

PANORAMA DES ENJEUX DE MOBILITÉ POUR LES CINÉMAS EN HAUTS-DE-FRANCE

Étude de l'**Acap - pôle régional image**,
réalisée par le cabinet **Ekodev**, en collaboration le **pass Culture**, financée par la **DRAC Hauts-de-France**.

Novembre 2024

LA MOBILITÉ

DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIAUX FORTS

- ✓ Le cinéma, le deuxième équipement culturel sur le territoire
- ✓ 1^{ère} pratique culturelle des Français (taux de pénétration : 70% jeunes ; 62,5% en France ; 56,5% en zones rurales)
- ✓ 89% de l'impact carbone des salles de cinéma : les déplacements des publics
- ✓ L'augmentation durable des coûts des hydrocarbures
- ✓ Des inégalités territoriales quant aux solutions apportées
- ➔ La nécessité d'améliorer l'accès à la culture notamment pour ceux que la mobilité freine (jeunes ; plus âgés ; personnes à mobilité réduite)
- ➔ Le besoin d'accompagner le public vers des déplacements moins émetteurs de GES
- ➔ L'amélioration de la qualité de vie et de l'air
- ➔ Des co-bénéfices environnementaux et sociaux

L'APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

- ✓ Identifier les interlocuteurs
- ➔ Objectiver les contraintes, besoins et freins
- ➔ Trouver des leviers accessibles pour les exploitants
- ➔ Favoriser l'inter-connaissance et les échanges d'informations avec les parties prenantes
- ➔ Co-construire des outils et pistes d'actions
- ➔ Former et informer

ÉTAT DES LIEUX EN HAUTS-DE-FRANCE

IDENTIFIER

la connaissance qu'ont les exploitants de l'accessibilité de leur cinéma

la connaissance qu'ont les exploitants des pratiques de mobilité de leur public

la prise en compte de la mobilité des collaborateurs

la convergence d'intérêts pour les exploitants et les AOM

les initiatives déjà engagées par les exploitants ou leurs publics

DES ENTRETIENS



MÉTHODOLOGIE

Des entretiens avec les cinémas

Auprès de 6 cinémas entre mars et avril 2024

Choix : relative représentativité par typologies et territoires

Structure des entretiens : qualification du cinéma et de son environnement ; de la mobilité interne et externe au site ; maturité du sujet ; connaissance de l'offre de mobilité ; qualification des marges de manœuvre et évolutions potentielles.

	Interlocuteur	Typologie et commune
Cinéma Casino	Olivier Defossé	Centre urbain intermédiaire Chauny
Collectif Parasites	Marie Meurant	Petite ville Avesnes-sur-Helpe
Studio 43	Sylvie Presa	Grand centre urbain Dunkerque
Ciné Laon	Valérie Vauquoyeau	Centre urbain intermédiaire Laon
Ciné Rural60	Uri Romero	Cinéma itinérant – Rural
Cinéma Majestic	Laurence Meunier	Ceinture urbaine Compiègne
Ciné Senlis	Marilke Fleury	Centre urbain intermédiaire Senlis

Merci à eux

Des entretiens avec les AOM

Auprès de 3 autorités organisatrices de mobilité entre mars et avril 2024

Métropole Européenne de Lille > 18 cinémas

Hauts-de-France Mobilités > 10 cinémas

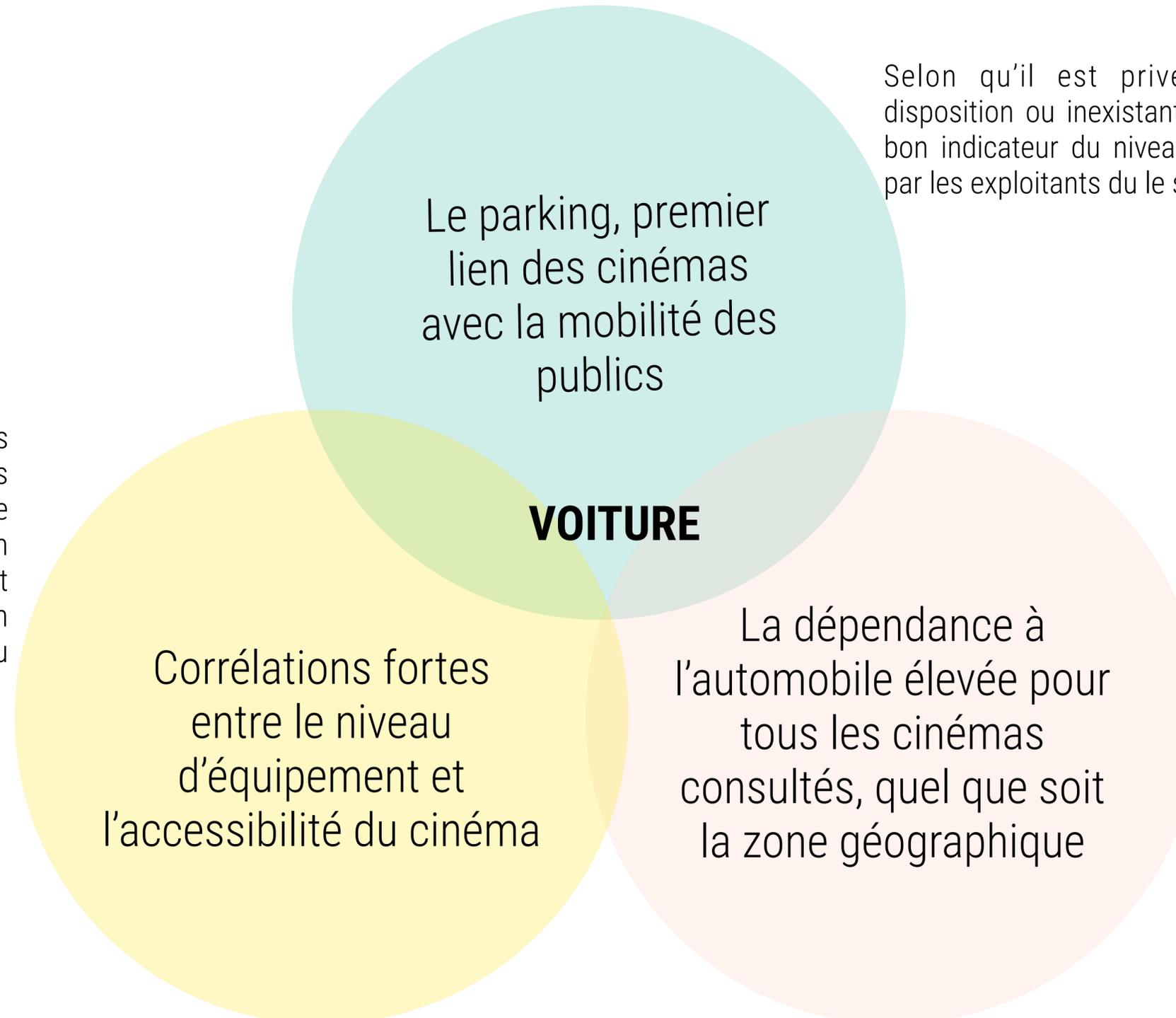
Communauté urbaine de Dunkerque > 6 cinémas

Structure des entretiens : place des lieux de culture ; prise en compte des spécificités des lieux de culture et spécifiquement cinéma ; politique tarifaire spécifique lieux de culture ; prérogatives sur les projets de lieux de culture ; cahier des charges de la DSP ; organe d'échange/gouvernance à propos des lieux culturels.

ENTRETIENS AVEC
LES CINÉMAS

UNE SENSIBILITÉ SUR LE SUJET DE LA MOBILITÉ, VARIÉE

Qu'il s'agisse de la connaissance des pratiques, des liens avec l'AOM, des actions entreprises, des marges de manœuvre ou encore la disposition au changement les exploitants sont sensibilisés à la question corrélativement à leur niveau d'équipement et d'accessibilité.



Selon qu'il est privé, simplement à disposition ou inexistant, le parking est un bon indicateur du niveau de connaissance par les exploitants du le sujet mobilité.

- En milieu péri-urbain (zones commerciales), les aménagements rendent l'usage de la voiture évident.
- En milieu rural, les flux intercommunaux entraînent un usage de la voiture contraint en raison du manque d'alternatives.
- En milieu urbain, l'usage de la voiture reste présent bien qu'inférieur du fait des possibilités multimodales.

DES VARIABLES D'INFLUENCE BIEN IDENTIFIÉES

SUR LA MOBILITÉ

La présence en milieu urbain ou rural conditionne l'accès au cinéma. La présence en zone d'activité est un autre facteur déterminant.

**IMPLANTATION
GEOGRAPHIQUE**

La présence ou non d'un parking conditionne le choix du mode de déplacement.

**INFRASTRUCTURE
DE STATIONNEMENT**



Certaines variables conditionnent la mobilité (implantation géographique) lorsque d'autres viennent améliorer/détériorer les conditions d'accès.

La dynamique territoriale est décisive : présence de transports en commun, d'aménagements cyclables.

**DYNAMIQUE
TERRITORIALE**

**UNE MOBILITÉ
MULTIFONCTIONNELLE
DES PUBLICS**

**PROFIL DE
SPECTATEUR**

L'âge et le niveau de revenu, sont des facteurs déterminants.

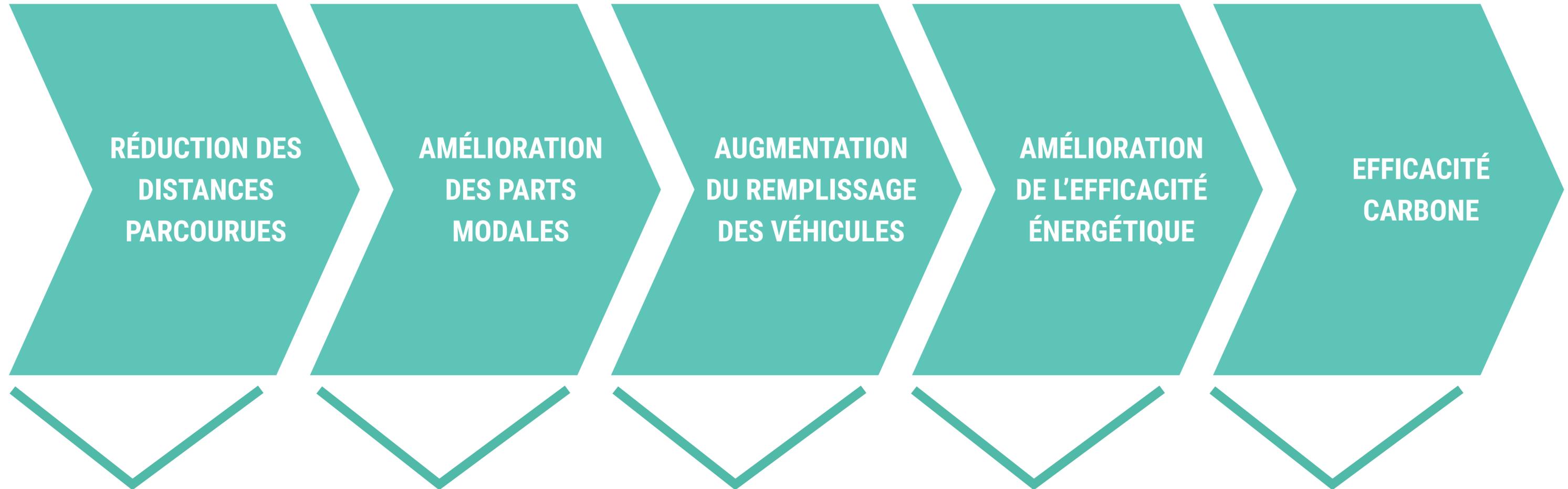
Les horaires d'ouverture ont un impact sur le mode de déplacement, notamment pour l'usage des transports en commun

**HORAIRES
D'OUVERTURE**

**TAILLE ET
FONCTIONNEMENT
DU CINÉMA**

Un cinéma mobile aura davantage de leviers sur la mobilité de ses spectateurs. Un cinéma propriétaire de ses murs pourra également agir sur les infrastructures de stationnement.

DES LEVIERS DIRECTS ET INDIRECTS IDENTIFIÉS



RÉDUCTION DES
DISTANCES
PARCOURUES

Le **cinéma itinérant** permet de réduire les déplacements des spectateurs vers des communes voisines, souvent réalisés en voiture.

Un **meilleur accès aux films** dans les cinémas de proximité.

AMÉLIORATION
DES PARTS
MODALES

Infrastructure : parkings vélos et équipements

Services : transports en commun

Animation : rando vélo/cinéma

Sensibilisation et communication : débat, diffusion de spots

Incitations financières : tarification mode utilisé

AUGMENTATION
DU REMPLISSAGE
DES VÉHICULES

Infrastructure : déploiement de places de parking réservées au covoiturage

Services : développement de solutions de covoiturage propres au cinéma

Sensibilisation : incitation à la pratique du covoiturage

AMÉLIORATION
DE L'EFFICACITÉ
ÉNERGÉTIQUE

Sensibilisation : communication sur l'éco-conduite

EFFICACITÉ
CARBONE

Infrastructures et équipements : déploiement de bornes de recharge électrique sur les parkings de cinéma

SYNTHÈSE DES ENJEUX

Cinémas
concernés

Milieu rural, centre de petits villages

**Milieu rural – bourgs et villes
intermédiaires**

Milieu urbain et péri-urbain

Modes actifs

Initier et sécuriser la pratique

Considérer les modes actifs comme un mode de déplacement pertinent à moyen et long terme, selon l'aménagement du territoire

Engager les spectateurs expérimentés et volontaires dans l'adoption de la pratique et sensibiliser

Militer pour des aménagements à proximité des sites

- Initier et sécuriser la pratique
- Militer pour des premiers aménagements cyclables courtes distances aux alentours des sites
- Militer pour des axes structurants entre communes sécurisés
- Envisager des stationnements cyclables sécurisés et abrités

· Améliorer et dynamiser la pratique

· Faciliter et améliorer l'usage du vélo via une collaboration étroite avec l'AOM : aménagements cyclables en direction de la zone d'activité

· Conforter et sécuriser la pratique avec des stationnements sécurisés et abrités, à proximité, et des infrastructures de réparation

**Transports en
commun**

Mettre en place ou augmenter une desserte en transports en commun

· Augmenter la desserte en transports en commun

· Augmenter la desserte en transports en commun

Automobile

Optimiser l'usage de la voiture à travers la pratique du covoiturage via une plateforme dédiée

Déployer des infrastructures adaptées à la pratique du covoiturage

Électrifier les usages

· Réduire l'usage de l'automobile via la réduction de places de parkings

· Optimiser l'usage de la voiture à travers la pratique du covoiturage via une plateforme dédiée

· Déployer des infrastructures adaptées à la pratique du covoiturage

· Électrifier les usages

ENTRETIENS AVEC

LES AOM

FOCUS SUR LES PRÉROGATIVES DES AOM

L'Autorité Organisatrice de la Mobilité est l'acteur public compétent en matière de mobilité sur son ressort territorial. Via cette compétence, elle peut organiser :

Des services réguliers de transport public ou des services à la demande

Des services de transport scolaire

Des services relatifs aux mobilités actives ou aux mobilités partagées

Des services de mobilité solidaire

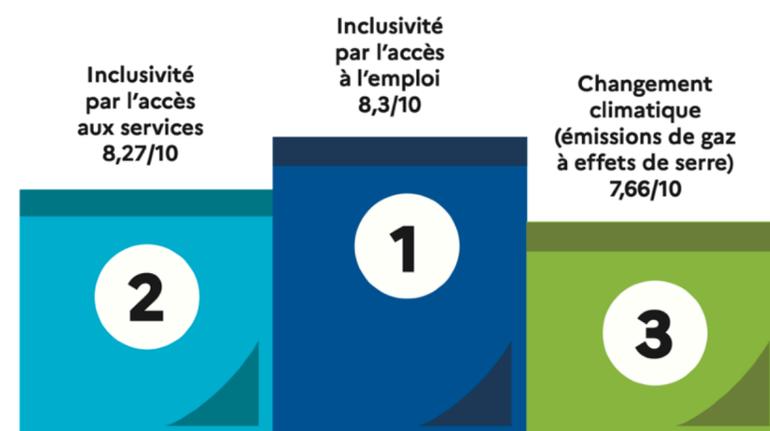
Des services de Conseil en mobilité pour les grands générateurs de flux

Des services de transport de marchandises ou de la logistique urbaine

◆ La Loi d'Orientation des Mobilités, promulguée fin 2019, vient apporter de nouveaux outils législatifs aux acteurs de la mobilité pour transformer le cadre général des politiques de transport notamment par le transfert de la compétence « mobilité » des communes à une Autorité Organisatrice de la Mobilité (AOM).

◆ L'objectif était de supprimer les zones blanches administratives de la mobilité. Une AOM peut être un Établissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI), un Syndicat Mixte ou la Région par substitution. En Hauts-de-France, à la différence d'autres régions, une grande partie des communautés de commune sont devenues AOM.

Classement des enjeux mobilité par les nouvelles AOM (moyennes sur 35 réponses)



[Données de l'Observatoire régional des transports \(ORT\) 2022](#)

Appréciations recueillies par l'ORT	Part des avis qui trouvent cette action appropriée (sur 41)
Mobilités actives (vélo, marche ...etc)	90%
Mobilités partagées (covoiturage, autopartage)	85%
Transport à la demande (TAD)	70%
Transport solidaire	68%
Services de conseil et d'accompagnement à la mobilité	58%
Aménagement de pôles d'échanges multimodaux	53%
Lignes régulières de transport en commun	34%

PDMS
Nouveaux modes de mobilité
Transport à la demande
Comité des partenaires
Mobilité Douce
Rabattement vers les gares et synchronisation avec la SNCF
Exemples de projets qui fonctionnent
Mise en place du covoiturage
Mobilité solidaire

[Données de l'Observatoire régional des transports \(ORT\) 2022](#)

DES RELATIONS LIMITÉES

Les services culture et mobilité en voie de décloisonnement

- ✓ Des habitudes de travail assez récentes
- ✓ Une coordination avant tout sur l'évènementiel
 - ➔ Travail entre la direction de la mobilité et la direction de la culture de la CUD dans le cadre du festival « La Bonne Aventure »
 - ➔ Mise en place avec DKBUS de rotations en soirées pour le festival

Les cinémas sont bien souvent en dehors du périmètre d'intervention des services mobilité

- ✓ Seul le service culture des collectivités fait office d'organe d'échange
- ✓ Les besoins des cinémas sur les sujets mobilité ne sont pas spécifiquement remontés auprès des AOM ou de leurs opérateurs
- ✓ Pourtant, dans les Hauts-de-France, 57% des cinémas sont publics ou associatifs

Pour impliquer les acteurs de la culture et la direction de la mobilité, on se réfère à l'article L1231-5 du code des Transports qui introduit, depuis décembre 2023, une obligation de créer un « comité des partenaires de la mobilité » entre services, financeurs et bénéficiaires.

DES PREMIÈRES INITIATIVES

- ✓ La mobilité est souvent identifiée comme un volet important de l'empreinte carbone
- ✓ Les AOM peuvent utiliser le levier de la RSE pour engager des réflexions avec les acteurs de la culture
- ✓ Avec Pass Pass et le Syndicat Mixte Hauts-de-France Mobilités
 - ➔ L'exploitant chargé de la mise en application de Pass Pass et de la politique de Hauts-de-France Mobilité doit, dans le cadre du marché, créer, à fréquence régulière, des contenus mobilité afin de sensibiliser les publics au sujet. Dans le nouveau calculateur d'itinéraire, l'accent est mis sur l'information voyageur « comment j'accède » aux lieux en précisant un lieu culturel en point d'arrivée ou de destination. Nous avons d'ores et déjà engagé cette réflexion sur l'intégration de calculateurs d'itinéraires sur les sites des cinémas avec des identifications dédiées.

Les rencontres avec les AOM sont indispensables pour les acteurs culturels et notamment pour les cinémas pour lesquels les opportunités d'échanges et de partenariats semblent faibles. Pour aller plus loin, il conviendrait d'échanger avec des plus petites AOM pour identifier si les hypothèses posées plus haut sont vérifiées.

