de navette spécifique au festival ou non : part modale d'utilisation de la navette comme mode de déplacement secondaire

	Pas d'offre de navette spécifique au festival	Offre d'une navette gratuite	Offre d'une navette payante
Utilisation de la navette en mode de déplacement secondaire	0,4 %	10 %	8,8 %
Utilisation d'autres mode de déplacement secondaire	99,6 %	90 %	91,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

À retenir

- La majorité des publics et équipes n'utilisent qu'un mode de déplacement pour se rendre sur le festival
- Celles et ceux qui n'utilisent qu'un mode de déplacement sont majoritairement celles et ceux qui se rendent en festival en voiture thermique, et l'intermodalité est plus pratiquée par les voyageurs de train
- La majorité des enquêtées se rendent au festival en voiture thermique

B. Différents profils, différentes pratiques de la mobilité ...

Des pratiques de mobilité différentes selon le profil social des enquêtés-es

L'âge des enquêtés-es est une variable du profil social qui joue sur les pratiques de mobilité des publics et équipes de festival.

Tout d'abord, sur la pratique de l'intermodalité.

Des différences de répartition, légères mais bien visibles (fig. 23), nous montrent que ce sont **les classes d'âges les plus jeunes qui pratiquent le plus l'intermodalité** pour se rendre en festival. Ces résultats nous poussent à regarder s'il existe également des différences en termes d'utilisation de certains modes de déplacement.

En effet, certains modes de déplacement sont plus utilisés par certaines classes d'âge pour se rendre en festival (fig. 24).

Des différences très marquantes se retrouvent pour la pratique de l'**auto-stop**, bien plus utilisé par les **20 – 29 ans** (65,3 %) que par les autres classes d'âges. De même pour l'utilisation du **camion**, mode de déplacement choisi en majorité (52 %) par les **30 – 39 ans**, et l'utilisation du **camping-car**, choisi en majorité (50,6 %) par **les plus de 60 ans**.

Toutes les classes d'âges utilisent en majorité la voiture thermique pour se rendre en festival, mais les personnes âgées de 40 ans et plus l'utilisent en plus grande proportion¹².

En règle générale, les **modes de déplacements collectifs** (bus, car, métro, tramway, etc.) sont plus utilisés par les **classes d'âges les plus jeunes** (notamment entre 20 et 30 ans), ainsi que les **modes de déplacements actifs** comme le vélo et la marche.

¹² Sur l'ensemble des publics et équipes âgés de plus de 60 ans, 64,5 % se rend au festival en voiture thermique. Ce taux s'élève à 65,1 % chez les 40 – 59 ans.

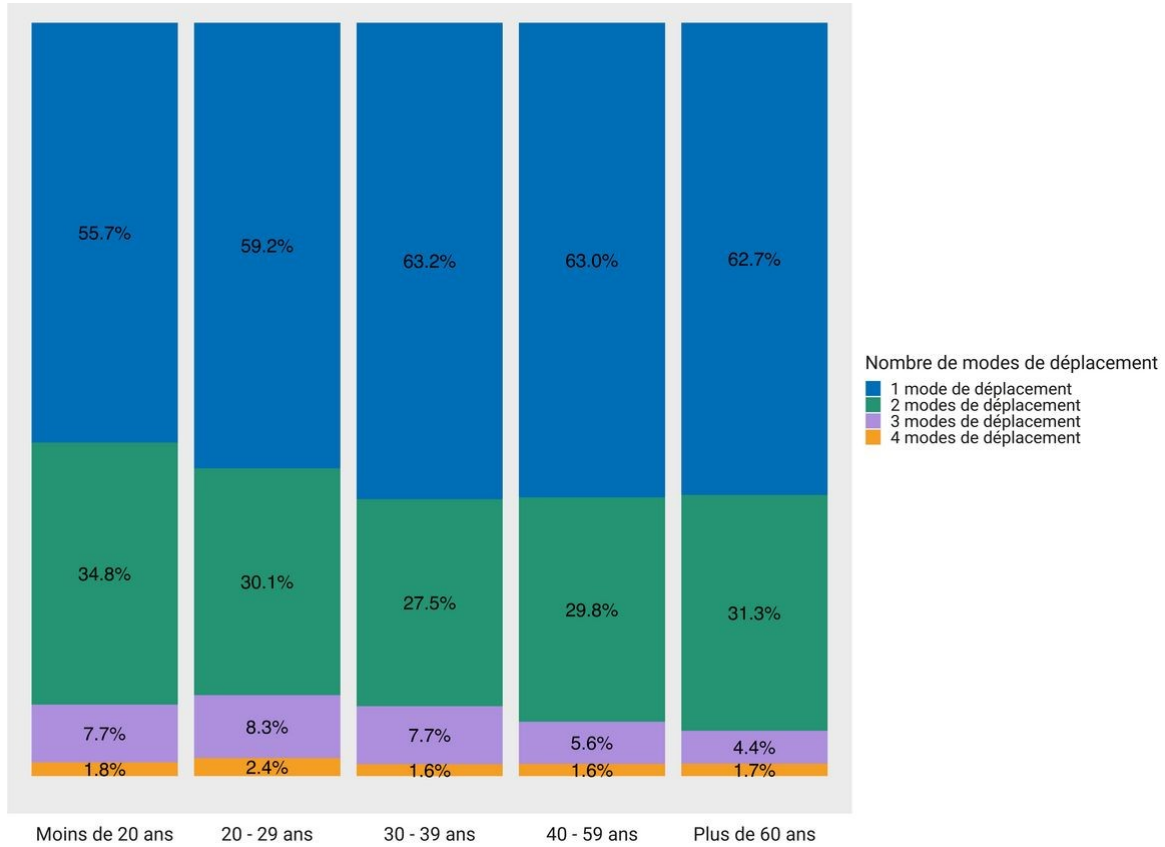


Figure 23. Pratique de l'intermodalité des répondant·es par classe d'âge

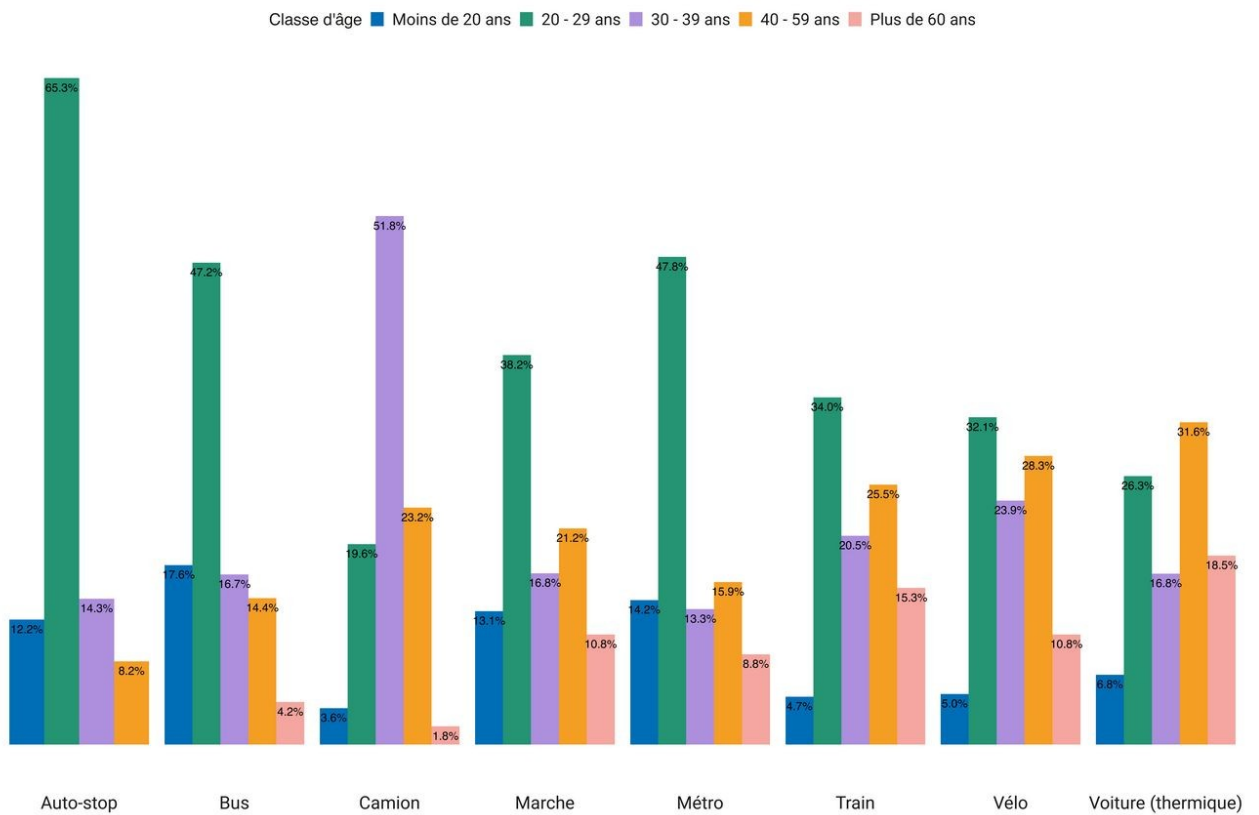


Figure 24. Modes de déplacement utilisés pour se rendre en festival selon la classe d'âge

Répartition de l'utilisation des modes de déplacement principaux par classe d'âge

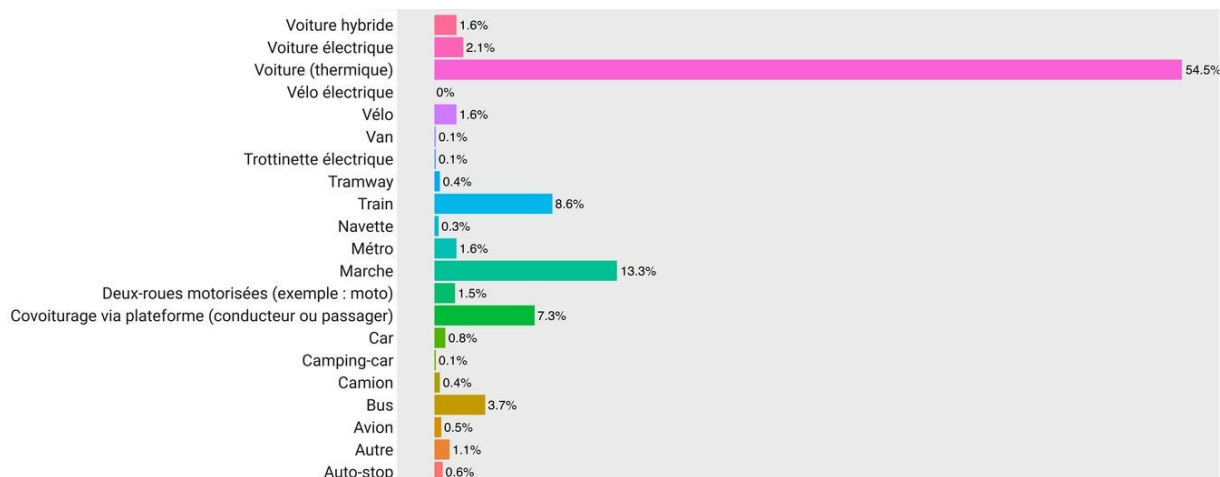


Figure 25. Répartition de l'utilisation des modes de déplacement principaux pour les publics et équipes de moins de 20 ans

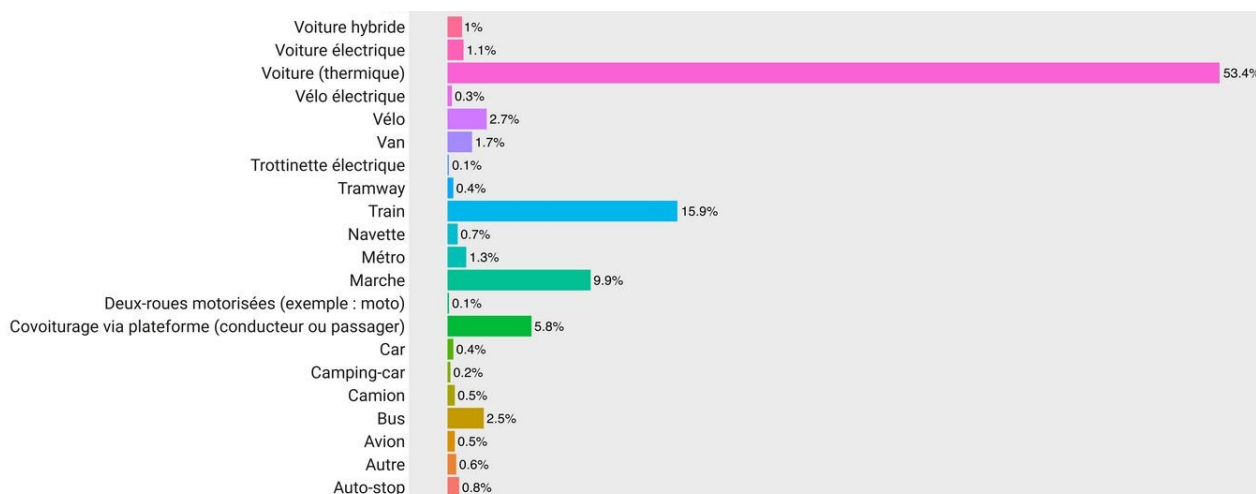


Figure 26. Répartition de l'utilisation des modes de déplacement principaux pour les publics et équipes de 20 – 29 ans

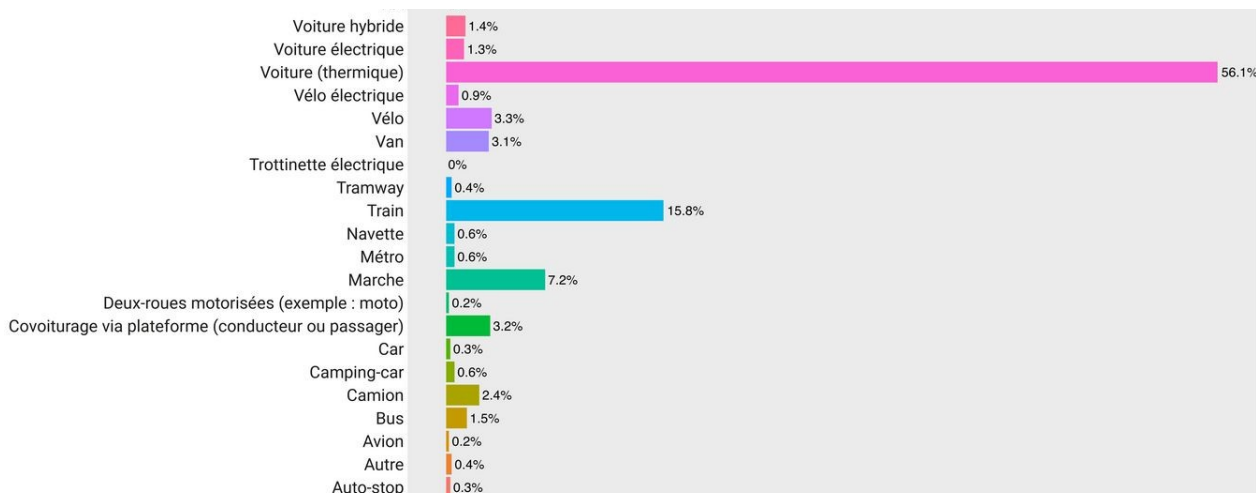


Figure 27. Répartition de l'utilisation des modes de déplacement principaux pour les publics et équipes de 30 – 39 ans

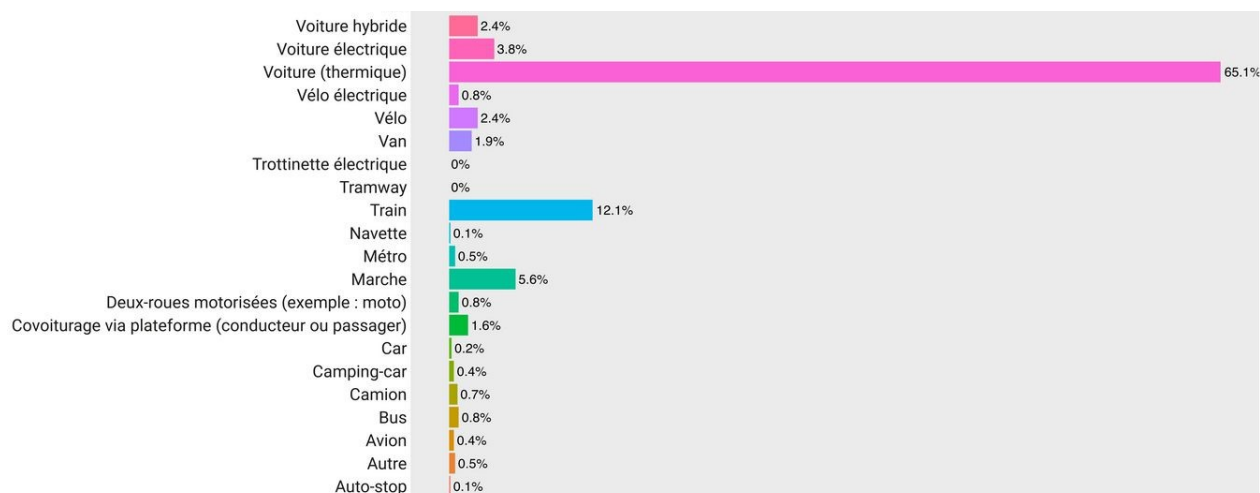


Figure 28. Répartition de l'utilisation des modes de déplacement principaux pour les publics et équipes de 40 – 59 ans

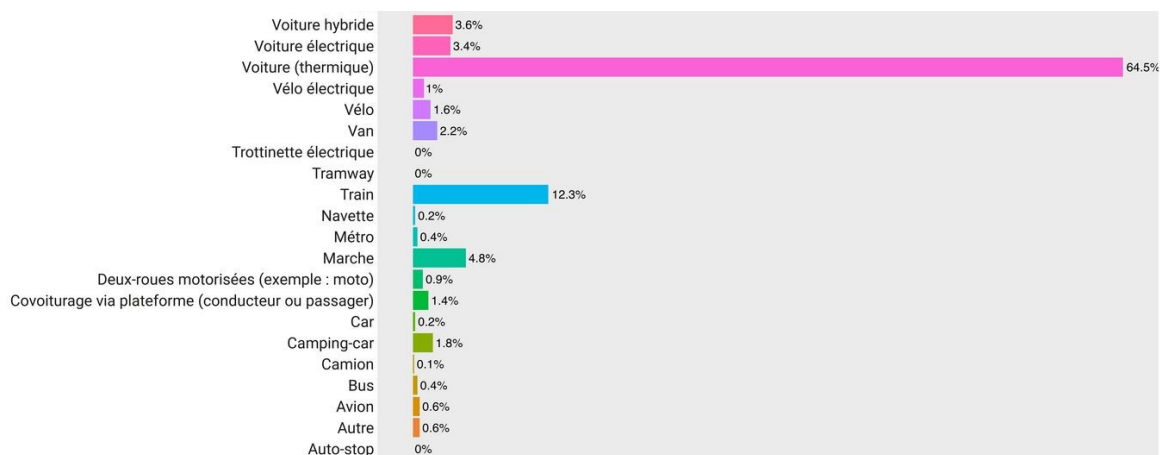


Figure 29. Répartition de l'utilisation des modes de déplacement principaux pour les publics et équipes de plus de 60 ans

La catégorie socioprofessionnelle des enquêtés est elle aussi une variable à prendre en compte dans l'analyse des pratiques de mobilité des publics et équipes de festival. En effet, des disparités existent entre les publics et équipes de festival selon leur profession ou catégorie socioprofessionnelle.

Au sein de chaque catégorie socioprofessionnelle, la **majorité des personnes utilisent la voiture thermique pour se rendre en festival, à l'exception des étudiant·es, qui sont 49,3 % à l'utiliser**. Les catégories au sein desquelles on retrouve le plus d'utilisateur·trices de la voiture thermique comme mode de déplacement principal, sont :

- La catégorie « Main d'œuvre et ouvriers spécialisés » (78 % d'entre elles et eux utilisent la voiture pour se rendre en festival) ;
- les agriculteurs et exploitants (75,8 %) ;
- les ouvriers qualifiés (68,9 %) et ;
- les employés et personnels de service (68,3 %).

Quand on met de côté le nombre de personnes qui a utilisé la voiture thermique dans chaque catégorie et qu'on regarde quel est le deuxième mode de déplacement utilisé par le plus grand nombre, on trouve le train puis la marche. La répartition des modes de déplacement (comme on l'a montré plus haut) se fait majoritairement entre la voiture, le train, et la marche.

Pour autant, certaines catégories sont **plus nombreuses à favoriser l'utilisation du train, quand iels utilisent moins la voiture**. Par exemple, parmi les cadres et professions intellectuelles supérieures, 56,7 % utilisent la voiture thermique, 20,5 % le train, et 5,3 % la marche pour aller en festival. Les étudiant·es aussi, quand iels n'utilisent pas la voiture, favorisent le train (13,7 %) et la marche (13,7 %).

En quatrième position des modes de déplacement les plus utilisés, nous avons la pratique du **covoiturage via plateforme** pour les **étudiants, les employés et personnels de service, cadres moyens, agriculteurs, exploitants et autres personnes sans activité professionnelle**. Pour d'autres : les **artisans, commerçants, chefs d'entreprises, ouvriers qualifiés et retraités, c'est le van** qui est utilisé par le plus de personnes de ces catégories en quatrième position.

Des équipes géographiquement plus proches des festivals

Notons que les modes de déplacement utilisés pour se rendre en festival **varient selon le profil des enquêtés, entre le public et les équipes de festivals**. En effet, les publics semblent plus à même de prendre la voiture thermique (pour 61,7 % d'entre elles et eux) quand les équipes l'utilisent moins (51,2 %). Les membres d'équipes sont également plus nombreux à choisir la marche comme mode de déplacement principal (11,4 % face à 6,7 % pour les publics) et le vélo (5,4 % face à 1,8 % pour les publics). Cela s'explique potentiellement par une plus grande proximité géographique des personnes qui travaillent sur les festivals.

Cette supposition se confirme lorsqu'on compare la **distance parcourue pour se rendre en festival entre le public et les équipes**. En effet, près d'un quart des équipes de festival (24,3 %) ont parcouru moins de 5 km entre leur résidence principale et le site du festival, ce qui n'est le cas que pour 11,1 % des publics. De même, les équipes de festival sont 30,5 % à avoir parcouru entre 5 et 30 km, alors que pour les publics, ce taux s'élève seulement à 19,7 %.

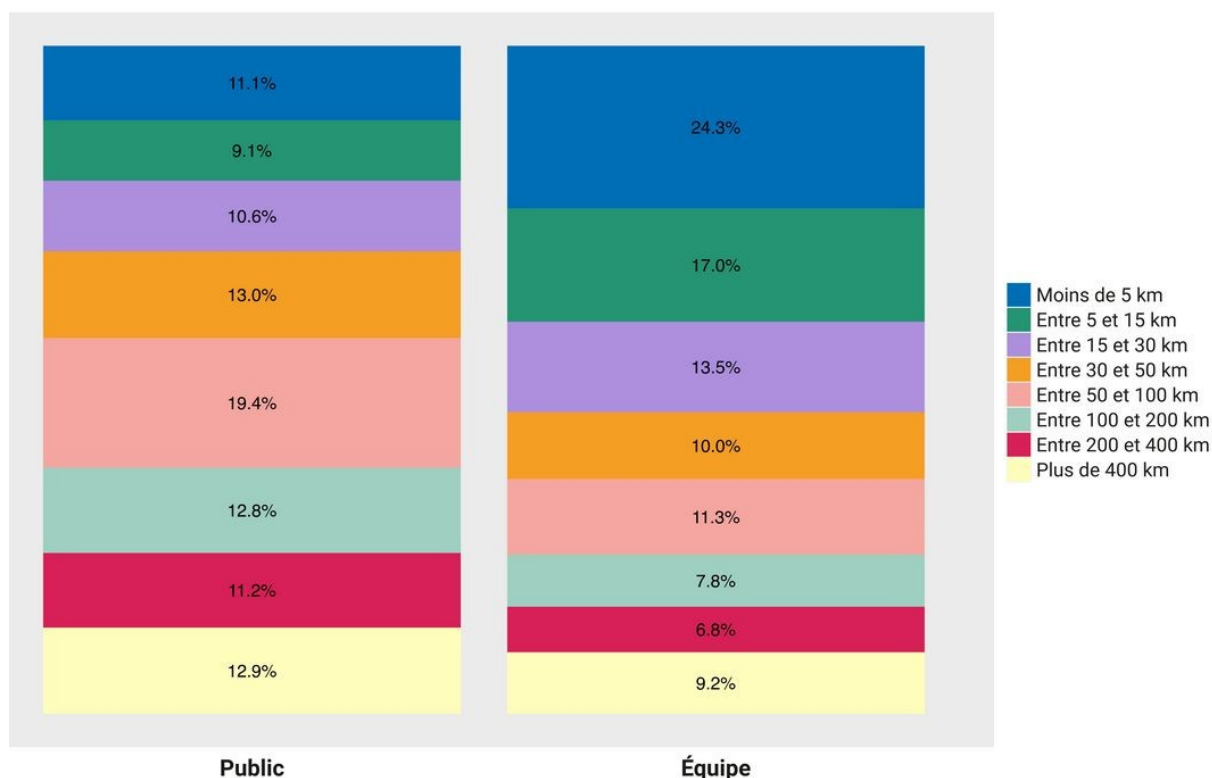


Figure 30. Répartition des distances parcourues entre la résidence principale et le lieu du festival, selon le profil des enquêtés

En résumé, **plus de la moitié des équipes réside à moins de 30 km du festival sur lequel elle travaille**, alors que seul 30,8 % des festivalier·es réside à moins de 30 km du festival auquel iel assiste. Dans le même sens, un·e festivalier·e sur deux parcourt plus de 50 km pour rejoindre leur festival, quand les équipes ne sont qu'un tiers à parcourir cette distance.

Ces chiffres nous montrent bien qu'en général, **les équipes sont géographiquement plus proches des festivals que les personnes qui y assistent (publics)**.

Des modes de déplacement diversifiés sur les régions

On peut distinguer des différences notables sur le taux d'utilisation du train, de la marche, mais aussi du vélo ou encore du bus, selon la région (voir graphique ci-dessous¹³).

13 Dans le graphique « Mode de déplacement principal selon la région », nous avons choisi d'afficher uniquement les modes de déplacement utilisés par plus de 1 % des publics et équipes de festivals, et ceux, afin de rendre le graphique plus lisible.

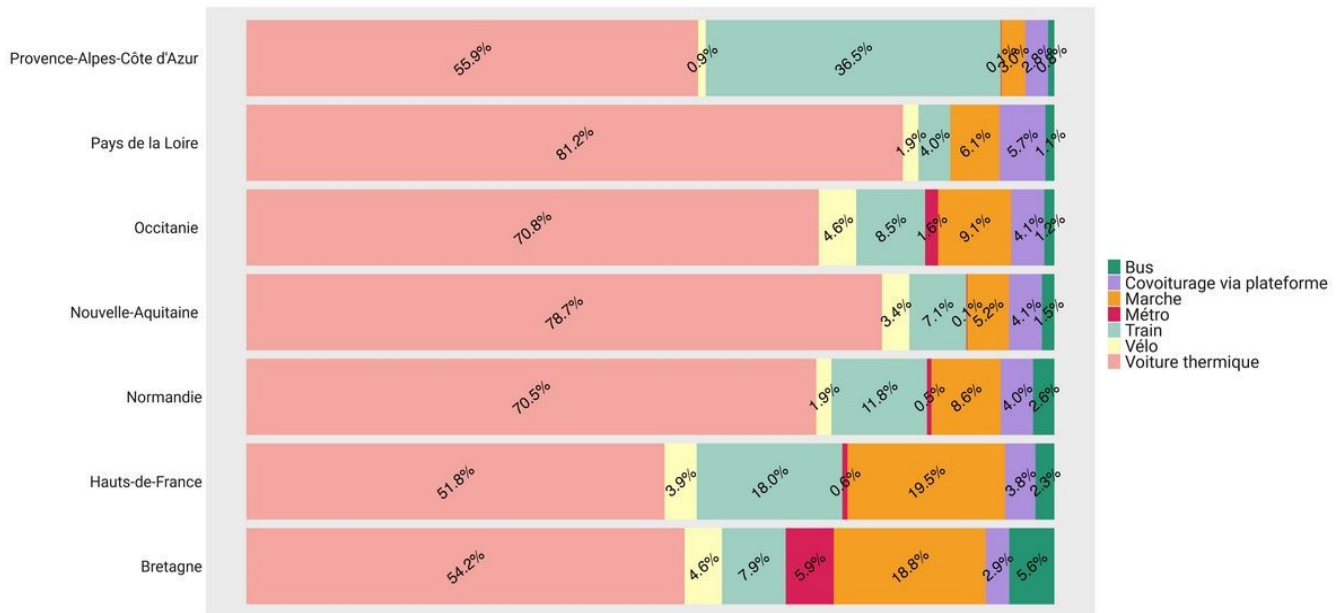


Figure 31. Mode de déplacement principal selon la région

Par exemple au sein de la **région Provence-Alpes-Côte d'Azur**, on note une **forte utilisation du train** comme mode de déplacement pour se rendre en festival, ce sont plus d'un tiers des publics et équipes des festivals de la région PACA (36,4 %) qui utilisent le train. La marche en revanche est peu employée dans cette région, contrairement à la Bretagne et aux Hauts-de-France où près de 20 % des personnes l'utilise pour se rendre en festival. **Le bus et le métro quant à eux semblent être des modes de déplacement inégalement exploités** parmi les régions, très certainement à cause de la présence ou non de ceux-ci sur les territoires en question. Seule la Bretagne affiche des taux d'utilisation pour ces deux modes, supérieurs à 5 %. Les taux sont par contre inexistantes ou quasi inexistantes pour la région PACA, Pays de la Loire et Nouvelle-Aquitaine.

Peu de covoiturage via plateforme, mais un grand nombre de covoiturage informel

Dans notre enquête, les trajets réalisés en **covoiturage via plateforme** pour se rendre en festival représentent **3,5 % de l'ensemble des modes de déplacement principaux utilisés**. Ce taux d'utilisation, spécifique ici aux festivals, se retrouve au niveau national lorsqu'on regarde le taux d'occupation des voitures en France. En effet, l'Observatoire national du covoiturage estime qu'en 2019, seul 3 % des français ont effectué du covoiturage via plateforme (Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires, 2022).

Si on enregistre un faible taux d'utilisation du covoiturage via plateforme, cela n'induit pas pour autant qu'il n'existe pas d'autres formes de covoiturage. Le faible

taux de covoiturage via plateforme n'implique pas que sur l'ensemble des personnes ayant utilisé la voiture thermique pour venir en festival (59,2 %), toutes sont des autosolistes¹⁴.

Ici, les statistiques concernant le mode de déplacement principal utilisé pour se rendre en festival ne prennent en compte que l'utilisation de la voiture thermique et le covoiturage via plateforme, **masquant alors ce qu'on appelle le covoiturage informel**¹⁵, or, toutes les personnes ayant utilisé la voiture thermique pour se déplacer n'ont pas effectué leur trajet seule.

Certaines personnes, à partir du moment où elles n'étaient pas seules dans la voiture, ont covoituré. En effet, le covoiturage, selon la législation française, se définit comme :

« l'utilisation en commun d'un véhicule terrestre à moteur par un conducteur et un ou plusieurs passagers, effectuée à titre non onéreux, excepté le partage des frais, dans le cadre d'un déplacement que le conducteur effectue pour son propre compte¹⁶ ».

On parle donc de covoiturage dès lors qu'une conductrice et une passagère ou plusieurs, partagent un trajet. Il faut donc regarder le nombre de personnes par véhicule afin de prendre en considération le taux de personnes qui a eu recours au covoiturage informel.

14 Personne qui effectue seul un trajet en voiture (sans passager).

15 Non-organisé et/ou dont la mise en relation s'effectue par la famille, des collègues ou des amis.

16 « Article L3132-1 - Code des transports - Légifrance ». Consulté le 12 janvier 2024. https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000039784386.

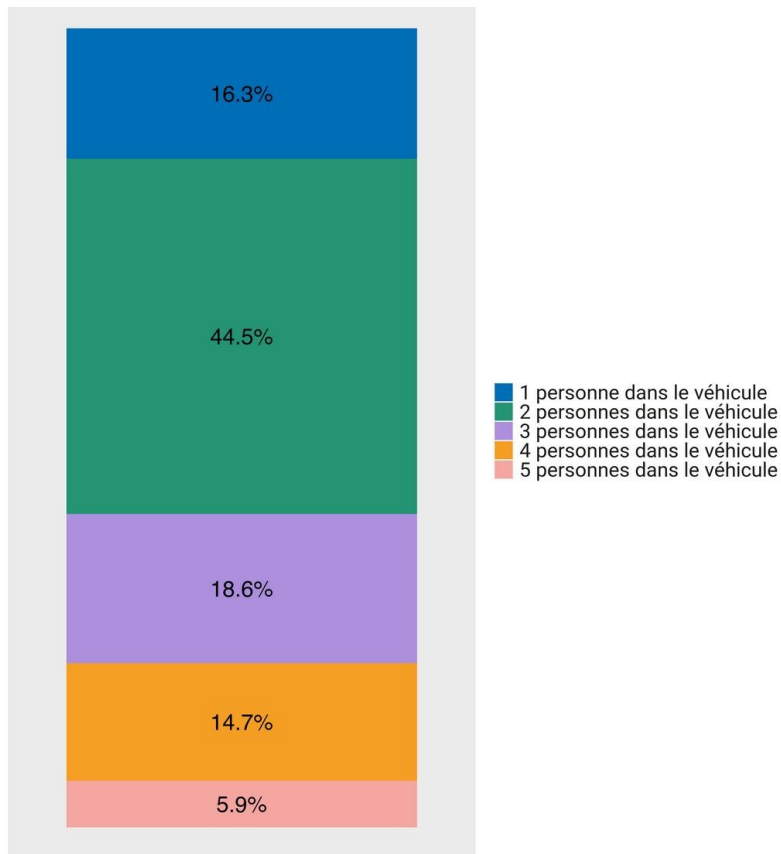


Figure 32. Répartition du nombre de personnes par véhicule pour l'utilisation de la voiture thermique

Parmi les personnes qui se sont rendues en festival en voiture thermique, 83,7 % n'étaient pas seules dans le véhicule. Parmi elles, 44,5 % était deux dans le véhicule, et 39,7 % était plus de deux à effectuer le trajet dans la même voiture (entre trois et huit personnes¹⁷).

