

Mobilité culturelle

Guide de bonnes pratiques

Cycle de 3 cafés organisés par le groupe billetterie du TMNlab sur la thématique de la mobilité culturelle :

→ **jeudi 1er février 2024** : point de départ de la réflexion, définitions des enjeux, partage des démarches avec l'[intervention d'Euxane Dutronc de l'Opéra de Lyon](#)

→ **jeudi 14 mars 2024** : intégrer la question de la mobilité dans l'expérience spectateurs avec l'[intervention conjointe de Nicolas Rosset \(Mapado\) et de Lucie Veslin \(L'Hexagone\) et de Vincent Bonnier \(Covoiturage simple\) puis présentation du projet développé pour L'Aéronef par Franck Lollierou \(Supersoniks\)](#)

→ **jeudi 16 mai 2024** : retour d'expérience d'une mise en place d'une politique de mobilité culturelle avec le [témoignage de Séverine Mencarelli \(Malraux - Scène nationale de Chambéry\)](#)

Pourquoi une politique de mobilité culturelle ?

La mobilité culturelle c'est :

- **un enjeu écologique** pour réduire l'impact carbone
- **un enjeu social** afin de lutter contre l'éloignement géographique (publics éloignés), l'isolement (publics isolés) et favoriser l'accessibilité (publics empêchés)
- **un enjeu économique** en permettant de réduire les coûts, de les partager en mutualisant les trajets et les frais (parking, essence, etc.).
- un enjeu de découvrabilité
- une injonction des tutelles
- ...

Étapes clés de la mise en place d'une politique de mobilité culturelle

1. Mobiliser et se structurer en interne

→ **Enjeu important, nécessitant une stratégie de direction au préalable.**

Même si la question de la mobilité culturelle peut impliquer plusieurs personnes / services, il y a besoin de nommer un référent ou un comité "mobilité" au sein de la structure.

→ **Nécessité d'impliquer l'équipe en interne**

La mobilité culturelle ne concerne pas que la mobilité des spectateur·rices même si celle-ci constitue le premier poste d'émissions de gaz à effet de serre (38%), le déplacement des artistes et du personnel ont aussi un impact important et représente 15% de l'empreinte carbone.


💡 Pour mobiliser en interne, possibilité de créer des moments de partage, des temps conviviaux en équipe. Possibilité par exemple pour l'ensemble de la structure de participer "au défi mobilité"


2. Travailler en réseau

Il faut penser le projet de mobilité AVEC les acteurs locaux dans une réflexion globale des besoins des usagers :

- le réseau de transport public, les agences mobilité, les collectivités...
- les associations autour des mobilités douce
- un opérateur de co-voiturage ...
- les autres structures culturelles

→ Le travail sur la mobilité culturelle doit être collectif sur le territoire pour être efficace.

 Prévoir une réunion avec les acteurs du territoire pour partager les constats et avoir une réflexion globale des besoins des usagers (ex : extensions des horaires de transport public, prévoir parkings vélo...)

 Associer les acteurs locaux de la mobilité lors des grands événements de la structure avec par exemple présence d'un stand lors d'un festival ou d'une présentation de saison :


3. Poser un diagnostic

Afin d'adapter au mieux sa politique de mobilité culturelle, il faut faire un diagnostic de l'existant, le mesurer, le comprendre :

→ via un bilan carbone de l'entreprise

→ via un questionnaire sur la mobilité auprès des spectateurs

Mener une enquête auprès des spectateur·rices permet de recueillir les pratiques de déplacement, les habitudes/fréquences, les freins/obstacles et les envies des spectateurs. Les enquêtes / questionnaires peuvent prendre plusieurs formats : en papier, en ligne, via des QR Code...

 Cette enquête sur la mobilité peut aussi être menée en interne auprès des salarié·es, des équipes artistiques.

4. Imaginer, communiquer, tester et ajuster !

La communication sera la clef de voûte de la réussite de ce projet.

Le projet doit s'inscrire dans une stratégie globale de la structure et peut être inclus de manière forte dès le lancement de saison et la présentation de saison.

Il faut impérativement :

→ Rendre visible la politique de mobilité culturelle sur le site, la brochure, le billet de spectacle, le mail pré ou post spectacle, la salle de spectacle, les halls d'accueil, les toilettes, le bar...


→ Également via les réseaux sociaux, de l'affichage, une communication croisée avec les différents partenaires (comme les transports publics)

Quelques idées / exemples testés (et approuvés) :

→ Intégrer un module de co-mobilité sur le site internet soit directement dans le parcours d'achat via Supersoniks, Mapado soit de façon indirecte (hors parcours d'achat) avec par exemple Covoiturage-simple, Mobicoop (..)

- Encourager la co-mobilité par un système de récompenses (réductions, boissons offertes, etc.)
- Proposer des points de stationnement pour les vélos, des stands de réparation pour vélos.
- Proposer des réductions pour l'usage des transports en commun.
- Faciliter la co-mobilité en aménageant des espaces dédiés et très visibles (prévoir calicot) au sein du théâtre Co-voiturage / Co-vélo / Co-piétonnage (importance de la visibilité numérique ET physique)
- installer un totem de réparation vélo (en autonomie)
- Proposer des navettes gratuites ou à prix symbolique sur des soirées spécifiques (Tandem, TNB, etc.).

Attention, il faut aussi que le projet de co-mobilité vive durant toute la saison grâce à des rappels réguliers sur l'existence de services, la création de mini-events ou le repérage d'une semaine de mobilité douce (Espace Malraux)

 → identifier dans la programmation des spectacles en lien avec la mobilité. Faire une semaine autour de la mobilité (..)

En résumé ...

Ce qu'il faut faire

- Avoir validation de sa direction avant toute chose
- Faire de la mobilité, un enjeu collectif, en interne et dans le territoire
- Nommer un référent mobilité au sein de la structure.
- Poser un diagnostic avant d'agir, car chaque structure est différente et s'inscrit dans un territoire qui lui est propre.
- Co-construire avec les publics et des partenaires.
- Expérimenter d'abord à petite échelle pour pouvoir ajuster au mieux.
- Donner une forte visibilité à la co-mobilité en l'intégrant dans les temps forts de la saison.
- Communiquer et re-communiquer ;)
- Faire vivre la mobilité toute l'année et celles à venir ;)

Ce qu'il ne faut pas faire

- Agir sans concertation interne.
- Lancer une plateforme de co-mobilité sans animation de la communauté.
- Supposer que les publics connaissent déjà les solutions.

Pour aller plus loin, quelques ressources...

- [étude sur le bilan carbone de la création artistique juillet 2025](#) (ministère de la culture)
- [étude Arviva-Mobilités-durables](#) (déc 2025)