Les Comités des partenaires peuvent constituer une opportunité de concertation entre les générateurs de flux que représentent les cinémas et les AOM.

DES OPPORTUNITÉS ET UNE RELATION À CONSTRUIRE

Repérer opportunités et contraintes avec d'autres types d'AOM sur d'autres territoires

Les rencontres avec les AOM sont indispensables pour les acteurs culturels et notamment pour les cinémas pour lesquels les opportunités d'échanges et de partenariats sont encore faibles

Les « Comités des partenaires » peuvent constituer une opportunité de concertation entre les générateurs de flux que représentent les cinémas et les AOM

Un échange peut être facilité avec les services culture des collectivités pour ce qui est des festivals de cinéma

Exemple : Comité des partenaires de la mobilité « *Café virtuel mobilité* »

Cible : tous les acteurs de la sphère culturelle référencés auprès de la MEL (théâtre, salles de concert, opéra...) de gestion métropolitaine, privée ou communale ainsi que les services en charge de la culture dans les communes.

Fréquence : une fois par mois depuis janvier 2024

Objectif : Sensibiliser et informer essentiellement sur différents sujets mobilité, que ce soit en matière d'offre sur le territoire (ex : projet SDIT, plan vélo) ou de dispositif pour les établissements (PDME, dispositifs de financements, réglementations, bons réflexes d'animation, Mai à Vélo...)

L'ENQUÊTE PAR QUESTIONNAIRE AUPRÈS DES EXPLOITANTS

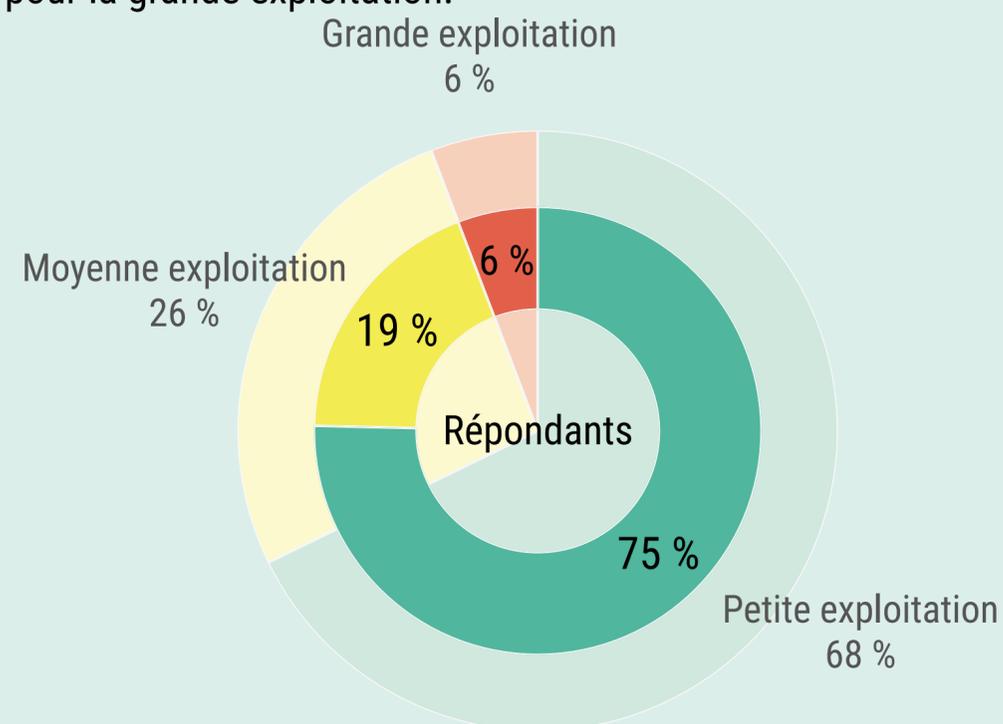


MÉTHODOLOGIE

59% des cinémas ont répondu au questionnaire

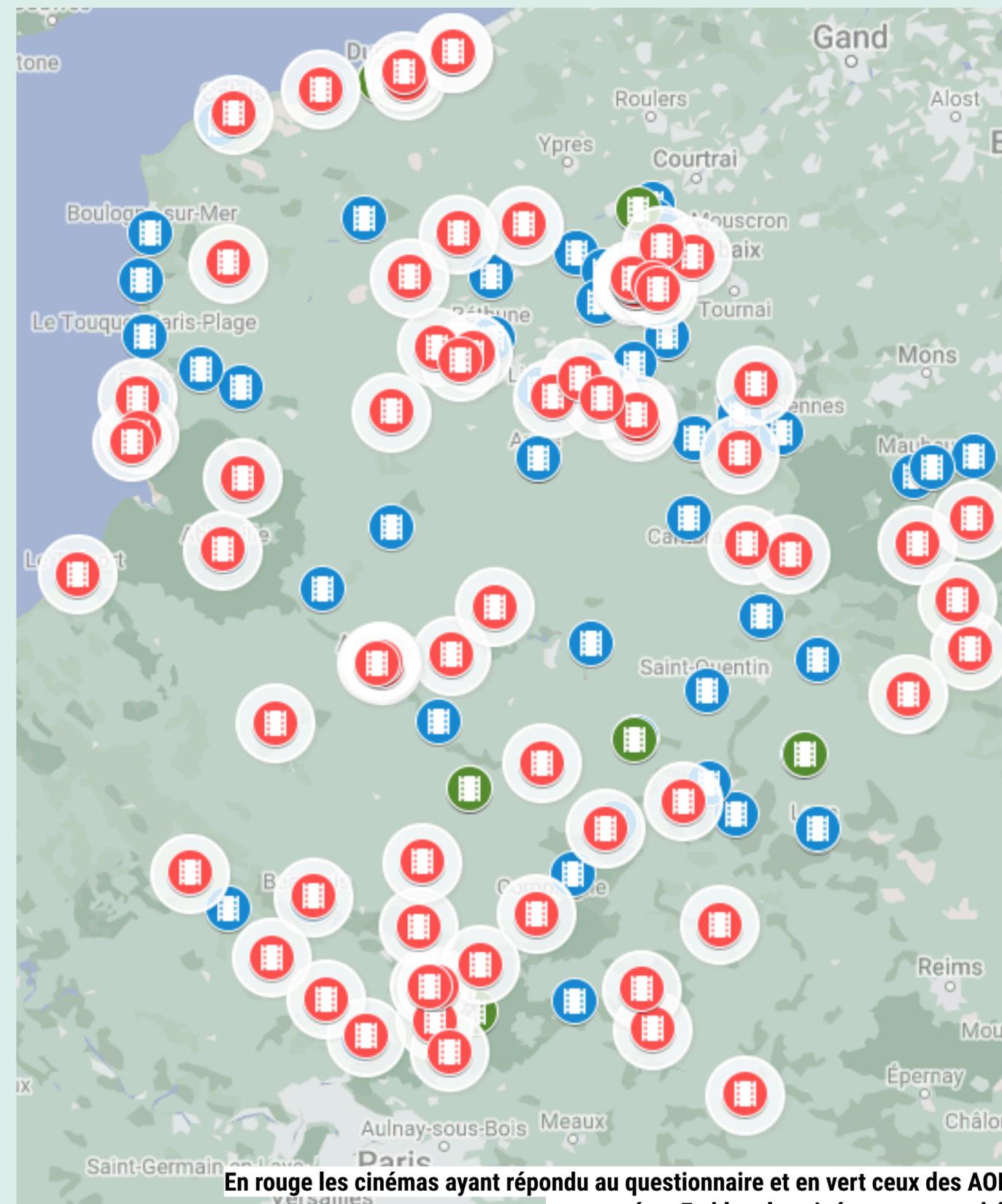
La répartition des cinémas ayant répondu est relativement proche de celle du parc des Hauts-de-France.

Sur-représentation de 7 points des cinémas de la petite exploitation. Egale répartition pour la grande exploitation.



Echantillon et répartition des réponses / Parc HDF

Lecture : la grande exploitation représente 6% du parc régional et 6% des réponses au questionnaire proviennent d'exploitants de la grande exploitation.

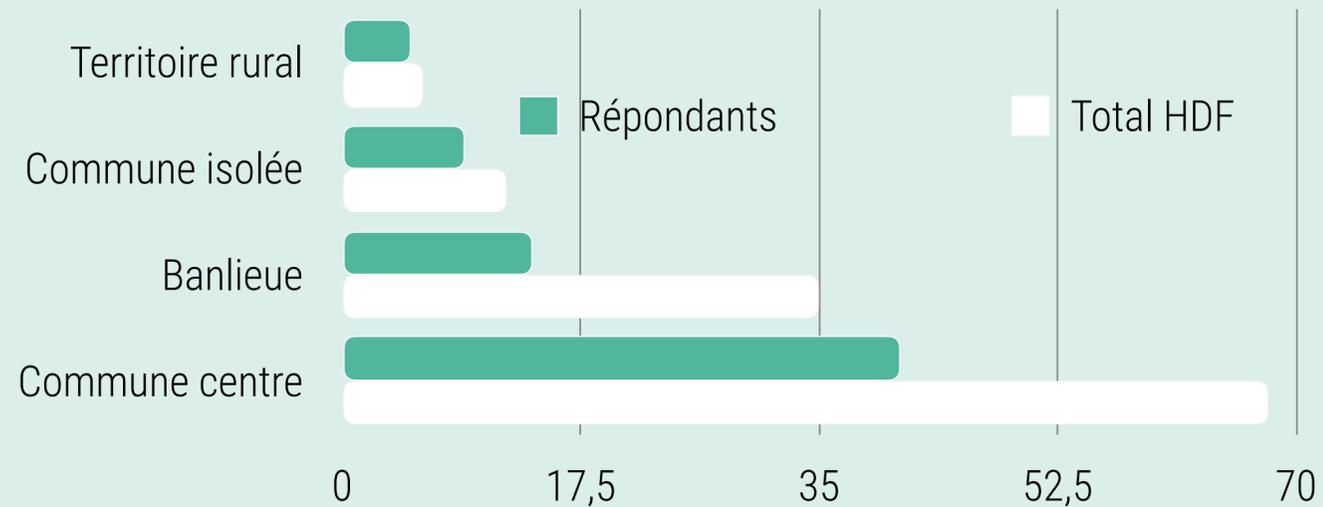


En rouge les cinémas ayant répondu au questionnaire et en vert ceux des AOM rencontrés. En bleu, les cinémas non touchés

MÉTHODOLOGIE

Afin de comprendre les pratiques mobilités des visiteurs, bénévoles et salariés des cinémas, une enquête de mobilité a été administrée aux directions des cinémas, via un formulaire en ligne.

Diffusée en juin/juillet 2024, 71 réponses ont été collectées soit 59% de taux de retour.



La trame du questionnaire abordait les volets suivants :

- Le profil des différents cinémas,
- L'accessibilité des cinémas par les modes de transports,
- Les pratiques des mobilités des publics, bénévoles et salariés,
- Les initiatives mises en place,
- L'Impact actuel de la mobilité et les leviers d'amélioration.

Ces données vont nous permettre d'identifier la connaissance qu'ont les exploitants de leur accessibilité et des pratiques de mobilité de leur public. Elles nous permettent également d'identifier les sujets d'intérêts pour les cinémas sur la mobilité et les initiatives déjà engagées.

L'ACCESSIBILITÉ



PROFIL DES CINÉMAS - VOITURE

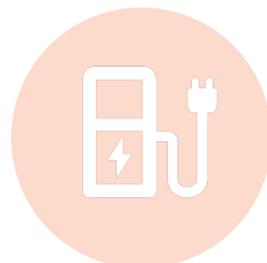


61% des cinémas disposent d'un parking public à proximité.

15% des cinémas sont propriétaires de leur propre parking (dont 50% se trouvent en zone d'activité).

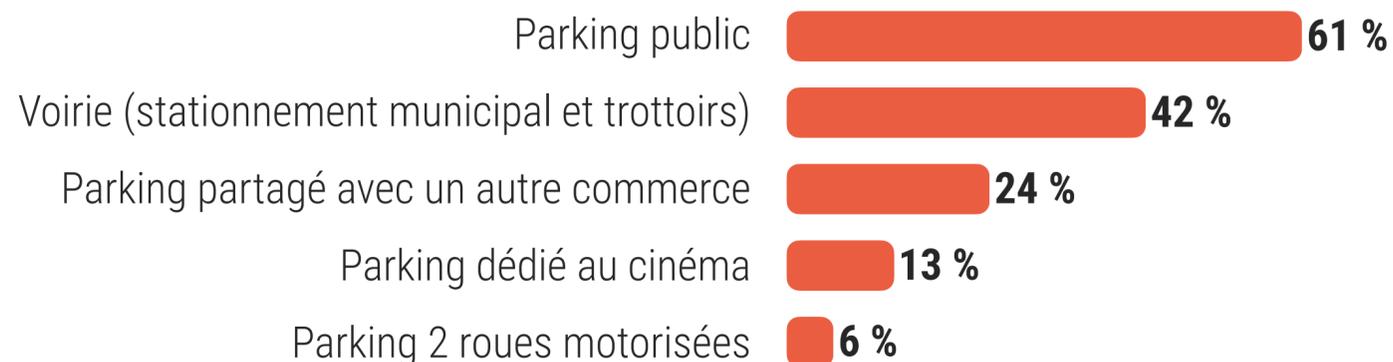


7% des répondants ont une aire de covoiturage proche de leur cinéma.

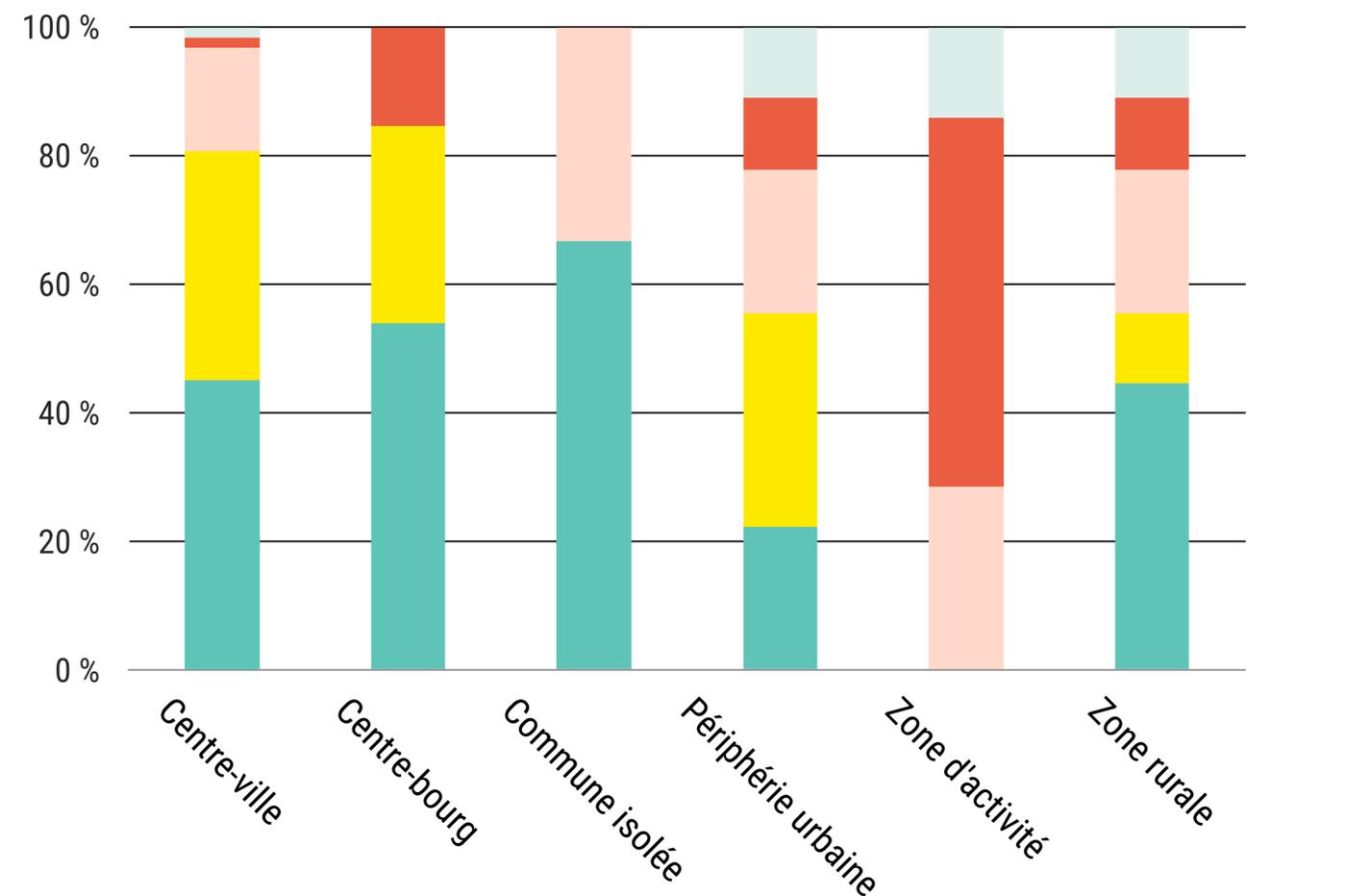


40% se situent à proximité d'une borne de recharge électrique.

OFFRE DE STATIONNEMENT VOITURE AUTOUR DES CINÉMAS (N=71)



OFFRE DE STATIONNEMENT VOITURE AUTOUR DES CINÉMAS SELON LA LOCALISATION GÉOGRAPHIQUE



Les cinémas de centre-ville, centre-bourg et zone rurale sont principalement équipés de stationnement sur voirie ou parking public.

Les cinémas en zone d'activités sont ceux qui bénéficient majoritairement de parking dédié ou partagé avec un autre établissement.