La répartition est à peu près similaire lorsqu'on regarde les données d'autres types de véhicule susceptibles de participer aux taux de covoiturage informel (voiture électrique, voiture hybride, camping-car et van). En moyenne pour l'ensemble de ces véhicules, 85 % contient deux personnes minimum. Contrairement à ce que l'on pourrait penser, ce sont les vans qui obtiennent le plus haut taux de voyageuses autosolistes avec 16,8 % de véhicule dans lesquels il n'y a qu'une seule personne.

Bien que ces chiffres remettent en perspective l'utilisation réelle du covoiturage (covoiturage via plateforme et covoiturage informel), il n'en reste pas moins qu'en moyenne, plus de 15 % des personnes qui se rendent en festival en véhicules individuels¹⁸ sont autosolistes.

Un taux d'autosolisme significativement plus élevé chez les équipes que chez les publics de festival

Sur l'ensemble des répondantes, il existe un **taux élevé de covoiturage, formel et**

17 À noter que le taux de voitures thermiques comprenant 6, 7 ou 8 personnes par véhicule n'est pas exprimé dans le graphique car cela représente moins d'un pourcent de l'échantillon.

18 Comprendre ici la voiture thermique, hybride, électrique, le van et le camping car.

informel. En effet, la majorité des personnes qui se sont rendues en festival en véhicule individuel (voiture thermique, électrique, hybride, van, etc.) n'était pas seule dans celui-ci. Pour autant, il n'en reste pas moins que parmi elles et eux, 15 % sont seules dans leur véhicule.

Comme nous le savons, les festivals sont des événements culturels qui « s'inscrivent largement dans [une] dynamique collective¹⁹ ». Les festivalier·es se rendent souvent en festival entre ami·es, en couple, ou en famille, comme nous l'avons vu lors des entretiens de rue. Nous pouvons donc supposer que, si iels assistent au festival en groupe, les festivalier·es ont des chances de partager un mode de déplacement (dans le cas de l'utilisation d'une voiture, van, camping-car, etc.). Suivant cette logique, les plus forts taux d'autosolisme se retrouveraient alors plutôt du côté des équipes de festival, qui viennent travailler sur le site.

Et en effet, **les membres d'équipes de festival sont bien plus souvent seules dans leur véhicule, que les membres du public.** Il s'avère que **38 % des membres d'équipes de festivals se rendent seules en véhicule sur le lieu du festival**, contre 10,7 % des membres du public.

Tableau 9. Répartition du nombre de personnes dans le véhicule selon le profil

Nombre de personnes dans le véhicule									
Profil	1	2	3	4	5	6	7	8	Total
Public	10.7%	46.1%	19.5%	16.3%	6.3%	0.6%	0.2%	0.2%	100%
Équipe	38 %	33.4%	14.2%	9 %	3.7%	0.7%	0.7%	0.4%	100%

Bien que la plupart des festivals mettent en place des moyens de covoiturer pour leurs équipes, et qu'il existe une certaine interconnaissance entre celles et ceux qui travaillent sur un même festival, il semblerait d'après les chiffres, que cela ne soit pas suffisant pour les inciter à covoiturer.

Les entretiens qualitatifs peuvent nous donner quelques éléments de réponse afin de comprendre les raisons pour lesquelles **certain·es membres des équipes des festivals seraient susceptibles d'utiliser des modes de déplacement individuels** (voiture thermique, hybride, électrique etc.) **en autosolisme**. Plusieurs membres d'équipes ont effectivement rapporté qu'ils avaient besoin de la voiture pour transporter du matériel pour le festival (amplificateur, enceinte...) ou encore pour la mettre à disposition de l'équipe pour toute urgence (pour aller chercher des artistes par exemple). Cette **utilisation de la voiture comme outil de travail** peut expliquer la raison pour laquelle le covoiturage via plateforme ou informel est peu

19 SOFEST. « Publics Festivals », s. d.

utilisé par les équipes comme mode de déplacement pour venir au festival. Du fait que les équipes restent souvent plusieurs jours sur le site du festival, voire la totalité du temps du festival, plusieurs d'entre eux nous ont également confié qu'ils emmenaient beaucoup d'affaires, notamment lorsqu'ils font du camping, ce qui explique le choix de la voiture comme mode de déplacement pour venir au festival.

D'autres éléments peuvent expliquer la raison pour lesquelles les équipes choisissent de venir en voiture au festival, que ce soit en autosolisme ou non. Les discours recueillis permettent de rendre compte que **les équipes n'ont pas systématiquement les mêmes horaires que les festivalier·es**, c'est-à-dire qu'elles commencent plus tôt leur journée, parfois dès sept heures du matin. Cette différence peut jouer sur les choix de mode de déplacement pour se rendre au festival, puisque les transports en commun ne commencent pas toujours avant 7h00 du matin dans certains territoires. Plus particulièrement, plusieurs bénévoles ont évoqué la facilité qu'ils avaient à se garer et de trouver de la place sur les parkings autour du festival du fait que les festivalier·es n'étaient pas encore arrivées.

À retenir

- Les membres d'équipes de festival sont plus nombreux que les publics à utiliser la marche et le vélo, ce qui s'explique par le fait que les équipes sont géographiquement plus proches du festival.
- Peu de personnes utilisent le covoiturage via plateforme, mais la grande majorité de nos enquêtées pratique le covoiturage informel.
- Le taux d'autosolisme est beaucoup plus élevé chez les équipes que chez les publics de festival.
- La voiture thermique est également fortement utilisée comme mode de déplacement secondaire, la majorité de ces personnes ayant pris le train en mode de déplacement principal.

C. Zoom sur l'hébergement des publics et équipes de festival

La résidence principale, premier choix d'hébergement des enquêtées

Lorsqu'ils se vont en festival, membres d'équipe et publics se posent à la fois la question du déplacement « Comment m'y rendre ? » mais aussi de l'hébergement « Où vais-je loger durant le festival ? ». Pour un **grand nombre d'entre elles et eux (44 %)**, le choix se porte sur l'hébergement à domicile, c'est-à-dire que ces personnes rentrent chez elles après avoir assisté ou travaillé sur le festival.

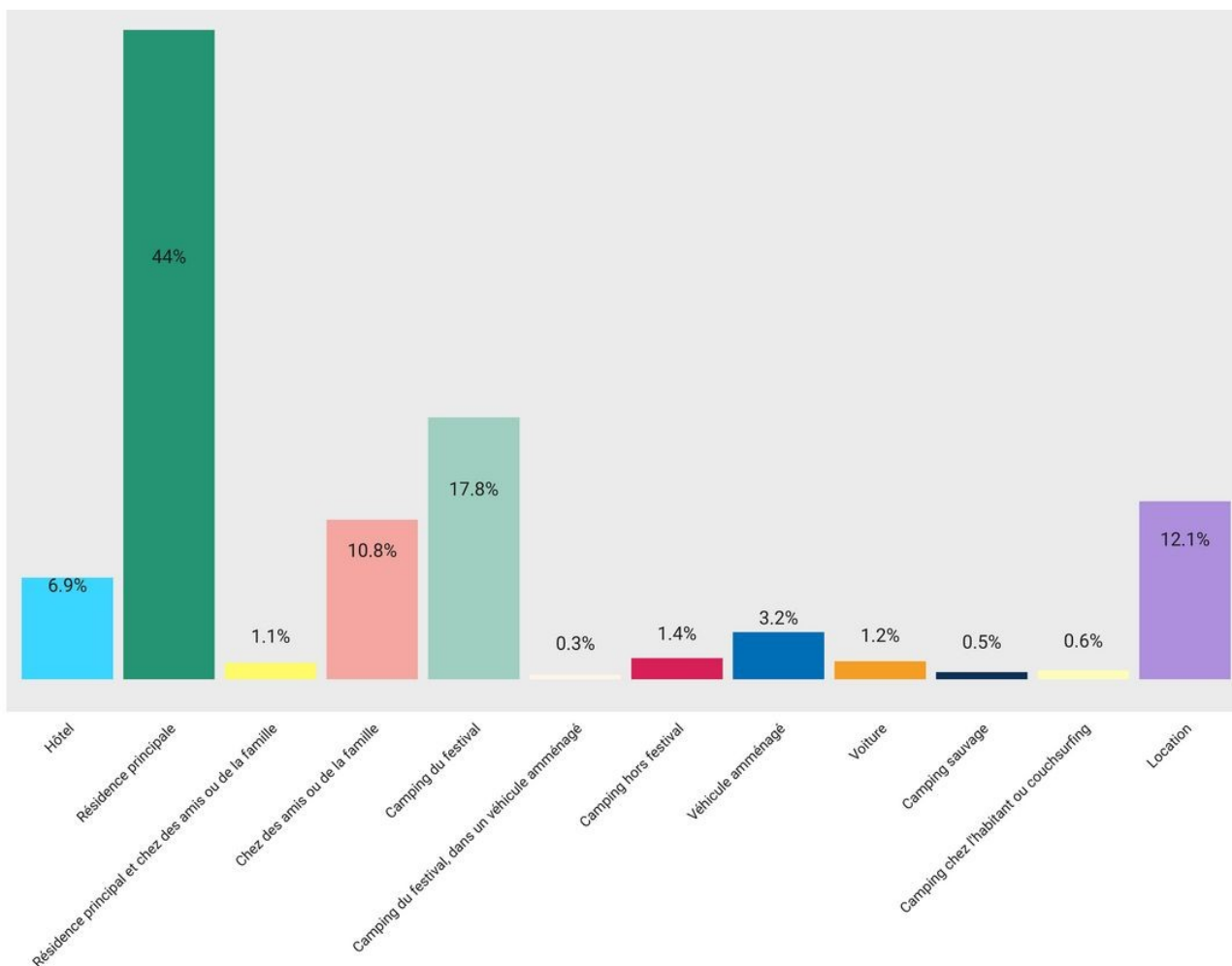


Figure 33. Répartition des modes d'hébergements choisis par les enquêtés pendant la durée du festival

Quels critères peuvent expliquer que ces personnes choisissent de loger chez elles le temps du festival ? Bien que nous ne soyons pas ici dans une démarche d'analyse qualitative²⁰, il est possible de déceler quelques variables pour comprendre un peu mieux le choix des enquêtés qui décident de loger à leur résidence principale.

Le nombre de jours de présence sur site notamment, joue sur le choix du domicile comme mode d'hébergement. Sur l'ensemble des personnes qui logent à leur domicile pendant le festival, la majorité d'entre elles et eux (63 %) assiste ou travaille une seule journée sur le site. Certaines choisissent également de loger chez eux quand iels passent deux jours sur le festival (19 %), mais à partir du moment où les personnes sont présentes plus de deux jours sur le festival, les taux de logement en résidence principale diminuent, seuls 18 % des enquêtés qui rentrent à leur résidence principale passent plus de deux jours sur le festival.

²⁰ Dans cette partie, nous utilisons les statistiques pour montrer des corrélations, des liens de causes à effet, nous ne nous référons pas aux discours des personnes enquêtées.

La distance entre la résidence principale des enquêtés et le festival influence également le choix de rejoindre ou non le domicile principal le temps du festival. Une majorité de ces personnes qui rentrent chez elles, effectuent moins de 100 km pour se rendre en festival, iels sont peu nombreuses à faire l'aller-retour dans la journée quand iels parcourent plus de 100 km (seulement 6 %).

Où logent les équipes et publics de festival quand iels ne rentrent pas chez eux ?

Afin de comprendre plus finement les logiques d'hébergement des publics et équipes de festival, nous avons créé un sous-échantillon en excluant l'ensemble des personnes qui dorment à leur résidence principale, pour **isoler et analyser les modes de logement spécifiques à la venue en festival**²¹.

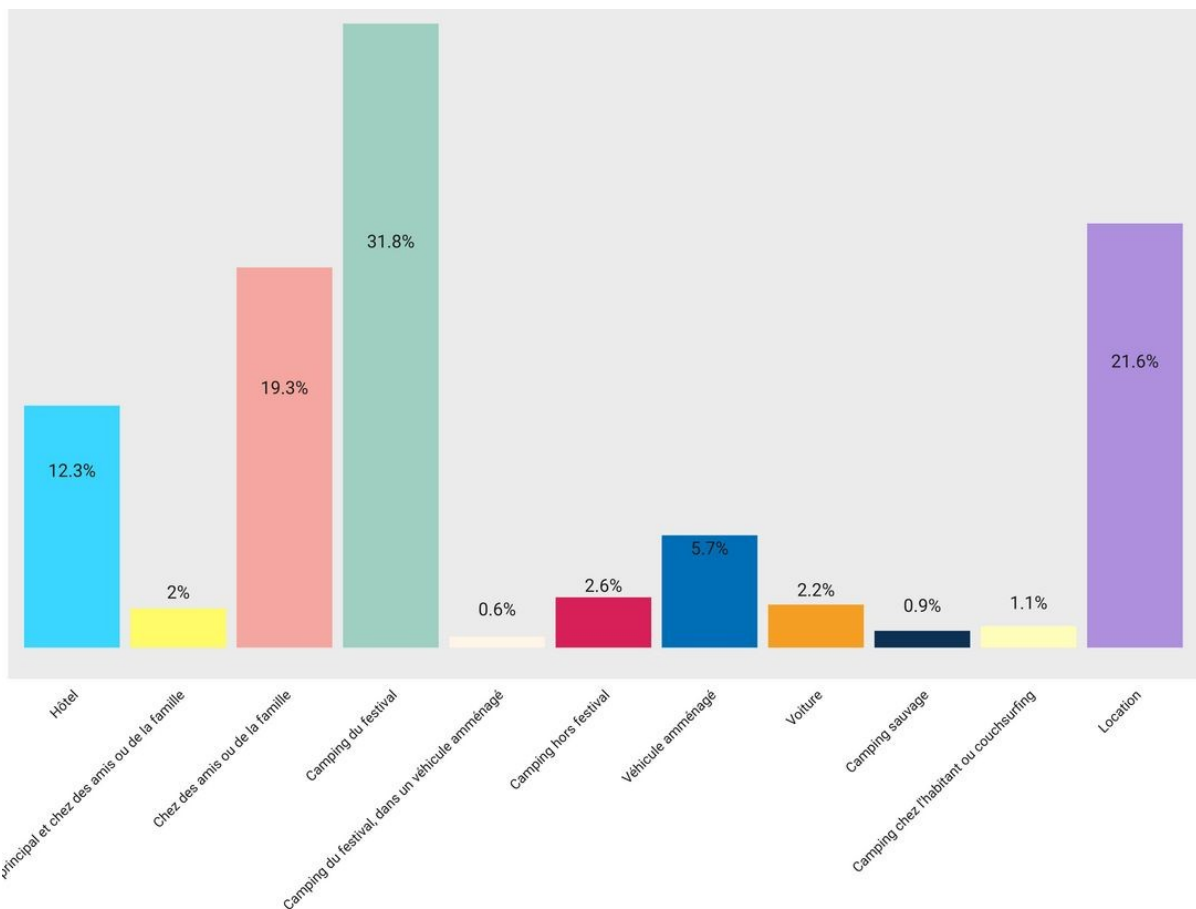


Figure 34. Répartition des modes d'hébergements choisis pendant le festival, hors résidence principale

Sur l'ensemble des personnes qui ne dorment pas chez elles pendant le festival,

²¹ Ici, on exclut donc volontairement des statistiques les personnes qui logent dans leur résidence principale le temps du festival.

une grande partie se loge sur le camping du festival (31,8 %), en **location** (gîte, appartement, etc.) pour 21,6 % d'entre elles et eux, ou à **l'hôtel** (12,3 %). Cela dit, 19,3 % de ces personnes sont hébergées chez des ami·es ou de la famille, et restent donc dans la sphère privée (au même titre que la résidence principale) lorsqu'il s'agit de se loger pendant un festival.

Zoom sur les campings de festivals

Le **camping du festival est le mode d'hébergement le plus utilisé par les personnes qui ne dorment pas à leur domicile principal** (31,8 %). Cela dit, tous les festivals ne proposent pas ou ne peuvent proposer de camping pour ses publics et équipes. Sur l'ensemble des festivals interrogés, **seul 41,9 % propose une offre de camping gratuite ou payante**.

Il faut prendre en compte ce fait lorsqu'on s'interroge sur la fréquentation des campings de festival. En effet, les chiffres nous montrent que **quand le festival dispose d'une offre de camping, les publics et équipes sont une majorité à choisir le camping du festival** comme mode d'hébergement, 70,5 % logeant en camping gratuit, et 53 % en camping payant.

Dans le cas contraire, quand le festival ne propose pas de camping, iels sont 31,54 % à choisir de loger en location (gîte, appartement, etc.), 23,18 % à dormir chez des ami·es ou de la famille et 19,41 % à dormir à l'hôtel.

À retenir

- Les enquêté·es choisissent en grande partie de loger chez eux (résidence principale) pendant le festival, surtout s'iels assistent ou y travaillent moins de deux jours et habitent à moins de 100 km de celui-ci.
- Le premier choix d'hébergement des personnes qui ne dorment pas chez elles est le camping du festival
- Si le festival ne propose pas d'offre de camping, les publics et équipes choisissent de loger en location, chez des ami·es, de la famille, ou à l'hôtel.

D. La praticité, la facilité et le plaisir : les principales raisons évoquées pour justifier son choix de mode de déplacement pour venir au festival

La praticité et le manque d'alternative dans les modes de déplacement comme principales raisons du choix de mobilité

Définir le ou les modes de déplacement que l'on va utiliser pour se rendre en festival, nécessite de prendre en compte différents critères de mobilité, que l'on en soit conscient ou non. Le questionnaire a permis de mettre en lumière les motifs les plus souvent cités comme étant à l'origine du choix du, ou des modes de déplacement utilisés pour se rendre en festival.

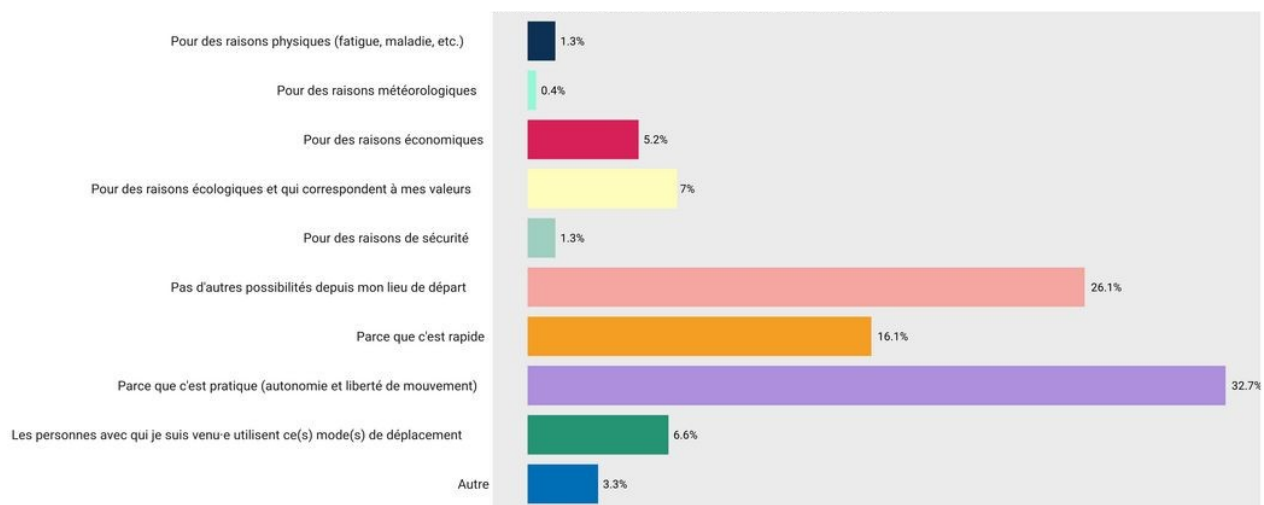


Figure 35. Motifs les plus souvent cités par les enquêtés comme étant à l'origine de leur choix de mode de déplacement vers le festival

C'est la **praticité du mode de déplacement qui arrive en tête du classement**, étant donné qu'elle a été citée comme motif principal par 32,7 % des enquêtés. Près d'un tiers des répondant·es estiment que l'autonomie et la liberté de mouvement procurés par leur mode de déplacement est le critère essentiel dans leur choix de mobilité. Le **critère de rapidité est très souvent cité** également (à hauteur de 16,1 %), indicateur qui va dans le même sens que la praticité, les personnes interrogées voyant dans la rapidité du mode de déplacement, un moyen de gagner du temps, ou au pire, de ne pas en perdre.

Le deuxième critère qui possède le plus haut taux de réponses relève plutôt d'un constat que d'un réel choix, puisque **plus d'un quart (26,1 %) justifie l'utilisation de leur mode de déplacement par le fait qu'il n'y ait pas d'autres possibilités depuis leur lieu de départ.**

Si on laisse de côté les critères tels que les raisons météorologiques, physiques ou

de sécurité, qui relèvent certainement de cas spécifiques aux vues de leur faible taux, on remarque que les **raisons économiques et écologiques ne sont au cœur des réflexions que pour très peu des personnes enquêtées** quand il s'agit de décider de son mode de déplacement. En effet, seul 7 % indiquent les raisons écologiques comme motif, et 5,2 % ont sélectionné la variable économique.

Parmi ces critères, le fait d'avoir emprunté le même mode de déplacement que les personnes avec qui on s'est rendu au festival – comme c'est le cas pour 6,6 % des enquêtées – peut manifester à la fois une obligation (peu ou pas de possibilité de choisir son mode de déplacement étant donné qu'on partage celui choisi par les personnes avec qui on se rend en festival), ou à l'inverse, d'une volonté consciente de faire du covoiturage. Il est donc difficile d'analyser cette donnée comme telle.

Les entretiens qualitatifs ont également permis d'interroger les festivalier·es et équipes sur le mode de déplacement utilisé pour venir au festival et sur les raisons pour lesquelles iels ont choisi ce mode de déplacement. Ils permettent de compléter les réponses apportées par le questionnaire. De manière générale, les résultats montrent que les festivalier·es et équipes des festivals **n'ont pas connaissance des différentes offres de transports disponibles** pour venir au festival, notamment celles mises en place par le festival. Iels n'y ont pas réfléchi forcément ni se sont renseignés avant de venir au festival. Iels optent alors souvent pour le mode qui leur apparaît le plus simple, c'est-à-dire celui qu'**iels connaissent et maîtrisent le mieux**.

Comment justifie-t-on l'utilisation de son mode de déplacement ? Zoom sur les modes de déplacement les plus utilisés

Dans cette partie, nous allons nous pencher sur les raisons pour lesquelles les publics et équipes de festival disent utiliser tel ou tel mode de déplacement pour se rendre en festival. Grâce aux entretiens qualitatifs, et avec l'appui de quelques statistiques, nous procédons ici à l'étude de ces justifications par mode de déplacement.

La voiture, un mode de déplacement qui apporte liberté et autonomie

Comme les résultats de l'enquête quantitative le montrent, **la voiture thermique** est le premier mode de déplacement utilisé pour venir au festival. Les entretiens révèlent que la plupart des personnes interrogées sont venues en voiture pour des questions de **praticité**. En effet, elles soulignent **l'autonomie et la liberté de mouvement** que procure la voiture. La maîtrise de son temps et la flexibilité des horaires sont notamment évoquées. La voiture permet également de **transporter du matériel** : équipement pour le camping (table, chaises...), équipement pour des jeunes enfants. Plusieurs bénévoles de festival transportent des enceintes ou autres matériels pour le festival. D'autres personnes ont expliqué qu'elles étaient venues en voiture parce qu'elles étaient accompagnées de personnes âgées et/ou malades, ou

de très jeunes enfants.

Ensuite, de nombreuses personnes ont expliqué qu'elles n'avaient pas eu d'autres choix que la voiture pour se rendre au festival. **Elles n'avaient pas d'autres possibilités pour venir**, « c'est le désert [autour de chez moi] » comme certain-es festivalier-es l'ont dit. Ce discours était particulièrement présent chez les personnes habitant dans des petites communes aux alentours des festivals et dans lesquelles peu d'offres de transports en commun existent. Il a également été plus entendu dans les festivals localisés en milieu rural ou dans des petites communes, comme Biches Festival ou Jazz sous les pommiers :

« En fait, le problème c'est que tout est centralisé sur Coutances » (Jazz sous les pommiers, public, femme, 27 ans, esthéticienne, venue en voiture seule)

« Là où j'habite, pour venir au festival, il y a rien, c'est pas la peine » (Jazz sous les pommiers, public, femme, 78 ans, travaille dans l'alimentaire, venue en voiture seule)

« Je suis obligée de prendre la voiture, c'est la campagne ! » (Biches Festival, public, femme, 20 ans, attachée de direction, venue en voiture avec 3 personnes)

En outre, la voiture est appréciée, car elle apporte **facilité et confort à l'individu** : « La voiture c'est ce qu'il y a de plus simple » (Festival International de Musique de Chambre, public, femme, 80 ans, retraitée, venue en voiture seule). Les personnes expliquent que ce mode de déplacement ne nécessite pas de s'organiser à l'avance, de minuter son déplacement, notamment lorsqu'on découvre pour la première fois le festival et qu'on ne connaît pas la région où ce dernier se déroule. Dans la même idée, la voiture permet de ne pas faire d'effort physique, autrement dit de se passer de marcher, d'éviter les côtes et/ou le mauvais temps. La voiture permet ainsi de **diminuer la charge mentale et physique du déplacement**.



Figure 36. Motifs d'utilisation de la voiture thermique comme mode de déplacement principal

Les données statistiques tirées du questionnaire nous permettent d'apporter des constats assez similaires. L'utilisation de **la voiture thermique se justifie principale-**

ment parce qu'il n'y a pas d'autres possibilités depuis le lieu de départ de la personne (26,2 % des utilisateur·trices de la voiture électrique pour se rendre en festival cite cet argument).

De plus, dans le questionnaire, les enquêtés·es avaient la possibilité de sélectionner deux réponses parmi les modalités proposées²². On peut donc retrouver dans le graphique des couples de motifs, comme la rapidité et la praticité (« Parce que c'est rapide et pratique »). Ici, la sélection du motif « Pas d'autre possibilité depuis mon lieu de départ » en réponse unique est déjà très élevée, mais en plus, dans les choix multiples, le fait de ne pas avoir d'autres moyens de se déplacer vers le festival depuis la résidence principale revient plusieurs fois (voir « pas d'autres possibilités et parce que c'est pratique », « pas d'autres possibilité et c'est rapide » et « pas d'autres possibilité et les personnes avec qui je suis venu·e utilisent ce(s) modes de déplacement »). **L'impossibilité de se déplacer autrement depuis son lieu de départ semble donc être le motif le plus souvent renseigné via le questionnaire pour justifier de l'utilisation de la voiture thermique.**

Comme le montrent les entretiens qualitatifs, le choix de la voiture thermique pour se rendre en festival est également **très lié à la praticité et la rapidité apportées par ce mode de déplacement.**

D'autres arguments un peu plus rares sont mobilisés par les festivalier·es et équipes pour justifier leur choix de ce mode de déplacement lors des entretiens : **le plaisir** (aspect agréable de la conduite), la rapidité, **l'habitude** et **l'influence du groupe**. L'habitude joue notamment un rôle important (Rocci, 2007) puisqu'elle **empêche les personnes de questionner leur usage de la voiture et de tester une autre alternative**. Au festival Au foin de la rue, un homme âgé de 54 ans, se justifie de l'usage de la voiture en s'appuyant sur sa génération : « Je suis d'une génération où on prend facilement la voiture » (Au foin de la rue, public, homme, 54 ans, chef d'équipe dans une entreprise d'enfouissement des déchets, venu en voiture). Plusieurs personnes, qui avaient initialement prévu de venir au festival en train ou en vélo, ont également déclaré qu'elles étaient finalement venues en voiture pour suivre et accompagner des ami·es et/ou de la famille.

Enfin, **le critère économique a été peu mentionné par les personnes interrogées**. On peut toutefois citer, à Jazz sous les pommiers, une femme, âgée de 38 ans, qui estime que le coût de son déplacement en voiture était économiquement plus rentable que si elle avait utilisé les transports en commun et/ou le train, du fait qu'elle ne s'est pas déplacée uniquement pour venir au festival mais aussi pour aller se promener dans la région et sur la côte.

²² Cela explique également le taux élevé de la variable « Autre » présente dans le graphique. En effet, les associations de modalités de réponses étant extrêmement nombreuses, il était impossible de lire et analyser correctement les motifs les plus importants selon les personnes interrogées, sans faire de tri et réorganisation au préalable. La variable « Autre » contient donc à la fois les réponses « Autres », et l'ensemble des modalités couplées mais associées à un taux trop faible pour être pris en compte.

À Jazz sous les pommiers, les entretiens ont également permis de rencontrer un couple de retraités qui s'est rendu au festival avec **une voiture électrique**. Pour expliquer ce choix, la femme âgée de 62 ans, explique qu'avec son mari, iels ont voulu tester les bornes de recharge sur l'autoroute. Bien qu'elle indique ce soit plus long en termes de temps de venir en voiture électrique qu'en voiture thermique, elle mentionne qu'iels sont désormais retraités et peuvent avoir le luxe de **prendre leur temps maintenant**. Par ailleurs, elle déclare qu'iels ont acheté une voiture électrique pour des raisons écologiques et qu'iels font attention au maximum à ne pas prendre l'avion.

Parmi les personnes qui sont venues en voiture, **beaucoup sont venues à plusieurs**, en famille ou entre ami·es. D'autres ont utilisé **une plateforme de covoiturage**, et expliquent l'avantage de cette pratique de déplacement à travers le **critère économique** (cela coûte moins cher de venir à plusieurs en voiture que seul·e dans sa voiture). Le covoiturage est aussi apprécié pour **l'aspect convivial et écologique**. Il permet de rencontrer des personnes, de discuter, d'échanger et par la même occasion, de faire passer le trajet plus rapidement. Il donne **le sentiment de s'engager en faveur de l'environnement**. Une étudiante rapporte également que le covoiturage en tant que passagère lui permet de faire autre chose que conduire : « Maintenant, c'est covoiturage automatiquement. C'est plus simple, je peux dormir dans la voiture » (Astropolis, public, femme, 23 ans, étudiante, venue en covoiturage). Toutefois, d'autres personnes ont choisi de faire du covoiturage plus par défaut que par choix parce qu'elles n'avaient pas de voiture et/ou de permis.

Bien que la voiture soit le premier mode de déplacement utilisé pour se rendre au festival, les entretiens ont permis d'identifier des freins à son utilisation. L'un des premiers freins est **la contrainte du stationnement**, autrement dit la peur d'avoir des difficultés pour se garer et/ou l'obligation de payer la place de parking. Ensuite, plusieurs personnes nous ont confié que **la conduite pouvait être fatigante**, notamment la nuit et sur de longues distances. D'autres ont mentionné qu'ils n'avaient **pas d'appétence pour la conduite**, voire n'aimaient pas du tout conduire. Quelques personnes ont évoqué que l'impact carbone engendré par les trajets en voiture pouvait les freiner dans son utilisation.

Le train, un mode de déplacement vécu agréablement mais souvent choisi par défaut

Le train est le deuxième mode principal de déplacement utilisé par les personnes pour venir au festival. Trois arguments principaux ressortent des discours pour justifier ce choix de mode de déplacement. Comme pour la voiture, beaucoup de festivalier·es et équipes **déclarent ne pas avoir vraiment d'autres choix** pour venir au festival, souvent parce qu'iels n'ont pas de voiture et/ou de permis. D'autres déclarent **aimer prendre le train**, « c'est agréable », d'autant que certain·es ont expliqué que le train leur permettait de pratiquer une deuxième activité parallèle comme travailler ou dormir. Plusieurs personnes mentionnent également la **facili-**

té d'utilisation du train en termes d'accessibilité, d'horaires ou d'achat des billets. Le train permet notamment d'éviter les contraintes de stationnement. D'autres arguments sont ressortis de façon plus rare dans les discours comme **le coût, l'habitude d'utilisation** ou **la rapidité**. Concernant le coût, plusieurs personnes estiment que **le train est économiquement rentable** par rapport aux autres modes de déplacements, notamment dans le cas où des billets à prix réduits sont proposés dans le cadre des festivals ou lorsque les personnes possèdent des cartes de réduction (carte jeune ou carte avantage week-end par exemple).

Cependant, le train est aussi critiqué par les personnes interrogées. Tout d'abord, de nombreuses équipes et publics estiment que **le prix des billets est souvent élevé**, ce qui les freine dans leur envie de prendre ce mode de déplacement. Puis, certaines personnes se plaignent de **l'aspect imprévisible du train** du fait notamment des retards fréquents et des perturbations sur les voies. **Le manque d'autonomie ressenti et le manque de flexibilité** dans les horaires incitent les personnes à utiliser la voiture aux dépens du train. Enfin, quelques personnes sont découragées de prendre le train du fait qu'il y ait **pas de lignes directes** entre chez elles et le site du festival.

Côté quantitatif, il semblerait que la raison écologique et les valeurs qui lui sont associées soient les motifs principaux pour justifier de son usage du train. C'est en effet un des motifs qui revient le plus souvent (cité par le plus d'utilisateur/trices du train), bien qu'il soit souvent couplé avec d'autres arguments tels que la praticité, la rapidité ou encore le fait qu'il n'y ait pas d'autres moyens de déplacement depuis le lieu d'habitation.