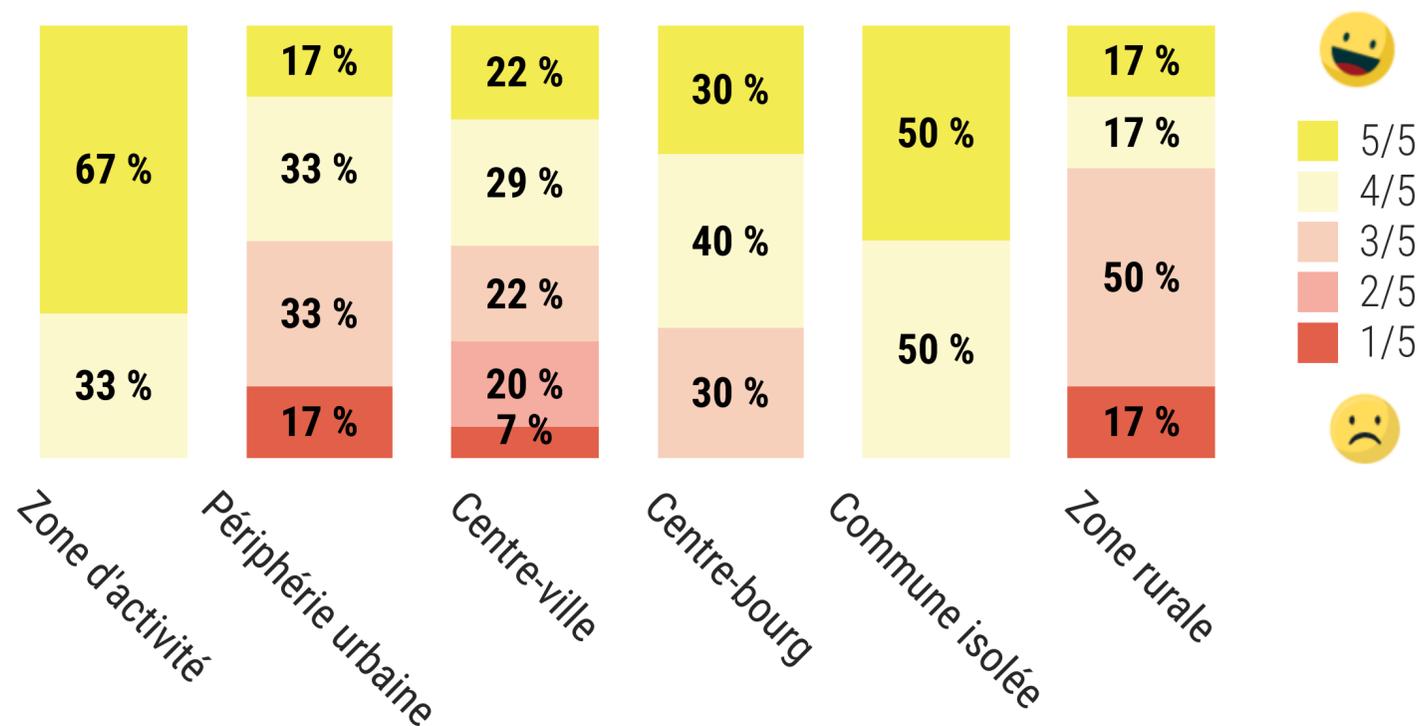
- Parking 2 roues motorisées
- Parking dédié au cinéma
- Parking partagé avec un autre commerce
- Voirie (stationnement municipal et trottoirs)
- Parking public



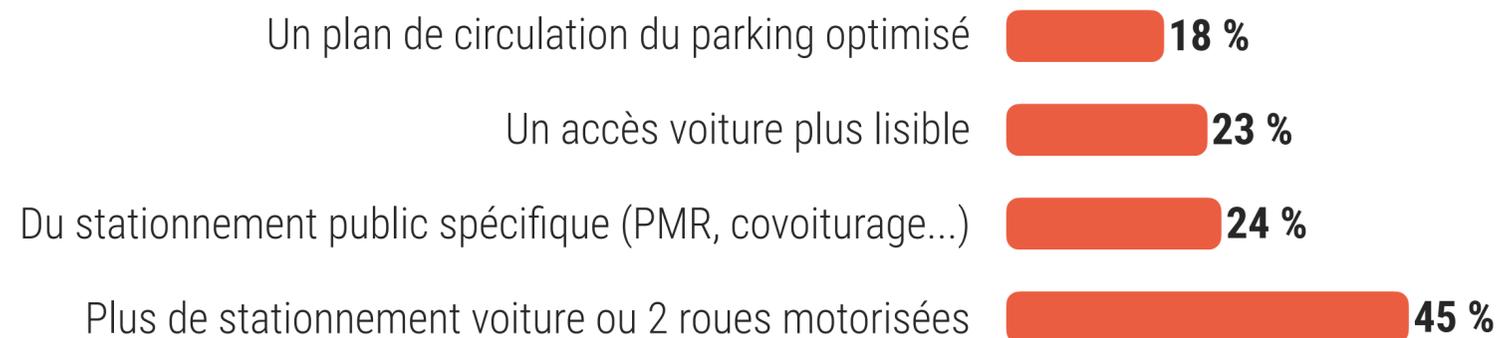
ACCESSIBILITÉ - VOITURE

82% des cinémas ont 100% de leurs salles accessibles PMR

ACCESSIBILITÉ DES CINÉMAS EN VOITURE /5 EN FONCTION DE LA LOCALISATION (N=71)



MESURES PLÉBISCITÉES PAR LES EXPLOITANTS POUR L'AMÉLIORATION DE L'ACCESSIBILITÉ DES CINÉMAS EN VOITURE (N=71)



68% des répondants se situent en centre-ville et 18% en zone rurale.

Ce qu'ils nous ont dit

Constats

« Le parking actuel est en zone bleue ce qui peut poser un problème d'accès »

Bonnes pratiques

« Mise en place entre différents spectateurs de covoiturage via une application WhatsApp »

Suggestions

« Plus de borne de recharge électrique »
« Ajouter des places PMR »



PART MODALE PUBLICS ESTIMÉE - VOITURE / 2 ROUES MOTORISÉES

70% des cinémas estiment que la part modale de la voiture est supérieure à 6/10 (selon l'enquête du CNC, la part modale de la voiture est de 61,8% en 2023).

34% des cinémas situés en centre-ville estiment que la part modale voiture du public est inférieure 5/10.

65% des cinémas ayant une accessibilité voiture supérieure à 4/5, ont une part modale supérieure à 7/10.



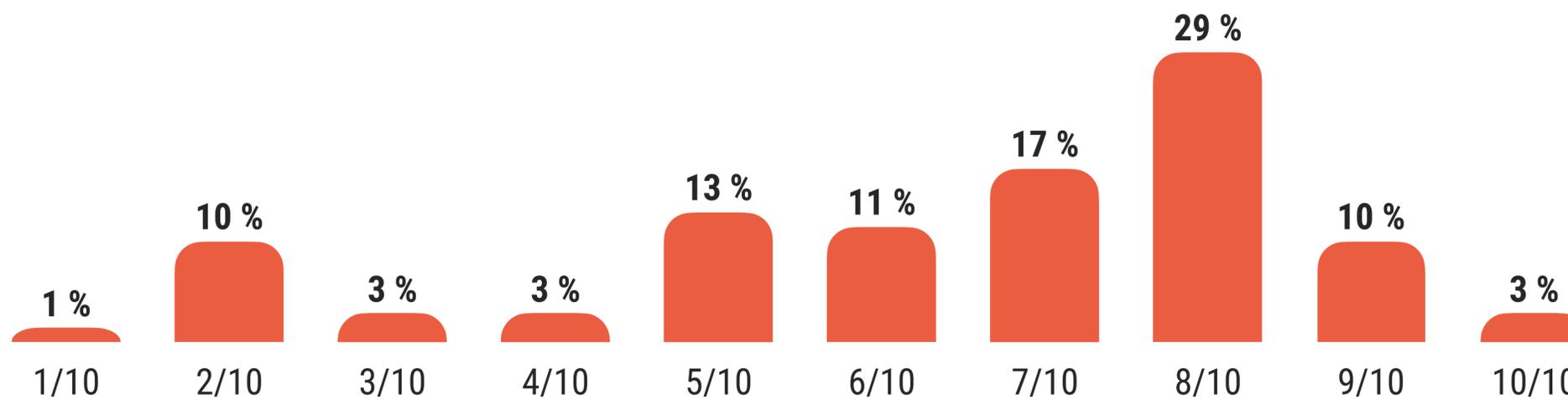
Selon les dernières données du CNC, l'usage de la voiture connaît une baisse : 72% en 2005, - 63% en 2016 et 62% en 2023 soit moins 10 points de %.

Cette baisse est absorbée par la hausse des modes actifs (intégrés dans la catégorie 2 roues) et de la marche.

Une évolution qui suit donc la tendance nationale générée par le Covid, la hausse du prix de l'essence et l'augmentation progressive des aménagements cyclables.

Plus l'accessibilité est bonne, plus la part modale voiture / 2 roues motorisées est élevée.

PART MODALE (ESTIMÉE) DU PUBLIC, VOITURE / 2 ROUES MOTORISÉES (N=71)

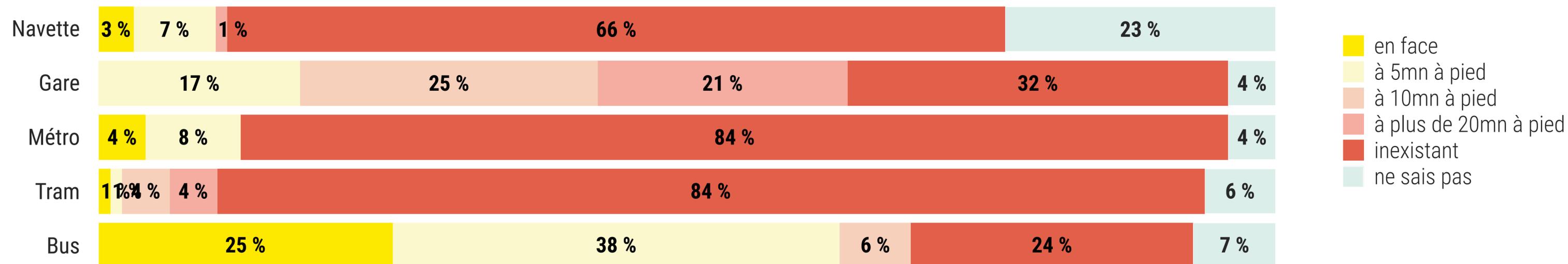


*29% des cinémas estiment que la part modale voiture du public est de 8/10 (80%)



PROFIL DES CINÉMAS EN TRANSPORTS EN COMMUN

INFRASTRUCTURES À PROXIMITÉ DES CINÉMAS (N=71)



L'accessibilité d'un cinéma augmente en fonction de sa proximité avec une zone urbaine.

20% cinémas localisés en centre-bourg ont un arrêt de bus à moins de 5 minutes à pied. Pour 60%, l'arrêt de bus est inexistant. Pour les cinémas situées en zone d'activité ou en périphérie urbaine, 83% ont un arrêt de bus à moins de 5 minutes à pied. Pour les cinémas situés en zone rurale, 83% ne disposent d'aucun arrêt de bus à proximité.



ACCESSIBILITÉ DES CINÉMAS EN TRANSPORTS EN COMMUN

AMPLITUDE HORAIRE DES TRANSPORTS EN COMMUN (N=71)

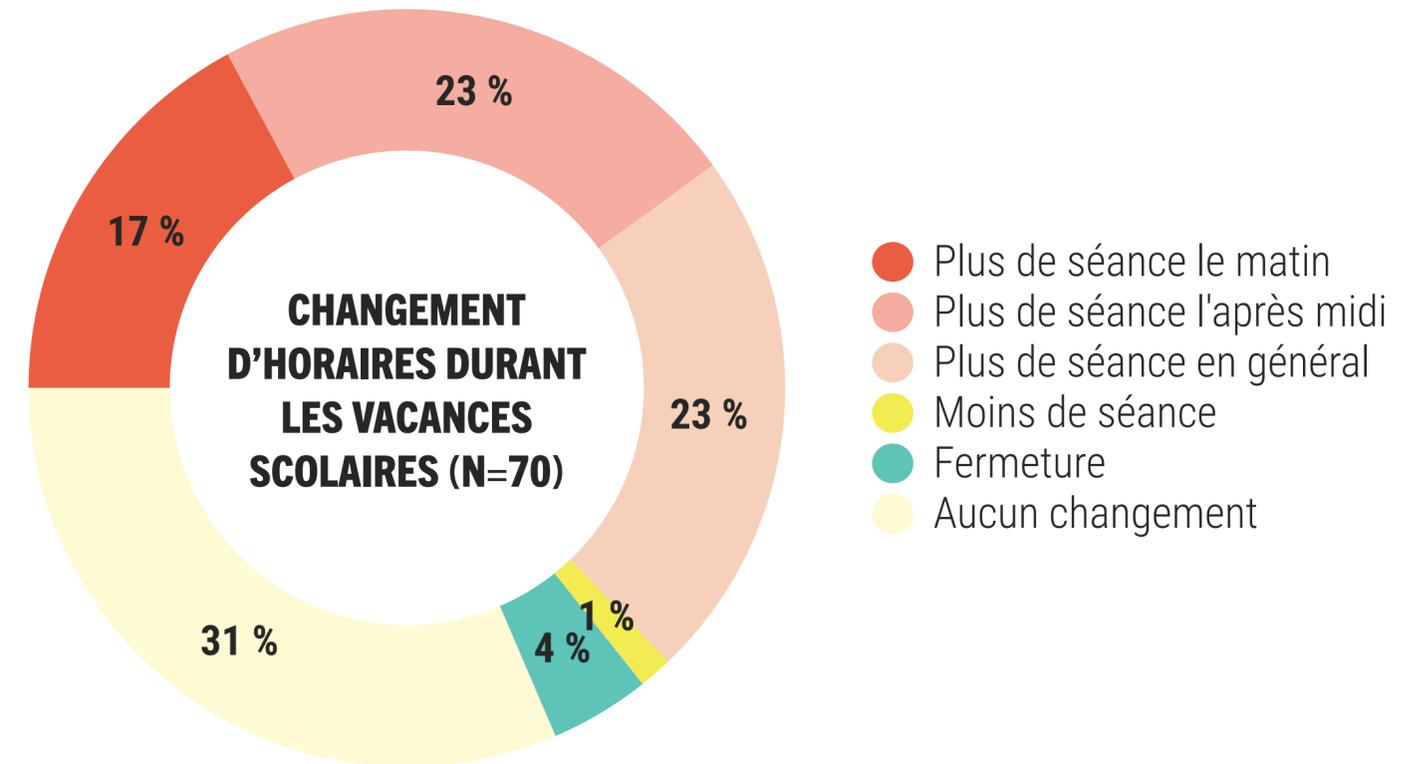
	En journée	Après 18h	Après 20h	Après 22h
En semaine	56%	45%*	21%	15%
Le week-end	61%	38%	34%	15%

* Clé de lecture : 45% des cinémas sont desservis pas un service de transports en commun la semaine après 18h

Seuls 2 cinémas sur les 10 cinémas situés en centre-bourg ont un bus après 22h en semaine.

En zone rurale ou en commune isolée, aucun des cinémas n'a de bus après 18h en semaine.

La desserte semble meilleure en fin de journée le weekend que la semaine puisque 24 cinémas déclarent avoir une desserte après 20h le weekend contre 15 en semaine y compris pour les cinémas en centre bourg, périphérie urbaine, commune isolée ou zone d'activités.



Période où l'offre de transports en commun baisse

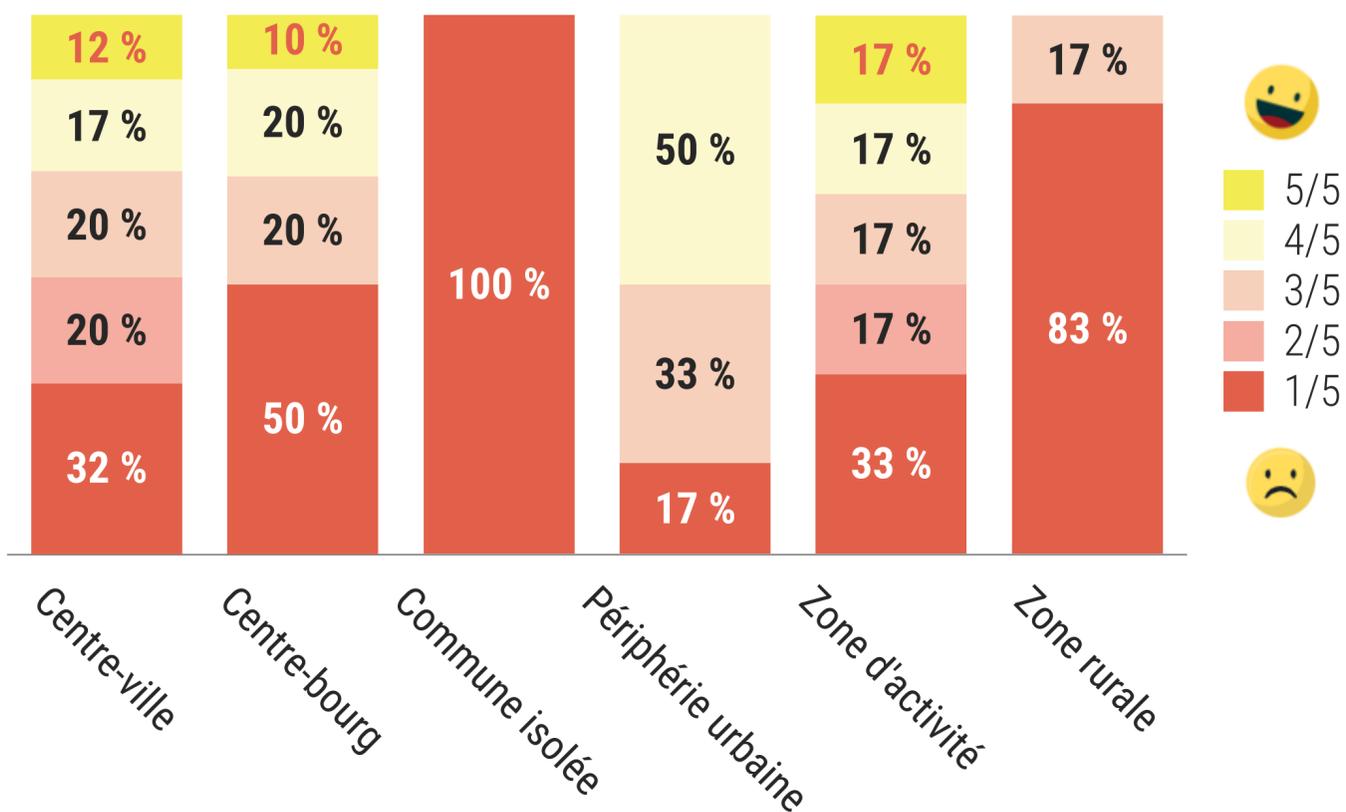
Augmentation de la fréquence des séances pour **73%** des cinémas durant la période des vacances scolaires





ACCESSIBILITÉ DES CINÉMAS EN TRANSPORTS EN COMMUN

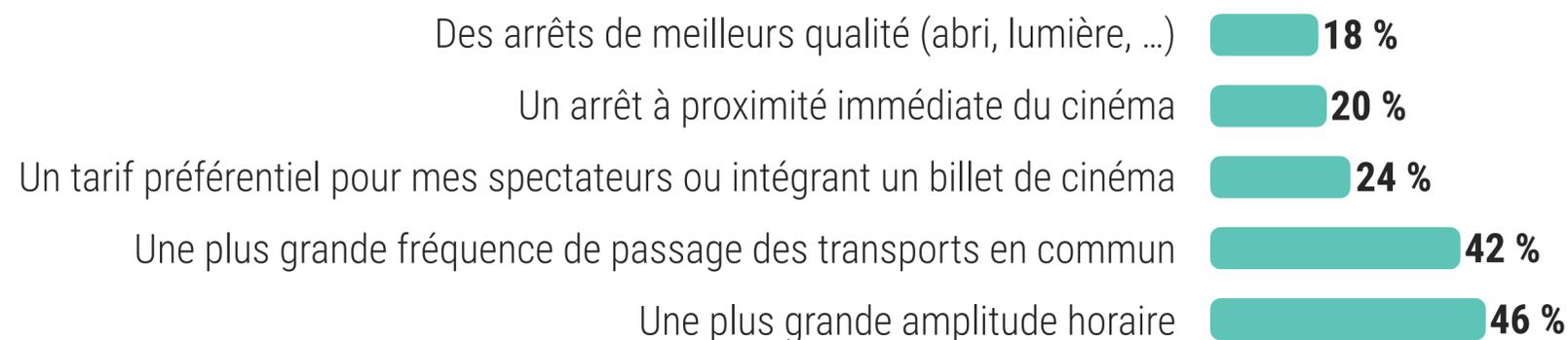
ACCESSIBILITÉ DES CINÉMAS EN TRANSPORTS EN COMMUN /5 (N=71)



28% jugent positivement leur accessibilité en transports en commun.

Seuls 21% des cinémas sont desservis par des transports en commun après 20h, alors que 76% des cinémas ont des séances après cet horaire.

MESURES PLÉBISCITÉES POUR L'AMÉLIORATION DE L'ACCESSIBILITÉ EN TRANSPORTS EN COMMUN (N=71)



63% des répondants se situent en centre-ville, 10% en zone rurale et 10% en périphérie urbaine

Les mesures les plus plébiscitées par les cinémas sont l'augmentation de la fréquence et de l'amplitude des transports en commun.