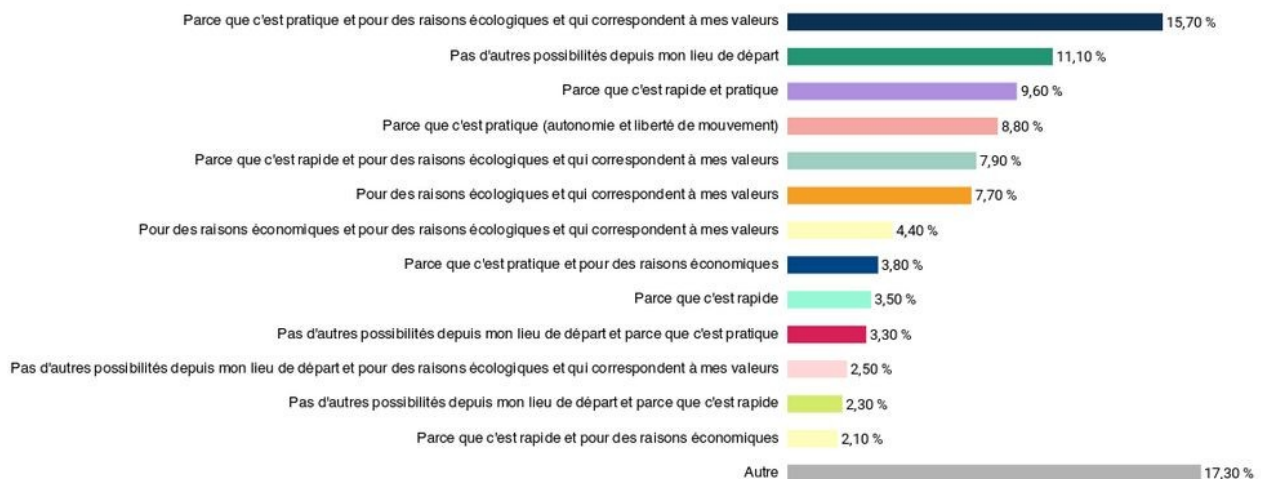


Figure 37. Motifs d'utilisation du train comme mode de déplacement principal

Ici, la différence entre les raisons citées via questionnaire pour justifier de l'utilisation du train, et le discours des enquêtées sur le terrain (via entretiens qualitatifs) concernant la raison écologique, est importante. Si elle ne ressort que très peu comme argument dans les entretiens, ici c'est tout de même **7,7 % des personnes**

concernées qui indiquent que c'est uniquement pour des raisons écologiques qu'ils ont pris le train pour aller en festival.

D'autre part, on peut remarquer que l'argument « Pas d'autres possibilités depuis mon lieu de départ » est très largement choisi comme argument puisque 11,1 % des personnes qui ont pris le train sélectionnent ce motif comme étant l'unique raison de leur choix d'utiliser le train. Il semble donc qu'à ce niveau, le quantitatif rejoint le qualitatif pour décrire l'**utilisation du train comme étant en partie un mode de déplacement « par défaut »**.

La marche, un mode de déplacement pratique et rapide

La marche est un mode de déplacement fréquemment utilisé par les festivalier·es et équipes, et ce surtout pour les festivals urbains²³. Pour beaucoup de personnes interrogées, **il apparaît évident de se rendre à pied au festival** lorsqu'elles habitent à côté du site. Comme elles l'ont dit, **c'est facile et rapide**, et ça permet de ne pas avoir à se garer.

Nous obtenons les mêmes résultats via les données statistiques. Les arguments les plus utilisés pour l'**utilisation de la marche sont la rapidité et la praticité** de ce mode de déplacement. En tout, près de la moitié des personnes qui se rendent à pied sur le festival cite l'un ou l'autre de ces motifs (48,7 %).

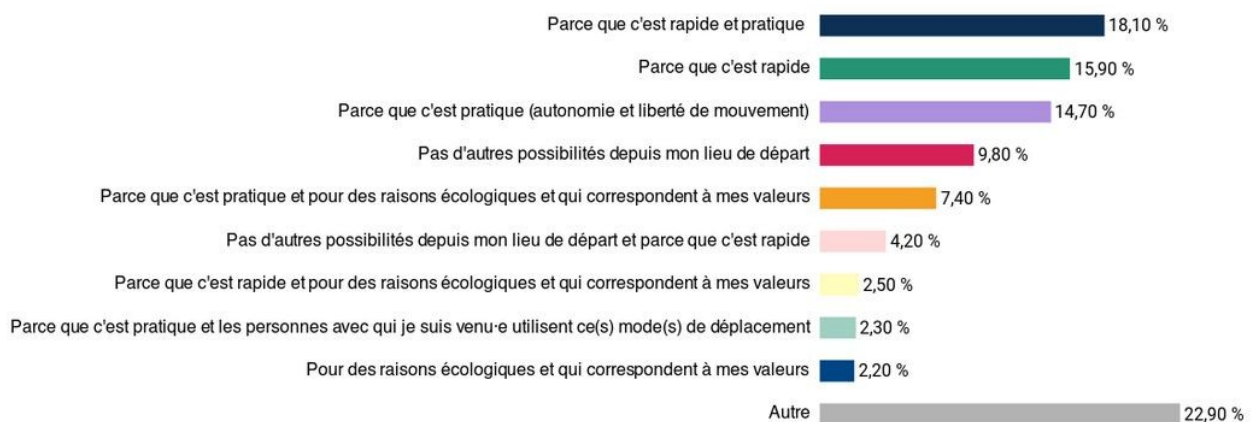


Figure 38. Motifs d'utilisation de la marche comme mode de déplacement principal

Le plaisir de marcher et d'être dehors est ensuite évoqué par certaines personnes. Néanmoins, plusieurs personnes viennent à pied au festival plus par défaut que par plaisir du fait qu'elles n'ont pas de voiture. **L'argument du coût et celui de la santé** sont parfois ressortis des discours. La marche a effectivement l'avantage de ne re-

²³ L'enquête quantitative montre que sur l'ensemble des personnes venues au festival avec comme mode de déplacement principal la marche, 67,8 % se sont rendues dans des festivals urbains et 10,8 % dans des festivals ruraux. De même, les personnes venues à pied au festival ont été interrogées par entretien de rue uniquement dans des festivals urbains, soit Jazz sous les pommiers, Astropolis, Le Nouveau Printemps et au Festival International de Musique de Chambre.

présenter aucun coût financier, voire de permettre de faire des économies en évitant de payer une place de parking. En outre, **elle permet de garder la santé et de bouger** : « tant que je peux marcher, je marche » (Festival International de Musique de Chambre, public, femme, 80 ans, retraitée, venue à pied). Enfin, un argument spécifique à ce mode de déplacement a été mentionné à plusieurs reprises, et ce uniquement dans le cadre des festivals Astropolis et Jazz sous les pommiers. En effet, plusieurs personnes ont déclaré qu'elles étaient venues à pied pour **pouvoir boire de l'alcool et éviter les contrôles de police** :

« C'est juste à côté de chez moi le festival et comme ça je peux boire aussi » (Astropolis, public, femme, 34 ans, demandeuse d'emploi)

« Je vais sûrement rentrer à 4h00 du matin parce que je resterai avec des potes, et je rentre à pied parce que je serais bourré » (Jazz sous les pommiers, équipe, homme, 45 ans, producteur d'artiste)

Quant aux freins liés à la marche, ils sont assez rares dans les discours. Plusieurs personnes ont déclaré que **la marche demandait un effort physique** qu'elles n'avaient pas envie de donner. Chez certaines personnes malades ou âgées, ce mode de déplacement est notamment trop éprouvant et fatiguant physiquement. Quelques personnes ont également expliqué qu'elles préféreraient venir en voiture qu'à pied afin d'**éviter de marcher dans certains quartiers jugés dangereux**, notamment la nuit. Elles ont parlé du sentiment d'insécurité qu'elles pouvaient ressentir à marcher seules dans certains quartiers.

Le vélo, un mode de déplacement apprécié et pratique

De même que la marche, les entretiens montrent que **le vélo** est un mode de déplacement utilisé principalement dans les festivals urbains²⁴. Les premiers arguments évoqués pour justifier ce mode de déplacement sont **la praticité et le plaisir**. Comme la voiture, le vélo permet d'être **indépendant·e** et d'avoir **une liberté de mouvement**, sans être contraint·e par les horaires. Plusieurs personnes rapportent que c'est **une question d'habitude**, c'est-à-dire qu'elles circulent au quotidien en vélo et qu'elles ne se sont pas forcément posées beaucoup de questions avant de prendre leur vélo pour venir au festival. **La rapidité, le coût** (le coût d'un vélo et de sa réparation coûtent moins cher qu'une voiture) et **la santé** sont également ressortis des discours. Comme une femme au festival Le Nouveau Printemps nous l'a dit, « je fais ça pour me maintenir en forme » (Le Nouveau Printemps, public, femme, 60 ans, formatrice en arts plastique, venue en vélo).

En effet, si on regarde les chiffres, **l'argument de la rapidité et de la praticité est choisi par près d'un quart des publics et équipes de festival** pour justifier de l'usage

²⁴ L'enquête quantitative révèle que sur l'ensemble des personnes venues au festival avec comme mode de déplacement principal le vélo, 64 % se sont rendues dans des festivals urbains et 16 % dans des festivals ruraux. De même, l'enquête qualitative a permis d'interroger des personnes venues en vélo seulement dans des festivals urbains, soit Astropolis et Le Nouveau Printemps.

du vélo pour se rendre en festival.

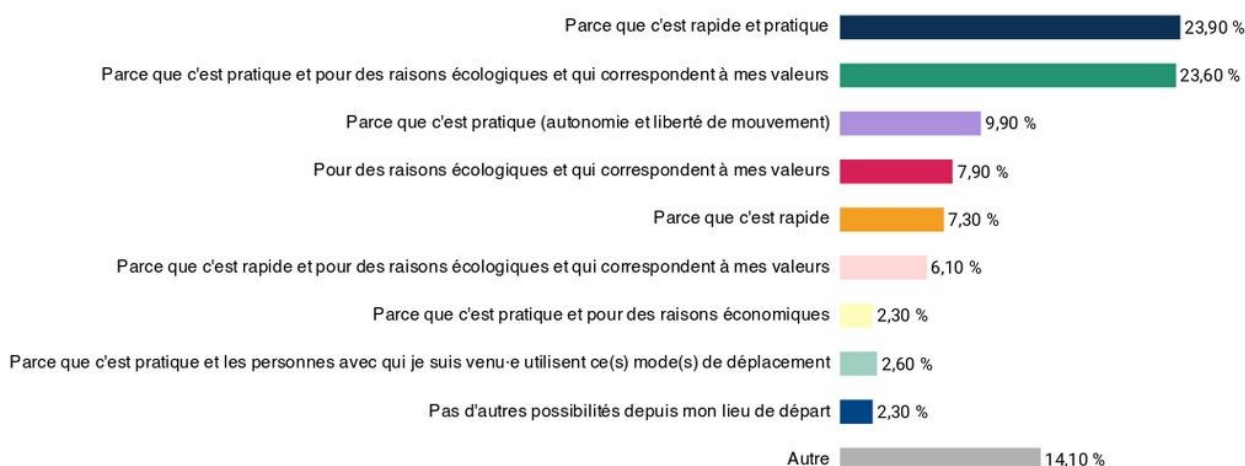


Figure 39. Motifs du choix du vélo comme mode de déplacement principal

Là aussi par contre, comme ça a été le cas pour la justification de l'utilisation du train, il semblerait que **les cyclistes ont plus de facilité à choisir la « raison écologique »** pour justifier l'utilisation du vélo via le questionnaire (ce qui est moins, voire pas le cas dans les entretiens qualitatifs). C'est ici toute la difficulté d'obtenir une analyse précise des données statistiques, puisqu'on ne peut aucunement savoir ce que les enquêtés ont compris et mis derrière la modalité « raisons écologiques » et « qui correspondent à [leurs] valeurs ».

Il faut cependant remarquer que beaucoup de personnes n'osent pas prendre le vélo pour venir au festival **par peur** et à cause **du sentiment d'insécurité** qu'elles peuvent ressentir à son utilisation. Ce ressenti résulte en partie du manque d'aménagements et pistes cyclables, notamment pour les festivals ruraux. Les personnes estiment que **les routes sont dangereuses** et ne permettent pas de pratiquer du vélo en sécurité, et ce notamment la nuit lorsqu'il n'y a pas d'éclairage. Plusieurs personnes ont également indiqué qu'elles avaient **peur de se faire voler leur vélo**, ce qui les freinaient dans leur envie de venir avec ce mode de déplacement. Une femme âgée de 23 ans à Astropolis raconte qu'elle avait choisi de venir avec un vieux vélo au festival pour éviter de se le faire voler. Enfin, quelques personnes ont expliqué qu'elles n'étaient pas motivées par le vélo parce qu'elles n'avaient pas envie d'arriver transpirantes au festival, **sans pouvoir se laver et se changer**.

Les transports en commun, un mode de déplacement utilisé souvent par défaut

Les transports en commun, peu privilégiés par les personnes pour venir au festival comme le révèle l'enquête quantitative, **sont souvent utilisés par défaut** puisque les personnes n'ont pas d'autres choix pour se rendre au festival. Sans voiture et/ou permis, **les transports en commun restent alors la seule option** pour venir au festival, du moins pour les festivals dans lesquels la commune (et/ou les communes environnantes) propose des offres de transports. Par ailleurs, **l'argument de**

facilité (simple d'utilisation, bonne accessibilité au festival notamment quand le trajet est direct) et **de rapidité** ressortent des discours : « En métro, c'est facile et direct ! » (Le Nouveau Printemps, public, homme, 38 ans, chercheur, venu en métro). **La motivation écologique** apparaît également dans deux discours. Il faut noter qu'au festival Au foin de la rue, une lycéenne de 16 ans est venue au festival grâce à un service de **bus à la demande**. Elle était très contente du dispositif puisqu'elle a déclaré que ce n'était pas cher, simple et pratique.

Cependant, les transports en commun sont critiqués par de nombreuses personnes interrogées. Ces dernières rapportent **le sentiment d'insécurité** dont elles font face lorsqu'elles sont dans les TC. Ce ressenti est dû notamment à **la co-présence** et à **la promiscuité** avec les autres usagers des TC. Ensuite, les personnes se plaignent souvent du **manque d'offres et du peu de fréquence des TC**, notamment le soir après les concerts et spectacles. Quelques personnes ne sont également pas motivées à utiliser les TC s'il n'y a pas de **lignes directes**.

Côté quantitatif, on remarque que les **raisons évoquées pour l'utilisation des transports en commun sont nombreuses et rarement uniques** (les utilisateur·trices de transports en commun choisissent plus souvent deux options de réponses à cette question dans le questionnaire). Cela est en partie dû au fait que la catégorie « transport en commun » regroupe plusieurs modes de déplacement (bus, métro, tramway, etc.) qui sont certes tous des modes de déplacement collectifs mais dont les usages et raisons d'utilisation peuvent varier, notamment selon qu'il soit un mode de déplacement plutôt urbain (métro, tramway) ou rural (bus, car). Il est donc logique que les motifs d'utilisation divergent selon l'une ou l'autre des catégories.

En y regardant d'un peu plus près, on remarque en effet des différences dans les justificatifs avancés par les enquêtées, selon que l'on soit venu en métro, tramway ou en bus, car. Celles et ceux venus en **métro ou tramway sont plus nombreux·ses à mettre en avant le côté pratique et rapide** de ces modes de déplacement, quand **celles et ceux qui utilisent le bus et le car parlent plutôt de l'absence d'alternative depuis leur lieu de départ** pour justifier de l'utilisation de ces modes de déplacement.

Pour autant, nous pouvons dire qu'assurément, la **première raison d'utilisation pour un grand nombre d'entre elles et eux, reste le fait qu'il n'y a pas d'autres moyens depuis le lieu de départ**, résultat qui vient confirmer les discours des enquêtées sur le terrain.



Figure 40. Motifs du choix des transports en commun comme mode de déplacement principal

L'avion, un moyen d'arriver au plus vite au festival

Les entretiens ont permis d'interroger **seulement trois personnes** qui ont pris l'avion pour venir au festival : une personne appartenant à l'équipe à Jazz sous les pommiers, deux festivalier·es à Biches Festival. Toutes les personnes ont mobilisé **l'argument de la rapidité** pour justifier ce choix de déplacement, notamment pour le bénévole qui a pris l'avion de Marseille pour une durée d'une heure et demi : « L'avion, c'était le moyen le plus facile pour partir le plus tard de chez moi et arriver tôt sur le festival » (Jazz sous les pommiers, équipe, homme, 45 ans, venu en avion)

Les enquêtés ayant pris l'avion ne sont pas non plus très nombreux·ses parmi les répondant·es au questionnaire, mais avons pu tirer quelques statistiques.

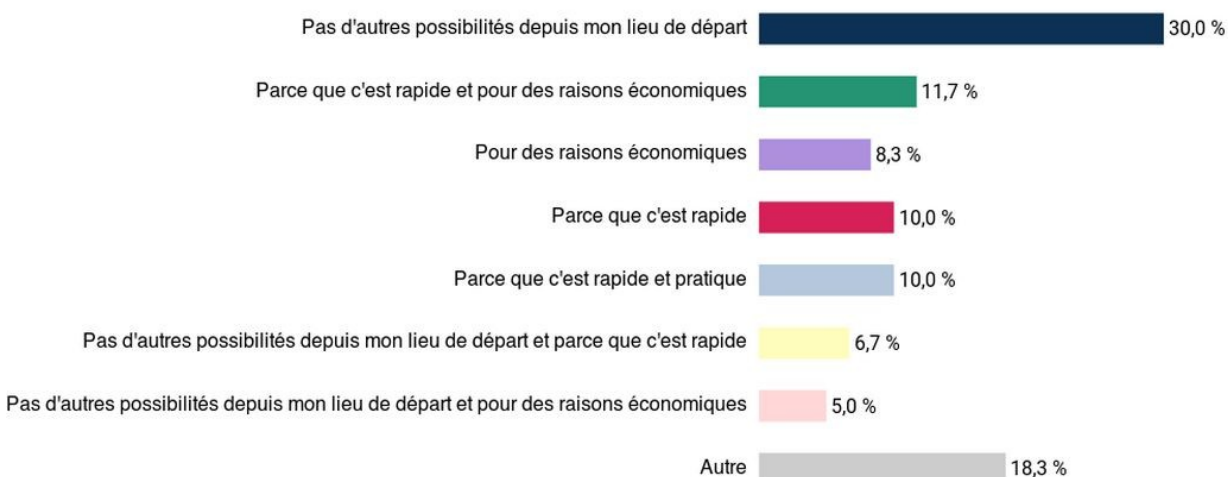


Figure 41. Motifs du choix de l'avion comme mode de déplacement principal

Parmi elles et eux, **30 % disent qu'il n'y avait pas d'autre choix depuis leur lieu de départ**. Cela peut sembler contre-intuitif lorsqu'on voit l'étendu des possibilités de mode de déplacement, la logique voudrait que se rendre à l'aéroport afin de prendre l'avion nécessite d'avoir des modes de déplacement depuis son lieu de départ (exemple : navette). Il se peut également que les personnes qui ont répondu à cette question et qui sont venues en avion sont des personnes qui viennent hors France, et dans ce cas-là, en effet, difficile d'avoir d'autre possibilité depuis le lieu de départ, et en effet : sur l'ensemble des **personnes venues en avion au festival, la moitié réside en dehors de la France**.

S'il est compliqué de monter en généralité ici vu le faible taux de répondant·es qui ont pris l'avion, on peut tout de même noter que **beaucoup utilisent l'argument économique**. C'est quasiment le seul mode de déplacement pour lequel on retrouve ce motif (pour 8,3 % de ces personnes c'est d'ailleurs le seul argument sélectionné), en tout cas avec un taux aussi élevé.

Camion aménagé ou van, ou une manière de vivre le déplacement

Parmi les modes de déplacements plus rares mais qui sont utilisés par certain·es festivalier·es et équipes, on peut citer **le camion aménagé/van et le camping-car**. Les personnes apprécient ces modes de déplacements car au-delà de se déplacer, ils permettent d'avoir **un hébergement pour dormir**. Les camions aménagés ou van permettent également de **transporter du matériel encombrant** (tables et chaises pour le camping par exemple) et des animaux domestiques comme le chien. En outre, certaines personnes ayant opté pour ces modes de déplacements ne sont pas venues uniquement pour le festival mais pour **visiter la région et/ou aller sur la côte**, le festival constituant une halte dans leur voyage. Dans ce cas, le camion, le van ou le camping-car permettent ainsi **une autonomie et une flexibilité de déplacement**.

Effectivement, les statistiques le prouvent : **42,8 %, donc près de la moitié des utilisateur·trices dit utiliser le van ou le camping-car parce que c'est pratique** (autonomie et liberté de mouvement).



Figure 42. Motifs du choix du van ou du camping-car comme mode de déplacement principal

Vous trouverez ci-dessous le tableau récapitulatif des raisons et freins cités par les personnes pour l'utilisation de chaque mode de déplacement.

Tableau 10. Les raisons et freins cités par les personnes pour l'utilisation de chaque mode de déplacement

	Voiture thermique	Train	Marche	Vélo	TC (bus, train, métro, tramway, bus)
Les raisons citées pour justifier chaque mode de déplacement	Praticité Facilité et confort Influence du groupe Sentiment de sécurité Plaisir Rapidité Coût (lorsque multi-trajet) Habitude d'utilisation Contrainte	Contrainte Plaisir Facilité et confort Coût Habitude d'utilisation Rapidité	Contrainte Facilité Plaisir Coût Pour pouvoir boire de l'alcool Santé Rapidité	Facilité Plaisir Coût Santé Habitude d'utilisation	Contrainte Facilité Rapidité Motivation écologique
Les freins cités pour l'utilisation de chaque mode de déplacement	Fatigue de conduire Contraintes de stationnement Pas d'appétence pour la conduite Pollution	Imprévisibilité du train Coût Peu pratique car peu de lignes directes Peu de flexibilité dans les horaires	Sentiment d'insécurité Fatigant physiquement	Peur et sentiment d'insécurité à l'utilisation Peur de se faire voler son vélo Odeur de transpiration	Sentiment d'insécurité Sentiment de promiscuité, difficulté de la co-présence Peu d'offres et peu d'horaires (notamment le soir après les concerts)

Constats généraux sur les justifications des modes de déplacement des publics et équipes de festival

Nous souhaitons désormais formuler quelques constats plus généraux suite à la description des discours des personnes interrogées vis-à-vis des choix de mode de déplacements pour venir au festival²⁵ :

- Les festivalier·es et équipes **choisissent souvent leur mode de déplacement par défaut**, c'est-à-dire qu'ils n'ont pas le choix sur le mode de déplacement utilisé pour venir au festival. Deux raisons principales ressortent des discours. D'une part, pour les personnes venues en voiture, à pied ou en vélo, elles déclarent qu'aucunes ou que peu d'offres de transports sont disponibles à côté de leur domicile ou que les fréquences des transports en commun sont rares, voire inexistantes le soir. D'autre part, certaines personnes dont une majorité de lycéen·es et d'étudiant·es, expliquent qu'elles n'ont pas de permis et/ou de voiture, d'où l'impossibilité de venir autrement qu'en TC et/ou train.
- Au-delà du manque de choix, les festivalier·es justifient leur mode de déplacement en majorité par **les arguments de praticité, facilité et plaisir**. Ce constat peut s'expliquer par le fait que les personnes se déplacent dans le cadre de loisirs, et par conséquent, **le déplacement doit rester « fun » et agréable** (Munafo, 2015 ; Ravalet & Piot, 2017) et **ne pas augmenter la charge mentale des personnes**. Il doit être simple et pratique, rester un plaisir afin de ne pas gâcher le temps du loisir et l'ambiance festive du déplacement²⁶. Il est ici intéressant de remarquer que ces **mêmes arguments sont présents dans les discours pour des modes de déplacements relativement différents** : certains sont **des modes collectifs** (train, TC) alors que d'autres sont des modes **individuels** (vélo, voiture, marche) ; certains sont **des modes actifs** (vélo, marche) alors que d'autres sont **passifs** (voiture, train, et TC). Ce dernier résultat révèle que les personnes recherchent similairement la même chose dans leur déplacement quel que soit leur choix du mode, ce qui traduit **des vécus différents des modes** qui les rendent **plus ou moins attractifs** selon les personnes (Flamm, 2005).
- Le tableau dévoile que certains **arguments sont réservés seulement à quelques modes de déplacements**, voire à un seul mode de déplacement. C'est le cas pour **l'influence du groupe** qui est ressorti uniquement pour la voiture. L'argument de la **santé**, comme on pouvait le deviner, apparaît uniquement dans le cas **des modes actifs**, c'est-à-dire pour le vélo et la marche. **Le fait de pouvoir boire de l'alcool** concerne seulement la marche, et est revenu surtout dans le cas des festivals urbains.
- **Les arguments écologiques et économiques sont peu mobilisés** pour justifier les choix de déplacements. Le critère écologique apparaît seulement pour appuyer

²⁵ Ces constats s'articulent principalement autour des données récoltées via l'enquête qualitative.

²⁶ Comme nous l'avons vu dans la première partie du rapport, les activités de loisirs sont intrinsèquement associées à un sentiment de liberté, d'autonomie et ils contiennent l'idée de satisfaction hédoniste (Munafo, 2015).

l'utilisation des transports en commun ou pour le covoiturage. En effet, bien qu'il constitue un déplacement carboné, le covoiturage donne le sentiment aux personnes d'avoir une action positive et en faveur de l'environnement. Concernant le coût du déplacement, **il est peu pris en compte par les personnes quels que soient les modes de déplacements** à l'exception du vélo et de la marche où il était présent dans quelques discours. Il est également apparu dans le cas du train, notamment dans les entretiens avec les personnes qui possèdent des cartes de réduction ou lorsque le festival/région propose des prix spéciaux dans le cadre du festival. Les réponses obtenues via le questionnaire elles, montrent un nombre bien plus important de personnes qui utilisent l'argument écologique pour l'utilisation du train et du vélo. Il faut néanmoins noter que **les automobilistes sous-estiment généralement les coûts des trajets en voiture** et à l'inverse sur-estiment ceux des TC ou des trains (Rocci, 2007).

- Les discours montrent qu'un trajet direct, quel que soit le mode utilisé, **rassure les personnes et diminue** la charge mentale de ces dernières.
- Les résultats des entretiens précédemment présentés **rejoignent en partie les résultats de l'enquête menée en 2011-2012** par le Collectif des festivals sur le déplacement des publics des festivals bretons. La plupart des raisons qui poussent les festivalier·es à choisir un mode de déplacement parmi d'autres et qui ont été identifiées par l'enquête de 2011-2012 se retrouvent dans les discours des personnes interrogées lors de notre enquête. On peut toutefois noter **quelques différences**. **La justification de la contrainte et l'argument du plaisir dans le choix du mode de déplacement pour se rendre au festival ne ressortent pas de l'enquête de 2011-2012** alors qu'ils sont très présents dans les discours recueillis dans le cadre de notre étude. De même, **la motivation écologique est un choix dans la décision de prendre le train pour venir au festival dans la première enquête** alors que cet argument n'est pas ressorti des résultats de notre étude. En 2011-2012, **la sécurité routière** est également une raison pour des personnes de venir en train ou en transports en commun alors que cette justification n'était pas présente dans les discours des personnes interrogées aujourd'hui.

A retenir

- Les personnes choisissent leur mode de déplacement pour venir au festival d'abord par défaut, puis par praticité, facilité et plaisir.
- L'argument de la santé est réservé aux modes actifs et le fait de pouvoir boire de l'alcool est une justification réservée au seul mode de la marche
- Les critères écologiques et économiques sont peu pris en compte dans le choix du mode de déplacement pour venir au festival
- Le choix du mode de déplacement est un choix basé en grande partie sur l'affect plus que sur un calcul précis en temps et budget. Les personnes vont choisir le mode de déplacement qui leur diminuera la charge mentale et celui qui leur apporte maîtrise et plaisir.

III. Le critère environnemental, un facteur important mais pas décisif dans le choix d'aller à un festival

A. Une première attention portée à la programmation et à la propreté du site du festival

Les entretiens révèlent que **l'engagement écologique d'un festival n'est pas la première chose** à laquelle les festivalier·es et équipes font attention lorsqu'ils s'y rendent. Iels regardent avant tout **la programmation, les artistes et la qualité du lieu/site du festival**. Plusieurs personnes ont également déclaré que **l'engagement social du festival** était plus important que celui écologique, autrement dit, elles sont particulièrement attirées par les festivals qui valorisent la **convivialité, la solidarité** et favorisent la mixité sociale du public. Elles apprécient les petits festivals, avec une **jauge limitée de festivalier·es**, et qui font attention à proposer sur leur site essentiellement de la nourriture locale et biologique :

« L'ambiance est super, avant j'étais bénévole et il y a vachement d'entraide et de solidarité [...] C'est pas un festival pour le business en fait ! » (Au foin de la rue, Public, femme, 17 ans, en service civique, venue en navette)

Plusieurs personnes jugent que l'engagement social va souvent de pair avec l'engagement écologique :

« Quand tu respectes la nature, tu respectes l'autre » (Le Nouveau Printemps, public, femme, 45 ans, enseignante à l'école des beaux-arts, venue en vélo)

« Les festivals que j'apprécie sont par nature engagés et ont des actions responsables » (Le Nouveau Printemps, équipe, femme, 23 ans, étudiante, venue en vélo)

« Je vais sur les festivals un minimum queer, engagé, après le critère écolo, c'est un plus ! Mais souvent ça va ensemble » (Astropolis, homme trans, 26 ans, graphiste, venu en métro et train)

De façon plus rare, quelques personnes déclarent prêter attention à **l'accessibilité du festival**, sans pour autant s'intéresser à la question écologique. À Astropolis, une festivalière âgée de 29 ans, photographe, rapporte qu'elle se renseigne au préalable sur les offres de transports mises en place par le festival, et que si se rendre sur le site lui semble facile, elle sera plus facilement encouragée à y aller.

Enfin, il faut noter que **l'aspect convivial et la bonne ambiance** dans l'équipe organisatrice du festival sont des motivations importantes dans le fait de vouloir être bénévole dans un festival.

Par ailleurs, les entretiens ont permis d'interroger les publics/équipes sur ce

qu’iels regardent en termes d’engagement écologique lorsqu’iels se rendent au festival. Les discours étaient relativement similaires pour l’ensemble des personnes interrogées puisque ces dernières font principalement attention **à la propreté du site**, **à l’organisation des poubelles** (nombre, nettoyage et changement régulier...) et au **tri des déchets**. Beaucoup sont également sensibles aux verres/gobelets consignés et à la mise à disposition de toilettes sèches. Quelques personnes, à Jazz sous les pommiers, ont indiqué qu’elles prêtaient attention à la **décoration utilisée par le festival** (décoration artisanale et/ou réalisée en matériaux recyclés) ainsi qu’à **l’énergie utilisée par le festival** (si elle est fournie par de l’énergie renouvelable ou par un groupe électrogène par exemple).

Dans l’ensemble des discours, il est important de constater que les personnes **associent souvent l’engagement écologique d’un festival à la propreté du site** (nettoyage du site, tri des déchets, organisation des poubelles...). Les initiatives mises en place par les festivals pour une mobilité plus décarbonée (installation d’une navette, incitation au covoiturage...) ne sont pas évoquées dans les discours et **ne sont pas pensées directement comme un engagement écologique de la part du festival**.

B. L’engagement écologique du festival, un « plus » dans le choix d’aller à un festival

Dans le questionnaire, nous avons posé la question suivante : « L’engagement social et/ou environnemental d’un festival est-il un facteur important dans votre décision d’y assister ou d’y travailler ? », question à laquelle 56,8 % des enquêtés ont répondu oui.

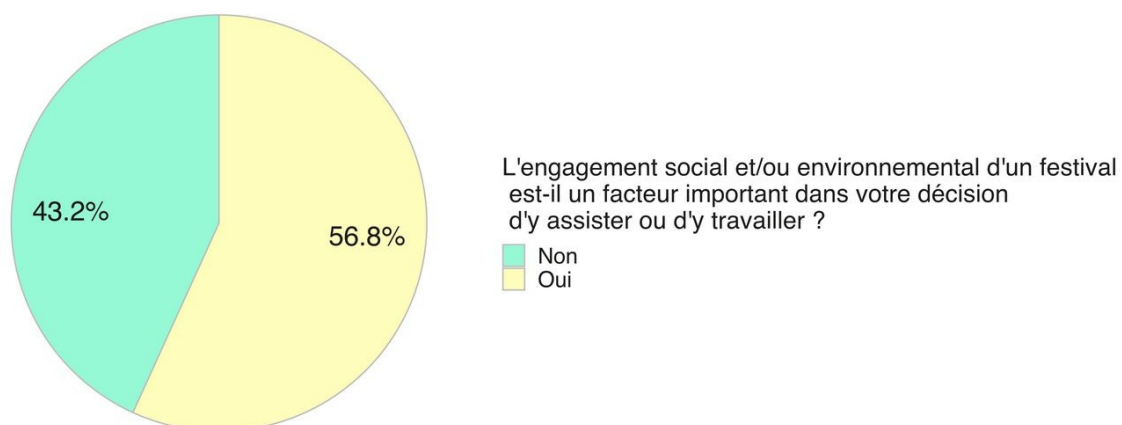


Figure 43. Importance de l’engagement social et/ou environnemental d’un festival selon les répondant·es

Les entretiens ont permis d’identifier de quelle(s) manière(s) et dans quelle(s) mesure(s) l’engagement écologique d’un festival est pris en compte par les festiva-

lières et équipes dans leur décision d'aller ou non à un festival.

Tout d'abord, pour la majorité des personnes interrogées, **le facteur environnemental ne constitue pas un critère déterminant** dans le choix d'aller à un festival, **il est important mais pas décisif**.

Cependant, au vu du contexte actuel de crise climatique, il apparaît avoir **de plus en plus de poids** dans la décision d'aller à un festival, et ce notamment pour des personnes de plus de 30 ans :

« Ce n'est pas un critère de choix mais ça pourrait l'être » (Jazz sous les pommiers, public, homme, 34 ans, comptable, venu en voiture seul)

« Aujourd'hui, ça compte l'environnement ! » (Au foin de la rue, équipe, homme, 37 ans, chef d'atelier, venu en voiture seul)

D'autres personnes, généralement âgées d'entre 17 et 30 ans, estiment que c'est aujourd'hui **une normalité que les festivals prennent en compte cette question écologique** et tentent de réduire leur impact environnemental. Elles sont satisfaites de cette évolution des mentalités et des politiques. À l'inverse, quelques personnes, dont deux femmes de 27 et 28 ans, sont plus critiques vis-à-vis de cette nouvelle norme environnementale, qu'elles interprètent plus comme **« une mode »** ou du **« greenwashing »**.