Ce qu'ils nous ont dit

« Une meilleure lisibilité des trajectoires des bus par rapport à leurs arrêts »

« Mise en place de bus en soirée et le dimanche »

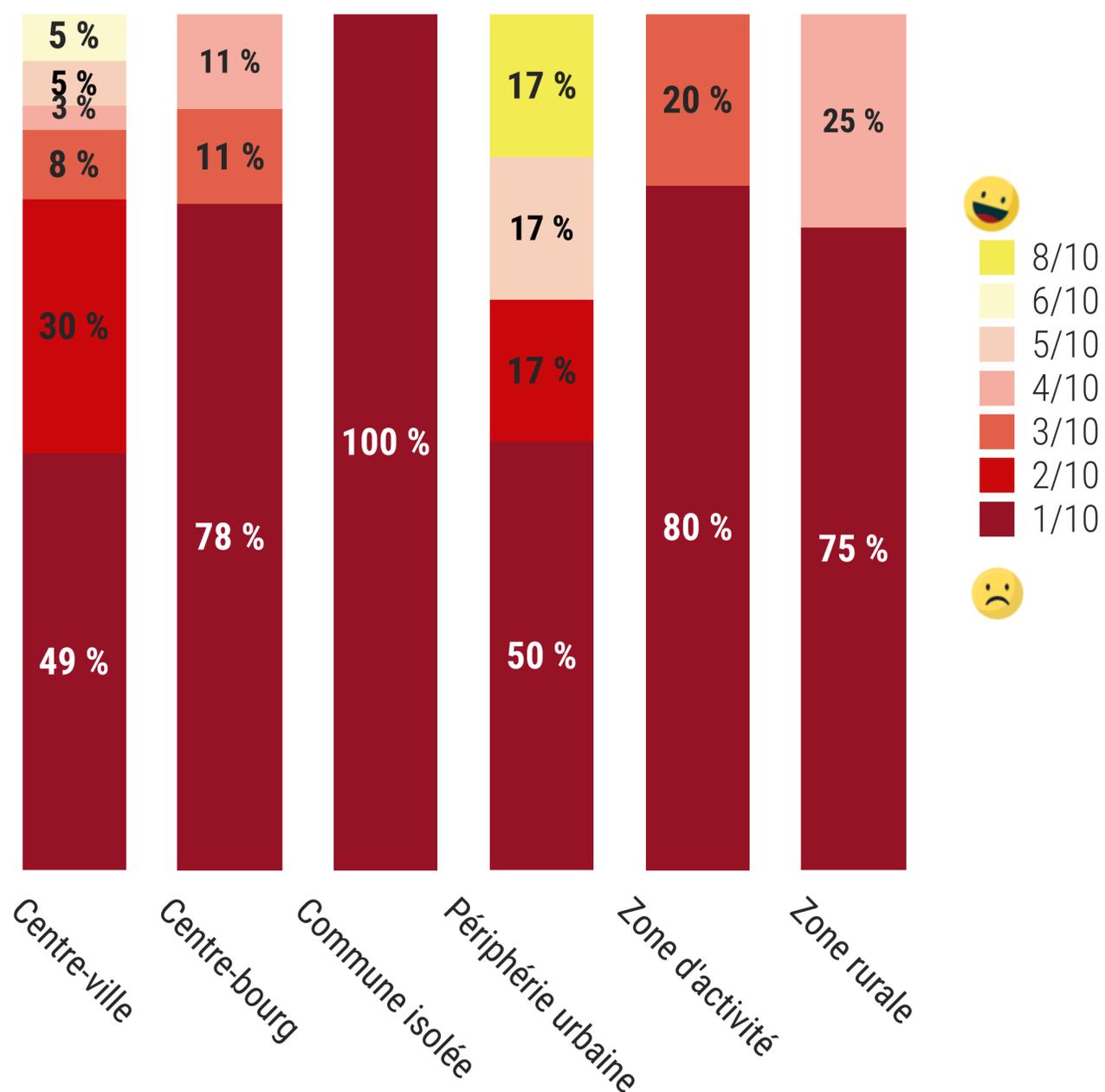
« Lisibilité et fléchage vers le cinéma »

« Plus de lignes qui s'arrêtent à cet arrêt (desservir plus de communes / zones) »



PART MODALE TRANSPORTS EN COMMUN

PART MODALE (RESSENTIE) DU PUBLIC, TRANSPORTS EN COMMUN (N=71)



Selon les dernières données du CNC, en 2023, les transports en commun représentaient 16,8% de la part modale pour se rendre au cinéma alors que la voiture représentait 61,8% de la part modale.

78% des cinémas estiment avoir une part modale de transport en commun du public **inférieure à 2/10**.

5% des cinémas situés en centre-ville estiment la part modale en transport en commun de leur public de 60%.

Une grande partie des cinémas situés en centre-bourg, commune isolée, zone d'activité et zone rurale estiment la part modale transports en commun de leur public **inférieure à 10%**.

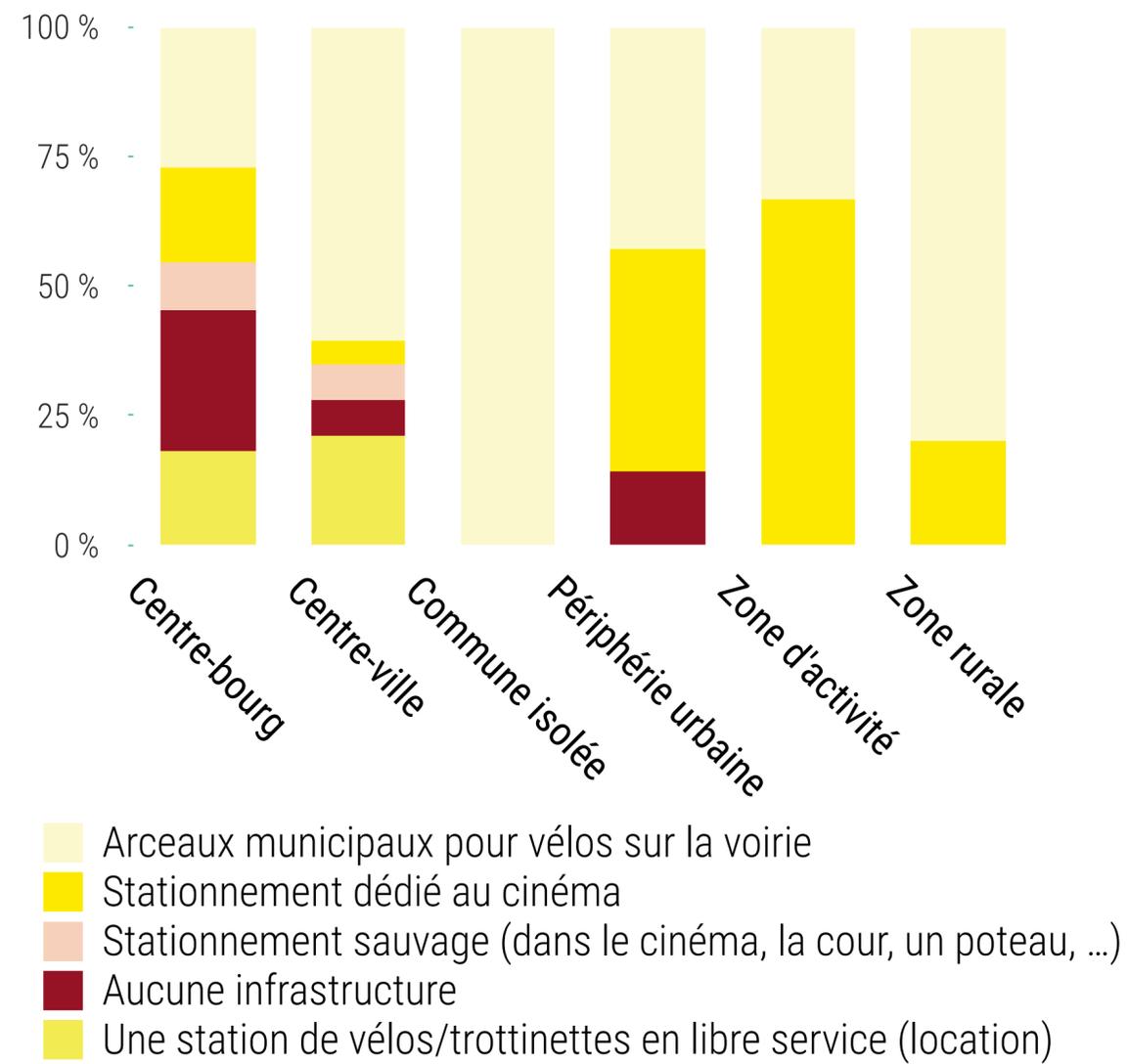
100% des cinémas ayant une accessibilité en transports en commun supérieure à 4/5, ont une part modale **supérieure à 5/10**.

Plus l'accessibilité est bonne, plus la part modale des transports en commun est élevée.



PROFIL DES CINÉMAS À VÉLO

TYPOLOGIE DE STATIONNEMENT VÉLO PAR LOCALISATION (N=71)



65% des cinémas disposent d'un parking vélo à proximité (moins de 5 minutes).

60% des cinémas possédant un parking à vélo à proximité se situent en **centre-ville**.

10% des cinémas n'ont aucun stationnement dédié pour les vélos. Parmi eux, 3 sont situés en centre-ville et 3 en centre-bourg.

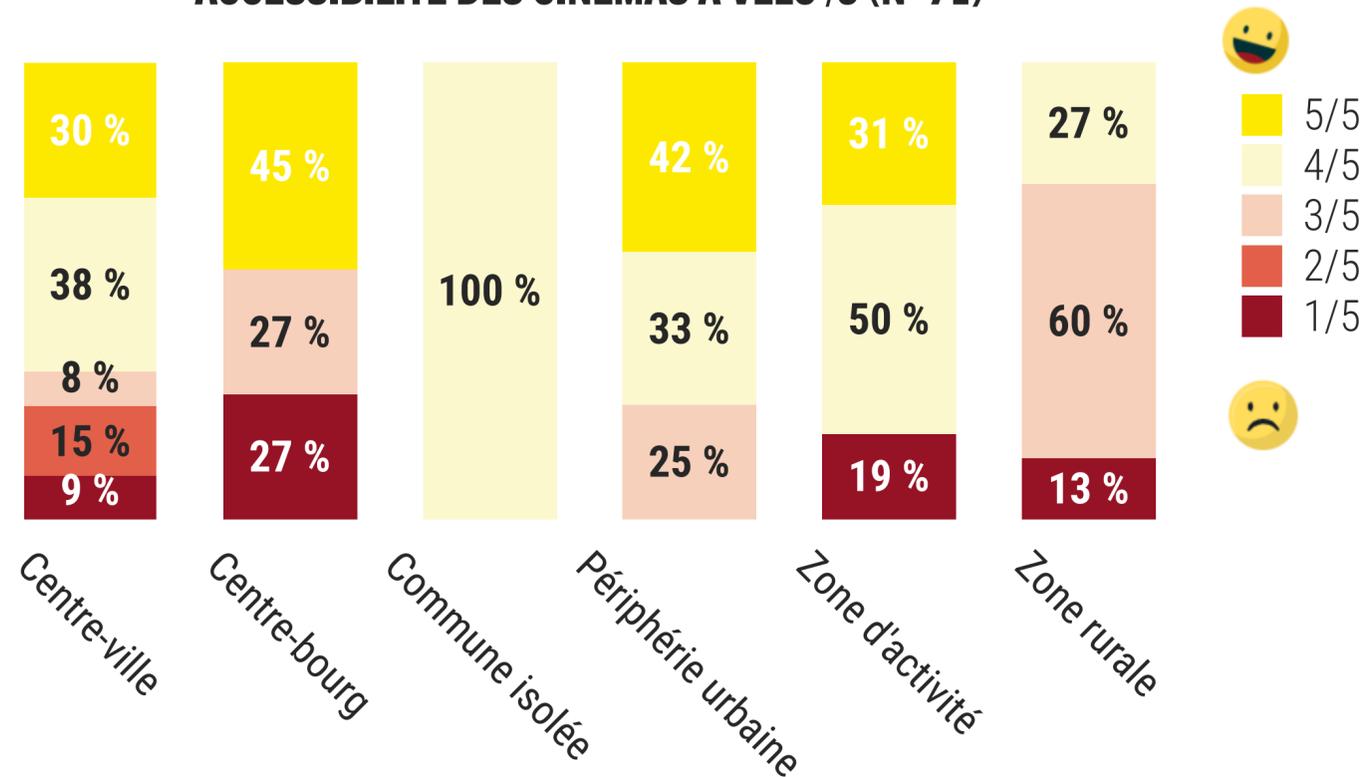
On constate la **présence de stationnements dédiés au cinéma dans toutes les typologies de cinéma** excepté en commune isolée.

Les **arceaux vélo municipaux** sont l'équipement majoritaire pour les cinémas en centre-ville, en centre-bourg, en zone rurale et en commune isolée.



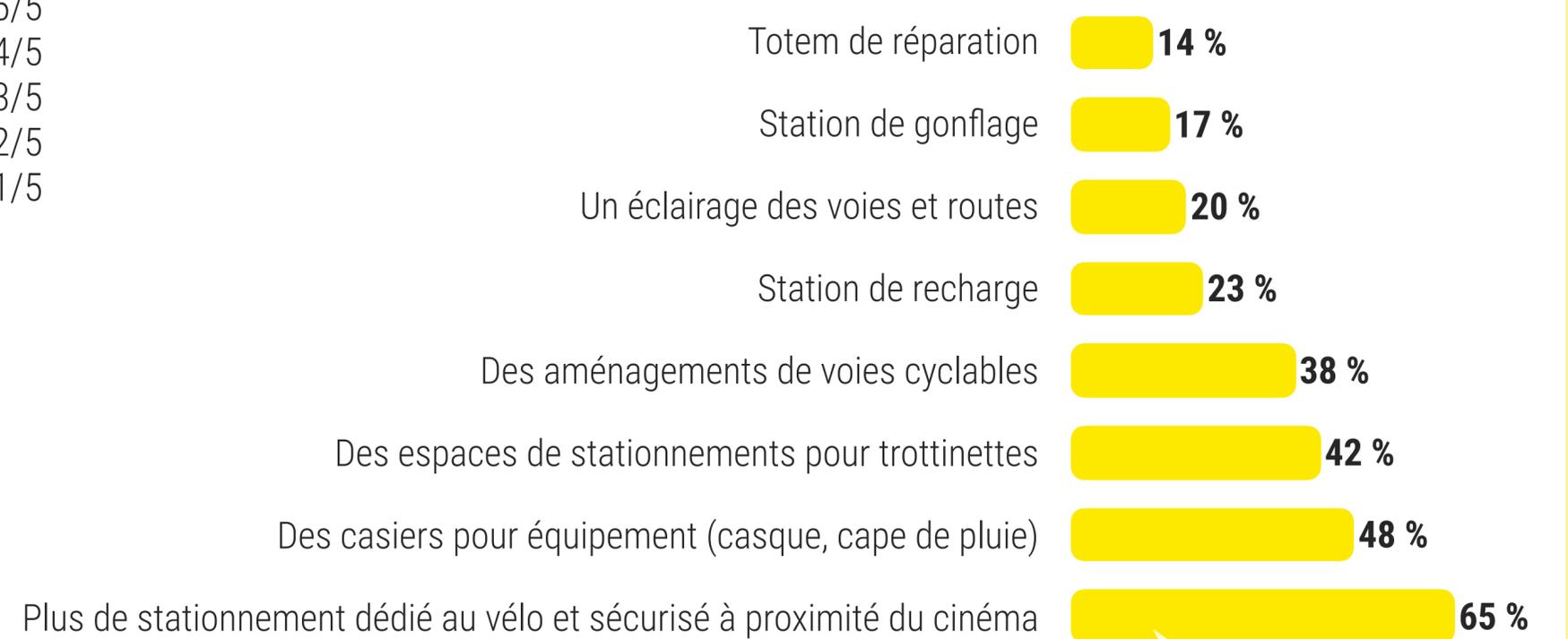
ACCESSIBILITÉ DES CINÉMAS À VÉLO

ACCESSIBILITÉ DES CINÉMAS À VÉLO /5 (N=71)



66% des répondants jugent leur accessibilité vélo positivement, supérieure à 4/5.

MESURES PLÉBISCITÉES POUR L'AMÉLIORATION DE L'ACCESSIBILITÉ DES CINÉMAS À VÉLO (N=71)



La mesure la plus plébiscitée par les cinémas est la mise en place de plus de stationnements vélo sécurisés pour 65% d'entre eux.

67% des répondants se situent en centre-ville et 15% en centre-bourg

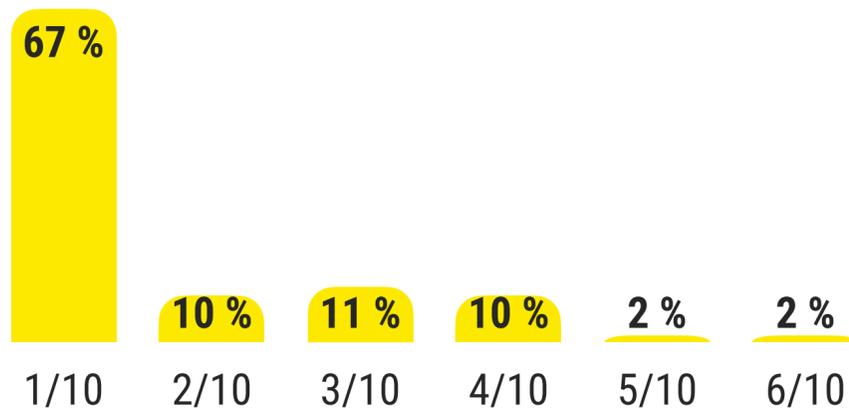


Contre intuitif : ce n'est pas tant la construction de voies cyclables et leur sécurité, que le stationnement qui préoccupe les répondants. Il y a un impensé concernant le parcours client.



PART MODALE EN VÉLO

PART MODALE (RESSENTIE) DU PUBLIC, VÉLO (N=71)

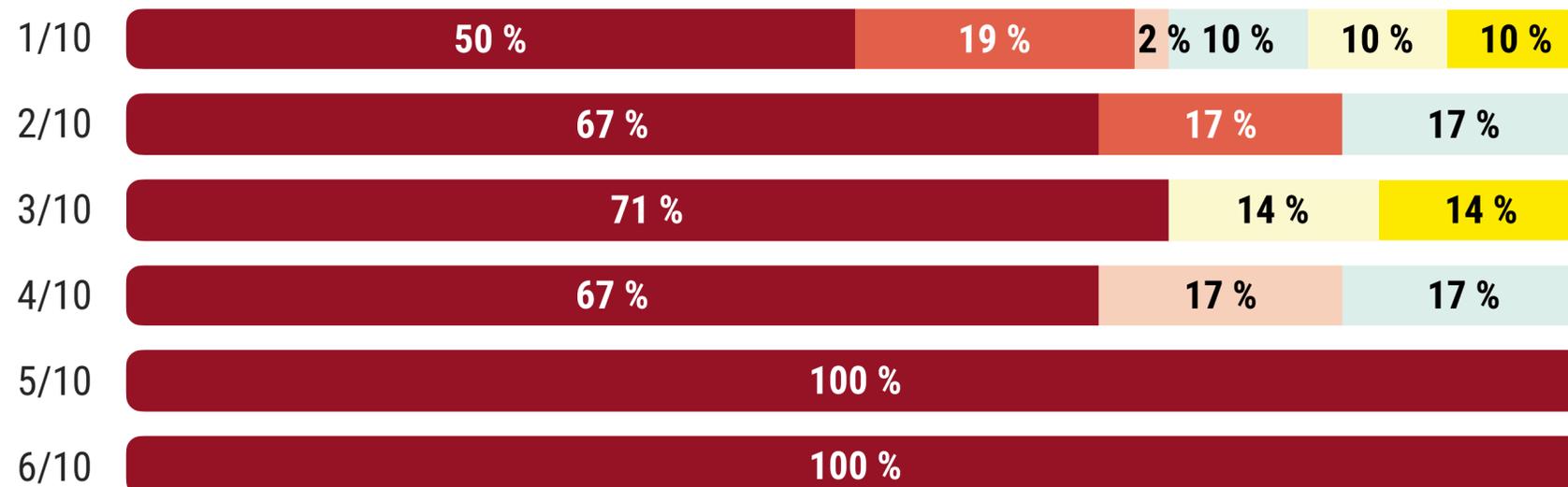


67% des cinémas estiment que seuls 10% de leur public utilisent le vélo pour se rendre au cinéma.