Ensuite, l'ensemble des discours récoltés a permis de dessiner **une typologie de festivalières/équipes** selon la place qu'iels accordent à l'engagement écologique dans le choix d'aller à un festival. Bien que l'étude révèle que le facteur écologique n'est généralement pas déterminant dans la décision de se rendre à un festival, il faut souligner que derrière cette grande tendance, **il existe une diversité de logiques et de comportements** que la typologie qui suit tentera d'illustrer.

L'étude a effectivement permis de dégager, sur la base des entretiens menés avec les publics et équipes de festival, **des groupes-types** de personnes qui se différencient par la manière dont elles prennent en compte l'engagement écologique dans leur choix de se rendre à un festival. Nous avons classé et analysé les différents discours afin d'aboutir, selon les principes de l'analyse thématique et après une succession de lectures et d'analyses, **à une typologie de profils de festivalière et équipes selon leur relation à l'engagement écologique du festival**. Bien que la typologie nous permette de **monter en généralité**, il faut souligner qu'il s'agit ici d'une **reconstruction simplifiant une réalité qui est plus nuancée et complexe** que cela. Les profils types révèlent des situations sociales et comportements tangibles dans lesquels un individu, en fonction de certaines caractéristiques et relations aux festivals, est susceptible de se retrouver. Il existe également une continuité entre les profils, avec notamment la présence de profils intermédiaires, étant donné que certaines variables (pratiques écologiques, représentations ...) se croisent et se retrouvent pour plusieurs personnes enquêtées. Aussi les catégories des sous-

groupes **ne sont pas tout à fait « exclusives »**, et certain·es festivalier·es et équipes peuvent en recouper plusieurs. Cette typologie entend en définitive **éclairer les logiques de pensées et de comportement des publics et équipes de festival** vis-à-vis de la place de l'engagement écologique dans leur choix de se rendre au festival, par le biais d'une représentation simplifiée des profils, en complément d'autres éléments (qualitatifs et quantitatifs) fournis dans le reste de l'analyse.

Typologie des publics et équipes selon l'importance qu'ils accordent à l'engagement écologique d'un festival

On distingue ainsi quatre différents profils de festivalier·es et/ou équipes selon l'importance qu'ils accordent à l'engagement écologique d'un festival : le·la convaincu·e, l'indécis·e, l'opportuniste et l'indifférent·e (tableau 10)²⁷.

- Le·la convaincu·e

Pour lui·elle, l'engagement écologique du festival est un critère déterminant dans son choix d'aller à un festival. Si le festival n'est pas engagé en faveur de l'environnement, il·elle ne se rendra pas au festival :

« En termes d'éthique si un festival ne correspond pas à mes valeurs, je ne vais pas assister, ça me bloquera » (Le Nouveau Printemps, équipe, femme, 21 ans, étudiante en arts, venue en train)

« Si jamais, c'est un festival organisé par Bolloré, je ne vais jamais y aller » (Le Nouveau printemps, public, femme, 63 ans, sans activité, venue en train)

Ces personnes estiment que ce serait « irresponsable » de la part des organisateur·ices de ne pas prendre en compte l'impact environnemental du festival et seraient ainsi prêtes à **boycotter le festival** si ce dernier ne prenait aucun engagement.

Il faut noter que cette catégorie des convaincu·es compte seulement 15 personnes sur les 126 personnes qui composent la typologie. Elle est composée majoritairement de femmes, soit 9 personnes, et de personnes âgées en moyenne de 32 ans (avec des personnes qui ont de 19 à 57 ans) avec un âge médian de 29 ans.

- L'indécis·e

L'engagement écologique du festival peut être ou ne pas être un critère déterminant dans le choix d'aller à un festival, **ceci dépendant de l'impact environnemental de ce dernier**. Leur discours reste **hésitant** et leur décision d'aller au festival dépend de leur **évaluation subjective** de l'impact environnemental du festival et de leur éthique, de leurs valeurs liées à l'environnement :

²⁷ Chaque profil de festivalier·e/équipe se compose de diverses personnes avec des profils sociologiques variés, d'où il est difficile de décrire précisément le profil sociologique type de chaque catégorie. Nous indiquerons donc seulement pour chaque catégorie les grandes tendances, s'il y a lieu d'être.

« Je ne sais pas si ça m'empêcherait de travailler dans un festival peu engagé ...mais quand même... s'il n'y a pas d'engagement de la part du festival, ça m'embêterait, parce qu'on parle quand même d'idéologie du festival » (Astropolis, équipe, homme, 26 ans, illustrateur graphiste, venu en voiture seul)

Pour certaines personnes de cette catégorie, **seul un impact environnemental jugé vraiment important** les empêcherait de se rendre au festival : « si c'est abusé, je ne viens pas » (Jazz sous les pommiers, public, femme, 16 ans, lycéenne, venue en bus) ; « si c'est trash, je ne viendrais pas » (Jazz sous les pommiers, public, femme, conseillère musique et danse à la DRAC, venue en voiture)

Les indécis-es représentent une faible proportion de personnes interrogées, soit 13 personnes, composées d'un peu plus d'hommes, soit 7 personnes. iels sont âgées en moyenne de 37 ans (avec des personnes qui ont de 18 à 71 ans) et l'âge médian est de 31 ans.

- L'opportuniste

Bien que la question environnementale reste importante dans la décision, **ce n'est pas un critère décisif** dans son choix d'aller à un festival. L'engagement écologique est un « plus », « une bonne initiative » comme c'est régulièrement revenu pendant les entretiens :

« Ça mêle l'utile à l'agréable » (Biches Festival, public, femme, 24 ans, chargée de projets environnementales, venue en voiture avec deux amies)

« C'est pas pour ça [l'engagement écologique] que je suis venue mais c'est pas désagréable » (Biches Festival, public, femme, 29 ans, cartographe, venue en métro+train+navette)

« Ce n'est pas un critère mais c'est bien, heureusement qu'il y a ça, moi aussi, je suis sensible » (Au foin de la rue, équipe, homme, 23 ans, saisonnier, venu en camion)

« Après pour les événements culturels, en règle général, ça va pas me rebuter d'y aller mais ça se remarque » (Au foin de la rue, public, homme, 47 ans, responsable de cuisine, venu en voiture avec sa femme)

L'engagement écologique participe dans la décision d'aller au festival, **il peut donner envie** aux personnes de s'y rendre :

« Ça m'encourage dix mille fois plus à venir [...] en règle générale, de toute façon, c'est quelque chose qui m'intéresse énormément » (Au foin de la rue, public, homme, 19 ans, étudiant, public, venu en covoiturage)

« Ça améliore le festival [...] moins le festival a d'impact, plus je suis content d'y participer » (Jazz sous les pommiers, homme, public, 34 ans, enseignant, venu à pied en 5 minutes)

« C'est toujours plus sympa quand il y a des valeurs partagées » (Astropolis, équipe, homme, 29 ans, professeur des écoles, venu en voiture avec deux personnes)

« Je débute en engagement écologique donc ça m'a motivé » (Au foin de la rue, équipe, homme, 23 ans, service civique, venu en camion)

Au festival Le Nouveau Printemps, une femme âgée de 63 ans, rapporte qu'à choisir entre deux festivals qui lui plaisent, elle ferait le choix d'aller à celui qui prête le plus attention à son impact sur l'environnement.

Toutefois, quelques personnes déclarent que l'engagement écologique ne doit pas prendre **le dessus sur la vocation culturelle du festival** :

« C'est appréciable mais pas déterminant [...] il ne faut pas que ça dénature l'objectif culturel du festival » (Festival International de Musique de Chambre, homme, public, 73 ans, retraité, venu en train)

Dans cette catégorie des « opportunistes », on peut trouver des personnes qui **éprouveraient des remords et culpabiliseraient** si elles devaient se rendre à un festival peu impliqué environnementalement :

« Si c'était pas comme ça, peut-être que je viendrais quand même parce que le jazz... voilà, mais avec un pincement au cœur » (Jazz sous les pommiers, public, femme, 71 ans, retraitée, venue en voiture seule)

« J'aurais mauvaise conscience à y aller » (Astropolis, public, femme, 23 ans, étudiante en école d'ingénieur, venue en vélo)

« Ça ferait chier, mais j'irais pour la programmation ! » (Au foin de la rue, public, femme, 17 ans, service civique, venue avec la navette)

Les opportunistes sont ainsi constituées de personnes **sensibles à l'environnement** mais qui ne sont **pas forcément engagées** dans la défense de cette cause.

La catégorie des opportunistes représente **la majorité des personnes rencontrées**, soit 67 personnes, avec une moyenne d'âge de 41 ans et un âge médian de 31 ans (avec des personnes qui ont de 16 à 83 ans). Elle compte une majorité de femmes, soit 42 personnes.

- L'indifférent·e

L'engagement écologique du festival **ne rentre pas en compte** dans le choix d'aller à un festival. Il·elle est **moyennement sensible aux questions écologiques**, et lorsqu'il·elle va au festival, il·elle est là pour « s'amuser » et/ou pour la programmation :

« Si un festival me plaît, je m'en fous [...] ce n'est pas un critère pour moi » (Le Nouveau Printemps, public, homme, 38 ans, chercheur, venu en métro)

Au Festival International de Musique de Chambre, une retraitée, ancienne profes-

seure des écoles, âgée de 89 ans, déclare être peu préoccupée par les enjeux écologiques en justifiant qu'elle laisse « l'écologie aux jeunes ».

Dans cette même catégorie des indifférent·es, sur cette question écologique, quelques personnes estiment que c'est plus aux festivalier·es de se responsabiliser qu'aux organisateur·ices du festival :

« En vrai, le festival, il n'a pas d'amélioration à faire, c'est à moi de prendre le bus [...] On ne peut pas faire un truc en particulier pour tous les bleds aux alentours » (Astropolis, équipe, homme, 26 ans, illustrateur graphiste, venu en voiture)

Cette catégorie de personne s'est retrouvée particulièrement au **Festival International de Musique de Chambre**, et compte 31 personnes, âgées en moyenne de 41 ans (avec des personnes qui ont entre 14 et 76 ans) et représentée par plus de femmes, soit 20 femmes. L'âge médian est de 38 ans.

Le tableau suivant permet de résumer les grandes catégories de profils de festivalier·es et équipes et leur lien avec l'engagement écologique du festival :

Tableau 11. Les grandes catégories de figures de festivalier et équipes selon leur profil sociologique et leur rapport à l'engagement écologique du festival

	Convaincu·e	Indécis·e	Opportuniste	Indifférent·e
Nombre de personnes ²⁸	15	13	67	31
Genre le plus représenté	femme	homme	femme	femme
Âge moyen	32	37	41	41
Âge médian	29	31	31	38
Importance de l'engagement écologique dans le choix d'aller à un festival	Oui	Dépend de l'impact environnemental du festival	Un petit peu	Non

La typologie dévoile ainsi que ce **sont surtout les plus jeunes (entre 20 et 35 ans)**

²⁸ Le nombre total de personnes composant la typologie est plus faible que le nombre total de personnes interrogées (soit 126 personnes sur les 151 personnes interrogées) du fait que pour une vingtaine de personnes, le profil du festivalier·e et/ou équipe n'a pas pu être déterminé par manque d'informations recueillies lors de l'entretien.

qui prennent le plus en compte l'engagement écologique dans leur choix de se rendre à un festival. La catégorie des convaincu·es se compose effectivement des personnes avec la moyenne d'âge la plus basse et l'âge médian le plus bas parmi l'ensemble des catégories de festivalier·es et équipes établies par la typologie. Ce constat rejoint les résultats de l'enquête quantitative qui dévoile que les classes les plus jeunes (en dessous de 40 ans) considèrent en grande partie que l'engagement écologique du festival est un critère important, soit 62,6 % pour les 20-30 ans. Toutefois, comme on l'a déjà dit, il faut noter que le groupe-type le plus représenté parmi les personnes interrogées reste l'opportuniste, c'est-à-dire que pour de nombreux équipes et publics, bien qu'ils soient sensibles aux questions environnementales, ils ne s'empêcheraient pas pour autant de se rendre à un festival qui serait peu engagé écologiquement²⁹.

Au-delà de cette typologie, il est intéressant de remarquer que quelques personnes interrogées estiment que **l'impact environnemental peut être différent selon que le festival soit urbain ou rural**. De leur point de vue, dans les festivals urbains, localisés en centre-ville, les impacts sont plus contrôlables en termes de déchets, de dégradation et dégâts de l'espace public et du paysage, notamment du fait que la ville doit pouvoir refonctionner juste après le festival. En revanche, à la campagne, les festivals se déroulent sur des grandes étendues, souvent peu bâties, dans lesquelles sont créés des parkings et des espaces de camping, ce qui selon les personnes interrogées a forcément un impact plus important sur le lieu et le paysage qu'en centre-ville.

C. Les pratiques de mobilité exclues de l'engagement écologique et des préoccupations environnementales des personnes interrogées

Les entretiens ont permis de questionner les personnes sur leur préoccupation, pratique et engagement vis-à-vis de l'environnement au quotidien et/ou dans le cadre des loisirs.

Tel que nous l'avons constaté dans les résultats précédents, la plupart des personnes se **disent sensibles aux questions environnementales** et plusieurs d'entre elles ont de bonnes connaissances sur le sujet. En outre, de nombreuses personnes déclarent être **engagées au quotidien** à travers des pratiques de tri et recyclage des déchets et une consommation de produits alimentaires biologiques et/ou locaux. Quelques personnes ont également mentionné qu'elles essayaient d'acheter au maximum **des vêtements de seconde main** afin de limiter leur consommation.

²⁹ Les résultats de notre étude rejoignent également en partie ceux de l'enquête menée, en 2023, par l'institut de sondage Toluna Harris Interactive sur cette question. Cette dernière étude, basée sur une enquête en ligne et un échantillon de 1042 personnes représentatifs des Français âgés de 15 et plus, indique que plus de la moitié des spectateur·ices (53%) déclarent qu'ils pourraient renoncer à se rendre à un festival ou un spectacle si les actions mises en place par ses organisateur·ices pour limiter son impact environnemental ne sont pas suffisantes (Harris, 2024). Toutefois, comme l'indiquent, les auteurs, ce sont des déclarations d'intention à prendre avec précaution, puisque, peu d'entre eux·elles seraient « certaines » de renoncer (ibid.). Ainsi, l'enquête qualitative permet de nuancer et de compléter les résultats de cette dernière étude.

Cependant, dans l'ensemble de ces discours, **peu de personnes mentionnent faire attention aux modes de déplacements et de transports utilisés**³⁰ au quotidien. Il apparaît que **les pratiques de mobilité sont exclues des gestes du quotidien en faveur de l'environnement** :

« Nous, on a des pratiques écologiques mais pas pour les transports, pour l'alimentaire par exemple » (Biches Festival, public, femme, 33 ans, enseignante dans le supérieur, venue en voiture avec son mari et ses 3 enfants)

On peut également prendre l'exemple d'une femme à Biches Festival, âgée de 28 ans, entrepreneuse à Paris, qui nous a longuement parlé de la crise écologique, de son inquiétude et de ses différents engagements. Elle avait notamment réalisé son propre bilan carbone et déclare « l'écologie pour moi n'est même pas une question, on doit être écolo ! ». Pourtant, comme elle l'a indiqué, elle ne fait pas spécialement attention à ses pratiques de mobilité, elle n'apprécie pas beaucoup les transports en commun et préfère utiliser son scooter ou sa voiture. Dans le cadre des loisirs, elle explique qu'elle laisse de côté ses convictions écologiques, en prétextant qu'elle s'implique déjà assez fortement au quotidien : « J'ai tellement une démarche écologique ailleurs que je me suis dit que j'allais prendre la voiture avec ma sœur pour aller au festival ». Son propos rejoint le **phénomène d'effet rebond**, concept employé généralement dans un contexte de consommation énergétique. Il désigne **un phénomène paradoxal** observé lorsque les économies d'énergie attendues grâce à des progrès d'efficacité énergétique ne sont pas obtenues, voire aboutissent à des sur-consommations, du fait d'un ensemble de facteurs économiques et comportementaux. Dans notre cas, la réduction d'émissions carbone induite par des gestes quotidiens en faveur de l'environnement pourrait être compensée, voire augmentée par une mobilité axée sur des modes de déplacements carbonés notamment dans le cadre des loisirs.

Les discours recueillis révèlent que **la sphère du loisir exclut souvent toute pratique écologique**, même pour des personnes qui sont engagées au quotidien en faveur de l'environnement. Comme on l'a vu dans la typologie ci-dessus, plusieurs personnes appartenant à la catégorie des convaincues sont effectivement venues en voiture, et parfois seules au festival, sans forcément se poser de question. Tel que la littérature scientifique le montre, **les activités de loisirs constituent ainsi un cadre spécifique**, intrinsèquement associées à un sentiment de liberté, d'autonomie et de plaisir, et reliées à une tendance individualisme, ce qui peut expliquer que les convictions écologiques soient délaissées pendant ce temps bien particulier (Rocci, 2007 ; Munafò, 2015). Ce phénomène peut d'ailleurs également expliquer pourquoi les personnes ne mentionnent pas les offres de transports et/ou dispositifs de déplacements alternatifs à la voiture individuelle proposés par les organisatrices du festival aux publics/équipes lorsque nous leur posons la question sur

30 On peut citer seulement le cas de deux personnes interrogées au festival Jazz sous les pommiers : une retraitée de 73 ans qui a mentionné qu'elle ne prenait plus l'avion pour des raisons écologiques et une retraitée de 62 ans qui a déclaré qu'avec son mari, elle avait acheté une voiture électrique pour réduire leur impact carbone.

ce qu'ils regardent en termes d'engagement écologique du festival.

Les entretiens dévoilent ainsi **un décalage entre les discours, les idées, la prise de conscience environnementale déclarée et les pratiques, les faits** : beaucoup de personnes se disent sensibles et concernées par les questions écologiques, pratiquent des écogestes et pourtant utilisent leur voiture au quotidien, notamment pour se rendre au festival. Elles justifient leur comportement en expliquant que les pratiques de mobilités ne font pas partie de leur engagement écologique ou en déclarant que pour les activités de loisirs, l'enjeu écologique n'est pas pris en compte. Il apparaît alors, d'une part que **les pratiques de mobilités sont exclues des gestes écologiques** réalisés au quotidien par les personnes et, d'autre part, que **la sphère du loisir exclut toute pratique écologique**.

En 2003, Gärling et ses collègues avaient déjà fait le constat : malgré une opinion publique de plus en plus favorable à l'environnement, des déclarations d'intention, **les pratiques de mobilité ne sont pas plus pro-environnementales pour autant**.

Par ailleurs, la recherche d'Anaïs Rocci (2007) montre que les individus ne sont pas conscients de la même manière des problèmes environnementaux actuels, et qu'ils **ne font pas toujours le lien avec l'automobile**.

Plusieurs travaux scientifiques ont cherché à comprendre **cette dissonance cognitive**, autrement dit, ce décalage entre les valeurs collectives liées à l'environnement auxquelles la majorité des personnes semblent adhérer aujourd'hui et leurs pratiques.

Selon Anaïs Rocci (2007), les préoccupations environnementales des individus relèvent davantage d'**un devoir civique et/ou moral qu'une réelle prise de conscience individuelle**. Il existerait un sentiment de « devoir » être préoccupé par ces sujets environnementaux pour faire « comme tout le monde », comme une norme à laquelle il faudrait adhérer sans que celle-ci incite forcément à adopter une pratique en adéquation. Telle que le dit Anaïs Rocci (Rocci, 2007 : 479), « tout se passe comme si deux normes paradoxales évoluaient parallèlement : la norme automobile et la norme environnementale ».

La sociologue Laura Draetta affirme que la reconnaissance du problème environnemental existe mais que **la valeur qui détermine les conduites** « ne semble pas suffisamment acquise pour que les individus orientent leurs comportements en fonction de cette valeur » (2003 : 86, 87). Elle ajoute qu'il existe un décalage, car la « conscience du problème n'est pas suffisante à elle seule pour agir de façon significative au niveau de l'acquisition de valeurs et donc de la détermination de conduite » (Draetta, 2003 : 88).

L'anthropologue Dominique Desjeux (2004) propose une explication à ces formes de dissonances cognitives entre valeurs et faits. Il juge qu'elles tiendraient aux effets de situations, c'est-à-dire que **les contraintes matérielles, sociales et sym-**

boliques peuvent expliquer l'écart entre ce que l'on dit, ce que l'on pense et ce que l'on fait. Anais Rocci (2007) dans son travail de recherche fait le même constat : bien qu'un individu ait des bonnes intentions de changer de comportement, le contexte, les opportunités et les contraintes interfèrent sur ces intentions de changement.

A retenir

- La programmation et la qualité du lieu du festival sont les premiers critères de choix pour se rendre au festival alors que l'engagement écologique du festival reste peu regardé par les festivalier·es et équipes.
- L'engagement écologique du festival est un « plus » qui donne envie d'aller au festival mais qui n'est pas décisif dans le choix de se rendre à un festival
- La plupart des personnes ont une logique opportuniste vis-à-vis de l'engagement écologique du festival. Les plus jeunes sont les plus convaincues sur l'importance de cet engagement dans le choix d'aller à un festival.
- En termes d'engagement écologique, les festivalier·es et équipes prêtent attention essentiellement à la propreté du site (tri des déchets, organisation des poubelles...)
- Il existe une dissonance cognitive entre les discours, les idées, la prise de conscience environnementale déclarée et les pratiques, les faits : les pratiques de mobilité sont exclues des engagements et préoccupations écologiques des personnes interrogées, et ce notamment dans le cadre des activités de loisirs.

IV. Des comportements de mobilités influencés par de multiples facteurs interdépendants

Nous avons vu précédemment que **l'âge et la catégorie socio-professionnelle des publics et équipes de festivals pouvaient jouer sur les comportements de mobilité**. De même, bien que la plupart des personnes se disent sensibles aux questions écologiques, **le facteur environnemental semble peu jouer lorsqu'il s'agit de choisir son mode de déplacement pour venir au festival**. Pour certaines personnes, le critère environnemental peut toutefois participer à l'envie de choisir le train, le covoiturage ou le vélo au dépend de la voiture, si ces derniers modes de déplacement restent pratiques et facile d'utilisation.

Dans cette dernière partie, nous allons continuer à explorer les facteurs qui influencent les comportements de mobilité, puisque l'étude dévoile que d'autres variables peuvent jouer sur la pratique d'un mode de déplacement. Sur le schéma ci-dessous, nous avons ainsi résumé les différents facteurs que nous avons pu identifier grâce à notre analyse.

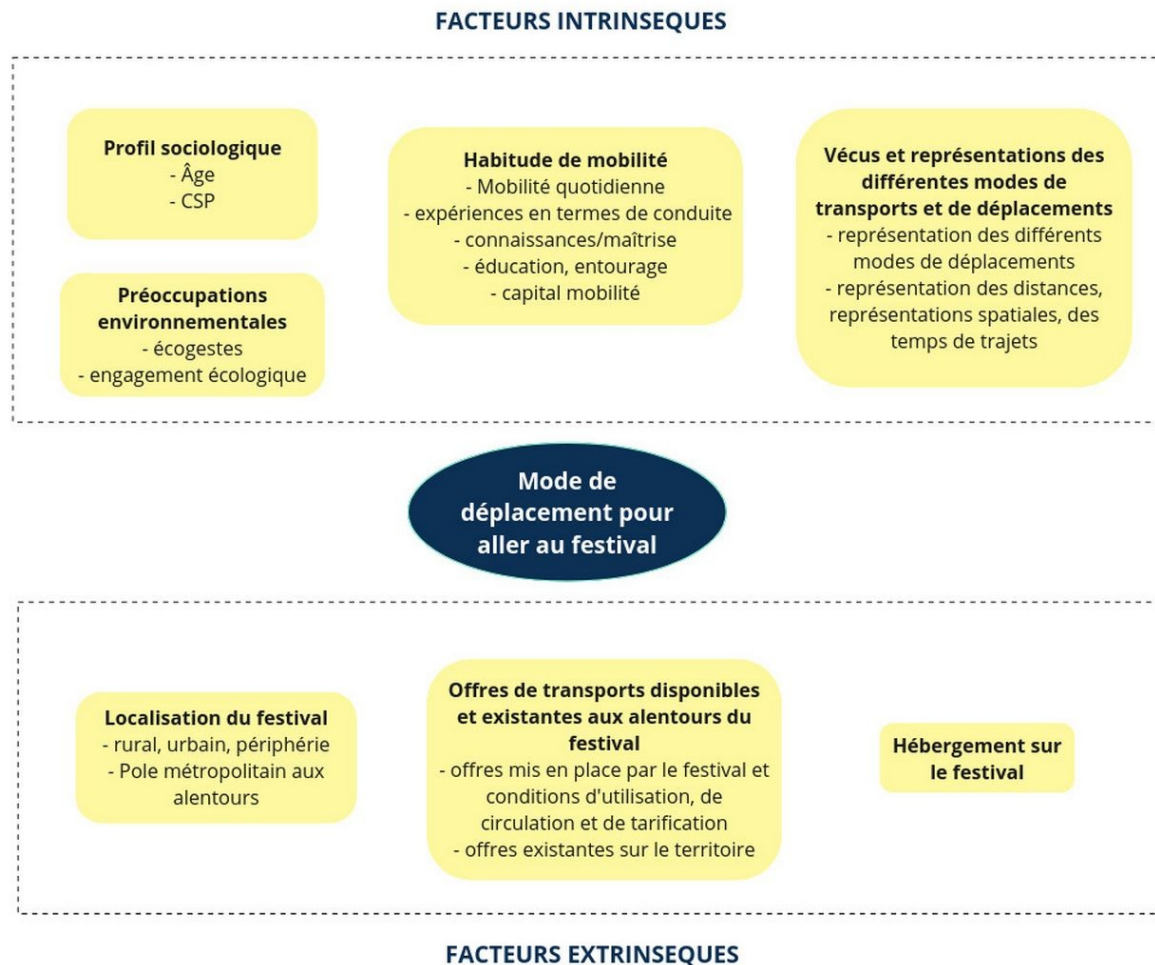


Figure 44: Schéma des facteurs agissant sur les pratiques de mobilités vers le festival

Nous avons distingué deux types de facteurs susceptibles d’agir sur les comportements de mobilité. Les premiers sont les facteurs intrinsèques qui sont propres à l’individu, et sont liés aux caractéristiques sociales, familiales et relèvent du vécu. Les seconds sont les facteurs extrinsèques qui tiennent compte de contraintes, d’opportunités et d’événements extérieures à l’individu. Ils sont liés à des effets de contextes, de localisation, de services et accessibilité auxquels font face les individus.

A. Les facteurs extrinsèques dits « structurels »

Typologie géographique : quel impact de la ruralité et de l’urbanité sur la mobilité en festival ?

Nous allons nous concentrer ici sur les typologies territoriales des festivals, c’est-à-dire comparer les festivals selon qu’ils soient « urbains » ou « ruraux »³¹. Ceci dans

31. Dans cette partie, nous n’analyserons pas la typologie de festival dite « mixte », c’est-à-dire les festivals dont une partie de la programmation se déroule en milieu urbain, et une autre en milieu rural. Il en sera de même pour

le but d'analyser l'impact que peut avoir le contexte géographique d'un festival sur les pratiques de mobilité des publics et des équipes.

- Intermodalité

Le nombre de modes de déplacement utilisés par les enquêtés pour se rendre en festival dépend principalement du mode de déplacement qu'ils choisissent : les transports en commun tels que le bus, le métro, etc. et les transports collectifs comme le train, induisent plus souvent une pratique de l'intermodalité, plus en tout cas que d'autres modes de déplacement individuels tels que la voiture par exemple (comme nous l'avons vu plus haut dans la partie Les pratiques de mobilité et d'hébergement des publics). Cela étant dit, **l'intermodalité, – et dans le même temps, l'usage d'un mode de déplacement pour se rendre en festival – dépend également de la typologie géographique du festival.**

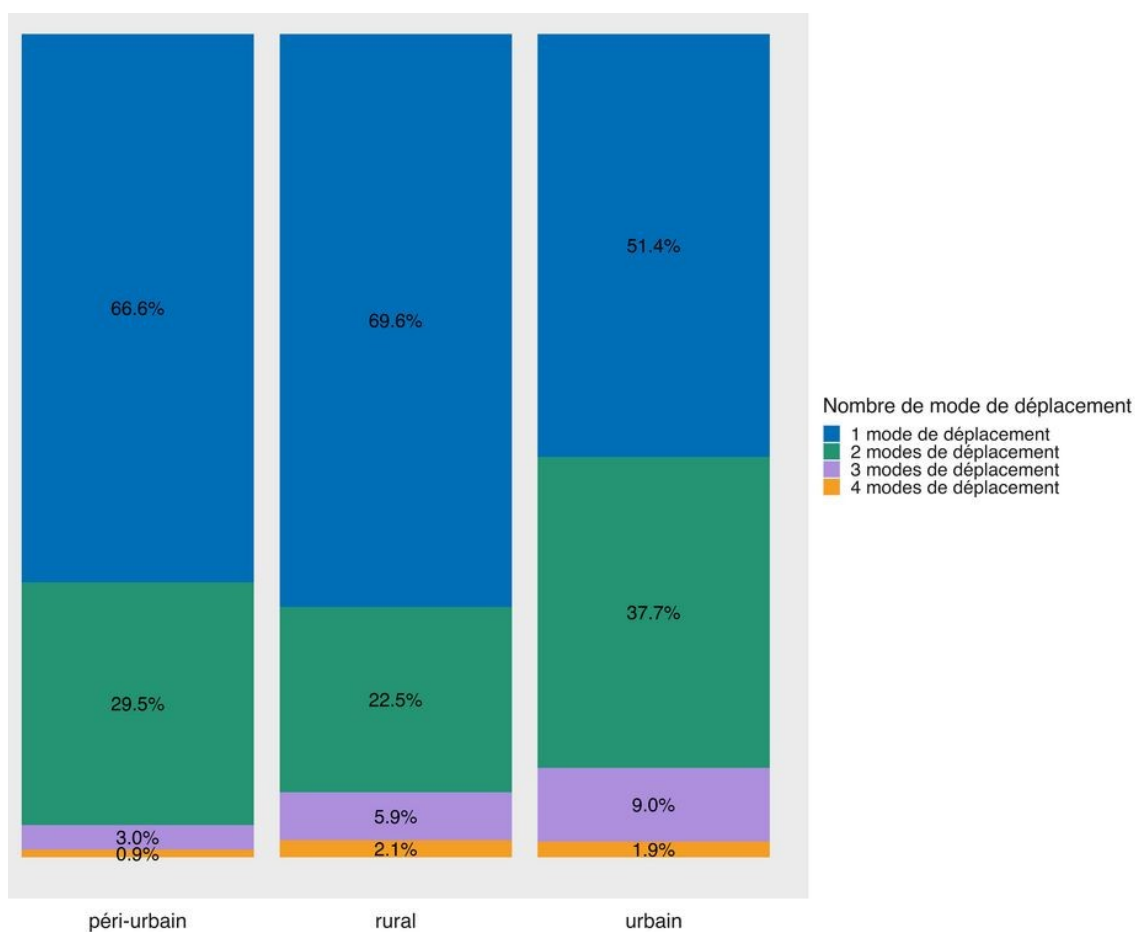


Figure 45. Pratique de l'intermodalité selon le type géographique du festival

Comme nous pouvons le constater, **l'intermodalité est pratiquée par un nombre**

la typologie « péri-urbaine » (situé aux abords immédiats d'une ville), qui représente 13,6 % de l'ensemble des festivals étudiés, car notre sujet ainsi que nos données ne nous permettent pas d'entrer dans ce niveau d'analyse. Bien que nous afficherons ici les festivals « péri-urbains » dans nos graphiques, nous n'entrerons pas dans le détail de l'analyse de cette typologie géographique.

plus élevé de personnes sur les festivals urbains que sur les festivals ruraux ou péri-urbain. C'est presque la moitié des publics et équipes de festivals urbains (48,6 %) qui pratique l'intermodalité, là où dans les festivals ruraux, seul 30,4 % la pratique.

- Modes de déplacement principaux

La répartition des modes de déplacement principaux utiliser pour se rendre en festival suit le même principe. La logique vient entre autres, du fait que la grande majorité des personnes qui n'utilisent qu'un mode de déplacement, viennent en voi-

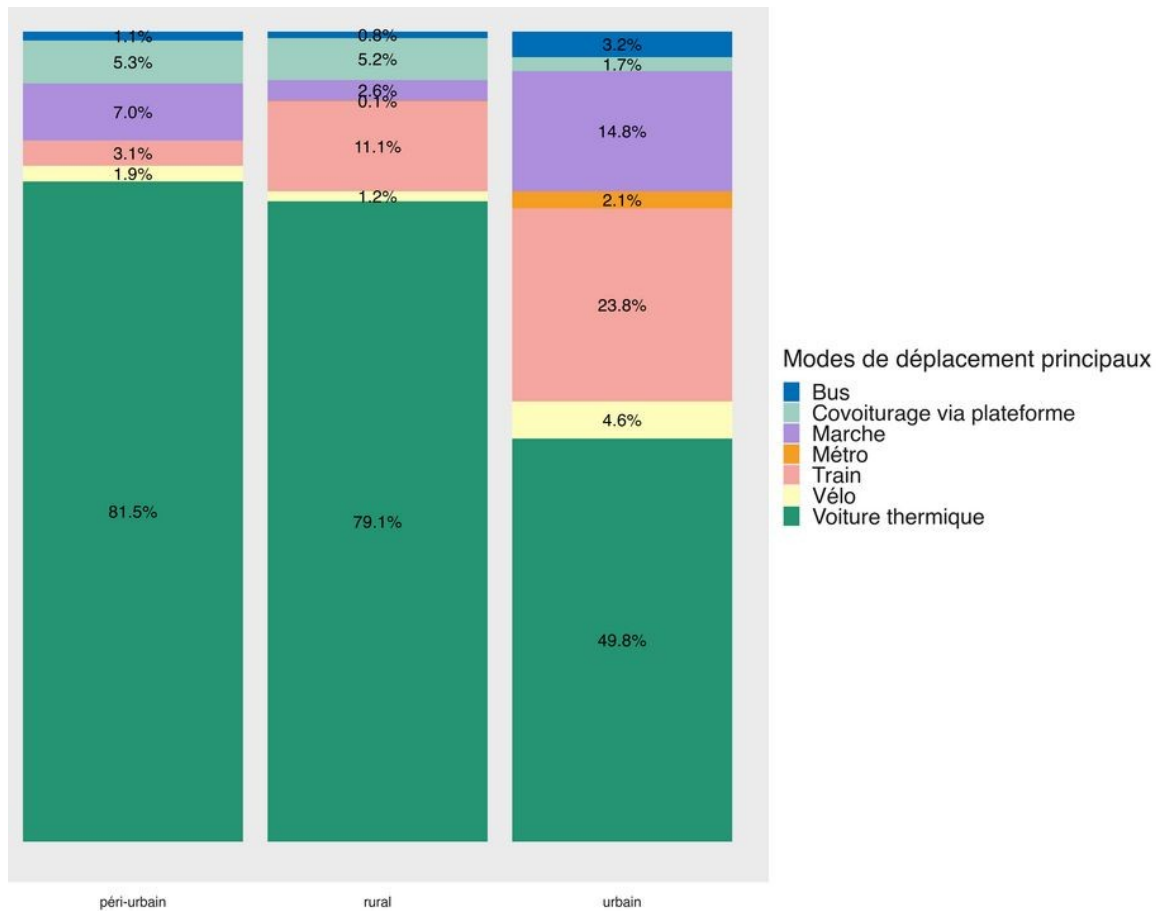


Figure 46. Mode de déplacement principal selon le type géographique

ture thermique.

La grande majorité des publics et équipes de festivals ruraux (79,1 %) s'y rendent en voiture thermique, quand seul 49,8 % de celles et ceux qui vont en festival urbain utilise ce mode de déplacement. On note également un **taux élevé de personnes qui prennent le train sur les festivals urbains** (près d'un quart), ainsi que des taux plus élevés d'utilisation du bus et du métro, comparé aux festivals ruraux et péri-urbain.

Comme on l'a évoqué, la **marche et le vélo sont également des moyens de déplacement beaucoup plus utilisés en festival urbain**. Cela tient, en partie, au fait que les publics et équipes présentes sur les festivals urbains viennent de moins loin en général, que les festivals ruraux (ceux-ci étant géographiquement plus en retrait des grandes villes et accès). Les personnes qui se rendent en festival urbain sont plus nombreuses à parcourir de courtes distances que celles en festival rural : près d'un quart (22,2 %) des enquêtés de festival urbain parcourt moins de 5 kilomètres pour se rendre sur le site, alors que ce n'est le cas que pour 4,6 % des publics et équipes de festival rural.

Tableau 12. Distance parcourue par les enquêtés selon le type géographique

Distance parcourue	Rural	Urbain
Moins de 5 km	4.6%	22.2%
Entre 5 et 15 km	7 %	11.4%
Entre 15 et 30 km	10.6%	6.3%
Entre 30 et 50 km	12 %	8.1%
Entre 50 et 100 km	19.5%	15.7%
Entre 100 et 200 km	17.3%	9.1%
Entre 200 et 400 km	14.3%	11 %
Plus de 400 km	14.8%	16.2%
Total	100 %	100 %

Près de la moitié des personnes qui se rendent en festival urbain a parcouru moins de 50 kilomètres, quand seul un tiers de celles et ceux qui se rendent en festival rural parcourt moins de 50 kilomètres. Les festivals urbains sont localisés dans des espaces plus densément peuplés et plus facilement accessibles via des modes actifs, ce qui explique l'utilisation par un plus grand nombre de la marche et du vélo.

Les entretiens de rue ont également permis de récolter quelques éléments de réponse sur le lien entre la localisation géographique du festival et les comportements de mobilité.

Dans le cas des festivals urbains, les personnes interrogées viennent souvent en vélo ou à pied du fait de **la présence d'aménagements sécurisés et éclairés** (pistes cyclables, trottoirs, passage piétons...). Elles viennent également souvent en train puisqu'il y a généralement **une gare dans la ville, ou à proximité**. Néanmoins, **la voiture peut être fortement utilisée dans les festivals urbains** lorsque le stationne-

ment est peu contraint et lorsqu'il existe des parkings facilement accessibles et gratuits. C'est par exemple le cas du festival d'Astropolis à Brest, où plusieurs personnes qui connaissaient bien la ville, ont rapporté qu'elles étaient venues en voiture parce qu'il était facile de se garer et que certains parkings, en plein centre, étaient gratuits.

Dans le cas des festivals ruraux, de nombreuses personnes interrogées ont expliqué **qu'elles n'avaient pas envisagé de venir en vélo ou à pied** parce qu'il n'y avait pas d'aménagements cyclables et piétons et que **les routes étaient dangereuses** aux abords du festival. Par conséquent, elles ont préféré prendre leur voiture pour se rendre au festival. Ensuite, on peut remarquer que **la présence de camping**, plus fréquent dans les festivals ruraux, **implique le recours à la voiture** pour venir au festival puisque comme nous l'avons constaté, la voiture permet de transporter du matériel pour le camping à l'inverse des autres modes de déplacement. De même, **l'existence de parkings, souvent gratuits, créés spécialement pour le festival** est plus fréquent en milieu rural du fait de l'espace disponible, ce qui peut pousser les publics et équipes à prendre leur voiture pour venir au festival.

- Modes de déplacement secondaires

Concernant les modes de déplacement secondaires, il n'existe pas de différences significatives entre les festivals ruraux et urbains. Les quelques différences notables se trouvent pour le **métro et le tramway, bien plus utilisés sur les festivals urbains**, et **l'auto-stop, le covoiturage via plateforme et la navette, sensiblement plus utilisés en festival rural**.

Au-delà du type géographique des festivals, une mobilité influencée par l'offre de transport disponible

En regardant de plus près la répartition des modes de déplacements selon les festivals au sein d'une même région, nous avons remarqué des différences significatives entre festivals du même type géographique. Cela implique donc que sur un même type de festival (urbain ou rural) un autre facteur joue sur les mobilités des publics et équipes de festival, l'offre de transports disponible.

- L'influence de la proximité d'une gare sur l'utilisation du train

La distance à laquelle se situe la gare la plus proche vis-à-vis du festival, influence la pratique du train des publics et équipes de festival.

Parmi les personnes qui viennent au festival en train, **76 % d'entre elles et eux se rendent sur un festival dont la gare ferroviaire se situe à moins de 5 kilomètres du festival**.

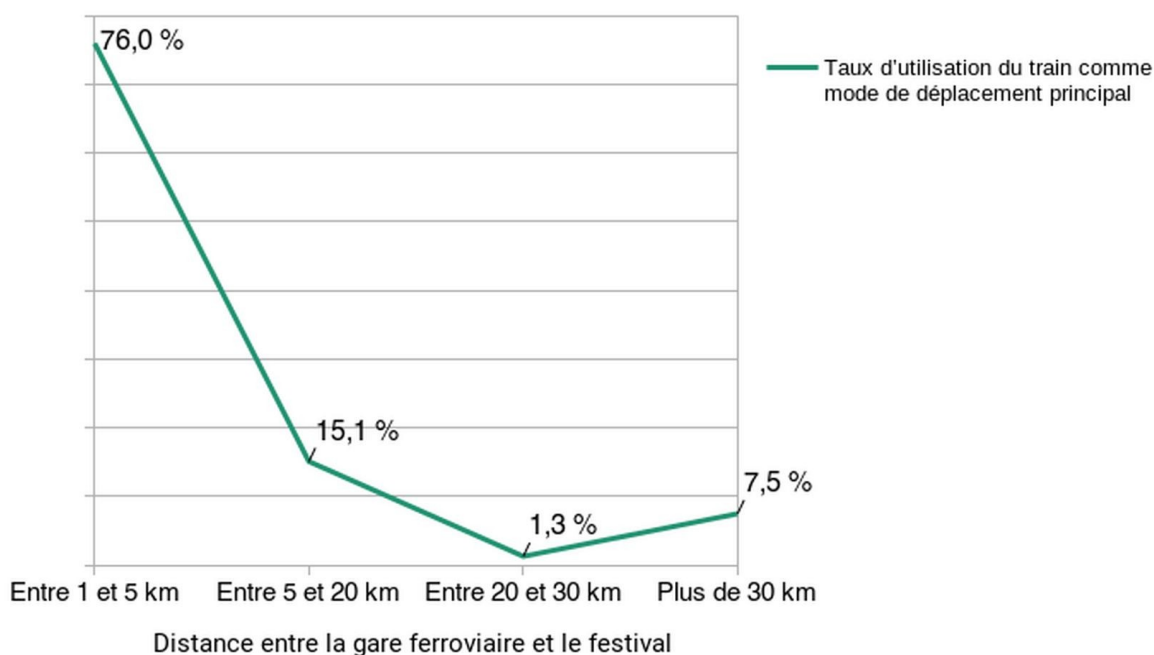


Figure 47. Taux de personnes utilisant le train comme mode de déplacement principal selon la distance entre la gare et le festival

Ce sont également **les festivals dont la gare est la plus proche qui ont les taux les plus élevés d'utilisateur-trices de train** : sur les festivals dans lesquels la gare est proche (entre 1 et 5 kilomètres du festival), les publics et équipes de festival sont 20,8 % à venir en train. Dès que la distance entre le festival et la gare augmente, le taux de personnes qui viennent en train diminue (seul 9,6 % des personnes qui se rendent dans un festival dont la gare est entre 5 et 20 kilomètres, vient en train).

Concernant l'analyse plus générale de la mobilité des publics et équipes de festival par rapport aux offres de transports disponibles, trop de biais existent pour en faire une analyse statistique à l'échelle globale (c'est-à-dire en croisant chaque festival, les modes de déplacements principaux et secondaires, l'offre de navette, la présence d'une gare à proximité ou non, etc.).

Pour autant, nous savons qu'au-delà de l'influence de la localisation des festivals (rural, urbain) sur les pratiques de mobilité, **d'autres facteurs jouent un rôle important dans la façon dont les équipes et publics se déplacent vers les festivals, en particulier l'offre de transports disponibles autour du festival.**

Pour preuve, au sein de festivals d'une même typologie géographique, des différences significatives dans les pratiques de mobilité sont visibles.

- Répartition des modes de déplacements différents pour une même typologie géographique : étude de cas.

Dans cette partie, nous nous sommes intéressées à deux festivals en particulier : Musikensaire et Biches Festival (Normandie). En effet, ces deux festivals ont attiré notre attention, car bien qu'étant **tous les deux des festivals ruraux**, les modes de déplacements utilisés pour s'y rendre sont très différents.

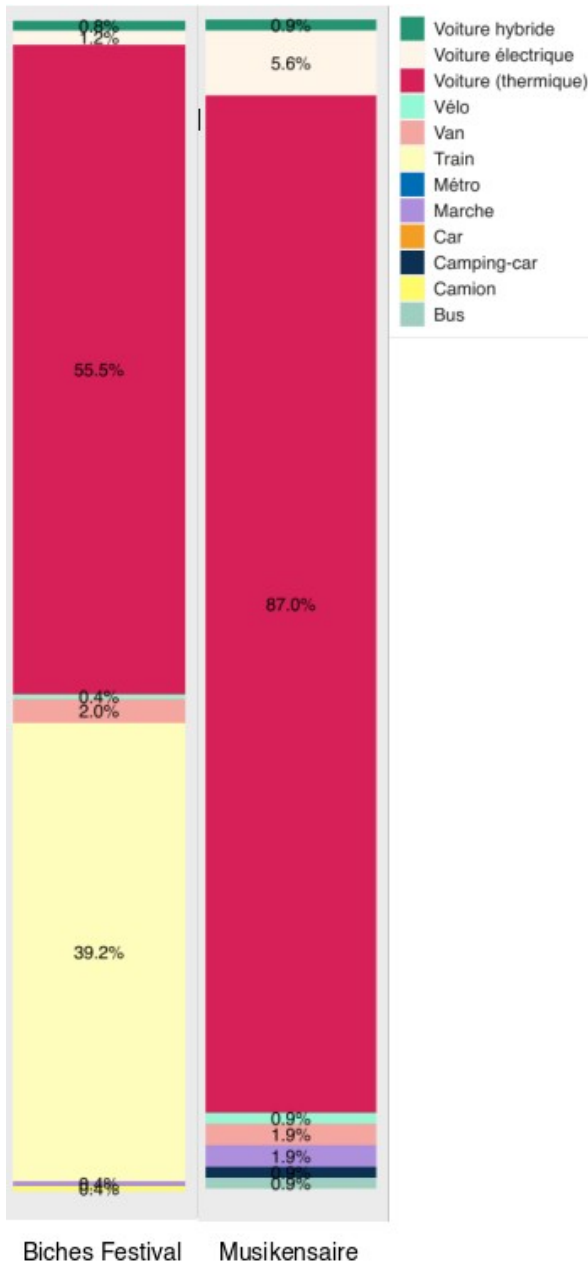


Figure 48. Répartition des modes de déplacement principaux sur les festivals Biches Festival et Musikensaire

Les équipes et publics du festival **Musikensaire** notamment sont une grande majorité à utiliser la voiture thermique pour aller sur le festival, alors que du côté de Biches Festival, ce n'est que 55,5 % d'entre elles et eux qui utilise la voiture thermique. On le voit bien sur ce graphique, l'écart est dû au **nombre très élevé de personnes qui se sont rendues sur le festival en train à Biches Festival (39,2 %)**.

Les différences se trouvent également au niveau de la pratique de l'intermodalité. Là où, sur le festival **Musikensaire**, 82,9 % des publics et équipes utilisent un seul mode de déplacement, celles et ceux qui assistent ou travaillent sur **Biches Festival** sont 44 % à pratiquer l'intermodalité.

Ces différences se reportent évidemment sur les modes de déplacement secondaires utilisés, les personnes du Biches Festival utilisant à la fois la marche, le métro, la navette, le vélo, etc. et celles et ceux de Musikensaire étant limités à la marche, au vélo et au covoiturage.

La mise à disposition d'une navette gratuite par le festival (empruntée par près de 23 % des publics et équipes du festival comme mode de déplacement secondaire), est très certainement à l'origine du taux élevé de personnes qui viennent en train sur Biches Festival. En effet, **toutes les personnes qui ont utilisé**

la navette pour se rendre à Biches Festival, sont venues en train.

Pour autant, il faut savoir qu'en règle générale, la navette n'est pas utilisée uniquement par les personnes qui prennent le train. En effet, si sur l'ensemble des personnes qui ont pris la navette pour se rendre en festival, 40,9 % ont utilisé le train en mode de déplacement principal, une grande partie de celles et ceux qui ont emprunté la navette (45,7 %) sont des personnes qui ont choisi la voiture thermique comme mode de déplacement principal. L'utilisation de **la navette** n'est donc pas strictement liée à des modes de déplacement moins décarbonés, mais **peut permettre dans des festivals ruraux, de réduire le taux d'utilisation de la voiture thermique** comme mode de déplacement principal.

- L'utilisation des offres de transports disponibles : le cas de Biches Festival et Au foin de la rue

L'étude dévoile que les contraintes inhérentes à l'usage des différents moyens de déplacement ne sont pas « intrinsèques » des véhicules tels que le train, la voiture ou le bus, car elles découlent en partie **des systèmes de transports pris dans leur ensemble** (Flamm, 2003). En fin de compte, les contraintes évoquées par les personnes interrogées pour chaque véhicule sont effectivement forgées par **l'interaction des véhicules et des conditions de circulation, d'usage et d'accessibilité fournies par les réseaux de transport et leurs régulations**.

En effet, on peut prendre l'exemple du festival Au Foin de La rue, où a été mis en place un tarif spécial sur les TER LIVE à 5 euros au départ ou à destination de toutes les gares des Pays de la Loire avec comme ville d'arrivée ou départ Laval, ce qui peut inciter les personnes à prendre le train plutôt qu'un autre mode de déplacement. L'enquête quantitative montre ainsi que **le train est le deuxième mode de déplacement le plus utilisé**, juste après la voiture thermique, pour se rendre au festival Au Foin de la Rue avec un taux de **7,3 % comme mode de déplacement principal** et **10,3 % comme mode de déplacement secondaire**. Lors des entretiens de rue, plusieurs personnes interrogées ont également mentionné l'offre avantageuse du billet TER LIVE train et ont déclaré que cette dernière mériterait à être connue.

Ensuite, on peut comparer le système des navettes mis en place dans deux festivals (Biches festival et Au foin de la rue) afin de voir comment jouent les conditions de circulation et d'usage du dispositif sur les comportements de mobilité. Dans le premier festival, la navette est gratuite et amène au festival de la gare de l'Aigle en 10 minutes alors qu'au foin de la rue, la navette est payante (4 euros) et amène de la gare de Laval au festival en 45 minutes. Si on regarde maintenant les résultats de l'enquête quantitative sur le nombre de personnes venues en navette, pour chaque festival, on voit que la navette est utilisée par **21,7 % des personnes comme mode de déplacement secondaire à Biches Festival** contre **5,2 % dans le cas du festival Au**

foin de la rue³². Ces chiffres permettent de révéler que la navette est beaucoup plus utilisée dans le cas de Biches Festival que dans le cas du festival Au Foin de La Rue. On peut supposer que cette différence vient **des conditions tarifaires et d'utilisation de la navette distinctes** pour les deux festivals. À Biches festival, comme l'ont révélé les entretiens, la navette est fortement appréciée du fait de sa **facilité d'utilisation, de sa rapidité et de son prix**, ce qui incite les personnes à la prendre pour venir au festival. À l'inverse, comme on a pu le voir au festival Au foin de la rue, la navette reste moins utilisée, et plusieurs personnes se plaignent de la durée du trajet dont notamment une personne qui a indiqué qu'elle avait trouvé **trop compliqué de l'utiliser**. On voit ainsi comment les conditions d'utilisation (prix, modalité du trajet...) d'un mode de déplacement comme la navette, peut jouer sur les comportements de mobilité, comment elle peut **inciter ou démotiver les personnes à l'utiliser**.

À retenir

- La localisation du festival (selon qu'il se situe en milieu urbain ou rural), joue un rôle important dans la pratique de mobilité des publics et équipes de festival, tant sur l'intermodalité que sur les modes de déplacement choisis pour se rendre en festival.
- Les publics et équipes de festivals ruraux pratiquent moins l'intermodalité et utilisent plus la voiture thermique, quand en festival urbain, le train est beaucoup plus utilisé.
- L'offre de transports disponible autour du festival et ses conditions d'utilisation, de circulation et de tarification influencent également les pratiques de mobilité. C'est notamment le cas pour les festivals ruraux : quand un service de navette est mis en place, les publics et équipes ont plus tendance à prendre le train, ce qui réduit le taux d'utilisation de la voiture thermique.

Hébergement et mobilité : quels liens ?

Si des corrélations existent entre certains modes de déplacement et les modes d'hébergement choisi par les publics et équipes de festival, cela ne veut pas dire qu'il y a toujours un lien de cause à effet. C'est-à-dire que les personnes ne vont

³² Nous n'avons pas comparé le pourcentage de nombre de personnes venues en navette en tant que mode de déplacement principal puisqu'il n'est pas significatif. En effet, aucune personne est venue à Biches Festival en navette comme mode de déplacement principal et 1 % des personnes sont venues en navette comme mode de déplacement principal Au Foin de la rue.

pas spécifiquement choisir un mode de déplacement en fonction du type d'hébergement choisi lors du festival, et inversement.

Partant de ce principe, nous pouvons tout de même mettre en lumière quelques tendances.

Qu'importe le mode d'hébergement choisi, la majorité des personnes se rendent en festival en voiture thermique. Nous regardons donc ici les **deuxièmes modes de déplacement les plus utilisés pour chaque mode d'hébergement choisi**.

Tableau 13. Répartition des modes de déplacements principaux selon le mode d'hébergement choisi

Mode d'hébergement	Mode de déplacement principal				Total
	Marche	Train	Voiture thermique	Autres	
Hôtel	2 %	36.3%	51.1%	10,6 %	100 %
Location	1.9%	28.6%	58.8%	10,7 %	100 %
Chez des amis ou de la famille	7.1%	20.2%	57.1%	15,6 %	100 %
Camping du festival	0.8%	19.7%	60.9%	18,6 %	100 %
Camping chez l'habitant ou couchsurfing	6.5%	10.4%	53.2%	29,9 %	100 %
Camping « sauvage »	0 %	10 %	65 %	25 %	100 %
Résidence principale	14.3%	3.8%	61.2%	20,7 %	100 %
Résidence principale, et chez des amis, famille	13.7%	3.6%	59 %	23,7 %	100 %
Camping hors festival	3.9%	2.8%	74.9%	18,4 %	100 %

Lecture : Sur l'ensemble des publics et équipes de festival qui loge sur le camping du festival, 19,7 % sont venu·es en train.

Sur l'ensemble des personnes qui dorment à **l'hôtel** pendant la période du festival, **36,3 % viennent en train**, parmi celles et ceux qui choisissent une **location** (gîte, appartement, etc.) 28,6 % l'utilisent, et 19,7 % des personnes qui logent sur le **camping du festival** choisissent également ce mode de déplacement.

Les **personnes qui logent chez elles** (résidence principale), et celles qui dorment chez elles ou **chez des ami·es, de la famille**, sont une bonne partie (hors voiture thermique) à **utiliser la marche** pour se rendre en festival.

On peut remarquer également que **les personnes qui dorment à l'hôtel durant le**

festival, sont moins nombreuses à utiliser la voiture thermique, pour autant, elles sont quand même plus de la moitié (51,1 %) à choisir ce mode de déplacement. **Beaucoup des personnes qui logent dans des hôtels** à proximité du festival sont venues en voiture au festival, et font souvent **le trajet entre leur hôtel et le festival également en voiture**, parfois pour de **courtes distances**. Elles sont souvent en vacances, et le festival constitue une halte dans leur programme, ce qui justifie selon eux, l'utilisation de la voiture comme mode de déplacement puisqu'elle leur permet de se déplacer librement et facilement d'un point à un autre. Concernant le trajet entre l'hôtel et le festival, elles se justifient souvent en expliquant qu'aucunes offres de transport existent entre leur hébergement et le festival, et qu'elles **n'avaient pas le choix que de prendre leur voiture**.

La catégorie dans laquelle le plus de personnes utilisent la voiture, est la catégorie de celles et ceux qui dorment en camping hors-festival ou camping « sauvage ». Si les personnes qui dorment sur le **camping du festival sont également nombreuses à venir en voiture thermique** (60,9 %), **une bonne partie vient tout de même en train** (19,7 %). En effet, les personnes qui choisissent de dormir dans les campings de festivals peuvent avoir différentes pratiques de mobilité : certaines viennent de loin mais d'autres ont fait peu de distances pour venir. Si ces dernières viennent au camping, ce n'est pas pour **éviter de faire trop de route** comme celles qui viennent de loin, mais essentiellement pour **l'ambiance et la convivialité** de faire du camping avec des ami·es ou famille.

Quand on croise les données dans l'autre sens, c'est-à-dire qu'on regarde quels modes d'hébergement sont les plus choisis en fonction du mode de déplacement utilisé par les publics et équipes de festival, on remarque que la plus grande proportion de personnes qui vient en **voiture thermique au festival, rentrent dormir chez elle** (résidence principale), pour 47,3 %, et 19 % des utilisateur·trices de voiture thermique, dort sur le camping du festival.

Tableau 14. Répartition des modes d'hébergement selon le déplacement principal

Mode d'hébergement

Mode de déplacement principal	Mode d'hébergement									Total
	Hôtel	Résidence principale	Résidence principale et chez des amis, famille	Chez des amis ou de la famille	Camping du festival	Camping hors festival	Camping « sauvage »	Camping chez l'habitant ou couchsurfing	Location	
Tramway	0 %	92.9%	3.6%	3.6%	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	100 %
Métro	0 %	88.3%	3.6%	4.5%	1.8%	0 %	0 %	0 %	1.8%	100 %
Marche	1.7%	80.5%	2 %	9.9%	1.8%	0.7%	0 %	0.5%	2.9%	100 %
Vélo	0.6%	76.9%	0.6%	6.3%	9.3%	1.8%	0.6%	1.5%	2.4%	100 %
Bus	0.5%	65.5%	2 %	8 %	16.5%	1 %	1.5%	0 %	5 %	100 %
Voiture thermique	6.2%	47.3%	1.2%	10.8%	19 %	1.9%	0.5%	0.6%	12.5%	100 %
Car	3.3%	40 %	0 %	3.3%	36.7%	0 %	0 %	3.3%	13.3%	100 %
Auto-stop	2.4%	4.8%	0 %	14.3%	66.7%	2.4%	0 %	4.8%	4.8%	100 %
Camping-car	9.1%	9.1%	0 %	9.1%	45.5%	9.1%	0 %	18.2%	0 %	100 %
Covoiturage via plateforme	2.4%	30.4%	2.9%	12 %	42.8%	1.7%	0.7%	0.5%	6.7%	100 %
Van	3.3%	25 %	0 %	8.3%	36.7%	8.3%	3.3%	3.3%	11.7%	100 %
Camion	4.8%	26.2%	0 %	16.7%	31 %	0 %	2.4%	4.8%	14.3%	100 %
Train	18.5%	12.4%	0.3%	16.2%	26 %	0.3%	0.4%	0.5%	25.5%	100 %

Lecture : Sur l'ensemble des publics et équipes de festival qui utilise la voiture thermique pour se rendre en festival, 19 % loge sur le camping du festival

Les personnes qui utilisent des **modes de déplacement collectifs** type transports en commun (tramway, métro, bus) sont nombreuses à **rentrer dormir chez elles**, tout **comme les personnes qui utilisent le vélo ou la marche**. Cela montre certainement une proximité géographique de ces personnes avec le site du festival.

Les personnes venues en car, auto-stop, covoiturage et train sont nombreuses à loger sur le camping du festival, tout comme celles venues en van, camion ou cam-

ping-car. Ces données statistiques ne nous donnent qu'un angle d'analyse, que l'on peut compléter grâce aux données qualitatives. Si l'on se base sur l'analyse des entretiens, on peut remarquer que **ces personnes (venues en camping-car ou camion aménagé) viennent souvent de loin**. Elles ont rarement fait cette longue distance uniquement pour aller au festival, mais viennent également pour **visiter la région, voir des ami·es** ou se rendre à d'autres festivals. On peut citer à titre d'exemple, un couple de retraités venu en camping-car à Jazz sous les pommiers de la Drôme. Ils ont expliqué qu'ils avaient fait plus de 10 h de trajet pour venir jusqu'à Coutances mais qu'ils s'étaient arrêtés à plusieurs endroits en chemin pour visiter notamment plusieurs châteaux le long de la Loire.

Sur l'ensemble des publics et équipes qui se rendent en voiture thermique sur le festival, une bonne partie, presque la majorité (47,3 %), rentrent à leur domicile principal pendant le festival. Une autre partie (19 %) loge sur le camping du festival. Donc, si **une majorité des personnes qui s'hébergent sur le camping du festival viennent en voiture thermique, toutes les personnes qui viennent en voiture thermique ne logent pas sur le camping du festival**.

De même, plus d'un quart des personnes venues en train, loge sur le camping du festival, et parmi les personnes qui sont hébergées sur le camping du festival, 19,7 % sont venues en train. Un autre quart des personnes qui a utilisé le train choisi la location, 18,5 % l'hôtel et 16,2 % dorment chez des ami·es ou de la famille.

A retenir

- Qu'importe le mode d'hébergement choisi, la majorité des publics et équipe de festival se rendent au festival en voiture thermique.
- Les personnes qui dorment à l'hôtel ou en location sont nombreuses à venir en train. Celles et ceux qui dorment chez eux ou chez des ami·es, de la famille, viennent sur le festival à pied, s'ils ne viennent pas en voiture thermique.
- Les personnes qui utilisent des modes de déplacement de type transports en commun sont nombreuses à rentrer dormir chez elles, tout comme les personnes qui utilisent le vélo ou la marche ce qui implique une certainement proximité géographique.

B. Les facteurs intrinsèques liés à l'individu et à ses représentations

Lien entre mobilité quotidienne et mode de déplacement utilisé pour se rendre en festival

Afin de voir dans quelle mesure les pratiques de mobilité quotidienne³³ jouent sur l'utilisation d'un mode de déplacement particulier pour se rendre en festival, nous allons croiser et analyser la fréquence d'utilisation de modes de déplacement, avec les modes de déplacement principaux utilisés par les publics et équipes pour se rendre en festival.

Ainsi, nous pourrions voir **comment la pratique de la mobilité dans la vie courante de nos enquêtés, influence le choix d'utiliser tel ou tel mode de déplacement quand ils vont en festival.**

- Mode de déplacement principal selon la fréquence d'utilisation de la voiture thermique

Ici on regarde la fréquence de l'utilisation de la voiture thermique dans le quotidien des personnes interrogées, selon le mode de déplacement principal choisi pour se rendre en festival. L'objectif est de voir s'il existe des liens entre le mode de déplacement choisi pour se rendre en festival, et la fréquence d'utilisation de la voiture.

Tableau 15. Mode de déplacement principal selon la fréquence d'utilisation de la voiture thermique dans la vie des enquêtés

Mode de déplacement principal	Auto-stop	Bus	Camping-car	Car	Train	Van	Voiture (thermique)
Fréquence d'utilisation de la voiture thermique							
Quotidiennement	24.5%	19.4%	50.6%	11.9%	10 %	52 %	56.1%
Au moins une fois par semaine	20.4%	24.5%	28.9%	21.4%	17.6%	20.1%	23.9%
Au moins une fois par mois	10.2%	18.5%	4.8%	26.2%	23.4%	8.8%	10.1%
Au moins une fois par an	10.2%	6.5%	3.6%	9.5%	25.1%	4 %	4 %
Au moins une fois tous les 3 ans	4.1%	1.9%	0 %	4.8%	2.6%	0.4%	0.9%
Jamais	30.6%	29.2%	12 %	26.2%	21.2%	14.7%	5.1%
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

33 Afin de baliser notre enquête, et pour faciliter la passation de questionnaires à nos enquêtés, nous avons choisi de prendre en compte les cinq dernières années des personnes comme référence pour cette question de la fréquence d'utilisation des modes de déplacement dans la vie courante.

De façon générale, les **publics et équipes de festival que nous avons interrogés utilisent très fréquemment la voiture thermique** dans leur quotidien. 65,38 % d'entre elles et eux utilise la voiture au moins une fois par semaine, dont 42,7 % qui l'utilise tous les jours.

Sans grande surprise, **celles et ceux qui se rendent en festival en voiture thermique sont celles et ceux qui utilisent le plus fréquemment la voiture thermique dans leur vie de tous les jours**. 56,1 % de ces personnes utilisent la voiture thermique au quotidien et près d'un quart l'utilise au moins une fois par semaine.

Les enquêtées qui sont venues en **van ou camping-car utilisent également la voiture thermique très fréquemment**, plus de la moitié d'entre elles et eux l'utilisent tous les jours, et la grande majorité (près des trois quarts) l'utilise quotidiennement ou au moins une fois par semaine.

Les personnes qui se rendent en festival en bus, car, train ou auto-stop sont celles qui utilisent le moins fréquemment la voiture thermique dans leur vie de tous les jours. Par exemple, les personnes venues en train ne sont que 10 % à utiliser la voiture thermique au quotidien, celles qui sont venues en auto-stop étant 30,6 % à ne jamais utiliser la voiture thermique.

- Mode de déplacement principal selon la fréquence d'utilisation du train

En moyenne, sur l'ensemble des enquêtées, très peu utilisent le train de façon quotidienne ou même une fois par semaine, la plupart l'utilisent environ une fois par an (37,9 %), voire une fois par mois (24 %).

L'analyse croisée du mode de déplacement principal utilisé pour se rendre sur le festival et la mobilité quotidienne des enquêtées est très révélatrice des pratiques de mobilité.

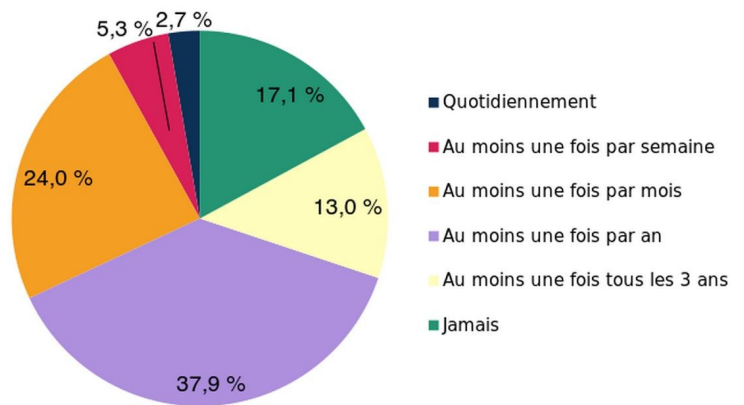


Figure 49. Fréquence d'utilisation du train dans le quotidien des enquêtées

Les personnes qui se rendent en festival en train, toutes ont l'habitude de ce mode de déplacement. En effet, presque aucune d'entre elles et eux (moins de 1 %) disent ne jamais prendre le train (encore une fois, sur les cinq dernières années). Ces mêmes personnes sont également une majorité (52,7 %) à utiliser le train au moins une fois par mois, et plus d'un quart à l'utiliser au moins une fois par an.

Tableau 16. Mode de déplacement principal selon la fréquence d'utilisation du train dans la vie des enquêtées

Fréquence d'utilisation du train	Mode de déplacement principal					
	Camion	Camping-car	Deux-roues motorisés	Train	Van	Voiture thermique
Quotidiennement	0 %	0 %	2.6%	5.2%	2.2%	1.9%
Au moins une fois par semaine	3.6%	3.6%	1.3%	13 %	2.9%	3.5%
Au moins une fois par mois	10.7%	3.6%	17.1%	52.7%	13.2%	17.3%
Au moins une fois par an	41.1%	31.3%	27.6%	26.6%	39.2%	40.2%
Au moins une fois tous les 3 ans	15.2%	21.7%	18.4%	1.8%	18.7%	15.8%
Jamais	29.5%	39.8%	32.9%	0.7%	23.8%	21.2%
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Ce sont les personnes qui sont venues en festival en **camion, camping-car, van et deux-roues motorisés** qui ont le moins l'habitude de prendre le train, avec des taux de personnes entre 23,8 et 39,8 % qui ne se déplacent jamais en train.

Les personnes qui sont venues en **voiture thermique sur le festival** sont elles aussi **assez peu familières du train** dans leur vie quotidienne, avec une grande partie d'entre elles et eux qui prennent le train au moins une fois par an et 21,2 % qui ne prennent jamais le train.