100% des cinémas ayant une accessibilité vélo supérieure à 4/5, ont une part modale vélo supérieure à 5/10. Plus l'accessibilité est bonne, plus la part modale du vélo est élevée.

La part modale du vélo est très faible quelle que soit la localisation du cinéma. On constate que 100% des parts modales supérieures à 5/10 sont des cinémas situés en centre-ville.

PART MODALE (RESSENTIE) DU PUBLIC, VÉLO, PAR LOCALISATION (N=71)



- Centre-ville
- Centre-bourg
- Commune isolée
- Périphérie urbaine
- Zone d'activité
- Zone rurale

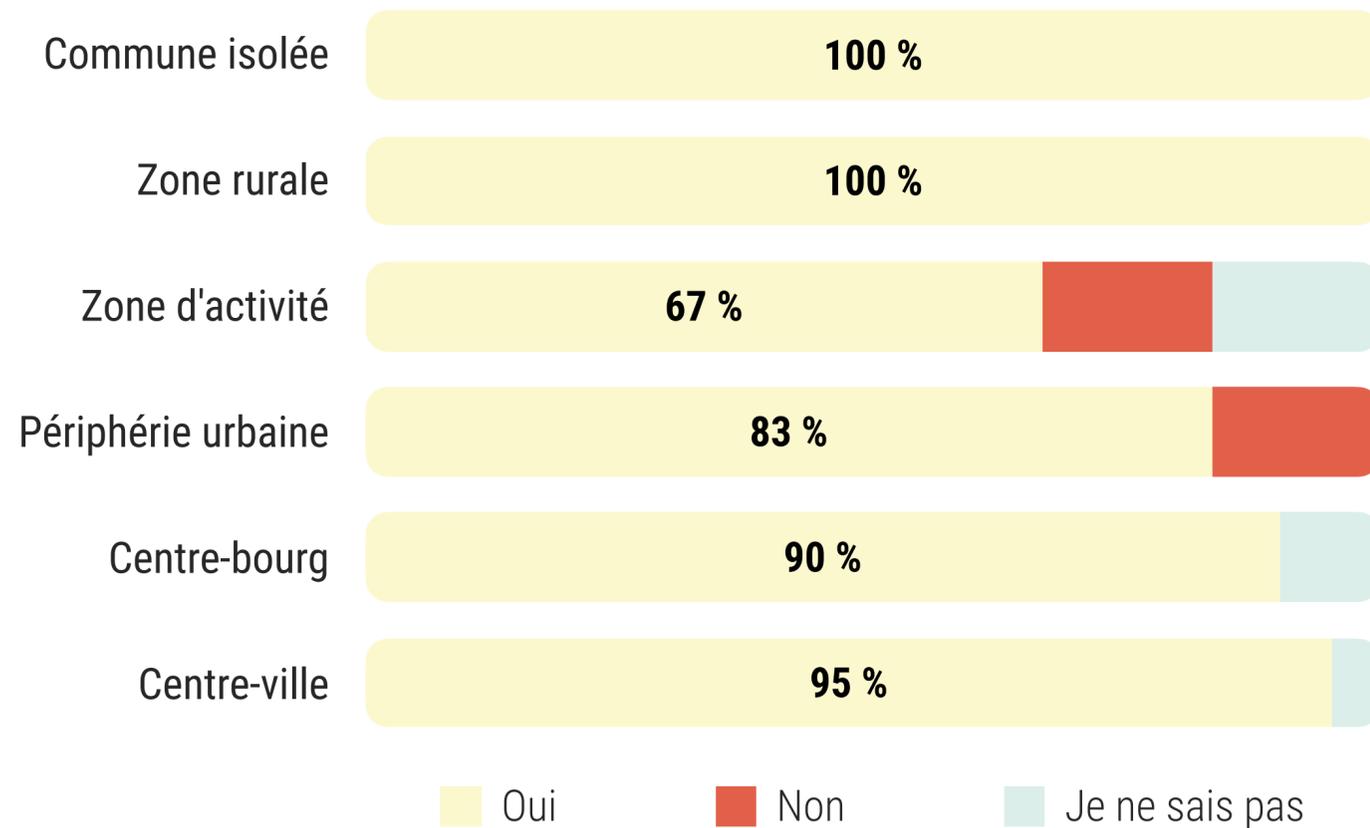


Selon les dernières données du CNC, en 2023, les deux roues (moto, scooter, vélo) représentaient 4,6% de la part modale pour se rendre au cinéma.



PROFIL DES CINÉMAS À PIED

FACILITÉ DE L'ACCÈS PIÉTON AU CINÉMA SELON LA LOCALISATION (N=71)



RAISONS DE LA MAUVAISE ACCESSIBILITÉ PIÉTONNE

- ✓ Absence de lisibilité et fléchage vers le cinéma
- ✓ Sécurité des piétons à proximité des grands axes routiers

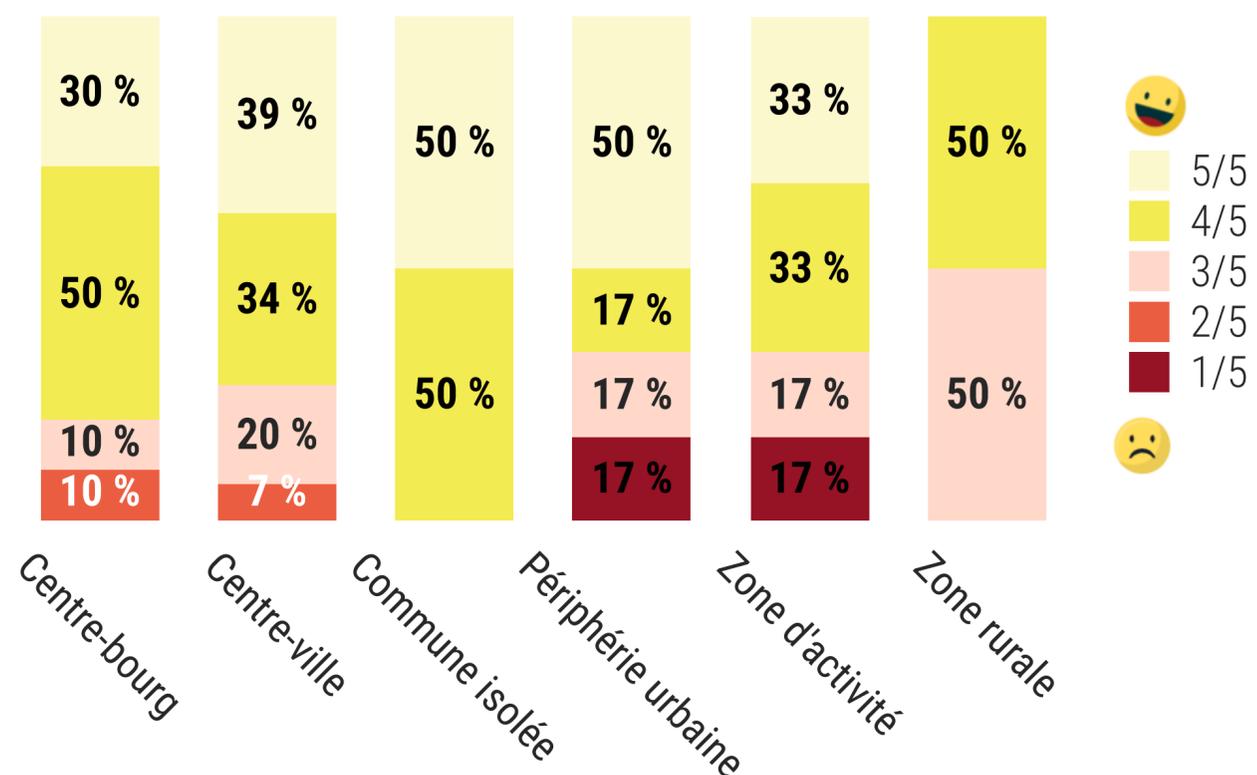


« À Arras, la Place des Héros, piétonnière depuis 2018, a permis de redynamiser le commerce, avec un taux de vacance commerciale qui est passé de 17% à 9%. Ces réussites montrent qu'une bonne concertation, combinée à des projets bien pensés, peut faire évoluer positivement les habitudes de déplacement. » Cf. ADEME - [Réduire la place de la voiture en ville : une analyse des perceptions sociales favorables](#)

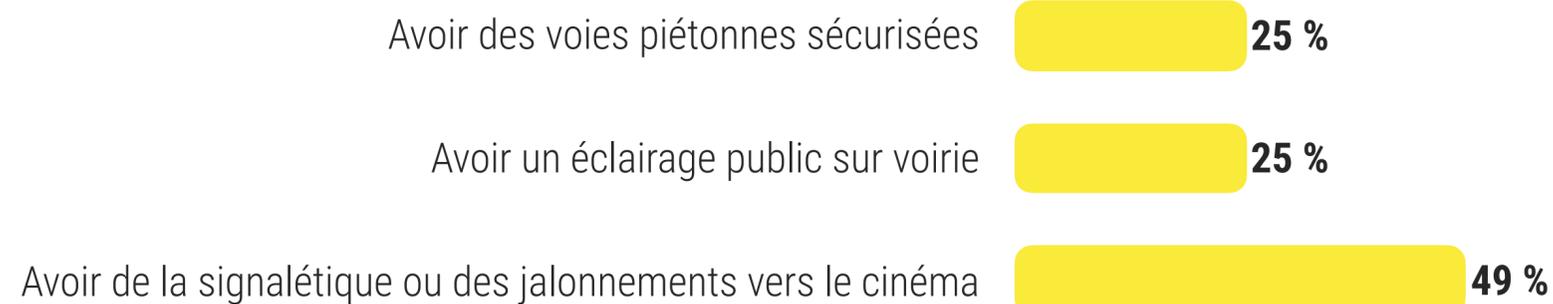


ACCESSIBILITÉ DES CINÉMAS À PIED

ACCESSIBILITÉ DES CINÉMAS À PIED/5 (N=71)



MESURES PLÉBISCITÉES POUR L'AMÉLIORATION DE L'ACCESSIBILITÉ DES CINÉMAS À PIED (N=71)



68% des répondants se situent en centre-ville, et 11% en centre-bourg.

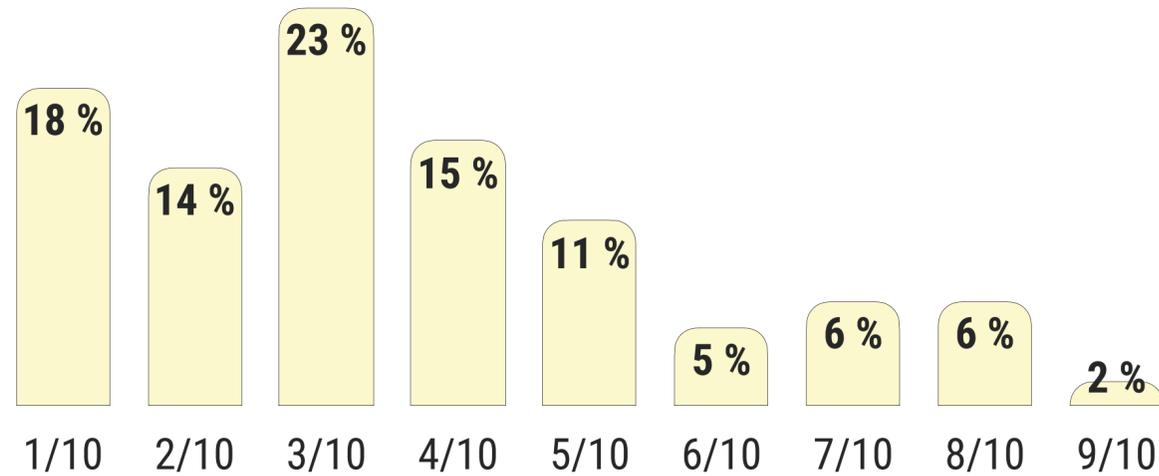
72% des répondants jugent leur accessibilité piétonne supérieure à 4/5 et donc plutôt satisfaisante.

La mesure la plus plébiscitée par les cinémas est la mise en place d'une signalétique piétonne menant aux cinémas, pour **49%** d'entre eux.



PART MODALE MARCHÉ

PART MODALE (RESSENTIE) DU PUBLIC, MARCHÉ (N=71)



55% des cinémas estiment avoir une part modale piétonne inférieure à 3/10.

68% des cinémas qui jugent leur part modale piétonne supérieure à 5/10, se situent en centre-ville.

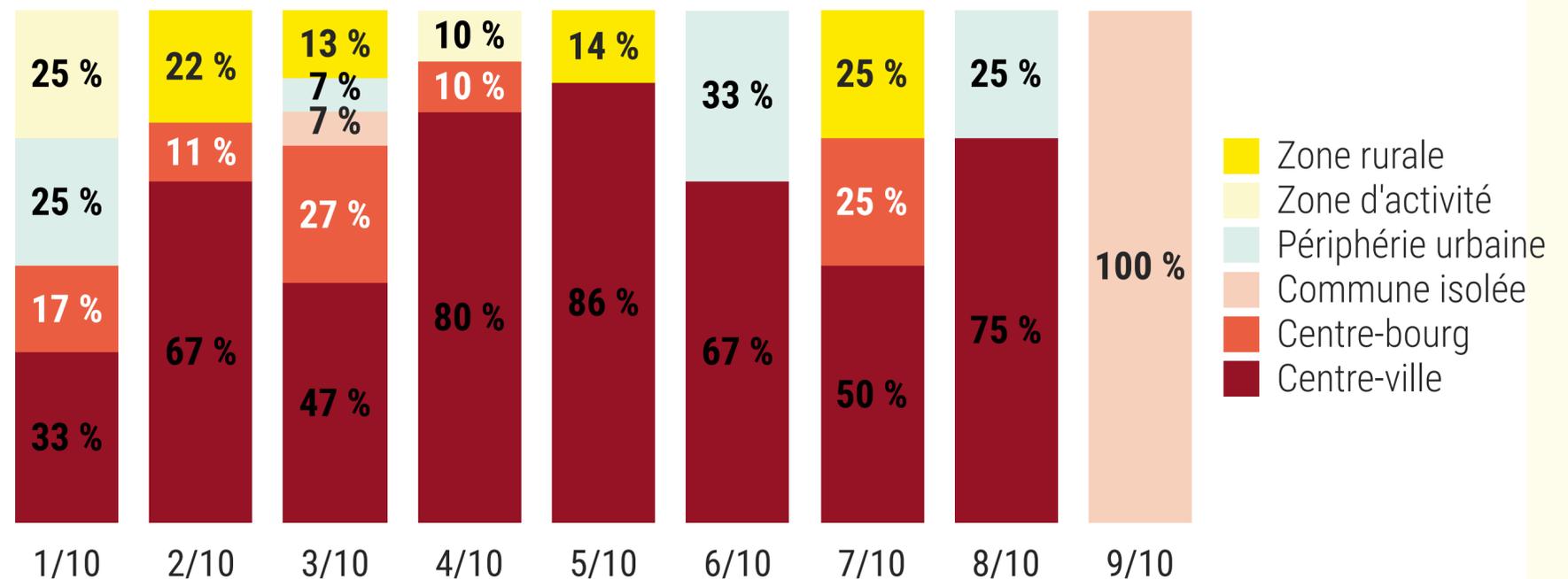
100% des cinémas ayant une accessibilité piétonne supérieure à 4/5, ont une part modale marche supérieure à 7/10. Plus l'accessibilité est bonne, plus la part modale est élevée.



Selon les dernières données du CNC, en 2023, la marche représentait 16% de la part modale pour se rendre au cinéma.

La part modale de la marche ressentie du public est très aléatoire et ne dépend pas de la localisation géographique. En effet pour les cinémas de centre-ville par exemple, on a autant de cinémas qui estiment avoir une part modale de la marche de 20% que de cinémas qui estiment avoir une part modale de la marche de 50%.

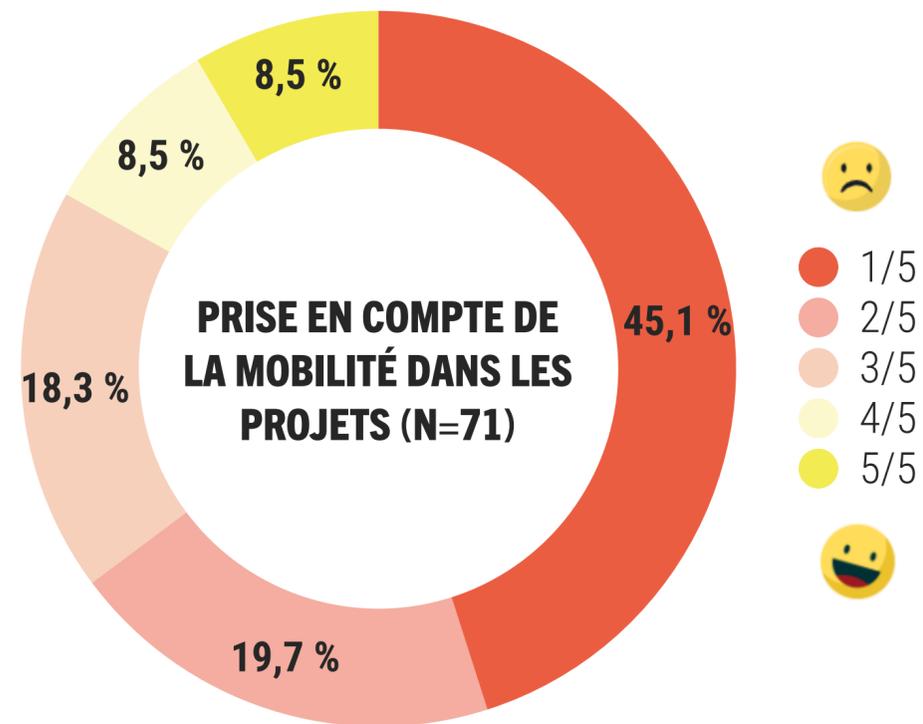
PART MODALE (RESSENTIE) DU PUBLIC, MARCHÉ (N=71)



INITIATIVES

FAIBLE PRISE EN COMPTE DE LA MOBILITÉ

DANS LES PROJETS DES CINÉMAS



INITIATIVES MOBILITÉ DES CINÉMAS (N=71)

18%

Décalage des horaires de séances (alignement sur la circulation transports en commun)

15%

Information sur les transports (indiquées sur le site et/ou le programme)

8%

Travail avec la collectivité pour améliorer l'accessibilité en transport du cinéma

65%

Pas d'initiative particulière



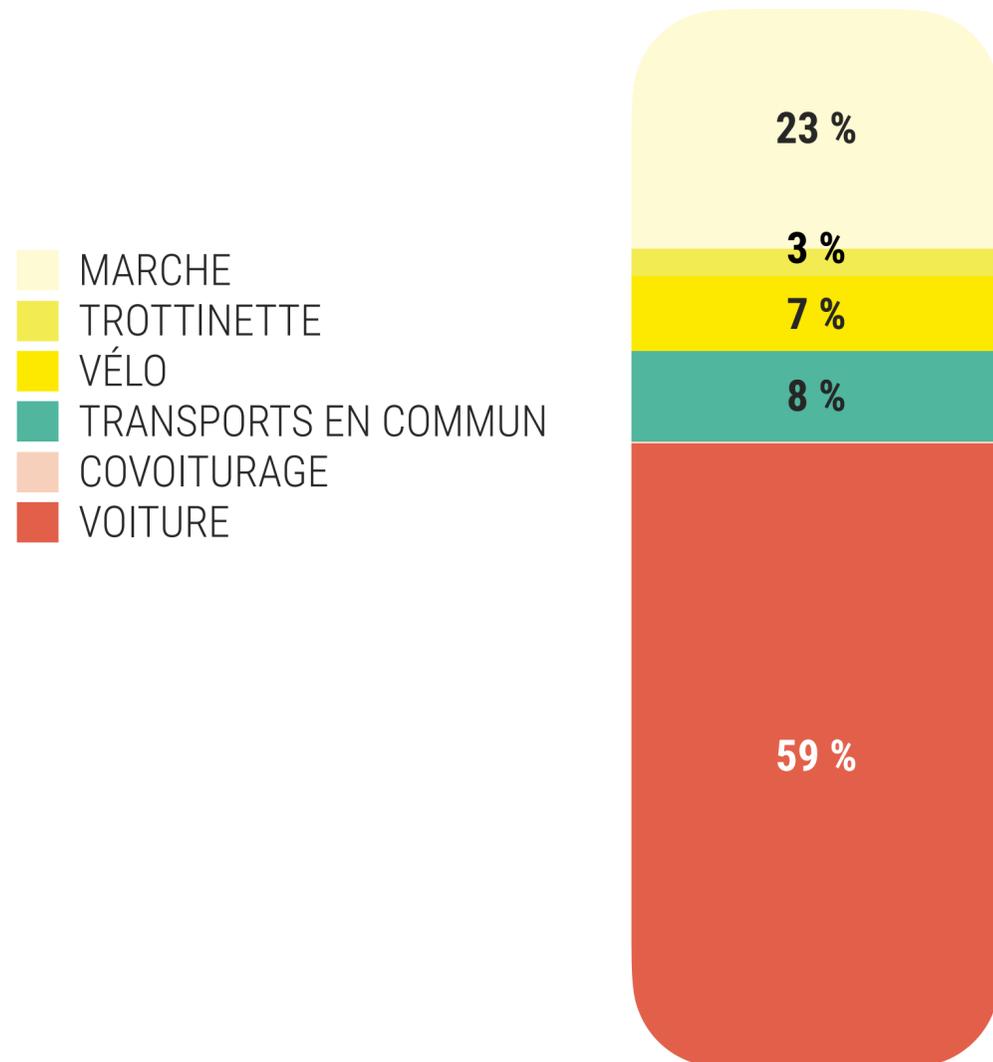
45% des cinémas ne prennent pas du tout en compte la mobilité dans leurs projets (1/5). Aujourd'hui, **17%** des cinémas prennent la mobilité vraiment en compte.