- [Mode de déplacement principal selon la fréquence d'utilisation du vélo](#)

De manière générale dans notre panel, les **enquêtés pratiquent peu le vélo de façon régulière**. 27,1 % utilise le vélo quotidiennement ou au moins une fois par semaine, quand plus d'un tiers ne l'utilise jamais.

Le vélo comme mode de déplacement est particulièrement intéressant à analyser en termes de fréquence d'utilisation, donc d'habitude d'utilisation, d'autant plus quand on le croise avec le mode de déplacement utilisé pour se rendre en festival.

Sur l'ensemble des personnes qui se sont rendues en festival en vélo, 61,5 % utilise

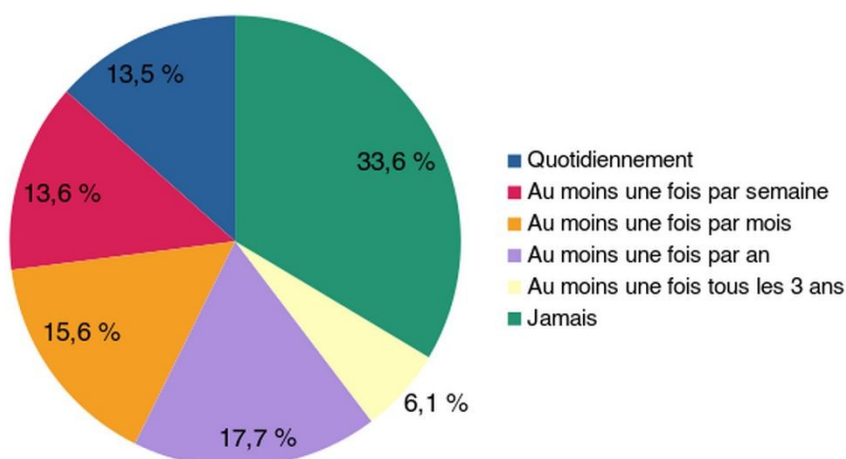


Figure 50. Fréquence d'utilisation du vélo dans le quotidien des enquêtés

le vélo au quotidien, et 20,7 % au moins une fois par semaine. La **très grande majorité des personnes qui ont utilisé ce mode de déplacement pour venir sur le festival (82,2 %) sont donc habituées à faire du vélo dans sa vie quotidienne.**

Parmi toutes les personnes qui ne se sont pas rendues au festival en vélo, on remarque des taux élevés de non-utilisation du vélo dans la vie courante (entre 18 et 39 % de personnes qui ne l'utilise jamais).

- Mode de déplacement principal selon la fréquence d'utilisation des transports en commun urbains

Tout comme pour la voiture thermique, le vélo et le train, une grande partie des personnes qui viennent en transports en commun sur le festival, utilisent les transports en commun fréquemment dans leur vie courante.

Tableau 17. Mode de déplacement principal selon la fréquence d'utilisation des transports en commun urbains dans la vie des enquêtés. Zoom sur les personnes venues en métro, bus, car et tramway

Fréquence d'utilisation des transports en commun urbains	Mode de déplacement principal			
	Métro	Bus	Car	Tramway
Quotidiennement	46.9%	44 %	35.7%	34.4%
Au moins une fois par semaine	15 %	27.3%	31 %	31.2%
Au moins une fois par mois	11.5%	10.6%	11.9%	18.8%
Au moins une fois par an	9.7%	10.6%	7.1%	6.2%
Au moins une fois tous les 3 ans	0 %	0.9%	4.8%	3.1%
Jamais	16.8%	6.5%	9.5%	6.2%
Total	100%	100%	100%	100%

Comme le montre le tableau ci-dessus, **les personnes qui ont pris le métro, le bus, le car ou le tramway** pour se rendre en festival, sont des personnes qui **fréquentent régulièrement, voire quotidiennement les transports en commun urbains**. En effet plus de la moitié d'entre elles et eux se déplacent au moins une fois par semaine en transports en commun. C'est le cas pour 71,3 % des personnes qui sont venues au festival en bus, 66,7 % des personnes venues en car, 65,6 % des personnes venues en tramway, et 61,9 % des personnes venues en métro.

À l'inverse, les personnes qui viennent en camping-car, en deux-roues motorisés, en van et en camion, n'utilisent presque jamais les transports en commun.

Tableau 18: Mode de déplacement principal selon la fréquence d'utilisation des transports en commun urbains dans la vie des enquêtés. Zoom sur les personnes venues en camping-car, deux-roues motorisés, van et camion

Mode de déplacement principal

Fréquence d'utilisation des transports en commun urbains	Camping-car	Deux-roues motorisés	Van	Camion
Quotidiennement	2.4%	5.3%	6.6%	7.1%
Au moins une fois par semaine	7.2%	11.8%	8.4%	17 %
Au moins une fois par mois	15.7%	19.7%	15.4%	11.6%
Au moins une fois par an	24.1%	21.1%	30.4%	21.4%
Au moins une fois tous les 3 ans	12 %	10.5%	7.7%	12.5%
Jamais	38.6%	31.6%	31.5%	30.4%
Total	100%	100%	100%	100%

Les personnes venues en train font elles aussi partie des plus grandes utilisatrices de transports en commun urbain. Comme on peut le voir dans le graphique ci-dessous, près de deux tiers des personnes venues en train au festival utilisent les transports en commun au moins une fois par semaine, dont 37,6 % qui les utilisent quotidiennement. Très peu d'entre elles et eux d'ailleurs disent ne jamais les utiliser (2,6 %).

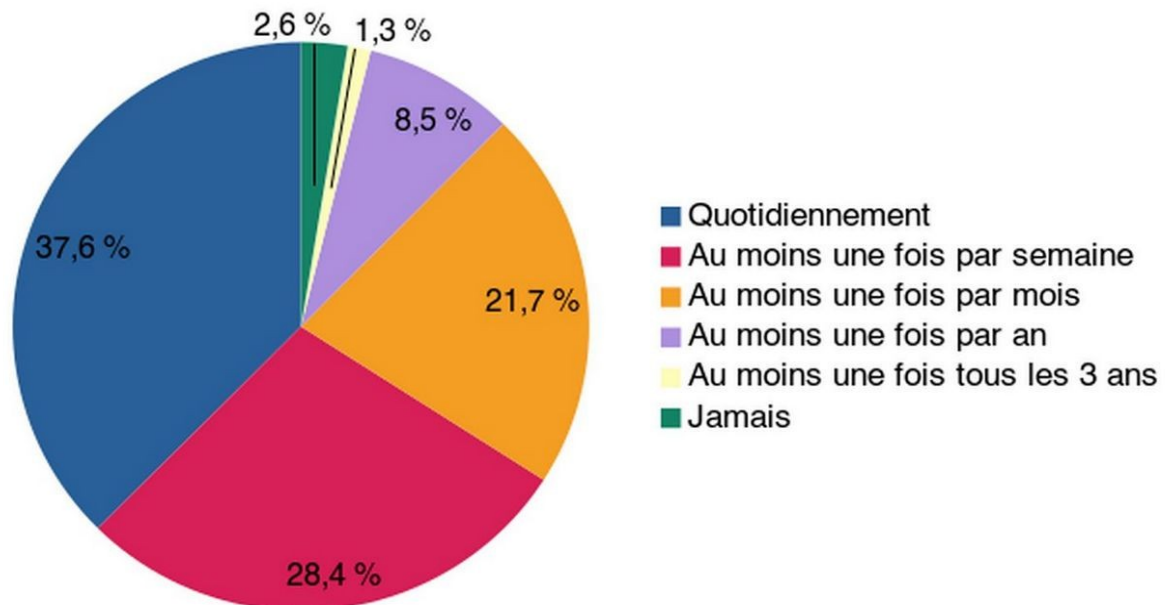


Figure 51. Fréquence d'utilisation des transports en commun urbains dans le quotidien des enquêtés venus sur le festival en train

Cela nous amène à penser qu'il existe, en plus d'une forte corrélation entre l'utilisation d'un mode de déplacement pour se rendre en festival, et la fréquence d'utilisation de celui-ci au quotidien, un **lien très fort entre l'utilisation au quotidien et dans le trajet vers le festival, de modes de déplacements de même type** : collectif (bus, train, métro, etc.) et individuel (voiture thermique, hybride, camion, van, etc.).

- Mode de déplacement principal selon la fréquence d'utilisation de l'avion

Une fois de plus, nous avons peu de données statistiques dans cette étude sur les personnes venues en avion. Nous pouvons toutefois faire quelques remarques sur leurs pratiques de mobilité quotidienne et le fait qu'elles aient pris l'avion pour venir en festival.

Tout d'abord, toutes les personnes venues en avion indiquent prendre l'avion dans leur vie courante, ne serait-ce qu'une fois tous les trois ans au minimum. Cela veut dire que le festival ne fait pas exception, et que prendre l'avion est pour ces personnes, quelque chose de plus ou moins courant.

Ensuite, 70 % de ces personnes indique utiliser l'avion au moins une fois par an.

Il semble donc que l'utilisation de l'avion pour se rendre en festival nécessite, non pas forcément de prendre l'avion régulièrement dans son quotidien, mais de le prendre de temps en temps. Certaines de ces personnes (13,3 %) utilisant tout de même l'avion dans leur vie quotidienne à hauteur d'une fois par mois.

- Mode de déplacement principal selon la fréquence d'utilisation du van ou camion aménagé

Concernant l'utilisation du van ou camion aménagé, c'est un peu le même principe que l'avion. Étant donné que ce sont des modes de déplacement assez particulier, peu l'utilisent au quotidien ou même une fois par semaine. Ce ne sont pas vraiment des modes de déplacement commun pour la mobilité quotidienne.

À la limite ce que l'on peut en tirer ici (ce que disent les statistiques), c'est que seules celles et ceux qui sont venues en camion, camping – car ou van, utilisent ces modes de déplacement plus fréquemment que les autres.

- Conclusions statistiques sur le lien entre mobilité quotidienne et mode de déplacement utilisé pour se rendre en festival

Le poids de l'habitude, c'est-à-dire le fait d'utiliser fréquemment dans sa vie courante tel ou tel mode de déplacement, ou à l'inverse de ne jamais utiliser tel ou tel mode de déplacement, et donc d'**être habituée à se déplacer d'une certaine façon, influence fortement les pratiques de mobilité vers les festivals.**

À chaque fois, on retrouve une **très forte corrélation entre le mode de déplacement principal choisi pour se rendre en festival et le mode de déplacement fréquemment utilisé dans la mobilité quotidienne.** Autrement dit, en très grande majorité, **les personnes utilisent le même mode de déplacement, ou un type de déplacement proche de celui qu'ils utilisent couramment dans le quotidien.** Par type de déplacement proche on entend, mode de déplacement collectif, individuel, etc., comme le lien montré plus haut entre l'utilisation du train pour venir en festival et le fait que ces personnes utilisent fréquemment les transports en commun dans la vie courante.

A retenir

- Dans la grande majorité, les modes de déplacement utilisés par les publics et équipes de festival pour se rendre sur celui-ci, sont les mêmes qu'ils utilisent fréquemment ou très fréquemment dans leur vie quotidienne, et cela est valable pour tous les modes de déplacement.
- Il existe un lien très fort entre le type de mode de déplacement utilisé pour se rendre en festival (mode de déplacement individuel ou collectif) et la fréquence d'utilisation de ce même type dans la vie quotidienne.
- Les personnes habituées à prendre les transports en commun dans la vie courante, sont les plus nombreuses à choisir des modes de déplacement collectifs (train, bus, etc.) pour se rendre en festival.

Le poids de l'habitude dans les comportements de mobilité

Comme nous l'avons vu précédemment, plusieurs personnes interrogées justifient le choix de leur mode de déplacement par **le poids de l'habitude** et confient ne pas avoir forcément questionné l'usage de ce mode de déplacement avant de se rendre au festival. Elles déclarent utiliser **le même mode de déplacement** que ce soit pour le quotidien ou pour venir au festival.

La littérature scientifique permet de mieux comprendre ce phénomène : si les personnes **se confortent dans leurs habitudes**, utilisent toujours les mêmes modes de déplacements et ne remettent pas en cause leur choix de mobilité, c'est que cela leur **réduit la charge mentale et physique** et leur permettent de se déplacer sans y penser (Rocci, 2007). Or, le poids de l'habitude **empêche les personnes de penser à d'autres formes de mobilité et à tester d'autres alternatives** en termes de mode de déplacement, comme expérimenter le vélo ou le covoiturage. Il les enferme dans **« un mode de pensée unique »** qui occulte les autres options de mobilité (Rocci, 2020). Dans les entretiens, certains discours révèlent effectivement un manque de curiosité vis-à-vis de certains modes de déplacement et/ou une appréhension quant à l'expérimentation d'un nouveau mode de déplacement. La littérature scientifique ajoute que les habitudes qui apportent confort, acquis et satisfactions, vont pousser **les individus à valoriser leur choix de mobilité**, autrement dit elles vont conforter leur choix (Rocci, 2007, 2020). Ce résultat ressort également des entretiens réalisés dans le cas de notre étude puisque la plupart des personnes interrogées étaient convaincues du choix de leur mode de déplacement pour venir au

festival et à l'inverse elles doutaient que les autres modes de déplacements soient une bonne alternative et qu'ils soient plus efficaces que celui qu'elles avaient choisi. Elles relevaient surtout **les avantages de leur mode de déplacement** pour venir au festival et parallèlement **omettaient ou amoindrissaient les inconvénients** (ibid.).

Cependant, bien que le poids de l'habitude freine les changements de comportement, il permet aussi pour ceux et celles qui ont une mobilité quotidienne basée sur différents modes de déplacements, **d'éviter d'avoir de l'appréhension** à tester de nouveaux modes de déplacements pour venir au festival, notamment ceux proposés par le festival. Ces dernières vont avoir davantage une mobilité basée sur la **multimodalité**, ne vont pas avoir peur d'essayer de nouveaux modes de déplacement et auront finalement **une mobilité plus décarbonée et moins axée sur la voiture** pour se rendre au festival que ceux et celles qui ont l'habitude d'utiliser au quotidien qu'un seul mode de déplacement comme la voiture.

On peut prendre l'exemple de plusieurs personnes que nous avons interrogées à Biches Festival. Ces dernières habitent à Paris et sont habituées à utiliser différents modes de déplacement au quotidien (marche, TC, train...). La plupart d'entre elles étaient venues sur le festival en train et en navette et elles étaient unanimes sur la facilité et la praticité de cette association des deux modes de déplacements. On peut penser que leur déplacement pour venir au festival a été vécu positivement du fait de leur expérience, notamment à Paris, qui fait qu'elles maîtrisent les différents modes de déplacements et qu'elles sont habituées à s'adapter et à utiliser différentes offres de transports.

Ces résultats rejoignent la notion de **capital mobilité** développée dans la littérature scientifique (Rocci, 2007). En effet, **se déplacer n'est pas inné**, cela s'apprend, s'expérimente, et **savoir bien se déplacer nécessite des connaissances et des compétences**, autrement dit un « capital mobilité ». En outre, l'expérience, l'apprentissage de différents modes de déplacements permet d'acquérir des compétences et **un savoir-faire en termes de mobilité**. Comme le dit, Anais Rocci (2007 : 176), le « capital mobilité » relève « d'un processus d'acquisition et de construction qui se déploie et évolue au fil des expériences », il doit être compris au sens d'une **capitalisation de connaissances, d'expériences et de compétences et de savoir-faire**.

Ainsi, dans le cadre de notre étude, l'habitude d'utiliser différents modes de déplacement construit le capital mobilité, permet d'acquérir des compétences et une maîtrise de différents moyens de transport et favorise la mobilité multimodale et décarbonée pour se rendre au festival.

À retenir

- Le poids de l'habitude joue un rôle essentiel dans le choix du mode de déplacement pour venir au festival
- Se déplacer s'apprend et s'expérimente, autrement dit le capital mobilité est la capitalisation de connaissances, d'expériences, de compétences et de savoir-faire en termes de mobilité.
- Le capital mobilité et l'habitude d'utiliser différents modes de déplacement favorisent la multimodalité et la mobilité décarbonée pour venir au festival

L'importance des représentations vis-à-vis des modes de déplacements et du temps de déplacements dans les comportements de mobilité

Étant donné que les entretiens ont été de courte durée et ont abordé plusieurs sujets à la fois, il n'a été que partiellement possible d'approfondir la question de la représentation des différents modes de déplacement et de saisir la manière dont est vécu le mode et le temps de déplacement. Pourtant, la littérature scientifique montre comment **les représentations sociales** vis-à-vis des différents modes de déplacement jouent **un rôle important dans les choix de mobilité**, notamment dans le cas des loisirs (Dubois & Moch, 2001 ; Flamm, 2005 ; Rocci, 2007, 2020 ; Pradel, 2022).

Nous avons toutefois quelques éléments de réponse qui rejoignent la littérature scientifique et qui nous permettent de mieux comprendre les freins au changement de comportement de mobilité.

Tout d'abord, les entretiens révèlent comment **la voiture est symbole de liberté** : elle est pratique puisqu'elle permet autonomie et indépendance. Comme l'explique Anais Rocci (2007), les automobilistes bénéficient d'**une liberté de mouvement et d'une spontanéité** qu'ils pensent ne pas pouvoir avoir avec d'autres modes de déplacements, notamment collectif.

Le plaisir d'utiliser la voiture, évoqué par quelques personnes lors des entretiens, provient également des sensations que procure la conduite, comme le décrivent les auteur·ices Nicolas Dubois et Annie Moch :

« Elle nous donne l'occasion de sentir notre corps, de réellement l'éprouver soit par les sensations dues à la vitesse ou aux freinages, soit par les risques que nous prenons au volant et qui le mettent directement à l'épreuve » (Dubois & Moch, 2001 : 189).

La littérature scientifique (Dubois & Moch, 2001 ; Flamm, 2005) montre également que l'attrait pour la voiture réside dans le fait qu'elle constitue **un espace intime, garant de confidentialité**, voire une extension de son chez-soi :

« les constructeurs proposent dès lors de véritables salons sur roue, chaleureux, sensuels, confortables, sûrs, conviviaux, familiaux, modulables, intelligents, des voitures vécues comme des lieux où l'on se sent chez soi, comme une autre pièce du logement » (Dubois & Moch, 2001 : 191).

Par ailleurs, les discours dévoilent clairement comment **les modes individuels** tels que la voiture ou le vélo **s'opposent régulièrement aux modes collectifs** comme les transports en commun ou le train. Les premiers procurent **un sentiment de sécurité** alors que les seconds suscitent **un sentiment d'insécurité, d'agressivité** face à la **co-présence** et à l'incivilité des usagers. **Cette promiscuité** avec les autres usagers qui caractérise les déplacements en train ou en TC provoque chez certaines personnes **un inconfort et un stress** du fait notamment du **franchissement des distances intimes et personnelles**. À Biches Festival, une jeune femme de 28 ans, entrepreneuse, venue en voiture avec sa sœur, déclare qu'elle préfère prendre son scooter, son vélo et sa voiture pour se déplacer au quotidien que les transports en commun pour éviter de se confronter aux autres et ne pas entendre des remarques sexistes, voire racistes :

« Je suis très scooter depuis que j'ai 14 ans, et je fais aussi du vélo, mais je pense pas prendre les transports en commun, car il y a un racisme profond dans les transports en commun »
(Biches Festival, public, femme, 28 ans, entrepreneuse, venue en voiture)

À Jazz sous les pommiers, une retraitée, venue avec une amie en voiture de Nantes, nous confie qu'elle n'aime pas prendre les TC puisqu'elle dit qu'il y a toujours des « gens bizarres dans les transports en commun » et qu'elle ne s'y sent pas en sécurité.

Dans un tel contexte où les TC et le train procurent un sentiment d'insécurité, la voiture constitue ainsi **une « coquille protectrice », un lieu de refuge** contre les « violations de notre intimité », un lieu où l'on est en relative sécurité physique et mentale (Dubois & Moch, 2001 : 188 ; Flamm, 2003).

De même, les discours montrent que les modes individuels s'opposent souvent aux modes collectifs de part **le sentiment de liberté** que procurent les premiers à l'individu, alors que les modes collectifs entraînent plus facilement **un sentiment de contrainte**. En effet, l'utilisation des TC et/ou du train implique à l'individu de s'organiser et d'élaborer au préalable **une sorte de plan de déplacement** qui spécifie une sélection plus ou moins restreinte d'horaires, de lignes et de transports, et de lieux de transbordement (Flamm, 2003). Elle demande également à l'individu de **minuter son déplacement** afin de respecter les horaires et de ne pas rater un train, un bus ou un métro. Ainsi, comme le souligne, Michael Flamm (2003), l'utilisation du TC et/ou du train suppose **une discipline personnelle** dans l'exécution du pro-

gramme de déplacement, qui peut être **vécu de manière péjorative**, comme **une contrainte ou une servitude** par les individus.

Au-delà de la représentation que se font les personnes interrogées des modes de déplacements, il apparaît que la **représentation du temps de déplacement** joue un rôle important dans la décision du mode de déplacement pour venir au festival.

Tout d'abord, il faut remarquer que **les automobilistes ont tendance à sous-estimer les durées des trajets en voiture** et à l'inverse à sur-estimer ceux des TC et des trains (Rocci, 2007).

Ensuite, le transport n'est pas seulement un lieu de déplacement, mais c'est aussi **un lieu de vie, un temps à vivre et à habiter** :

« Les espaces-temps du déplacement ne peuvent plus être seulement considérés comme des vides. Ils sont des possibles lieux d'activités et pleinement "habités". » (Pradel, 2022)

De fait, **le temps passé dans les transports peut être ressenti de manière très différente** selon les personnes : il peut être perçu positivement ou négativement, il peut être perçu comme gagné ou comme perdu.

Dans cette étude, nous nous intéressons à un déplacement qui se réalise dans le cadre du loisir, souvent lors d'un week-end, de jours de congés ou encore de vacances. On peut donc supposer qu'il doit rester un plaisir, **être vécu positivement** et être effectué dans **une ambiance festive et agréable**³⁴. Dans ce contexte, nous pouvons penser que les festivalier·es et équipes vont chercher au maximum à ne pas subir le déplacement afin qu'il reste **un « déplacement plaisir »** et un **un « déplacement loisir »**. Dans cette logique du « déplacement-loisir », la voiture répondrait notamment à cette demande :

« L'enveloppe de temps disponible hors travail investie d'activités de loisirs favoriserait le recours à la voiture comme instrument de liberté personnelle, non pas tant dans les trajets que dans la maîtrise des rythmes (partir, revenir, quand on le souhaite) et dans leur articulation avec ceux d'autrui (pouvoir se retrouver en un lieu à un moment donné hors des contraintes de fréquences ou de destination des lignes de transport) » (Pradel, 2022)

Par ailleurs, nous avons remarqué que pour les personnes venant en camping-car, ou en camion aménagé/van jusqu'au festival, le déplacement n'est pas vécu à l'identique et n'a pas toujours le même sens que pour celles venues en voiture. Ces personnes viennent souvent de loin, ont souvent parcouru de nombreux kilomètres pour se rendre au festival, et pourtant, le déplacement n'est pas subi et vécu comme une contrainte, mais plutôt comme **une manière de « faire voyage », une**

34 Notre hypothèse s'appuie sur les résultats de l'enquête qualitative présentée précédemment dans la partie sur les arguments mobilisés par les festivalier·es et équipes pour justifier leur choix du mode de déplacement pour venir au festival. Les résultats montrent effectivement que les festivalier·es et équipes choisissent leur mode de déplacement souvent par plaisir, facilité et praticité, autrement dit, le mode de déplacement qui sera le plus simple et qui n'augmentera pas la charge mentale et physique des individus.

manière de visiter la région. Il est un « déplacement loisir » qui n'a pas seulement pour but de se rendre d'un point à un autre, mais il constitue également **un déplacement à vivre.**

Concernant le vélo, la littérature scientifique explique que la pratique peut être vécue comme **une forme de ralentissement du temps et du rapport au monde** qui peut être recherchée par les individus (Jouenne, 2020). Dans les discours recueillis, cette dimension méditative du vélo n'est pas ressortie clairement, mais elle était implicite et transparaisait dans la manière dont les personnes expliquaient la raison pour laquelle elles aimaient faire du vélo.

À retenir

- Dans les représentations collectives, les modes individuels s'opposent souvent aux modes collectifs.
- Les modes individuels comme la voiture et le vélo sont liés à un sentiment de liberté, d'autonomie et d'indépendance alors que les modes collectifs évoquent insécurité et promiscuité.
- La représentation du temps de déplacement joue un rôle important dans le choix du mode de déplacement pour se rendre au festival : le déplacement doit rester un « déplacement plaisir » ou « un déplacement loisir » et être vécu positivement.

V. Conclusion

Pour conclure, nous pouvons tenter de répondre aux hypothèses formulées au début de notre recherche, et présentées dans la première partie de ce rapport.

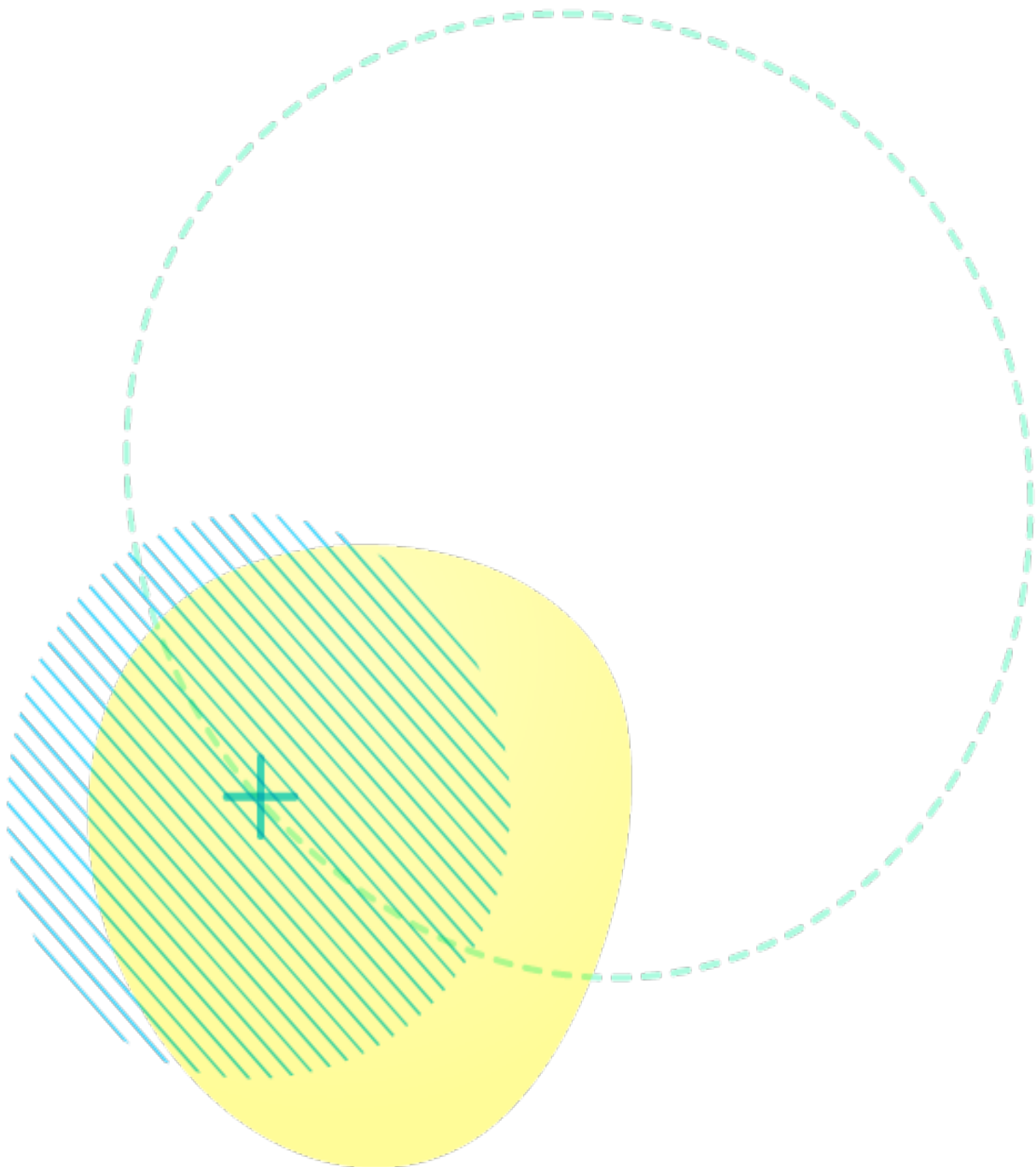
Tout d'abord, l'étude confirme que les publics et équipes de festivals sont composés majoritairement par des personnes appartenant aux catégories socio-professionnelles supérieures et des personnes diplômées (avec la forte présence d'étudiant·es). Par conséquent, le fait de se rendre au festival est, comme d'autres activités de loisirs, réservé principalement à des couches sociales privilégiées de la population.

Ensuite, l'étude montre que les personnes venant au festival ont des profils de mobilité variés et pluriels, du fait notamment de leur usage et relation différente au festival, mais également du fait de nombreux facteurs interdépendants que nous venons de présenter. Bien que la voiture thermique soit le premier mode de déplacement pour venir au festival, le train et la marche sont par exemple aussi des modes de déplacements privilégiés par les équipes et publics de festival, ce qui confirme là encore notre deuxième hypothèse.

Les résultats de l'étude qualitative et quantitative montrent que les personnes choisissent leur mode de déplacement principalement pour des raisons de praticité, de facilité et de plaisir (si on écarte le choix par défaut), autrement dit celui qu'elles maîtrisent le mieux et celui qui diminue leur charge mentale et physique. Ainsi, comme nous l'avions supposé, les modes de déplacements qui ne sont pas associés à un sentiment d'autonomie, de plaisir et de convivialité seront moins utilisés que les autres modes de déplacement.

Il apparaît donc dans notre étude que plus qu'un calcul rationnel basé sur un calcul précis en temps ou en budget, d'autres critères conditionnent tout autant, si ce n'est plus, la mobilité des publics et équipes, tels que, comme nous venons de le montrer, l'habitude, la typologie du festival, le ressenti des différents mode de déplacements ou encore les offres de transports disponibles sur le territoire. Les pratiques de mobilité sont donc le résultat complexe d'un système de facteurs interdépendants, qui construisent ou déconstruisent une habitude de déplacement. Certains d'entre eux ont plus de poids dans les changements de comportement, en fonction des individus et de leur histoire personnelle, mais nous pensons qu'il est important de prendre en compte l'ensemble des facteurs pour inciter au changement de comportement de mobilité, et de ne pas se focaliser sur un seul de ces facteurs.

LES PISTES DE SOLUTIONS POUR UNE MOBILITÉ DÉCARBONÉE



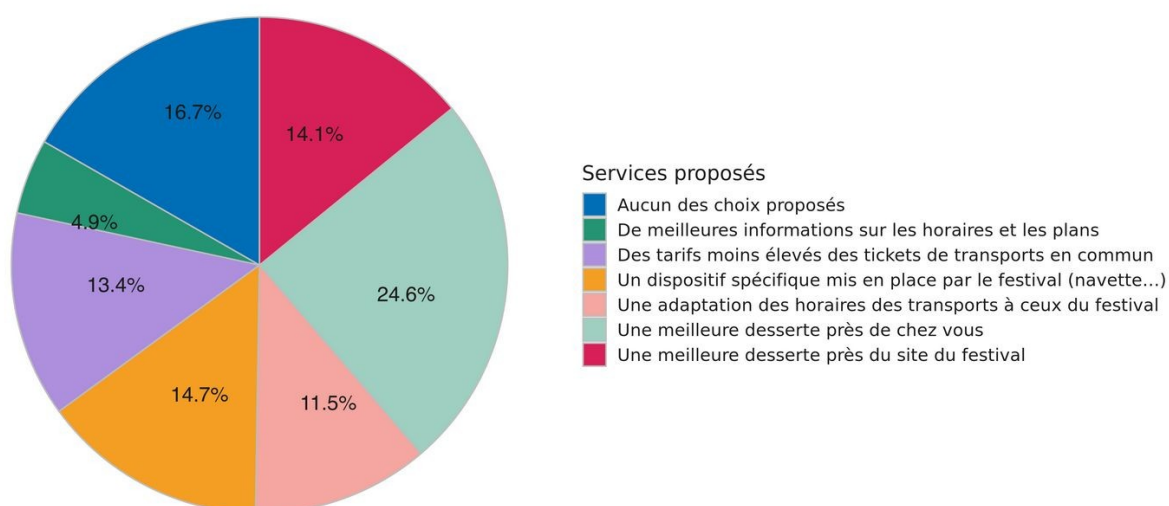
I. Les pistes d'améliorations proposées par les personnes interrogées

A. Les pistes d'amélioration proposées par les enquêtés selon les statistiques

Via le questionnaire, nous avons pu solliciter les publics et équipes de festival sur les services qui les inciterait à utiliser des modes de déplacement plus décarbonés, c'est-à-dire par exemple, des services qui les inciterait à faire du covoiturage, utiliser les transports en commun, le vélo, etc.

Quels services incitatifs pour utiliser les transports en commun ?

Parmi les réponses les plus souvent citées, **une meilleure desserte des transports en commun près du domicile** est la proposition qui arrive en première place avec 24,6 %, suivie par la mise en place d'un dispositif spécifique par le festival (14,7 %) et une meilleure desserte près du site du festival (14,1 %).



Lecture : Sur l'ensemble des réponses, 24,6 % des modalités sélectionnées par les enquêtés correspondent à la "Une meilleure desserte près de chez vous", ce qui en fait la modalité la plus souvent citée.

Figure 52. Services les plus souvent cités comme pouvant inciter les publics et équipes à utiliser les transports en commun

Quels services incitatifs pour utiliser la marche ou le vélo ?

À 41 %, les personnes estiment qu'aucun des choix proposés ne les inciterait à venir sur le festival à pied ou à vélo. Ensuite, La modalité de réponse ayant été sélectionnée le plus de fois dans cette catégorie est la mise en place de pistes cyclables sécurisées (16,2 %).

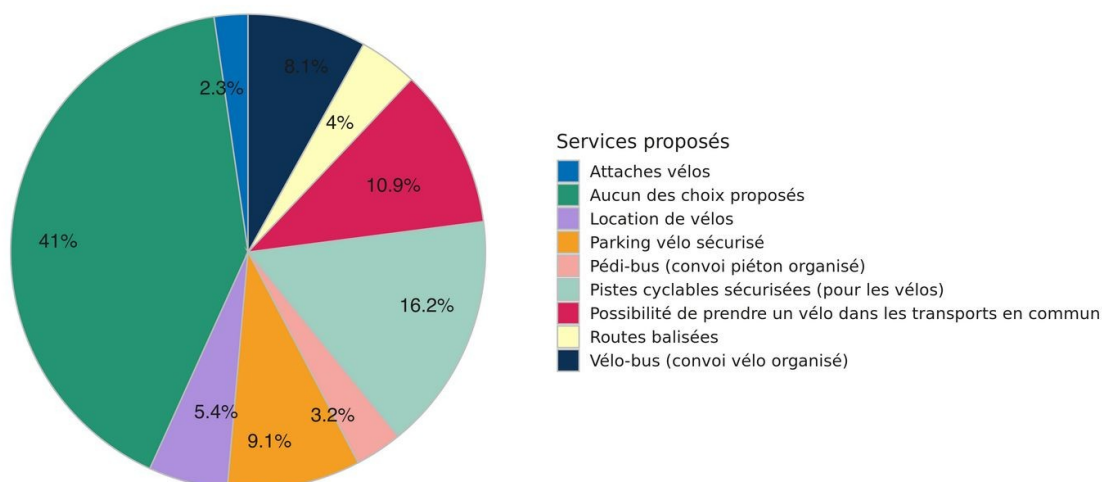


Figure 53. Services les plus souvent cités comme pouvant inciter les publics et équipes à utiliser la marche ou le vélo

Cela dit, il faut prendre en compte que sur ces 41 % qui estiment qu'aucun des services ne les inciterait à prendre le vélo ou venir à pied au festival, la grande majorité utilise très peu le vélo, voire jamais, dans leur vie quotidienne.

La réduction tarifaire du ticket d'entrée en festival comme incitation à se déplacer vers les festivals autrement ?

D'après le graphique ci-après (fig. 54), 46,1 % des répondant·es se disent prêt·es à changer leur mode de déplacement pour du covoiturage ou l'utilisation des transports en commun afin de se rendre sur le lieu de leur festival si ceux-ci proposent une réduction tarifaire sur le ticket d'entrée³⁵.

35 Lorsque l'on croise ces données avec la typologie des festivals (payants, gratuits ou mixte), on ne remarque pas de différences significatives dans les réponses. Cela indique qu'une bonne partie des personnes se projette en répondant à la question.

Une réduction tarifaire du ticket pour le festival vous inciterait-elle à covoiturer ou prendre les transports en commun ?

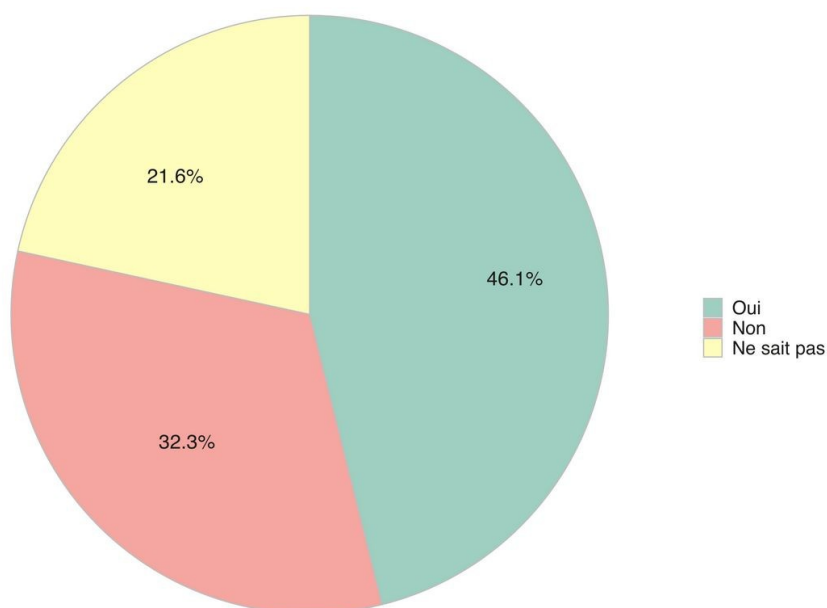


Figure 54. Incitation à covoiturer ou prendre les transports en commun lorsque le festival propose une réduction tarifaire

32,3 % d'entre elles et eux disent que cela ne changerait pas leur mode de déplacement vers le festival et 21,6 % ne savent pas si cela les pousserait à modifier leur mobilité.

B. Les pistes d'amélioration proposées par les enquêtés selon les entretiens

Les entretiens ont permis d'interroger les personnes vis-à-vis des pistes d'amélioration à réaliser pour une mobilité plus décarbonée pour chaque festival. Nous avons synthétisé leurs propos dans le tableau suivant.

Tableau 19. Pistes d'améliorations proposées par les personnes interrogées en entretien qualitatif

Jazz sous les pommiers	Biches Festival	Le Nouveau Printemps	Astropolis	Au foin de la rue	Festival International de Musique de Chambre
-------------------------------	------------------------	-----------------------------	-------------------	--------------------------	---

<ul style="list-style-type: none"> > Meilleure desserte des TC dans les communes aux alentours de Coutances > Meilleure information sur les horaires des TC > Billets de train avec tarifs avantageux le temps du festival > Développement des aménagements cyclables aux alentours de Coutances (avec des éclairages pour rouler le soir) > Mise en place d'un site dédié au covoiturage spécialement pour le festival > Développement d'un plan piéton pour aller au festival > Mise en place d'un système de parking autour de la ville avec navette pour aller au festival > Dans le camping bénévole, installation 	<ul style="list-style-type: none"> > Départ des navettes à la gare au lieu de l'office du tourisme > Meilleure indication des navettes et de l'itinéraire de la gare pour aller jusqu'aux navettes > Meilleure indication du festival sur les routes lorsqu'on vient en voiture > Développement des aménagements cyclables aux alentours du festival 	<ul style="list-style-type: none"> > Augmentation de la fréquence des trains > Gratuité des trains pendant le festival > Augmentation de la fréquence des TC la nuit pendant le festival > Meilleure information sur l'offre disponible en TC pour venir au festival > Incitation à la multimodalité vélo-train et vélo-bus > Développement des parkings relais autour de la ville de Toulouse > Augmentation des bornes vélos > Diminution du prix des TC pendant le festival > Piétonisation du centre-ville le temps du festival > Développement d'une application 	<ul style="list-style-type: none"> > Amélioration de l'accessibilité pour se rendre au manoir de Keroual que ce soit en TC ou en vélo > Amélioration de la signalisation et de la communication vis-à-vis des navettes pour aller à Keroual > Augmentation de la fréquence des navettes retours du manoir de Keroual > Mise à disposition de navettes pour le manoir de Keroual à d'autres endroits qu'au départ du centre-ville de Brest > Proposition des TC gratuits pendant le temps du festival > Développement des offres de transport en commun entre Brest et les communes aux alentours > Amélioration de la 	<ul style="list-style-type: none"> > Mise en place d'une plateforme de covoiturage sur le site du festival > Meilleure publicité et information sur l'offre des trains TER Live à 5 euros pendant le festival > Mise en place des navettes avec des horaires plus tôt en matinée spécialement pour les bénévoles 	<ul style="list-style-type: none"> > Meilleure accessibilité pour les personnes à mobilité réduite et pour les personnes âgées > Élargissement des horaires de TC (plus d'horaires tard le soir) > Amélioration des pistes cyclables pour venir au festival
---	--	---	---	--	---

<p>de navettes ou vélo en location</p> <p>> Développement d'un service d'accompagnement pour les personnes handicapées notamment à travers une navette</p>		<p>de covoiturage comme l'application Tribulive</p> <p>> Proposition de location de vélo</p>	<p>signalisation pour l'accès au festival</p> <p>> Développement des pistes cyclables dans la ville de Brest</p>		
---	--	---	---	--	--

Dans ce tableau, on peut constater que les pistes d'améliorations proposées par les festivalier·es et équipes sont **relativement similaires quel que soit le festival**. Un souhait de **réduction des billets** de train et/ou TC, voire une gratuité, est souvent évoqué dans les discours ainsi qu'une **augmentation de la fréquence des TC** pendant le temps du festival. À l'exception du festival Au foin de la rue, les personnes interrogées demandent d'**améliorer l'accessibilité en vélo** du festival notamment à travers l'aménagement de pistes cyclables ou une offre de location de vélo. Une **meilleure indication du festival/des navettes** est aussi mentionnée à plusieurs reprises.

On peut également remarquer que les personnes proposent des pistes d'amélioration qui ne sont pas toujours de la compétence du festival (gratuité des TC, meilleur prix sur les billets de train...) mais de la région, du département ou d'autres acteur·ices publics. Pour répondre à ces demandes, on voit comment il est **important de développer des partenariats entre les festivals et les acteur·ices publics, locaux ou non**.

Afin de compléter le tableau, nous pouvons préciser et ajouter quelques éléments recueillis dans les discours des personnes interrogées pour chaque festival.

À Jazz sous les pommiers, il apparaît que les discours se cristallisent autour du manque d'offres de transports en commun disponibles entre Coutances et les communes aux alentours. La plupart des personnes se sentent effectivement obligées de prendre leur voiture pour venir au festival, à l'exception de celles qui habitent à Coutances. Les pistes de solutions résideraient donc dans une meilleure offre de transports en commun entre Coutances et les communes aux alentours. Par exemple, quelques navettes pourraient être mises en place dans les principales communes aux alentours de Coutances ou encore une plateforme de covoiturage en ligne créée spécialement pour le festival.

À Biches Festival, les personnes interrogées étaient très satisfaites de la navette mise en place par le festival, du fait notamment de sa gratuité et de sa rapidité, et la plupart ont apprécié le trajet en train puis en navette qu'ils ont trouvé agréable, rapide et facile d'utilisation. Quelques personnes ont indiqué toutefois qu'elles n'avaient pas pris la navette parce qu'elles n'étaient pas sûres des horaires pour le retour ou parce qu'elles habitaient trop loin du lieu de départ de la navette.

Au festival Le Nouveau Printemps, la préconisation qui est ressortie la plus dans les discours est l'amélioration de l'offre de TC pour venir au festival (horaires, prix...). En revanche, la plupart des personnes interrogées étaient satisfaites des mesures prises pour améliorer l'accessibilité du festival en vélo et incitent à continuer dans la même direction.

À Astropolis, les discours se sont particulièrement focalisés sur le problème d'accessibilité au manoir de Keroual pour les concerts du soir. Pour certaines per-

sonnes, il n'y a pas assez de navettes notamment à la fin des concerts, et l'accessibilité en vélo et à pied au manoir est mauvaise, voire impossible puisque les routes sont dangereuses et non sécurisées. Les pistes d'amélioration doivent donc permettre de développer d'autres offres de transports que la navette pour venir au manoir de Keroual.

Au Festival International de Musique de Chambre, les personnes ont surtout évoqué le problème d'accessibilité que rencontrent les festivalières, notamment pour les vieilles personnes et les personnes malades. En effet, le festival se déroule dans le château de Salon et pour y accéder, il est nécessaire de monter des escaliers. Néanmoins, certaines personnes déclarent apprécier le parking souterrain et le parking du centre-ville gratuit.

II. Les préconisations générales

Les résultats de l'étude permettent de proposer des préconisations d'ordre général dont pourront s'inspirer chaque festival. Pour être pertinentes et cohérentes, elles doivent être adaptées selon la typologie du festival et le territoire dans lequel il se déroule.

L'étude montre comment la pratique d'un mode de déplacement est **le résultat complexe d'un système de facteurs interdépendants**, qui construisent ou déconstruisent une habitude de déplacement. Ces facteurs extrinsèques et intrinsèques que nous avons présentés dans les parties précédentes constituent **des leviers** sur lesquels les festivals peuvent agir afin de favoriser un changement de comportement vers une mobilité plus décarbonée.

Certains d'entre eux peuvent avoir plus de poids dans les changements de comportement³⁶, en fonction des individus et de leur histoire personnelle, mais nous pensons qu'il est important **de prendre en compte l'ensemble des facteurs** pour inciter au changement de comportement de mobilité, et de ne pas se focaliser sur un seul de ces facteurs.

Les leviers sont **multiples et variés, s'appuient sur l'ensemble de ces facteurs** et nous estimons qu'ils résident dans une combinaison de solutions basées sur **l'information, l'incitation, la coercition et l'expérience**³⁷.

Les préconisations proposées permettront d'entraîner ou de provoquer des **ruptures dans les habitudes** des personnes afin d'inciter à changer de comportement de mobilité sur le court terme mais aussi dans la durée. Elles participent également à **l'évolution des représentations des différents modes de déplacement**. Que les

36 Les résultats de l'enquête révèlent que les critères économiques et écologiques ne sont pas déterminants dans le choix du mode de déplacement pour aller à un festival alors que les facteurs de praticité et l'affect jouent un rôle important dans le choix du mode de déplacement.

37 Pour classer et décrire les différentes pistes de solutions, nous nous sommes inspirées des résultats de la recherche doctorale d'Anaïs Rocci (2007).

mesures soient communicatives, incitatives, coercitives ou expérimentales, elles **obligent l'individu à penser autrement son mode de déplacement, à réfléchir à d'autres alternatives** et finalement à changer son rapport aux différents modes de déplacements. Changer les représentations et les relations qu'entretiennent les individus avec la voiture, le train, le vélo et la marche est en effet essentiel, car de l'étude, il ressort clairement que **l'affect pèse lourd sur l'image des modes et l'acceptation des contraintes**, et par voie de conséquence, sur les potentiels de changement.

A. Information

Tout d'abord, nous pensons que l'information est un **facteur crucial de changement de comportement** (Rocci, 2011). Elle accroît les connaissances des individus vis-à-vis des modes de transport, favorise **l'acceptabilité du changement** et **prépare à la diffusion de nouvelles pratiques** (ibid.). Elle est d'autant plus importante que l'enquête sociologique révèle que beaucoup de personnes ne sont pas informées des offres de mobilité mises en place par les festivals, sans quoi certaines auraient pu probablement les utiliser. De même, nous avons vu que de nombreuses personnes aimeraient avoir plus d'informations sur les itinéraires vélos/piétons pour venir jusqu'au festival ou sur les navettes mises en place par le festival.

La communication pourrait donc être améliorée en offrant de manière générale **une meilleure visibilité aux modes de déplacement alternatifs à la voiture individuelle** pour venir au festival. Pour cela, les réseaux de diffusion et de communication tels que les sites des festivals, les réseaux sociaux (FACEBOOK, INSTAGRAM...) pourraient davantage inciter à venir en train, TC, vélo ou à pied **en valorisant en premier lieu ces modes de déplacements** et en donnant des **indications précises sur les itinéraires**. Les automobilistes pourraient être **prévenues des contraintes de stationnement** et des possibles obligations s'ils décident de prendre leur voiture pour venir au festival afin de **décourager ces dernières de choisir ce mode de déplacement**. Les indications sur les offres de TC et leurs horaires ainsi que sur les offres de train notamment pour **les billets à tarif avantageux pourraient être davantage développées**. De même, les plateformes de covoiturage mises en place par les festivals pourraient être plus diffusées sur les réseaux sociaux. Les navettes, parfois difficiles à trouver pour les festivalières, **pourraient être mieux indiquées et être plus visibles**. L'ensemble de ces informations concernant les offres de transports existantes (dont les pratiques de multimodalité) pour se rendre au festival pourrait donner lieu à une brochure/un flyer/une page web à destination des festivalières afin que l'accès à l'information soit plus facile pour ces dernières ; cette brochure constituerait **une sorte de panorama des modes de déplacements** pour venir au festival grâce à de modes alternatifs à la voiture individuelle.

Afin de donner à voir **les effets directs des changements de comportement** et de rendre leurs résultats visibles, un support de communication pourrait être réalisé

à destination des festivalier·es et équipes afin d'informer sur **la quantité de CO2 économisée du fait de la mise en place de tel ou tel dispositif** ou encore en indiquant directement à la personne qui souhaite se rendre au festival en train, en vélo ou en TC combien elle **économise en quantité de CO2 en comparaison de l'utilisation d'une voiture thermique**. En effet, bien que le facteur environnemental ne soit pas décisif dans le choix du mode de déplacement pour venir au festival, les résultats montrent que la plupart des personnes interrogées sont sensibles aux questions écologiques et que l'engagement écologique du festival peut participer à l'envie de venir au festival.

Ainsi, l'ensemble des informations qui pourra être mis à disposition des festivalier·es et équipes peut concourir à **rassurer ces derniers** et à **augmenter leur confiance** vis-à-vis des offres de mobilités proposées par le festival afin qu'ils passent à l'action et **s'engagent vers un nouveau comportement de mobilité**. En outre, l'étude met en évidence que l'appréciation des différents modes de déplacement dépend de l'attitude individuelle des personnes interrogées vis-à-vis de la planification et de la discipline personnelle dans l'exécution du programme de déplacement. Par conséquent, accompagner, orienter les publics et équipes et diffuser largement auprès de ces derniers de l'information sur l'accessibilité du festival et sur les différentes offres de transports existantes pour se rendre au festival concoure à donner confiance aux individus dans leur aptitude à planifier leur programme de déplacement.

B. Incitation

La phase d'information doit être accompagnée de **mesures incitatives** qui peuvent ensuite amener les personnes à **tester un nouveau mode de déplacement**. Il s'agit d'**accompagner** les individus dans le changement de comportement, de les **orienter** et de **compenser les coûts psychologiques, physiques et/ou économiques** du changement. En effet, comme l'explique Anaïs Rocci (2011), les usager·es d'un mode de transport sont prêt·es à changer leurs pratiques sous conditions d'un moindre coût mental, physique et économique, ce qui fait qu'un système ou **un service qui organiserait et faciliterait la pratique inciterait au changement**. L'objectif de ces mesures incitatives est de **donner envie** aux personnes de venir au festival en vélo, à pied, en train ou en TC et ainsi de **rendre moins attrayante la voiture individuelle** que les autres modes de déplacements.

Premièrement, bien que le prix ne soit pas un critère déterminant dans le choix du mode de déplacement pour se rendre à un festival, il peut inciter à venir autrement qu'en voiture individuelle tel que l'on a vu dans le cas du festival Au foin de la rue avec les billets TER Live mis en place par la SNCF. Ainsi, **proposer des billets de train à un tarif avantageux** pour les festivalier·es et équipes est une première porte d'entrée pour changer les comportements. De même, **la gratuité des TC** le temps du festival ou un **billet combiné TC + festival** peut inciter les personnes à uti-

liser ce mode de déplacement. Afin de développer le covoiturage, il est possible de s'inspirer des festivals comme Jazz à Vienne qui met à disposition gratuitement des places de stationnement pour les personnes venues en covoiturage. **Une prime de 100 euros** pourrait être également versée aux conducteur·ices qui proposent de partager leur voiture.

Deuxièmement, afin que la pratique du vélo et celle de la marche se développent, **des aménagements cyclables/piétons aux alentours des festivals** pourraient être créés et/ou améliorés, avec des pistes sécurisées et éclairées. Dans le même sens, un **accueil spécial pour les cyclistes et marcheuses** pourrait être mis en place à l'entrée des festivals avec une possibilité pour ces dernières de prendre une douche et de se réchauffer/se reposer avec une boisson chaude/grignotage offert³⁸. **Des casiers** pourraient être mis à disposition pour qu'iels puissent stocker leur équipement de vélo/de marche le temps du festival et **des outils de première nécessité** pour regonfler/réparer les vélos pourraient être mis à disposition. L'étude a montré que l'un des freins au développement du vélo est la peur ressentie par beaucoup de personnes du vol de leur vélo³⁹. Face à ce constat, **des parkings vélos surveillés et sécurisés** pourraient être créés à proximité de l'entrée des festivals, avec un service de location de cadenas. **Ils seraient idéalement situés avant les parkings pour voiture** qui seraient assez loin de l'entrée du festival pour rendre moins attrayante l'accessibilité en voiture au festival. Le festival pourrait également **offrir un ticket repas/boisson aux cyclistes** lorsqu'iels garent leur vélo dans le parking prévu à cet effet.

Par ailleurs, l'étude révèle que certaines personnes choisissent de venir en voiture au festival parce qu'elles ont besoin de stocker et transporter du matériel de camping. Afin que les personnes évitent de prendre leur voiture pour cette raison, les festivals pourraient proposer à **la location des tables, des chaises, des barbecues...** Les résultats de l'enquête montrent également que plusieurs personnes sont venues en voiture entre leur hôtel et le festival, même pour des petites distances, et ce notamment parce qu'il n'y avait pas de transports en commun existants. Face à ce constat, les festivals pourraient proposer **des navettes entre les principaux hôtels du territoire et le festival** afin d'éviter que les personnes prennent leur voiture. Enfin, plusieurs personnes nous ont confié qu'elles avaient peur de rentrer seules en TC la nuit après les concerts. Pour les rassurer et qu'elles osent prendre les TC, **des agents de sécurité** pourraient être présents, afin de surveiller et aider en cas de besoin.

38 La salle de spectacle Le Rocher de Palmer, dans la région de Bordeaux, a par exemple déjà mis en place un accueil vélo à travers le dispositif « mon concert à vélo ». Une boisson est offerte à l'arrivée, ainsi qu'une consigne gratuite pour les casques et/ou les batteries. Un tirage au sort est également réalisé pour les cyclistes pour gagner des places de concert.

39 En 2019, d'après l'Enquête Mobilité, 49 % des ménages possèdent au moins 1 vélo adulte ou enfant en France et 3 % d'entre eux ont connu au moins un vol de vélo sur les 12 mois qui ont précédé l'enquête, soient un peu plus de 450 000 ménages. Parmi ces ménages victimes, presque un quart (23 %) comprennent un membre ayant abandonné la pratique du vélo suite à ce vol, ce qui représente environ 100 000 ménages en France (Kabbadj & Louvet, 2022).

C. Coercition

Les actions de communication et d'incitation ont des **limites**, car seules, elles ne seraient pas assez puissantes et **ne suffiraient pas à provoquer le changement**, les individus étant trop **ancrés dans des habitudes**, des manières de faire et des représentations (Rocci, 2007). Ainsi, la coercition, qui ne serait inacceptable sans de la communication et de l'incitation, permet plus **directement de changer le comportement**, d'autant que comme le montre la recherche d'Anaïs Rocci (ibid.) certains individus seraient en demande de plus de mesures restrictives et obligatoires pour voir en ces dernières une meilleure cohérence.

Dans le cadre des festivals, les mesures coercitives pourraient se concentrer à **contraindre l'usage de la voiture**, notamment à travers des **contraintes de tarification et de stationnement**⁴⁰. Les parkings pour les voitures aux alentours du festival pourraient être payants, avec **un prix élevé à la journée**. L'instauration d'une **sanction** si les automobilistes ne payent pas le stationnement pourrait permettre d'inciter à respecter la réglementation, et ce à travers une **contravention élevée et immédiate**. Afin de décourager à venir en voiture, **une taxe pourrait être mis en place pour les automobilistes**, qui serait ou non cumulative avec les autres mesures citées au-dessus. Elle consisterait à payer le coût de leur émission carbone pour venir au festival et pourrait être réglée lors du stationnement avec le prix du parking ou lors de l'achat du billet.

D. Expérimentation

Au-delà de l'information, de l'incitation et de la coercition, les solutions peuvent se baser autour de l'expérimentation. En effet, nous avons constaté que **l'expérience est un élément clé dans l'apprentissage d'un nouveau comportement**, comme l'exprime la notion de « capital mobilité ». Tant que l'expérience n'est pas faite, les **contraintes imaginées ou les perceptions négatives** vis-à-vis du mode de transports représentent des freins importants au changement de pratique. Comme le dit Anaïs Rocci (2011),

« la non expérimentation d'un mode amplifie les représentations négatives, et plus la représentation imaginée d'un mode non utilisé sera péjorative, plus l'image de ce mode sera envisagée comme une contrainte. Les individus s'imaginent le déplacement impossible ou trop complexe »

De plus, l'expérimentation vient **en rupture avec les habitudes**, perturbe la routine

⁴⁰ Une étude du bureau de recherche 6t met en évidence le lien fort entre la disposition d'une place de stationnement à destination et les moyens de transport utilisés pour réaliser le déplacement en question. Après analyse des données du Microrecensement Mobilité et Transports en 2015 à Genève, l'auteur montre que quand des actifs qui disposent d'une voiture disposent aussi d'une place gratuite sur le lieu de travail, 45 % utilisent la voiture pour aller au travail. Lorsqu'ils disposent d'une place, mais payante cette fois-ci, ils ne sont plus que 32 % à venir en voiture. Enfin, quand aucune place n'est mise à leur disposition, cette part se réduit à 12 % (Louvet, 2020).

en **élargissant le champ des possibles** afin que les individus envisagent d'utiliser d'autres modes de transports. Ainsi, changer les comportements revient à **créer des opportunités**, c'est-à-dire de proposer **aux festivalier·es et équipes de tester de nouveaux modes de déplacement pour venir au festival**. Nous suggérons de mettre en place, comme à Jazz à Vienne ou au Cabaret Vert⁴¹, des **trains spéciaux pour rentrer des festivals** pour que les personnes puissent vivre l'expérience du retour en train. Des billets à prix préférentiel doivent être évidemment proposés aux publics et équipes afin de les inciter à utiliser ce dispositif. Nous pensons également que l'organisation de **convois vélos/piétons aller-retours** pour les communes aux alentours des festivals, avec des heures et des points de départs précis décidés et indiqués à l'avance, est une piste de solution afin que les publics utilisent ces modes de déplacements. Le festival NOLOGO, dans le département du Jura, a déjà mis en place ce type de dispositif. Il propose des points de rendez-vous pour les cyclistes et des formules appelées « pack vélo ». La première formule du « pack vélo » est au départ de Besançon et Dole, au prix de 15 euros, et comprend la prise en charge des bagages, un apéro à l'arrivée du festival et un tee-shirt de finisher. La deuxième formule du « pack vélo » est au départ de Dijon au prix de 25 euros, et comprend un ravitaillement le midi, une prise en charge des bagages, un apéro d'arrivée et un t-shirt de finisher. Par ailleurs, de notre point de vue, **les convois retours, après la fin des concerts**, sont particulièrement importants au vu du nombre de personnes qui nous ont déclaré ne pas être venues à pied ou en vélo par peur de rentrer seules et dans la nuit. De même, **les offres de location de vélo** pourraient être plus nombreuses aux alentours des festivals, comme le fait déjà l'entreprise FREDO.

41 Le festival Jazz à Vienne a mis en place ce dispositif depuis 15 ans, et le festival du cabaret vert depuis 2020. À Jazz à Vienne, la fréquentation des trains a beaucoup augmenté depuis la mise en place de ce dispositif : entre 2017 et 2022, sur les trains du week-end, il y a eu une augmentation de 16 % (webinaire, ferroviaire culturel), et il faut désormais parfois anticiper de nouveaux wagons supplémentaires. Quant au cabaret vert, le retour en train a concerné environ 800 festivalier·es avec des taux de remplissage des wagons très satisfaisants.

Information	Incitation	Coercition	Expérimentation
<ul style="list-style-type: none"> > Meilleure visibilité des modes de déplacements alternatifs à la voiture individuelle pour venir sur les festivals sur les réseaux de communication et de diffusion, sur les réseaux sociaux des festivals > Meilleure information sur les itinéraires vélos/ piétons pour venir au festival > Meilleure indication des navettes (lieu de départ, prix...) > Meilleure information sur les offres de train disponibles pour venir au festival et notamment sur les offres des billets pour le festival (faire plus de publicité lorsque qu'il existe des prix spéciaux pour venir aux festivals) > Meilleure indication sur les offres des TC disponibles pour venir au festival (horaires et fréquence) > Meilleure diffusion et communication sur les plateformes de covoiturage mise en place par les festivals > Communication sur les contraintes de stationnement et de tarification pour les automobilistes > Flyer/brochure avec un panorama des alternatives à la voiture individuelle pour venir au festival > Support de communication sur les effets directs des changements de comportements : quantité de CO2 économisée du fait de tel ou tel dispositif ou du fait de venir en train, vélo, à pied ou en covoiturage en comparaison de la voiture individuelle 	<ul style="list-style-type: none"> > Développement des aménagements cyclables sécurisés et éclairés aux alentours des festivals > Mise en place de billets de train au tarif avantageux pour les festivalier-es et équipes > Gratuité des TC pendant le festival > Allongement des horaires des TC le soir > Versement d'une prime de 100 euros aux conducteur-ices qui pratiquent le covoiturage > Réservation de places de parking à l'entrée du festival pour les conducteur-ices venue-s en covoiturage > Création d'un accueil (avec douche/boisson chaude et grignotage) pour les cyclistes et marcheur-se avec possibilité de stocker les affaires dans un casier et de réparer/regonfler son vélo > Offre d'un ticket de repas et/ou boisson avec le ticket du festival pour les cyclistes > Parking vélo sécurisé et surveillé (location de cadenas) à l'entrée du festival > Éloignement du parking voiture de l'entrée du festival et à la place, création d'un parking vélo juste à l'entrée du festival > Offre d'une location de chaises, de tables et équipements pour camping > Mise en place de navettes entre les principaux hôtels du territoire et le festival > Mise en place d'agents de sécurité dans les TC le soir 	<ul style="list-style-type: none"> > Parking voiture payant avec un tarif élevé > Sanction si pas de paiement de stationnement : contravention élevée et immédiate > Création d'une taxe pour les automobilistes pour payer le coût de la quantité de CO2 émise pour venir jusqu'au festival 	<ul style="list-style-type: none"> > Mise en place de trains spéciaux retour pour les publics et équipes du festival > Mise en place de convois vélos aller-retours pour les communes aux alentours du festival et/ou quartiers autour du festival > Mise en place de convois piétons aller-retours pour les communes aux alentours du festival et/ou quartiers autour du festival > Offre de location de vélo à proximité du festival

III. Des préconisations adaptées à la typologie du festival

Afin de rendre les **préconisations plus appropriables** par les organisateur·ices des festivals, nous avons choisi dans cette partie de classer les différentes pistes de solution selon que le festival soit urbain ou rural. Ceci permettra d'avoir des **pistes de solutions plus adaptées à la typologie et au contexte du festival**.

Ainsi, nous avons listé les principales problématiques de mobilité basées sur les résultats des enquêtes qualitatives et quantitatives selon la typologie du festival et nous avons proposé en parallèle des pistes solutions pour chaque problématique⁴². Ces dernières reprennent une partie des préconisations déjà présentées dans la partie précédente. Toutefois, elles sont parfois différentes, car certaines sont spécifiques à une typologie de festival.

A. Les festivals urbains

- Forte utilisation de la voiture pour venir au festival → rendre les parkings payants aux alentours du festival et mise en place de parkings relais autour de la ville avec des navettes pour se rendre au festival, créer des wagons spéciaux avec des billets à tarif avantageux pour les festivalier·es et équipes
- Pas de ligne directe en train pour aller au festival → Inciter au covoiturage via plateforme ou non (avec prime de 100 euros pour le·a conducteur·ice ou réservation de place sur le parking pour le·a conducteur·ice venu·e en covoiturage), favoriser la multimodalité (train+vélo, train + navette...)
- Pas ou peu d'offres de transport en commun pour rentrer le soir après les concerts → Élargir les horaires des TC le temps du festival et augmenter la fréquence le soir
- Sentiment d'insécurité dans les TC le soir → Mise en place d'agents de sécurité dans les TC le soir des festivals
- Manque d'aménagements cyclables autour du festival → Développer des aménagements cyclables sécurisés, proposer des parkings vélos sécurisés et surveillés (location de cadenas) à l'entrée du festival, proposer des convois aller-retour vélo de certains points de la ville
- Appréhension à rentrer seul·e à pied le soir du festival → Mettre en place des convois retour piétons /vélos à différents points de la ville

⁴² Les problématiques ne sont pas exhaustives puisqu'elles résultent des résultats des enquêtes qualitatives et quantitatives.

B. Les festivals ruraux

- Forte utilisation de la voiture pour venir au festival → rendre les parkings voiture payants avec un prix élevé, instaurer une contravention élevée et immédiate si les automobilistes ne payent pas le parking, créer une taxe pour les automobilistes pour payer le coût de la quantité de CO2 émise pour venir jusqu'au festival
- Pas de gare proche du festival → favoriser la multimodalité, mettre en place des navettes entre le festival et la gare, mettre en place des convois vélos/piétons aller-retours de la gare, adaptés aux horaires des trains
- Pas d'offres de transport en commun dans les communes aux alentours du festival → proposer des navettes aller-retours dans les principales communes aux alentours du festival, inciter au covoiturage via plateforme ou non
- Pas d'aménagements cyclables aux alentours du festival → Mettre en place des aménagements cyclables qui protègent les vélos des voitures, faire des convois aller-retour vélos dans les principales communes autour du festival, prévoir un accueil cycliste
- Pas d'aménagements piétons aux alentours du festival → Mettre en place des aménagements piétons qui protègent les piétons des voitures, faire des convois aller-retour piétons dans les principales communes autour du festival, prévoir un accueil piéton

La différence en termes de problématique de mobilité entre les festivals urbains et ruraux est souvent **l'accessibilité en vélo, à pied et en TC**. En effet, dans les festivals urbains, il existe déjà des offres de transports en commun et ferroviaire ainsi que des aménagements cyclables et piétons bien qu'ils doivent souvent être modifiés et adaptés le temps du festival. Les préconisations peuvent donc **se concentrer sur la fréquence, les horaires**, notamment en fin de concert, pour les TC et le train, et sur l'amélioration des pistes cyclables. En revanche, dans les festivals ruraux, les offres de TC sont souvent inexistantes, ainsi que les aménagements cyclables ou piétons d'où la nécessité de les créer et/ou de les développer et **d'inciter les personnes à venir avec ces modes de déplacement à travers des accueils cyclistes /marcheuse** par exemple. Les navettes peuvent aussi permettre de compenser le manque de TC et de faire le lien entre le festival et les gares proches du festival. Dans les deux types de festival, il est en revanche important de **contraindre la voiture** puisqu'elle reste dans les deux cas un mode de déplacement important pour venir au festival. Que ce soit pour les festivals urbains ou ruraux. Afin de décourager l'usage de la voiture, il peut être intéressant que les parkings autour du festival soient payants avec un tarif élevé, qu'il y ait des contraventions si les automobilistes ne respectent pas la réglementation, et qu'il puisse exister une taxe sur la quantité de CO2 émis pour venir au festival. En revanche, **les accueils cyclistes et piétons sont**

sûrement plus adaptés pour les festivals ruraux. En effet, les cyclistes et marcheurs sont plus susceptibles de faire de longues distances et de faire plus d'efforts physiques pour venir au festival en campagne qu'en ville.