AMÉNAGEMENTS

POUR LES SALARIÉS/BÉNÉVOLES



RÉPARTITION MODALE RESENTIE CHEZ
LES SALARIÉS ET BÉNÉVOLES (N=71)



59% des salariés et bénévoles utilisent la voiture individuelle comme mode de transport (0% de covoiturage).

33% des salariés et bénévoles utilisent des modes actifs comme mode de transport.

8% des salariés et bénévoles des cinémas prennent des transports en commun comme mode de transport principal.

Directive européenne sur les bâtiments non-résidentiels (tertiaires) - que le bâtiment soit neuf ou pas - désormais dès lors qu'ils possèdent 20 places de parking voiture, se doivent d'aménager un parking vélo pour ses collaborateurs à hauteur de 10 à 15% de la capacité d'accueil du lieu d'ici 2027.



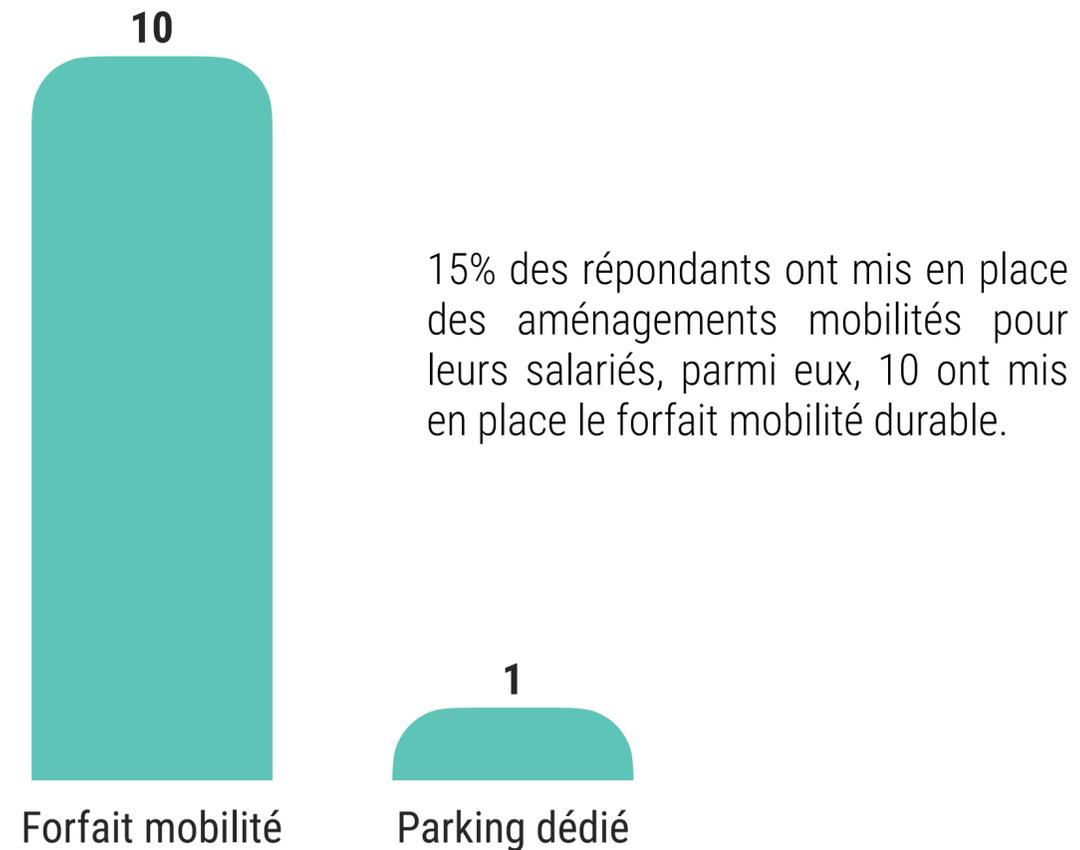
**Obligation
parking vélo 2027**

AMÉNAGEMENTS

POUR LES SALARIÉS/BÉNÉVOLES



ACTIONS MISES EN PLACE POUR LE PERSONNEL (N=11)



5,6% des répondants ont déjà administré une enquête mobilité auprès de leurs usagers.

Les mesures suggérées par le public sont :

- ➔ La demande de mise en place d'un ascenseur
- ➔ L'utilisation quasi exclusive des transports en commun pour venir au cinéma
- ➔ L'utilisation du covoiturage

AUTRES INITIATIVES MOBILITÉ

IDENTIFIÉES PAR DES EXPLOITANTS



Initiatives menées par les publics

- ✓ Les exploitants estiment à 11% la part des spectateurs ayant mené des initiatives mobilité.
- ✓ La mesure mobilité la plus utilisée pour les spectateurs est le covoiturage (55%).

Initiatives menées par les communes/intercommunalités (n=69)

94% Développement des pistes cyclables, zones piétonnes

9% Un riche réseau de transports en commun

7% Service de transports spécifique (transport à la demande, ...)

Ce qu'ils nous ont dit

« Covoiturage WhatsApp mis en place entre les bénévoles »

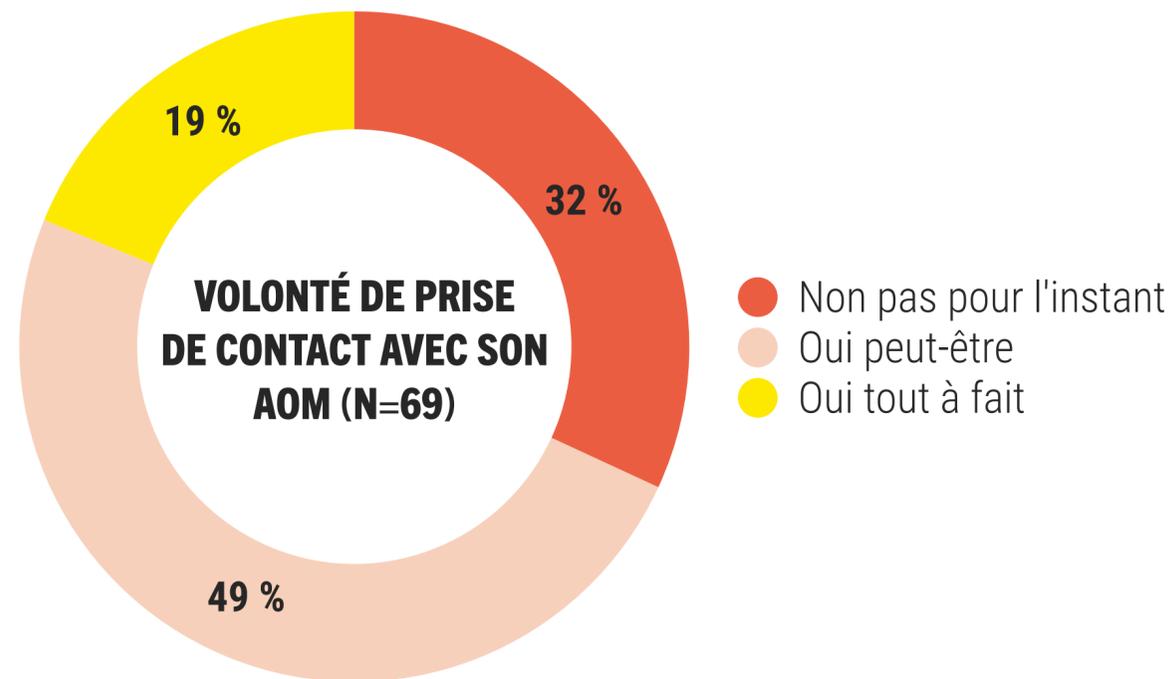
« Nous avons organisé un ciné-débat sur les mobilités douces et offert des places à tous les spectateurs venus à vélo »

« Participation à différents groupes de travail sur le sujet de la mobilité des publics »

« Offres commerciales préférentielles via l'abonnement de transport en commun »

UNE FAIBLE PRISE DE CONTACT

AVEC LES AOM



PRINCIPAUX SUJETS DE DISCUSSION AVEC LES AOM (N=69)

38%

Développer les aménagements et infrastructures vélo (casier, stationnement...)

35%

Améliorer / conforter la communication sur l'offre de mobilité pour se rendre au cinéma

25%

Travailler à la mise en place d'une solution de covoiturage pour les publics

Mettre en place des animations de sensibilisation à la mobilité auprès du public

11% des cinémas ont connaissance de leur AOM, principalement des cinémas de centre-ville (62%).

Seul 1 des cinémas a déjà pris contact avec son AOM pour réfléchir à la mobilité des usagers du cinéma.



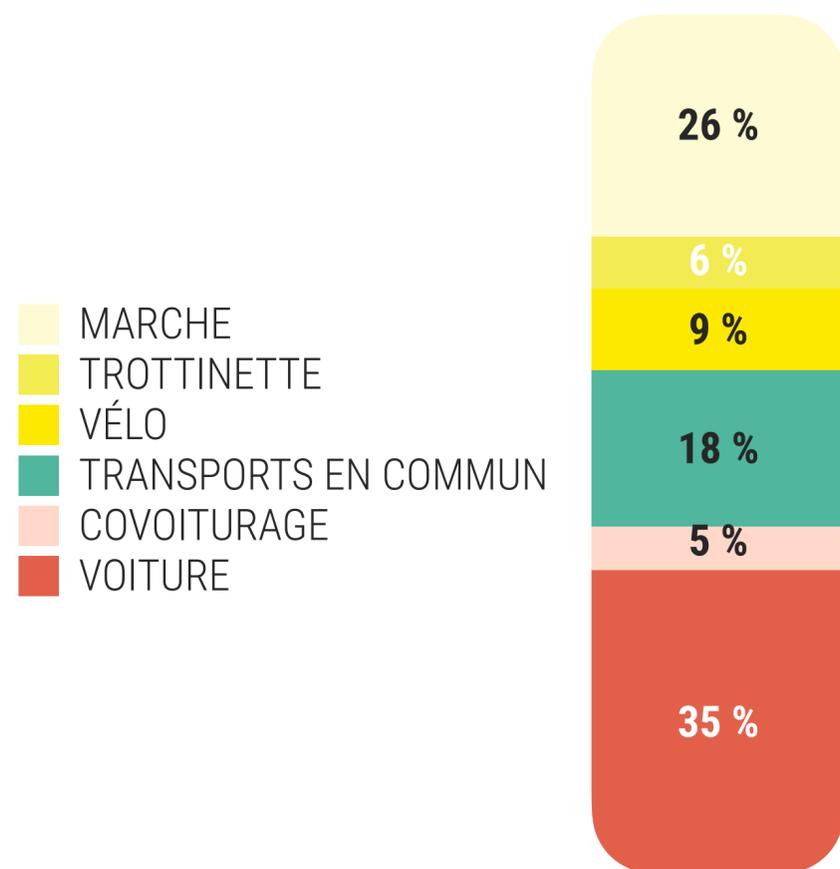
68% des cinémas sont potentiellement intéressés pour prendre contact avec leur AOM

ZOOM SUR LES JEUNES



UNE MOBILITÉ PLUS DÉCARBONÉE

RÉPARTITION MODALE RESENTIE CHEZ LES JEUNES (N=71)



41% d'utilisateurs des modes actifs chez les jeunes (contre 18% toute personne confondue selon l'étude CNC 2023).

40% d'utilisateurs de la voiture comme mode de transport chez les jeunes dont 5% de covoiturage (contre 61,8% toute personne confondue selon l'étude CNC 2023).

18% d'utilisateurs des transports en commun (contre 16% toute personne confondue selon l'étude CNC 2023).

Des demandes souvent identifiées en faveur de la trottinette électrique. Le vélo est moins utilisé en raison du manque général d'infrastructures mais les cinémas consultés présumant une demande si les infrastructures existaient.

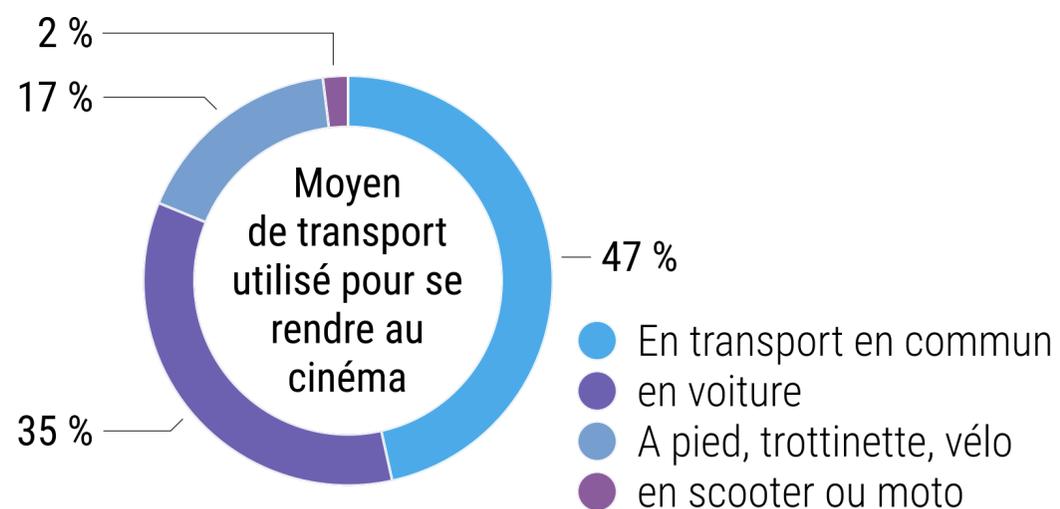
Le personnel d'accueil garde de plus en plus fréquemment des casques, selles, trottinettes.

Ce qu'ils nous ont dit

« La mobilité est un frein pour les 15-18 ans car ils sont dépendants des transports d'une tierce personne, étant donné que nous sommes en zone rurale »
« Retour sur la difficulté à venir au cinéma en soirée » « Beaucoup des jeunes qui bénéficient de la proximité géographique des lieux viennent donc à pied »

ACCESSIBILITÉ ET PARTS MODALES

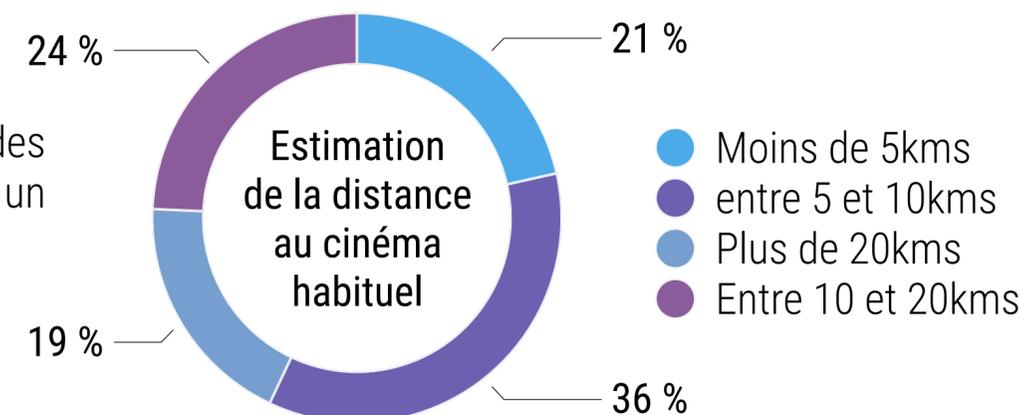
Déplacement dans le cadre des sorties au cinéma réservées avec le pass Culture 🍿 Parmi les utilisateurs qui ont réservé au moins une offre dans la catégorie Cinéma avec le pass Culture (soit 119 enquêtés - Échantillon restreint). Février 2023



D'après la question à choix unique « Pour aller au cinéma, quel moyen de transport as-tu utilisé ? » Février 2023

47% des utilisateurs ont utilisé les transports en commun pour se rendre au cinéma.

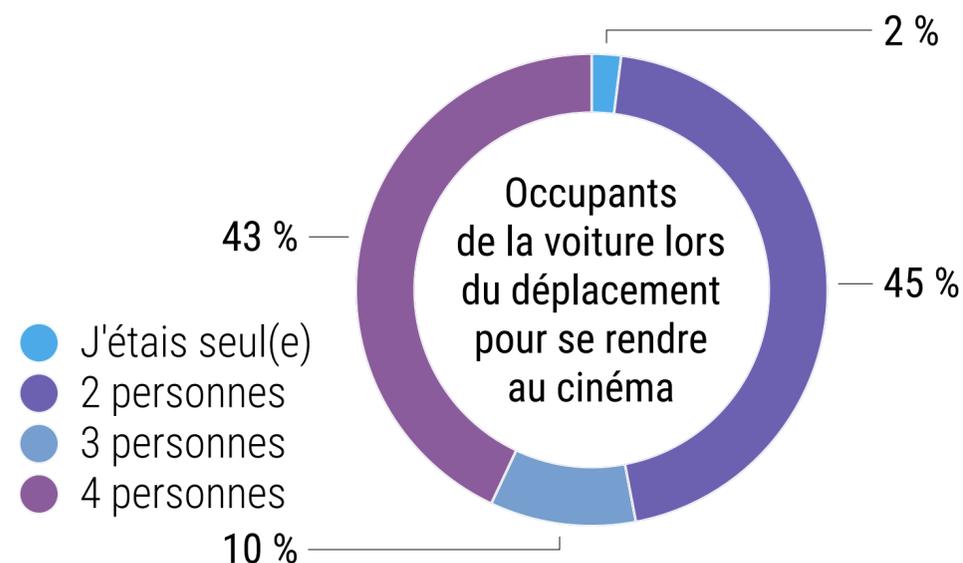
61% des utilisateurs interrogés ont assisté à des séances réservées avec le pass Culture dans un cinéma situé à moins de 10kms de chez eux. (Estimation par les enquêtés)



D'après la question à choix unique « Quelle distance de chez toi était ton cinéma habituel? » Février 2023

35% des utilisateurs interrogés se sont rendus à une séance de cinéma réservée avec le pass Culture en voiture.

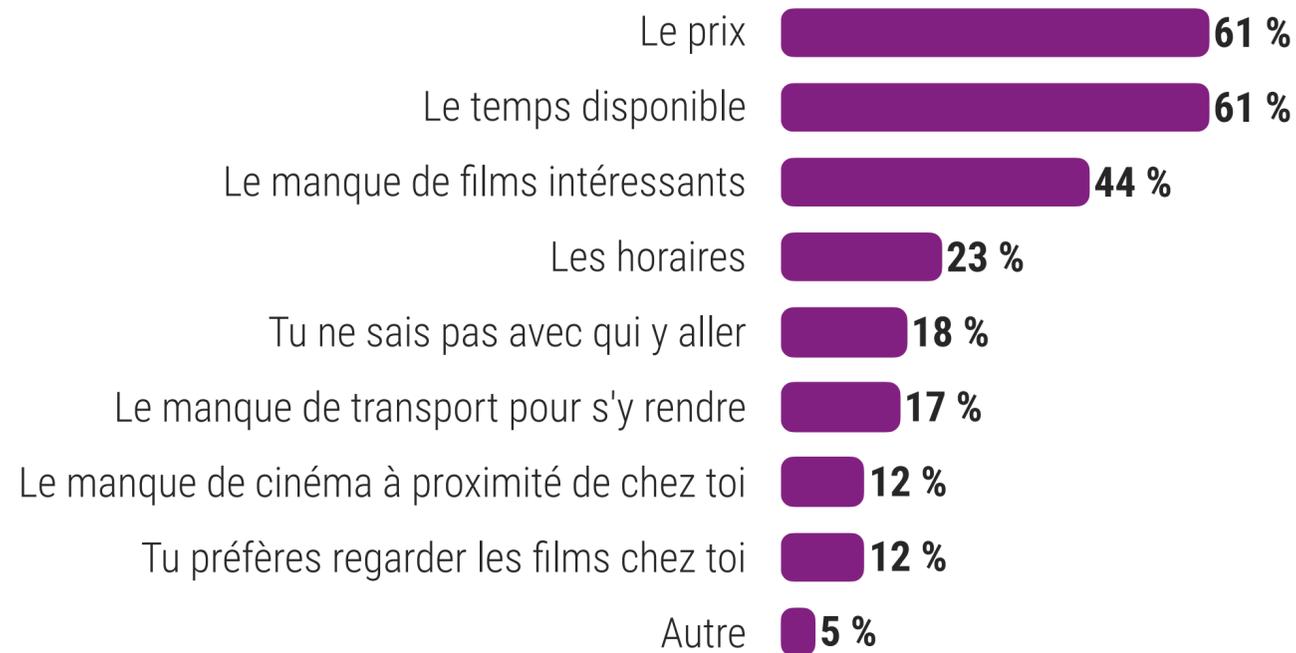
Parmi eux :
45% étaient deux passagers dans la voiture lors de ces déplacements.
43% avec 4 passagers



D'après la question à choix unique « Combien étiez-vous le plus souvent dans la voiture ? Février 2023

FREINS

FREINS À LA VENUE AU CINÉMA



D'après la question « Qu'est-ce qui t'empêche d'aller au cinéma ou d'y aller plus souvent ? » Mars 2024

Le prix : premier frein à une sortie plus fréquente au cinéma
(Parmi les utilisateurs qui ont indiqué vouloir aller au cinéma plus souvent (87%).

Les résultats diffèrent en fonction de plusieurs caractéristiques :

Les ruraux indiquent plus **le manque de transports** (22% contre 15% des urbains) et **le manque de cinéma à proximité** (17% des ruraux contre 10% des urbains).

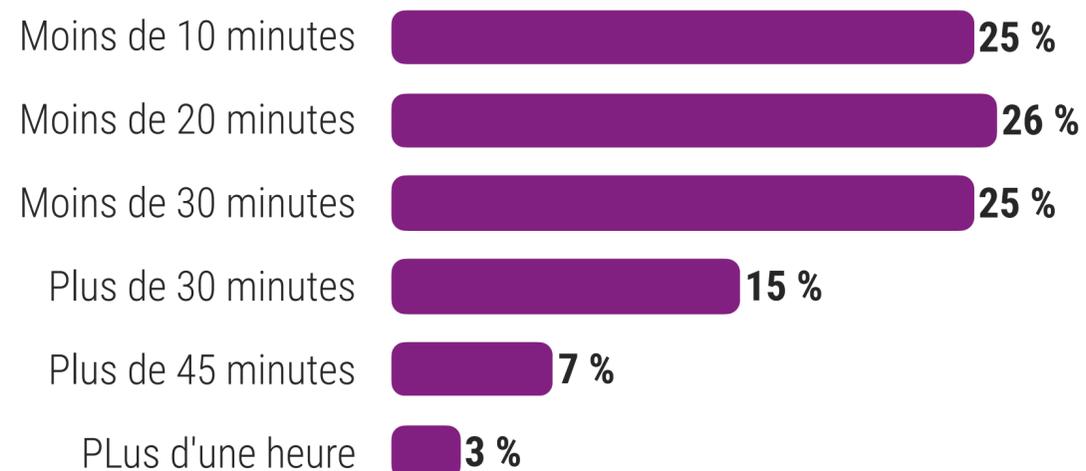
Les utilisateurs qui ne **sont pas allés au cinéma** lors des 12 derniers mois indiquent plus le **manque de films intéressants** (53%), le **manque de transports** (34%) et la préférence pour **regarder des films chez eux** (33%).

Le frein financier est le premier frein à la sortie plus régulière au cinéma. D'après l'étude « Cohorte sortante 2024 - Effets du pass Culture », c'est également le **premier frein que lève l'utilisation du pass Culture**.

ACCESSIBILITÉ ET FREINS

Une relative proximité géographique avec les cinémas

TEMPS DE TRANSPORT POUR ALLER AU CINÉMA



D'après la question «@A combien de temps se situe le cinéma le plus proche de chez toi en transports en commun ? » Mars 2024

La majorité des utilisateurs (51%) ont un cinéma à moins de 20 minutes de trajet

Les résultats diffèrent en fonction du degré de ruralité :

42% des utilisateurs ruraux ont un cinéma à moins de 20 minutes de trajet, contre **53%** des urbains.

Le temps disponible pour aller au cinéma est le deuxième frein à la sortie. Le manque de temps et le manque de cinéma à proximité sont des freins qui se combinent pour les utilisateurs ruraux puisqu'ils mettent plus de temps à se rendre au cinéma.

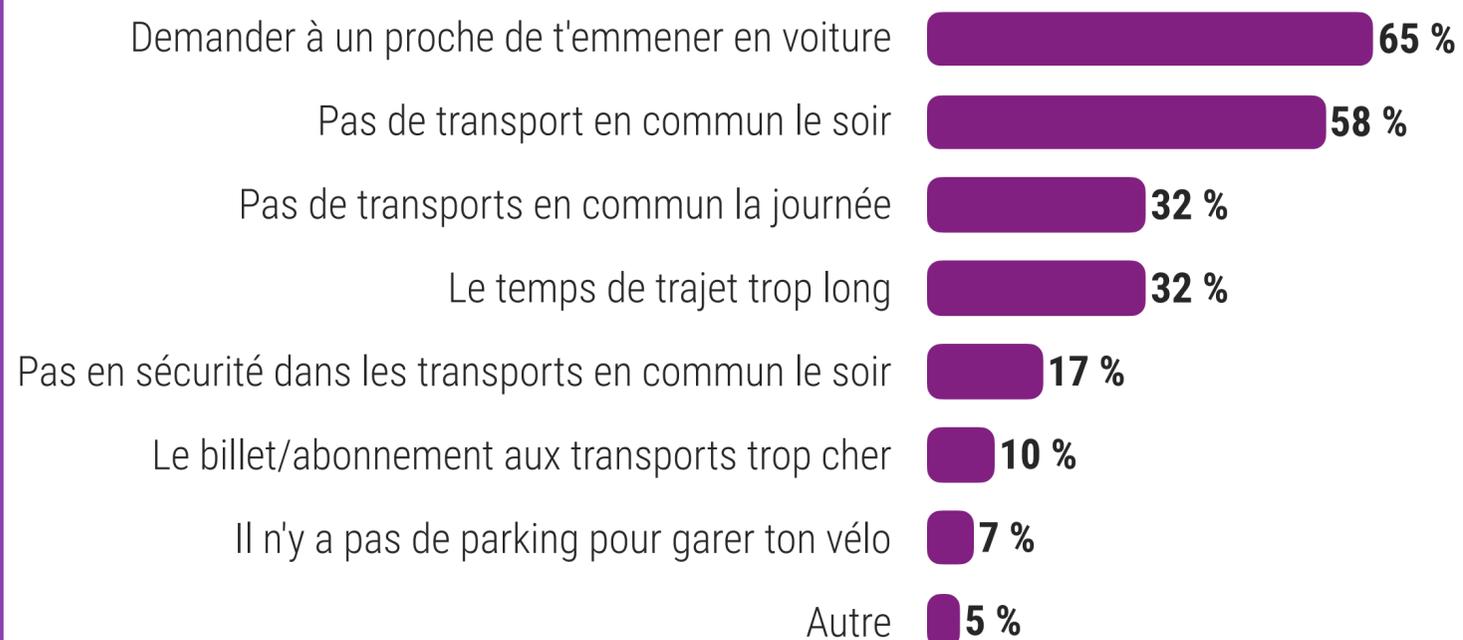
Parmi les d'utilisateurs ayant indiqué **ne pas avoir de cinéma à proximité** de chez eux (12%), seulement **27%** ont un cinéma à **moins de 20 minutes** de trajet.

TRANSPORTS ET DÉPENDANCES

Focus sur la mobilité et l'accès au cinéma

Parmi les utilisateurs ayant indiqué manquer de transports pour se rendre au cinéma (17%).

PROBLÈMES AVEC LES TRANSPORTS



D'après la question « Quels problèmes rencontres-tu avec les transports ? » Mars 2024

65% sont dépendants d'un proche pour aller au cinéma.

58% n'ont pas de transports en commun le soir.

Les **ruraux** indiquent plus le **manque de transports en commun en journée** (53% des ruraux contre 18% des urbains).

Les **urbains** indiquent plus le **manque de transport en commun le soir** (68% des urbains, contre 50% des ruraux).

Les **15-17 ans** indiquent plus la **dépendance à un proche** (76% des 15-17 ans contre 45% des 18-20 ans).

Les **femmes** indiquent le plus **ne pas se sentir en sécurité** dans les transports en commun le soir (26% des femmes contre 9% des hommes).

Comme nous avons pu l'observer dans l'étude « Publics ruraux : mode de vie, représentations et pratiques culturelles », l'autonomisation des pratiques dépend de la dépendance aux proches pour se rendre à une activité culturelle. Les 15-17 ans, plus dépendants de leurs proches, sont moins autonomes dans leurs sorties au cinéma (ils vont plus au cinéma avec leurs parents que les 18-20 ans).

Le taux de jeunes qui vont dans un autre département est légèrement plus élevé pour les habitants des zones rurales autonomes (28%) et légèrement plus faible pour les jeunes qui habitent en zone urbaine dense ou de densité intermédiaire.

SYNTHÈSE MOBILITÉ DES USAGERS

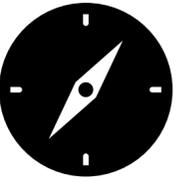
Ce qu'il faut retenir des freins à la sortie au cinéma

- ✓ **87%** des utilisateurs souhaitent **aller plus au cinéma**.
- ✓ **74%** des utilisateurs qui ne sont **pas allés au cinéma** lors des 12 derniers mois n'y vont majoritairement pas par **manque de films intéressants** et citent plus le **manque de transports** et une préférence à **regarder des films chez eux** que les autres utilisateurs.
- ✓ La **majorité** des utilisateurs ont un **cinéma à moins de 20 minutes** de leur domicile. Les cinémas sont plus éloignés pour les utilisateurs ruraux que pour les utilisateurs urbains.
- ✓ Le **manque de transports en commun** est un frein particulièrement indiqué par les **utilisateurs ruraux** (22%).
- ✓ **65%** des utilisateurs qui manquent de transports en commun sont de fait **dépendants d'un proche** pour les accompagner. Cet accompagnement **ralentit l'autonomisation** de la pratique, notamment pour les **15-17 ans** et les utilisateurs **ruraux**.
- ✓ Le **temps disponible est le deuxième frein** à une sortie au cinéma plus fréquente. Ce frein se cumule notamment avec des **temps de trajets plus longs** pour les **utilisateurs ruraux**.

IMPACTS ET LEVIERS



SYNTHÈSE DES ENJEUX



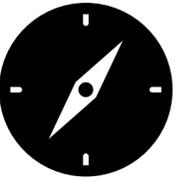
Au national : ✓ Les initiatives se démultiplient mais ne s'agrègent pas.

- ✓ Nécessité d'une connaissance des pratiques territorialisées.
- ✓ Nécessite d'une collaboration active entre parties prenantes
- ✓ Sensibilisation des publics.

Ce que révèle cette approche régionale auprès des exploitants :

- ✓ Les exploitants considèrent majoritairement la mobilité des spectateurs comme éloignée de leur champ de travail.
- ✓ Les variables d'influence sur l'impact carbone des mobilités sont bien identifiées.
- ✓ Les leviers généraux sont bien identifiés par les exploitants.
- ✓ L'adaptation de l'exploitation n'est pas identifiée comme levier opérationnel.
- ✓ La connaissance des pratiques des spectateurs est bonne mais ne semble pas être perçue comme un levier.
- ✓ Les AOM sont plutôt intéressées pour un rapprochement des problématiques des cinémas dans leur champ de compétence et des opportunités existent.
- ✓ Les exploitants sont largement volontaires pour mener des actions et rentrer en dialogue avec leurs collectivités sur le sujet.

SYNTHÈSE DES ENJEUX



- ✓ Les leviers spontanément identifiés par les exploitants sont, certes les plus influents, mais ne dépendent pas d'eux.

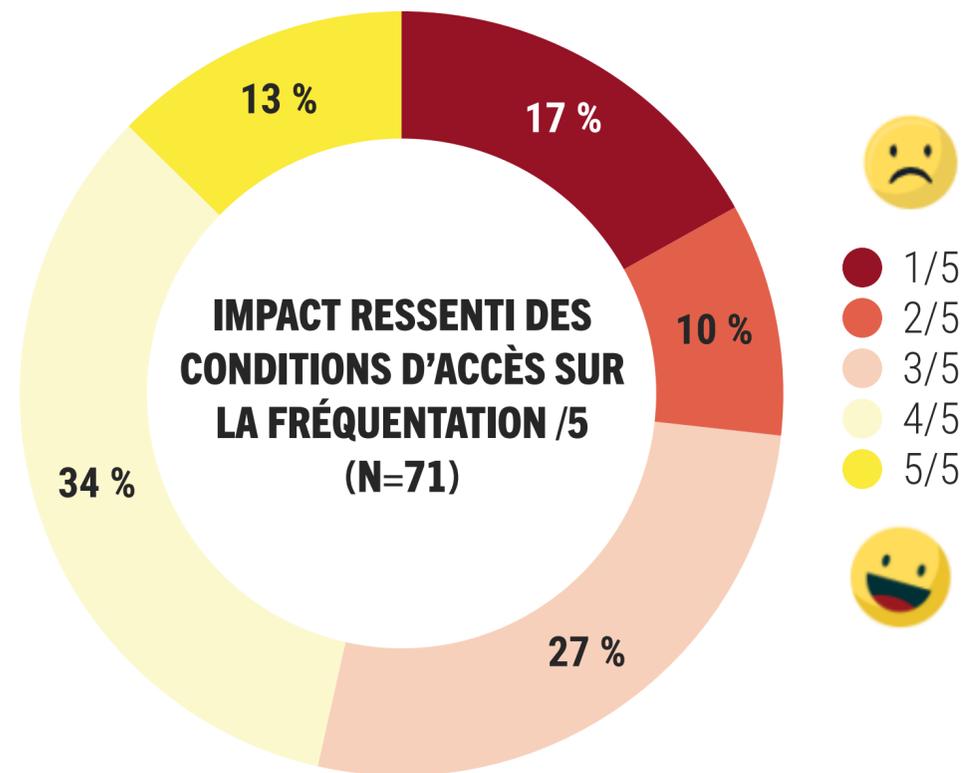
Amélioration continue

- ➔ Le déploiement d'actions de sensibilisation associées à des ateliers d'adaptation d'activité professionnelle et de médiation partenariale.
- ➔ Concernant les aménagements, certains établissements pourront agir directement sur leurs stationnements (propriétaires) lorsque d'autres devront collaborer et militer auprès de leur territoire pour déployer ce type d'actions.
Ce cas de figure est valable aussi bien pour la desserte en transports en commun que pour la desserte et les stationnements en modes actifs.

Actions structurelles

- ➔ Formations et actions de sensibilisation et d'évaluation des contextes territoriaux pour chaque cinéma.
- ➔ En milieu rural, le cinéma itinérant est un modèle efficace et mature permettant de limiter les déplacements des spectateurs.
- ➔ Des actions expérimentales telles que la tarification conditionnelle ou le déploiement de solution de covoiturage pourront être approfondies.
- ➔ Informer les AOM sur les flux des publics de cinéma, mettre en place un travail de coopération et intégrer les comité de partenaires.

ACCESSIBILITÉ ET FRÉQUENTATION



47% des cinémas estiment que l'accessibilité a une influence assez forte sur la fréquentation du cinéma, **27%** qu'il a un impact moyen et **27%** que l'impact est faible, voire nul.

RAISON DE FRÉQUENTATION DU CINÉMA (N=71)

97%

La programmation

83%

La tarification

97%

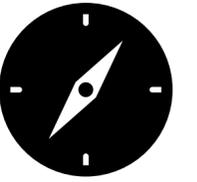
La convivialité du lieu

Selon les cinémas, l'accessibilité de leur site ne fait pas partie des principales raisons de la fréquentation.



Selon les dernières données du CNC, 27,2% des répondants déclarent que la **facilité d'accès au cinéma est le déterminant du choix de la salle** devant la richesse de l'offre (22,6%).

LEVIERS ET SOLUTIONS DE MOBILITÉ



**Ce qu'ils
nous ont dit**

LEVIERS EN FAVEUR DE LA MOBILITÉ (N=71)

79%

Pensent que la programmation (accès aux films) a un impact sur les déplacements du public potentiel.

65%

Sont intéressés par des temps d'information sur la mobilité culturelle.

59%

Sont intéressés pour tester des actions en faveur des mobilités douces ou partagées.

68%

Sont intéressés par toute action permettant de rentrer en contact avec leur AOM.