IV. Des préconisations adaptées aux différents modes de déplacement

Afin de rendre les préconisations plus appropriables par les organisateur·ices des festivals, nous avons choisi dans cette dernière partie de classer les différentes pistes de solution selon **chaque mode de déplacement**. Ceci permettra d'avoir des solutions moins générales et plus adaptées à chaque mode de déplacement.

Les pistes de solution reprennent une partie des préconisations déjà présentées dans les parties précédentes mais permettent de **trouver directement** les pistes de solution pour le mode de déplacement souhaité.

Elles sont synthétisées dans les schémas ci-dessous.



Figure 55. Préconisations pour le train et les transports en commun

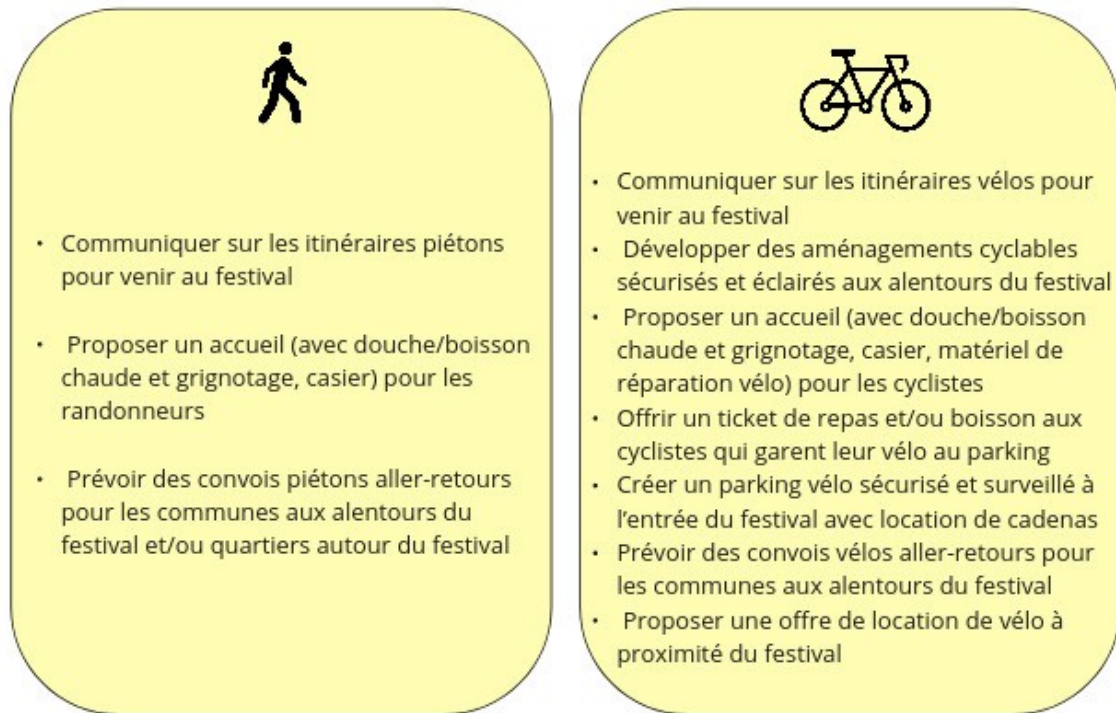


Figure 56. Préconisations pour la marche et le vélo

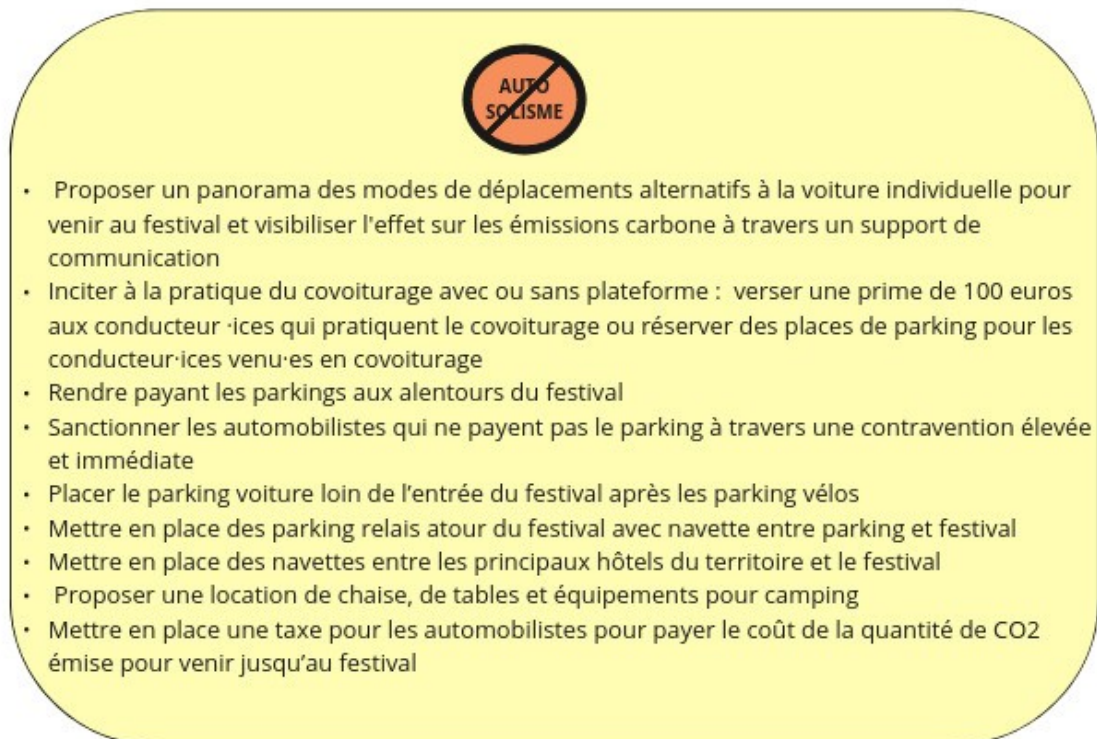


Figure 57. Préconisations contre l'autosolisme

Bibliographie

Desjeux, D., 2004, Les sciences sociales, QSJ, PUF.

Djakouane, A & Négrier, E., 2021, « Chapitre I. Regard socio-économique » In Djakouane, A & Négrier, E., (Dir), Festivals, territoire et société, Ministère de la culture-DEPS : 21-48.

Draetta, L., 2003, « Le décalage entre attitudes et comportements en matière de protection de l'environnement », In Gendron, C & Vaillancourt, J-G. (Dir.), Développement durable et participation publique. De la contestation écologiste aux défis de la gouvernance, Les presses Universitaires de Montréal.

Dubois, N & Moch, A., 2001, L'automobile : un autre chez-soi, Villes en parallèle, 32-34 : 185-191.

Flamm, M., 2005, « Le vécu des temps de déplacement : cadres d'expériences et ré-appropriations du temps », In Hubert, M., Montulet, B., Jemelin, C & Schmitz, S., (Dir), Mobilités et temporalités, Presses de l'Université de Saint-Louis, Bruxelles : 183-196.

Joubert, L., Lê Van Truoc, O., Mercklé, P & Tudoux, B., 2023, Redresser l'échantillon d'une enquête en ligne : un exemple à partir de l'enquête Vico, Bulletin de Méthodologie Sociologique, 1 (158) : 116-142.

Jouenne, N., 2020, Quel regard sur la pratique du vélo en ville, Mondes sociaux [en ligne], consulté le 19.11.2023 sur <https://exploreur.univ-toulouse.fr/mondes-sociaux-quel-regard-sur-la-pratique-du-velo-en-ville>

Lejoux, P., 2007, les mobilités du temps libre, EspacesTemps.net, revue interdisciplinaire de sciences sociales [en ligne], consulté le 12/12/2023 sur <https://www.espacestems.net/articles/mobilites-temps-libre/>

Ministère de la culture, 2018, L'éco-responsabilité, un enjeu pour les festivals de demain [en ligne], consulté le 12.07.2023 sur <https://www.culture.gouv.fr/Actualites/L-eco-responsabilite-un-enjeu-pour-les-festivals-de-demain>

Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires, 2022, Données et études statistiques pour le changement climatique, l'énergie, l'environnement, le logement, et les transports, se déplacer en voiture : seul, à plusieurs ou en covoiturage ? [en ligne], Consulté le 12/01/2024 sur <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/se-deplacer-en-voiture-seul-plusieurs-ou-en-covoiturage-0>

Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires, 2023, Publication du 6^e rapport de la synthèse du GIEC [en ligne], consulté le 11.12.2023 sur

<https://www.ecologie.gouv.fr/publication-du-6e-rapport-synthese-du-giec> Munafo, S., 2015, Cadres de vies, modes de vie et mobilités de loisirs : les vertus de la ville compacte remises en cause ?, Thèse de doctorat en sociologie urbaine, École Polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL), Lausanne.

Orfeuill, J-P., 2008, Une approche laïque de la mobilité, Descartes et Compagnie, Paris.

Paulo, C., 2006, Une mesure des inégalités de mobilité et d'accès au vent, Espace-Temps.net [en ligne], consulté le 5/02/2024 sur https://shs.hal.science/halshs-01680328v1/file/EspaceTemps_2007_Paulo_Christelle.pdf

Potier, F & Zegel, P., 2003, Mobilité loisir-tourisme : exclusions et inégalités. Rapport sur convention PUCA. Lyon : Inrets.

Pradel, B., 2022, Temps, loisirs et mobilités, Notes de recherche [en ligne], consulté le 23/11/2023 sur <https://forumviesmobiles.org/recherches/15528/temps-loisirs-et-mobilites>

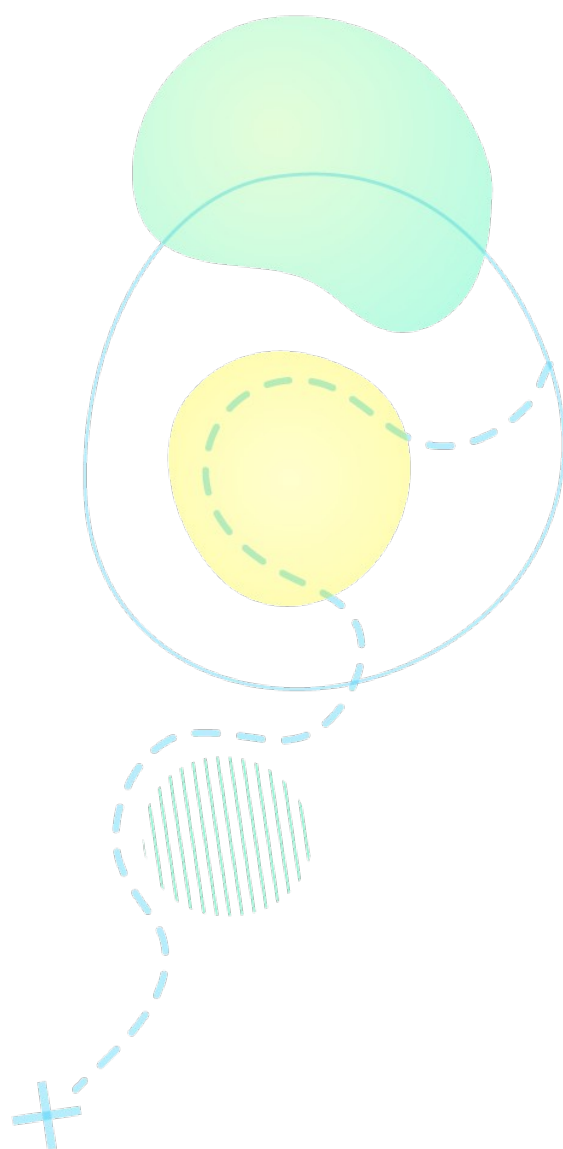
Ravalet, E & Viot, P., 2017, Choix modaux et covoiturage dans la mobilité de loisirs liée à l'évènementiel. Enseignements tirés du Paléo Festival Nyon en Suisse. Les Cahiers Scientifiques du Transport, 71 :73-93.

Rocci, A., 2007, De l'automobilité à la multimodalité ? Analyse sociologique des freins et leviers au changement de comportement vers une réduction de l'usage de la voiture. Le cas de la région parisienne et perspective internationale, Thèse de doctorat en sociologie, Université René Descartes, Paris.

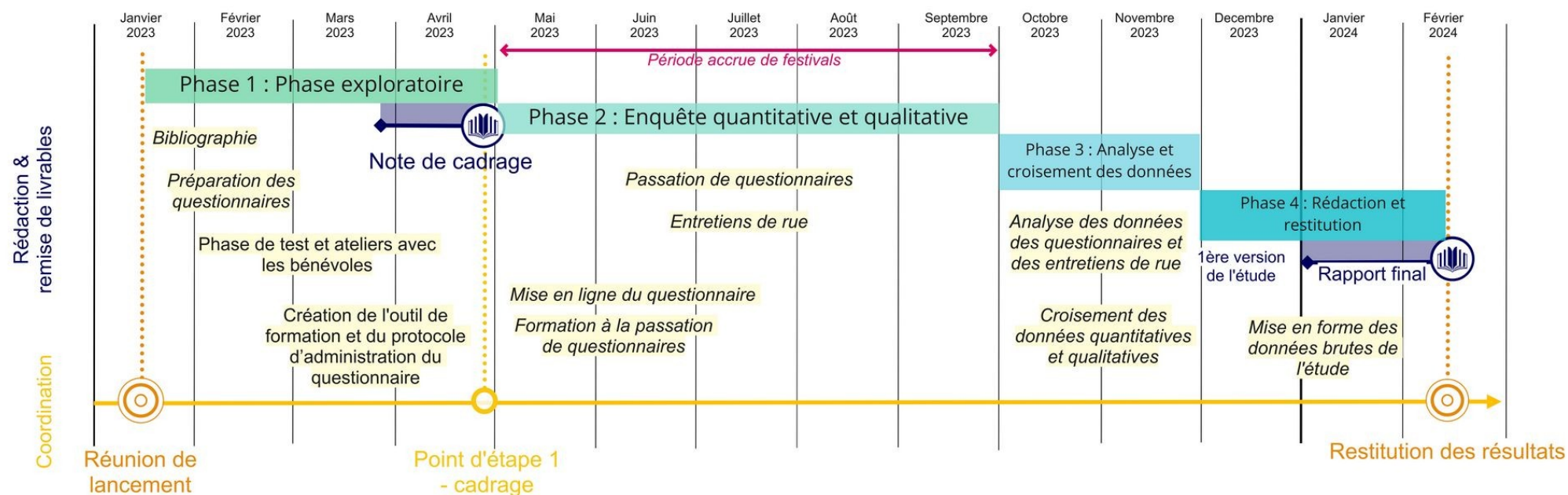
Rocci, A., 2020, Abandonner la voiture: mission impossible ?, Revue Projets, 375 (2) : 25-29.

Rocci, A., 2011, « Analyse sociologique des freins et leviers au changement de comportement vers des mobilités plus durables », In Frère, S & Scarwell, H-J (Dir), Écofiscalité et transport durable : entre prime et taxe ?, Presses universitaires du Septentrion, Villeneuve d'Ascq : 84-104.

ANNEXES



I. Rétroplanning de l'enquête



II. Planification des terrains

Région - Commune	Festival	Type de terrain	Dates
Bretagne - Rennes	Mythos	Quantitatif	14/04/23
Occitanie - Pézenas	Printival	Quantitatif	27/04/23
Normandie - Coutances	Jazz sous les pommiers	Qualitatif	17/05/23
Normandie - Rai	Biches festival	Qualitatif	09/06/23
Occitanie - Toulouse	Le Nouveau printemps	Qualitatif	23/06/23
Bretagne - Brest	Astropolis	Qualitatif	01/07/23
Pays-de-la-Loire - Mayenne	Au foin de la rue	Qualitatif	07/07/23
Hauts-de-France - Aulnoye Aymeries	Nuits Secrètes	Quantitatif	21/07/23
PACA - Arles	Rencontre de la photo d'Arles	Quantitatif	28/07/23
PACA - Salon de Provence	Festival international de musique de chambre	Qualitatif	29/07/23

III. Grille d'entretien à destination des publics et équipes de festivals

- 15 questions
- Temps de passation autour de 10 minutes
- Objectif de l'entretien de rue : comprendre les comportements de mobilité des personnes (comprendre pourquoi les personnes utilisent tel ou tel moyen pour se rendre au festival, saisir comment elles justifient leur comportement de mobilité)

Thématique	Questions principales	Questions de relance
Ciblage	Région du festival et nom du festival À établir avant la venue sur le festival	
Situation personnelle	Quel âge avez-vous ?	Je peux me permettre de vous demander votre âge ?
	Quel est votre genre ?	Comment vous définissez-vous ? Un homme, une femme, non-binaire ou autres ?
	Vous faites quoi dans la vie ?	Quelle est votre profession ?
	Où habitez-vous ?	

Expériences en festival	Avez-vous déjà participé à ce festival précédemment ?	À combien de festivals avez-vous déjà participé dans votre vie (estimation) ?
	Pourquoi êtes-vous venu·es sur le festival (Hasard, planification) ?	Depuis combien de temps avez-vous acheté votre billet pour venir au festival ? Aimez-vous le festival ?
Mobilité vers les festivals	Par quel moyen vous êtes-vous rendu·e sur le lieu du festival ?	Quel moyen de transports avez-vous utilisé pour venir sur le festival ?
	Pourquoi particulièrement ce ou ces moyens de transport ?	Utilisez-vous souvent ce moyen de transport dans votre quotidien ? Quel moyen de transport avez-vous l'habitude d'utiliser lorsque vous allez au travail ou en vacances ? Quelle mobilité avez-vous au quotidien ? Quelle représentation de ces modes de transports ?
	À partir de votre lieu d'habitation, quelle distance avez-vous dû parcourir pour vous rendre sur le lieu du festival (en km et en temps) ?	
	Avez-vous trouvé simple de vous rendre jusqu'au site du festival ?	
	Estimez-vous qu'il est facile de venir en transports en commun au festival ? À pied ? En vélo ? <i>(ne poser la question que pour les moyens de transports non utilisés par la personne)</i>	Comment percevez-vous les différentes offres de transports disponibles pour venir jusqu'au festival ? Que pensez-vous des dispositifs mis en place par le festival en termes d'offres de transports ?

	Percevez-vous des améliorations à faire en termes d'offres de transports pour se rendre jusqu'au festival ?	Qu'est-ce qui vous inciterait à ne pas utiliser votre voiture pour venir au festival ? Des parkings vélos ? Des navettes spécialement installées pour le festival ?
	Avez-vous fait attention à l'engagement du festival en termes d'environnement (mise en place de gobelets en plastique réutilisable, de toilettes sèches...) lorsque vous avez acheté vos billets/lorsque vous avez décidé de travailler en tant que bénévole pour ce festival ?	Faites-vous attention à l'engagement du festival en termes d'environnement lorsque vous partez en festival ? Si oui, à quoi spécialement ? Est-ce une décision décisif dans votre choix de venir à un festival ?
Usages et pratiques en festivals	Êtes-vous venu·es seul·e au festival ?	
	Où logez-vous pendant le festival ? <i>(si la personne est dans une location, un gîte, lui demander par quel moyen de transports, elle est venue au festival, et lui demander pourquoi elle a choisi ce mode de transports)</i>	

IV. Questionnaire à destination des publics et équipes de festivals

Vous assistez ou travaillez sur un des festivals engagés dans l'étude sur la mobilité des publics et équipes de festivals ?

Nous avons besoin de vous !

Dans le cadre d'un projet national sur 3 ans visant à **réduire l'impact environnemental des mobilités induites par les festivals**, le *Collectif des festivals* ainsi que 6 autres structures régionales d'accompagnement des festivals à l'éco-responsabilité : *Elémén'Terre* (Occitanie), *Le Pôle* (Pays de la Loire), *COFEES* (PACA), *Haute Fidélité* (Hauts-de-France), *RIM* (Nouvelle-Aquitaine), et *NORMA* (Normandie) et *Sociotopie - coopérative de Sciences Humaines et Sociales appliquées* réalisent une étude sociologique sur la mobilité des publics et équipes de festivals. Pour cela, nous avons construit ce questionnaire afin de mieux mesurer la situation et identifier les fonctionnements actuels.

Public ou membre d'une équipe de festival, si vous êtes présent-es à l'un des 50 festivals participant à l'étude*, nous aimerions mieux vous connaître !

En répondant à ce questionnaire, vous nous aiderez à mieux comprendre vos pratiques de mobilité et *in fine*, à expérimenter des actions à fort potentiel sur la **réduction des impacts environnementaux**.

Cette étude donnera lieu à la publication de plusieurs synthèses et rapports, diffusibles et diffusés par les membres des collectifs de festivals.

Tout est anonyme, et les informations que vous nous donnez resteront entre Sociotopie, les membres du co-pilotage de l'étude cités plus haut, et vous.

Le questionnaire dure une dizaine de minutes environ.

Merci.

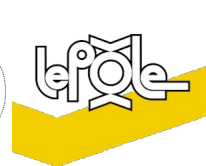


le collectif
des festivals

Normandie
Musiques
Actuelles
- NORMA -



HAUTE
FIDÉLITÉ
Pôle régional
des musiques actuelles
Hauts-de-France



Elémén'terre
Association pour des pratiques éco-responsables
sur les événements en Occitanie

... Avec un financement spécifique concernant la région normande, comprenant dix signataires : Drac Normandie, CNM, Région Normandie, département de La Manche,

de l'Eure, de la Seine-maritime, de l'Orne, Caen, Le Havre et la métropole de Rouen.

Le questionnaire est anonyme, et toutes les données récoltées seront traitées par Sociotopie et les membres des collectifs de festivals qui mènent ce projet uniquement.

Questions de ciblage

Ces premières questions nous permettent de savoir si le festival auquel vous assistez ou sur lequel vous travaillez est pris en compte dans l'étude que nous menons.

I. Pour commencer, est-ce que vous :

Assistez au festival

Êtes membre d'une équipe sur le festival (travail ou bénévolat)

II. Dans quelle région se situe ce festival ?

Bretagne Hauts-de-France Normandie Nouvelle-Aquitaine Occitanie Pays de la Loire
Provence-Alpes-Côte d'Azur

III. De quel festival s'agit-il ?

Pour mieux vous connaître...

IV. Veuillez indiquer votre année de naissance

V. Quel est votre genre ?

Femme Homme Non-binaire Autre Ne souhaite pas répondre

VI. Quel pays habitez-vous ?

France Pays limitrophe Autre

VII. Quel est le code postal de votre lieu d'habitation ?

Code postal de votre résidence principale

VIII. À quelle catégorie socio-professionnelle appartenez-vous ?

Étudiants En recherche d'emploi Agriculteurs sur petite exploitation Agriculteurs sur moyenne exploitation Agriculteurs sur grande exploitation Artisans Artistes Com-

merçants et assimilés Chefs d'entreprise de 10 salariés ou plus Professions libérales et assimilés Cadres de la fonction publique, professions intellectuelles et artistiques Cadres de la presse, de l'édition, de l'audiovisuel et des spectacles Cadres d'entreprise Professions intermédiaires de l'enseignement, de la santé, de la fonction publique et assimilés Professions intermédiaires administratives et commerciales des entreprises Techniciens Contremaîtres, agents de maîtrise Employés de la fonction publique Employés administratifs d'entreprise Employés de commerce Personnels des services directs aux particuliers Professions de l'information, de l'art et des spectacles Ouvriers qualifiés Ouvriers non qualifiés Ouvriers agricoles Retraités - anciens agriculteurs exploitants Retraités - anciens artisans, commerçants, chefs d'entreprise Retraités - anciens cadres et professions intermédiaires Retraités - anciens employés et ouvriers Autres personnes sans activité professionnelle

Pour mieux comprendre votre rapport aux festivals...

IX. Est-ce la première fois de votre vie que vous assistez à un festival ?

Oui
Non

X. Concernant ce festival précisément ...

Vous y assistez pour la première fois
Vous êtes déjà venue à une ou deux éditions
Vous êtes déjà venue à trois, quatre ou cinq éditions
Vous êtes déjà venue à plus de cinq éditions

XI. À combien de festivals avez-vous assisté ces douze derniers mois ?

Hors festival actuel

XII. À quel type de festivals assistez-vous le plus souvent ?

Festival de musiques amplifiées (rock, pop, rap, ragga, etc.) Festival de musiques électroniques (techno, trance, etc.) Festival de jazz et musiques improvisées Festival de musiques traditionnelles et musiques du monde Festival des arts de rue Festival des arts visuels Festival de danse Festival de théâtre Festival de concert classique Festival de cirque Autre

XIII. Êtes-vous venu·es spécifiquement pour le festival ?

Oui
Non

Mobilité générale...

XIV. À quelle fréquence utilisez-vous ces modes de déplacement en général :

Prendre en compte les 5 dernières années comme mode de référence

	Jamais	Au moins une fois tous les 3 ans	Au moins une fois par an	Au moins une fois par mois	Au moins une fois par se- maine	Quotidiennement
Voiture (thermique)						
Voiture électrique						
Covoiturage (conduc- teur ou passager)						
Train						
Marche (plus de 15 minutes consécutives)						
Vélo électrique ou trot- tinette électrique						
Vélo						
Transport en commun urbain (bus, tramway, métro)						
Car						
Camion ou van						
Deux-roues motorisé						
Avion						

Pour mieux comprendre vos pratiques de mobilité vers les festivals ...

XV. Combien de modes de déplacement avez-vous utilisés pour vous rendre sur le lieu du festival ?

Prendre en compte la marche comme mode de déplacement si vous avez marché plus de 15 min

XVI. Par quel mode de déplacement principal vous êtes-vous rendu·e sur le lieu du festival ?

Ici on prend en compte le mode de déplacement qui vous a permis de parcourir la plus grande distance entre votre résidence principale et le festival

Voiture (thermique) Voiture électrique Voiture hybride Covoiturage via plateforme (conducteur ou passager) Train Marche Auto-stop Vélo électrique Vélo Bus Navette Tramway Métro Camion Car Van Camping-car Trottinette électrique Deux-roues motorisées (exemple : moto) Avion Autre

XVII. Avec combien de personnes dans le véhicule ?

Vous y compris

1 2 3 4 5 6 7 8

XVIII. Avec combien de personnes dans le véhicule ?

Vous y compris

2 3 4 5 6 7 8

XIX. Via quelle plateforme avez-vous fait du covoiturage ?

Plateforme du festival

Blablacar

Mobicoop

Via les réseaux sociaux (exemple : page Facebook)

Ne souhaite pas répondre

Autre

XX. À vol d'oiseau, quelle distance avez-vous parcouru pour vous rendre sur le lieu du festival ?

Prendre en compte uniquement le mode de déplacement principal

Moins de 5 km

Entre 5 et 15 km
Entre 15 et 30 km
Entre 30 et 50 km
Entre 50 et 100 km
Entre 100 et 200 km
Entre 200 et 400 km
Plus de 400 km

XXI. Combien de temps avez-vous mis pour vous rendre sur le lieu du festival ?

Prendre en compte uniquement le mode de déplacement principal

Entre 5 et 15 min
Entre 15 et 30 minutes
Entre 30 et 45 minutes
Entre 45 minutes et 1 heure
Entre 1 heure et 2 heures
Entre 2 heures et 4 heures
Plus de 4 heures

XXII. Quel est le second mode de déplacement que vous avez utilisé pour vous rendre sur le lieu du festival ?

Ici on prend en compte le deuxième mode de déplacement qui vous a permis de parcourir la plus grande distance entre votre domicile et le festival

Voiture (thermique) Voiture électrique Voiture hybride Covoiturage via plateforme (conducteur ou passager) Train Marche Auto-stop Vélo électrique Vélo Bus Navette Tramway Métro Camion Car Van Camping-car Trottinette électrique Deux-roues motorisées (exemple : moto) Avion Autre

XXIII. À vol d'oiseau, quelle distance avez-vous parcouru pour vous rendre sur le lieu du festival avec ce second mode de déplacement ?

Prendre en compte uniquement le second mode de déplacement

Moins de 5 km
Entre 5 et 15 km
Entre 15 et 30 km
Entre 30 et 50 km
Entre 50 et 100 km
Entre 100 et 200 km

Entre 200 et 400 km
Plus de 400 km

XXIV. Combien de temps avez-vous mis pour vous rendre sur le lieu du festival avec ce second mode de déplacement ?

Prendre en compte uniquement le second mode de déplacement

Entre 5 et 15 min
Entre 15 et 30 minutes
Entre 30 et 45 minutes
Entre 45 minutes et 1 heure
Entre 1 heure et 2 heures
Entre 2 heures et 4 heures
Plus de 4 heures

XXV. À combien estimez-vous le coût de votre trajet aller pour vous rendre sur le festival ?

0 euros
Entre 1 et 5 euros
Entre 5 et 20 euros
Entre 20 et 50 euros
Entre 50 et 100 euros
Entre 100 et 200 euros
Plus de 200 euros

XXVI. Pourquoi avoir choisi ce(s) mode(s) de déplacement pour venir au festival ?

Deux réponses maximum

Pas d'autres possibilités depuis mon lieu de départ
Parce que c'est rapide
Parce que c'est pratique (autonomie et liberté de mouvement)
Pour des raisons économiques
Les personnes avec qui je suis venu·e utilisent ce(s) mode(s) de déplacement
Pour des raisons écologiques et qui correspondent à mes valeurs
Pour des raisons météorologiques
Pour des raisons de sécurité
Pour des raisons physiques (fatigue, maladie, etc.)
Autre

Pour mieux comprendre votre rapport à la mobilité vis-à-vis des festivals ...

XXVII. Est-ce que l'engagement du festival en termes de responsabilité sociale et environnementale est un facteur important dans votre décision d'assister à celui-ci ?

Oui
Non

XXVIII. Est-ce que l'engagement du festival en termes de responsabilité sociale et environnementale est un facteur important dans votre décision de travailler au sein de celui-ci ?

Oui
Non

XXIX. Parmi ces différents services, lesquels vous inciteraient à vous rendre sur le festival en transports en commun ?

Deux réponses maximum

Une meilleure desserte près de chez vous
Une meilleure desserte près du site du festival
Des tarifs moins élevés des tickets de transports en commun
De meilleures informations sur les horaires et les plans
Une adaptation des horaires des transports à ceux du festival
Un dispositif spécifique mis en place par le festival (navette...)
Aucun des choix proposés

XXX. Parmi ces différents services, lesquels vous inciteraient à vous rendre sur le festival à pied ou à vélo ?

Deux réponses maximum

Vélo-bus (convoi vélo organisé)

Pédi-bus (convoi piéton organisé)
Location de vélos
Pistes cyclables sécurisées (pour les vélos)
Parking vélo sécurisé
Attaches vélos
Routes balisées
Possibilité de prendre un vélo dans les transports en commun
Aucun des choix proposés

XXXI. Une réduction tarifaire sur le ticket du festival vous aurait-elle incitée à covoiturer ou prendre les transports en commun ?

Exemple : pour tout achat d'un ticket de transport en commun, une réduction est faite sur le prix de l'entrée du festival

Oui
Non
Ne sait pas

XXXII. Le festival vous paraît-il facile d'accès...

Oui Non Ne sait pas

... pour les piétons
... pour les cyclistes
... pour les personnes à mobilités réduites

Pour mieux comprendre vos usages et pratiques en festival ... (Public)

XXXIII. Combien de jours allez-vous passer ou avez-vous passés sur le festival ?

1 jour 2 jours 3 jours 4 jours 5 jours 6 jours 7 jours 8 jours 9 jours plus de 10 jours

XXXIV. Le temps du festival, vous logez :

À votre domicile (résidence principale)
Chez des amis ou de la famille
En location (gîte, appartement...)

À l'hôtel
En camping chez l'habitant ou couchsurfing
Dans le camping du festival
Dans un camping hors festival
En camping « sauvage » (lieu non aménagé pour le camping)
Dans un véhicule ammenagé (camping-car, van, caravane)
Dans une voiture
Autre

Pour mieux comprendre vos usages et pratiques en festival... (Équipe)

XXXV. Quel type de contrat avez-vous sur le festival ?

CDI CDD Intermittent Bénévole Apprentis/stagiaire Service civique

XXXVI. Dans quelle tranche horaire arrivez-vous sur le lieu du festival ?

Entre 8h et 12h
Entre 12h et 16h
Entre 16h et 20h
Entre 20h et 00h
Entre 00h et 04h
Entre 04h et 08h

XXXVII. Dans quelle tranche horaire partez-vous du lieu du festival ?

Entre 8h et 12h
Entre 12h et 16h
Entre 16h et 20h
Entre 20h et 00h
Entre 00h et 04h
Entre 04h et 08h

XXXVIII. Combien de jours êtes-vous présent·e pour travailler sur le festival ?

1 jour 2 jours 3 jours 4 jours 5 jours 6 jours 7 jours 8 jours 9 jours plus de 10 jours

XXXIX. Le temps du festival, vous logez :

Maximum 2 réponses

À votre domicile (résidence principale)

Chez des amis ou de la famille

En location (gîte, appartement...)

À l'hôtel

En camping chez l'habitant ou couchsurfing

Dans le camping du festival

Dans un camping hors festival

En camping « sauvage » (lieu non aménagé pour le camping)

Dans un véhicule aménagé (camping-car, van, caravane)

Dans une voiture

Autre

Merci d'avoir répondu à ce questionnaire et de nous avoir aidé à mieux comprendre les pratiques de mobilités liées aux festivals.



... Avec un financement spécifique concernant la région normande, comprenant dix signataires : Drac Normandie, CNM, Région Normandie, département de La Manche, de l'Eure, de la Seine-maritime, de l'Orne, Caen, Le Havre et la métropole de Rouen.



Sociotopie*

COOPÉRATIVE
DE SCIENCES
HUMAINES ET SOCIALES
APPLIQUÉES

Coopérative de Sciences Humaines et Sociales appliquées

Adresse :

121 rue de Chanzy
59 260 Hellemmes Lille

Siège social :

121 rue de Chanzy
59 260 Hellemmes Lille

contact : 03.20.47.13.63

e-mail : contact@sociotopie.fr

Site internet : <https://sociotopie.fr/>