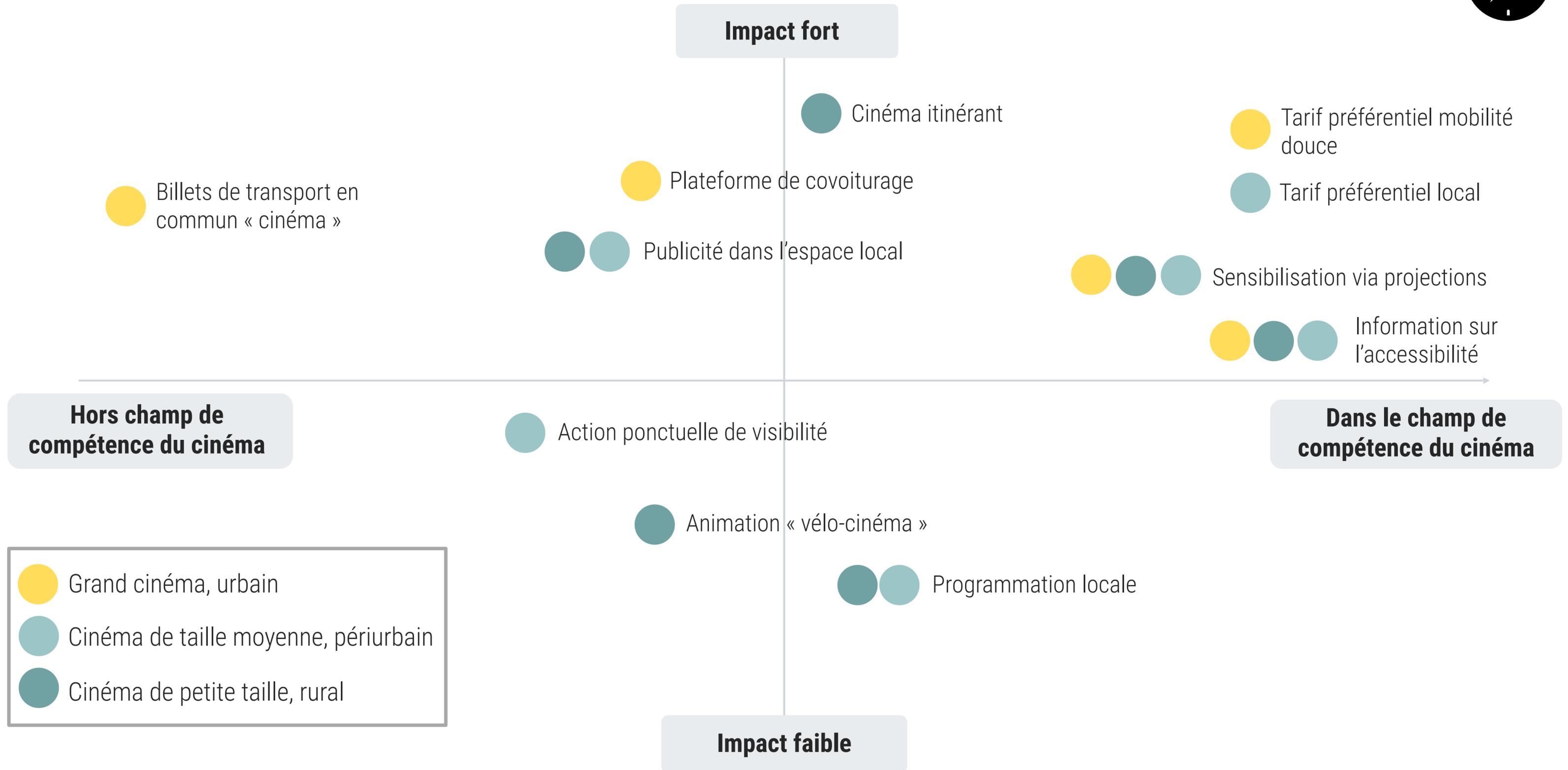
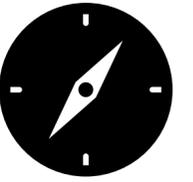
« Campagne de sensibilisation à projeter sur les écrans »

« Créer des initiatives autour du covoiturage : un site par exemple »

« Trouver des alternatives à l'absence de gare sur le territoire »

« Une opération places offertes aux cyclistes »

CLASSEMENT DES ACTIONS SELON L'IMPACT ET LE CHAMP DE COMPÉTENCE



EXEMPLES ET INSPIRATIONS



ENCOURAGER LES SPECTATEURS À COVOITURER

Une plateforme permettant de trouver un covoitureur (passager ou conducteur) pour se rendre à une séance de cinéma, a récemment été déployée en Auvergne-Rhône-Alpes.

Travelling est originaire du partenariat de 4 réseaux de salles de cinéma (AcrirA, Les Écrans, GRAC et Plein Champ), soit une vingtaine de salles participantes au déploiement de la plateforme sur le territoire. Les spectateurs, après avoir créé un compte, peuvent partager gratuitement leurs trajets, et ainsi échanger sur les films qu'ils ont vu ensemble. Des places gratuites sont offertes tous les 10 trajets en covoiturage pour récompenser les utilisateurs.

Pour concevoir la plateforme, l'AcrirA a investi et obtenu une subvention du CNC, travaillant avec des acteurs locaux. Elle a confié le développement à Apsynth Studio, et travaille avec l'agence de communication Coam.

["Décarboner la mobilité des zones de moyenne densité"](#) un quart des émissions pourrait être évité en diminuant le nombre de véhicule en circulation grâce à l'augmentation du taux d'occupation. Cf. Rapport Shift Project.

NOUVEAU ! un service de covoiturage solidaire
dédié à la sortie cinéma en Auvergne-Rhône-Alpes

TRAVELLING

Covoiturez vers vos cinémas
de proximité !

www.travelling-cine.fr

 JE SUIS
CONDUCTEUR
OU PASSAGER
service de covoiturage gratuit

 JE VAIS DANS
MON CINÉMA
DE PROXIMITÉ

 J'OBTIENS DES
PLACES DE CINÉ
DANS MA SALLE
PRÉFÉRÉE

soutien à la
vie culturelle
locale

geste citoyen
et solidaire

fidélité
récompensée

T contact@travelling-cine.fr

TRA
VELL
ING

AcrirA Les Écrans GRAC PLEIN CHAMP La Région Auvergne-Rhône-Alpes

DES TARIFS PRÉFÉRENTIELS POUR LES MOBILITÉS ALTERNATIVES

Les deux initiatives de « tarif bas-carbone » suivantes concernent exclusivement les déplacements en transports en commun et sont issues d'un partenariat entre les réseaux de transports et les salles de cinéma :

- En Île-de-France, l'abonnement au Pass Navigo donne accès à des tarifs réduits dans plus de 300 espaces culturels, notamment certains cinémas. La liste exhaustive des avantages peut être trouvée [ici](#).
- Twisto, le réseau de transports en commun de Caen la Mer, propose un ticket CINÉ. Il permet de bénéficier d'un aller-retour en transports en commun (tramway ou bus) et d'une place de cinéma à un tarif préférentiel dans un des 3 cinémas partenaires.

Des initiatives peuvent également être mises en place par les salles de cinéma indépendamment du réseau de transports publics, et pour un public plus large :

- Le Rio, un cinéma indépendant à Clermont-Ferrand, propose un tarif réduit pour les personnes se déplaçant en mobilité douce (vélo et tramway), revenant à une réduction de 2€ par rapport au tarif normal. Il faut présenter un justificatif pour pouvoir en bénéficier (gilet jaune, photo du vélo stationné sur le parking, carte ou billet de tramway par exemple).
- Ce type de tarif bas-carbone est également déployé dans certains sites culturels normands, comme le Centre Juno Beach. L'initiative du CJB a inspiré la mesure récente de la Région Normandie (printemps 2024) de mettre en place un tarif bas carbone dans plus de 60 musées et sites touristiques : 10% de réduction minimum pour les voyageurs à vélo, en train ou en car. Un calculateur d'itinéraire régional est couplé à cette mesure afin d'aider les visiteurs à organiser leurs déplacements.



TARIF RÉDUIT 5.50 €

- Etudiant-e-s, - de 25 ans, chômeur-se, titulaire de la carte d'invalidité
- Adhérent-e-s : « Les Amis du Rio », « Cercle des Amis du cinéma », « Semaine du cinéma hispanique »
- Carte Cité Sénior, CEZAM, CSE Michelin, Carte loisirs Ancav
- Personne se déplaçant en mobilité douce (vélo et tram) sur présentation d'un justificatif (mine réjouie ou gilet jaune pour les cyclistes)



à La Faiencerie

SCÈNE CONVENTIONNÉE - CREIL



TARIFICATION LA FAIENCERIE

L'Agglomération Creil Sud Oise regroupe 11 communes où l'offre de mobilité est faible. Ce manque de transports en commun pour aller au théâtre depuis les zones rurales, amène les spectateurs à utiliser leur voiture personnelle. Ainsi, le théâtre La Faiencerie a décidé depuis mai 2024 de mettre en place un dispositif rendant gratuits les transports pour se rendre au théâtre.

Depuis mai 2024, La Faiencerie-Théâtre initie un partenariat avec le réseau de transport AXO et l'Agglomération Creil Sud Oise, permettant de venir gratuitement en bus aux spectacles. Ce dispositif restera en place jusqu'en décembre 2024, mais la Ville de Creil espère pouvoir le prolonger jusqu'en juin 2025 pour bénéficier de l'expérience sur l'année complète. Pour bénéficier de ticket gratuit :

- Lors de la montée dans le bus, il faut présenter au chauffeur le billet de spectacle (en papier ou sur téléphone), et il délivrera en retour un ticket de bus "spectacle" pour le trajet. La clé de ce dispositif est la confiance, car le chauffeur de bus n'a aujourd'hui aucun moyen de vérifier la véracité du ticket.
- Le ticket de bus « spectacle » est disponible 1h avant et 1h après le spectacle.

La clé de la réussite selon La Faiencerie est la bonne entente et une confiance mutuelle entre le réseau de bus et la Ville (confiance mutuelle sur les projets antérieurs), avec par exemple des places offertes en cadeaux pour les chauffeurs.

Communication du dispositif : site internet, réseau social et plaquette ainsi que des communications verbale (présentation de saison par exemple, ...), communiqué de presse.

La cible : le public existant, pour leur simplifier la vie.



QUEND-PLAGE-LES-PINS : « CIRCULATION DOUCE »

En place depuis la rentrée, un projet de TAS fait suite à des échanges entre la municipalité et le cinéma.

En coordination avec le cinéma, lors d'évènements jeune public, la collectivité met en place une navette TAD de 9 places transportant les spectateurs qui ont réservé de leur domicile au cinéma À/R. Sur place, ils regardent le film participent à un goûter en choisissant le prochain film, puis reprennent le bus.

Tous les 1er et 3eme mardi du mois.

S'INSPIRER D'AUTRES FILIÈRES DES ICC, DES PARTENAIRES LOCAUX



Un projet national sur les mobilités durables dans les festivals

Festivals en mouvement vise à réduire l'empreinte environnementale liée au transport dans les festivals à l'horizon 2030.

En effet, 80 % de l'impact carbone d'un festival réside dans les déplacements des publics et des équipes et les solutions pour les réduire sont aussi diverses que complexes : techniques, sociologiques, politiques...

De plus, les transports soulèvent aussi d'autres enjeux : réduction des pollutions, accessibilité, accueil des festivalier et festivalières, sécurité des personnes...

En fédérant une cinquantaine de festivals autour de ce sujet, Festivals en Mouvement permettra de mettre en commun des outils, d'échanger collectivement sur les réussites et échecs expérimentés... afin de rendre les festivals actifs et moteurs sur cet enjeu majeur.

Le projet se déroulera en 3 étapes :

✓ Une grande étude nationale sur la mobilité des publics et des équipes

○ Deux saisons d'expérimentations sur les festivals

○ Une phase de capitalisation des résultats et des bonnes pratiques



Festival Minuit avant la nuit

Festival Les nuits secrètes

Festival Plein air

Festival Latitudes contemporaines

INFORMER SUR L'ACCESSIBILITÉ DES SITES

Le manque d'information sur les possibilités pour se rendre au cinéma peut conduire les spectateurs à utiliser leur voiture personnelle par défaut. Pour les sites qui sont bien desservis en transports en commun ou en infrastructures cyclables, il est particulièrement pertinent de mettre en avant ces offres sur le site internet du cinéma, ainsi que sur place par le biais d'affichages.

Des exemples dans le secteur des musiques actuelles sont inspirants. La salle de concert l'AERONEF de Lille met à disposition des informations très précises sur l'accessibilité de la salle avec les modes de transports suivants : métro, tramway, bus, vélo / v'lille et en voiture (localisation des offres, localisation des stationnements). L'intermodalité voiture + transports en commun est également mise en avant avec une carte des parkings relais à proximité.

Pour aller plus loin, un site dédié AERO EASY GO a été créé pour présenter les différentes actions de promotion de la mobilité douce mises en place par la salle de concert :

- Plateforme de mutualisation des trajets en voiture (covoiturage), à vélo (co-vélo) et à pied (co-piétonnage) ;
- Remboursement de l'aller-retour en transports en commun ;
- Accès gratuit aux vestiaires pour les cyclistes et usagers d'engins de déplacement personnels (trottinette, skateboard, rollers) ;
- Accès à des prestations de conseil en réparation et équipement chez un vendeur de vélo partenaire (Les Mains dans le Guidon).



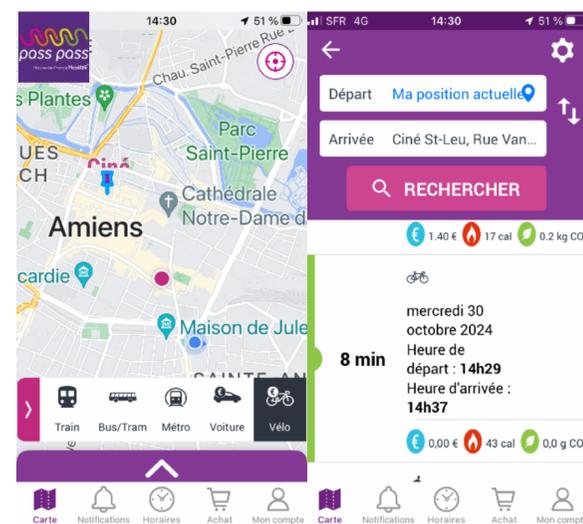
L'AERONEF
LILLE

AGENDA L'AERONEF NOS PROJETS **AÉRO EASY GO** INFOS PRATIQUES

< AÉRO EASY GO

TRANSPORTS EN COMMUN

VOTRE ALLER-RETOUR REMBOURSÉ



14:30 51% SFR 4G

Départ **Ma position actuelle**

Arrivée **Ciné St-Leu, Rue Van...**

RECHERCHER

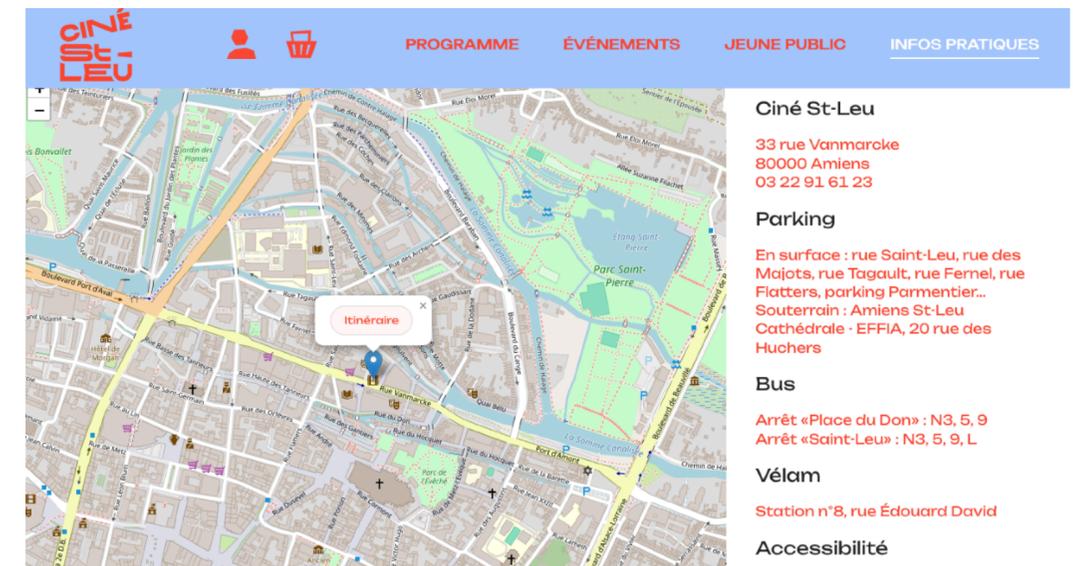
1.40 € 17 cal 0.2 kg CO₂

8 min

mercredi 30 octobre 2024
Heure de départ : **14h29**
Heure d'arrivée : **14h37**

0.00 € 43 cal 0.0 g CO₂

Carte Notifications Horaires Achat Mon compte



CINÉ ST-LEU

PROGRAMME ÉVÉNEMENTS JEUNE PUBLIC INFOS PRATIQUES

Ciné St-Leu
33 rue Vanmarcke
80000 Amiens
03 22 91 61 23

Parking
En surface : rue Saint-Leu, rue des Majots, rue Tagault, rue Ferrel, rue Flatters, parking Parmentier...
Souterrain : Amiens St-Leu Cathédrale - EFFIA, 20 rue des Huchers

Bus
Arrêt «Place du Don» : N3, 5, 9
Arrêt «Saint-Leu» : N3, 5, 9, L

Vélam
Station n°8, rue Édouard David

Accessibilité



SENSIBILISER PAR LE BIAIS DU CINÉMA

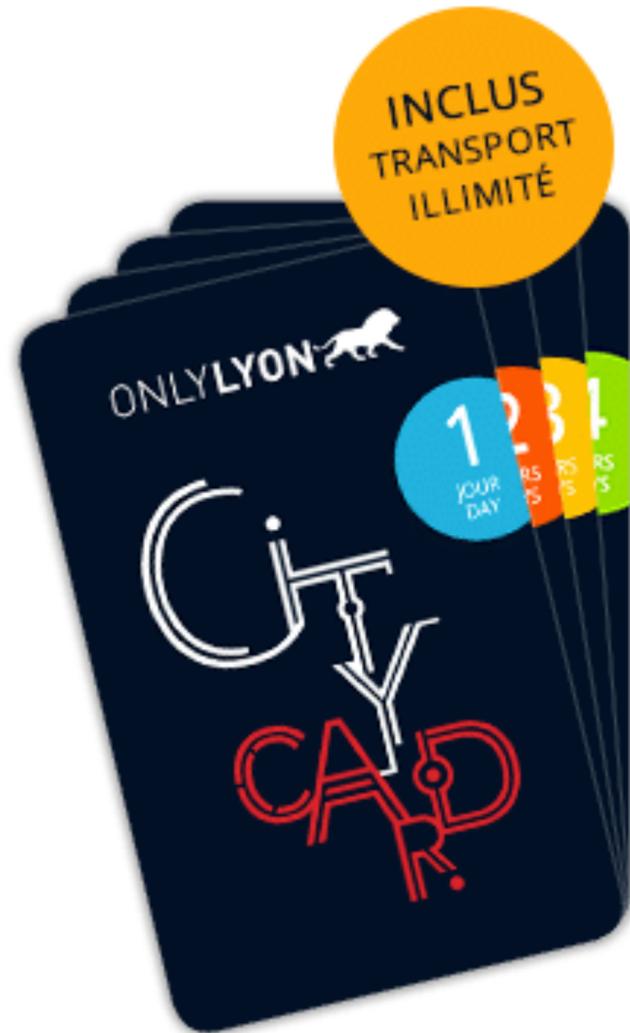
L'incitation du public à avoir recours à des mobilités alternatives à la voiture individuelle passe également par de la sensibilisation et la transmission de messages sur les avantages de ces mobilités :

- ✓ **Ciné-conférence sur les mobilités douces (Combourg, en Bretagne)**
- ✓ **Des documentaires spécialisés**
- ✓ **De nouvelles manières d'organiser une projection de film**
- ✓ **Des fiches d'accessibilité (Cf. *Cinémas en mouvement*)**

Le vélo fait aussi son cinéma **L'EQUIPE**



ATTIRER ET FIDÉLISER LES SPECTATEURS LOCAUX



Fidéliser un public local permet de réduire les distances parcourues pour se rendre au cinéma et ainsi augmenter le panel d'options de mobilité.

- ✓ **Avoir une programmation qui met en avant le territoire de proximité (conférences et ateliers en lien avec le territoire)**
- ✓ **Proposer des journées dédiées aux visiteurs locaux avec des tarifs avantageux, voire gratuits**
- ✓ **Mettre davantage de moyens sur la publicité et la promotion dans l'espace public de proximité**
- ✓ **Organiser des actions ponctuelles pour rendre davantage visible le lieu : collectes de sang, accueillir une AMAP... (public engagé, mobilisateur et prescripteur)**



www.acap-cinema.com



L'Acap - pôle régional image reçoit le soutien du Ministère de la Culture - DRAC Hauts-de-France, de la Région Hauts-de-France, du Conseil départemental de l'Oise et du Centre national du cinéma et de l'image animée