

FESTIVALS ET MOBILITÉS DES PUBLICS





01. Editorial.....	p3
02. Mobilité et festivals : quels enjeux ?....	p4
03. Quelques repères pour favoriser le report modal.....	p5
04. L'importance de la communication....	p6
05. Favoriser la venue des festivaliers à vélo.....	p8
A. Le lieu et l'organisation du parking.....	p8
B. Les services d'accueil.....	p9
C. L'accessibilité à vélo.....	p10
D. La sécurité et la réglementation.....	p10
E. La communication et la valorisation.....	p11
<i>1. En amont de l'événement</i>	
<i>2. Sur place</i>	
<i>3. Après l'événement</i>	
06. Favoriser la venue des publics en co-voiturage.....	p12
A. Les outils de covoiturage.....	p12
<i>1. Plateforme numérique</i>	
<i>2. Covoiturage sur le festival</i>	
B. L'organisation et l'animation d'une action de covoiturage.....	p13
C. La communication et la valorisation.....	p14



ÉDITORIAL DU PRÉSIDENT DU CONSEIL DÉPARTEMENTAL **M. JEAN-LUC GLEYZE**

Offrir une place de camping ou une boisson pour les festivaliers-cyclistes ; mettre à disposition pompe à vélo et matériel de réparation sur un festival ; avoir des prises pour recharger les batteries pour les VAE ou encore accueillir des associations qui animent un stand sur les enjeux croisés de la culture et des mobilités... Autant de propositions girondines pour faire avec notre monde où nous devons concilier « aller vers » et responsabilité environnementale, la sensibilisation c'est bien, l'action c'est mieux !

Depuis 2022 notre politique croisée culture – environnement s'inscrit dans le cadre de notre stratégie de résilience départementale menée avec l'ensemble de nos partenaires. Il en va de l'effectivité des droits culturels mais aussi de notre capacité à faire du secteur culturel un maillon essentiel dans le prendre soin de notre milieu de vie.

En 2024, en lien avec l'accompagnement des festivals labellisés Scènes d'été, une expérimentation a été menée avec le Bureau des Acclimatations, afin d'accompagner sept festivals dans la mise en place d'actions autour de la mobilité de leurs publics.

Deux volets ont particulièrement été développés au regard des enjeux et objectifs des participants : la venue en vélo et le développement du co-voiturage. Cet accompagnement technique et démocratique s'est concrétisé par des partages d'outils et une expérimentation, entre juin et septembre, qui a permis aux participants de mettre en place des premières mesures à destination de leurs publics.

Le présent document se veut à la fois un endroit de restitution de cette expérience et un outil pratique au service des festivals girondins afin de favoriser le report modal dans les pratiques de mobilité des publics.

Nous remercions le Bureau des Acclimatations pour son accompagnement et les sept festivals qui se sont mobilisés autour de cette expérience : les Nuits Atypiques (Langon), Teste à Tête (La Teste), le Festival de jazz d'Andernos, la Bataille de Castillon, les 24 heures du swing (Monségur), l'Echappée Belle (Blanquefort), Fest'arts (Libourne). Chaque jour, la culture est en mouvement et nous met en mouvement. Pour venir à la rencontre de toutes et tous, partout, pour rayonner aussi bien dans que hors les murs, les artistes et les publics doivent pouvoir se déplacer pour se rencontrer. Ensemble, nous avançons pour une culture qui nous transporte sans émission mais avec émotion !

02. MOBILITÉ ET FESTIVALS : QUELS ENJEUX ?

Le déplacement des publics est un enjeu central pour les festivals :

- La mobilité est la condition de la rencontre, de l'expérience culturelle.
- La mobilité des publics et des artistes est au cœur des modèles économiques.
- La mobilité est une condition d'inclusion sociale.
- La mobilité est la première source d'émissions de GES dans le secteur culturel.

Le transport est le premier poste d'émission de CO2eq en France et représente environ 30% des émissions, quand l'agriculture, le bâtiment et l'industrie représentent 20% chacun. Le transport a de nombreux impacts sanitaires, économiques et sociaux : pollution de l'air, pollution sonore, coût de la mobilité, occupation de l'espace et étalement urbain, artificialisation des sols et biodiversité, pollution océanique du transport routier.*

La question du mode de déplacement des publics doit donc être une préoccupation des organisateurs de festivals, dans le but de contribuer à la transition écologique.

Retour sur l'enquête nationale “Festivals en mouvement” du réseau R2D2, menée auprès de 50 festivals et 13 900 festivaliers

- La voiture thermique représente la part largement majoritaire des mobilités des publics et des équipes pour se rendre au festival (59,2%), suivie par le train (13,7%) et la marche (7,6%)
- Parmi les personnes venant en voiture, le covoiturage informel est majoritaire (83,7%), et l'autosolisme est plus présent dans les trajets des équipes (38%) que des publics (10,7%)
- La praticité (autonomie et liberté de mouvement) est le principal facteur du choix de mobilité (32,7%), suivi par le fait de ne pas avoir d'autre choix (26,1%) et la rapidité (16,1%)

Cette étude a également mis en avant des facteurs explicatifs de ces choix de mobilité :

- la dissonance cognitive existante chez les personnes interrogées, entre leur sensibilité aux enjeux écologiques et leurs pratiques de mobilité dans le cadre des loisirs,
- le poids de l'habitude qui influence les comportements de mobilité, expliqué en partie par l'importance de la charge mentale et du “capital mobilité”,
- le poids des représentations sociales, qui jouent dans la perception de la voiture comme symbole de liberté, dans l'opposition entre transport individuel et transport collectif (sécurité, liberté / insécurité, promiscuité),
- l'influence de la localisation du festival sur l'intermodalité et les modes de déplacement utilisés : localisation urbaine ou rurale, présence ou non d'aménagements sécurisés, présence d'un camping
- l'influence des offres de transports disponibles autour du festival

03. QUELQUES REPÈRES POUR FAVORISER LE REPORT MODAL

Le report modal correspond au transfert d'une partie du flux d'un mode de transport spécifique (la voiture) vers une autre catégorie de transport, ou vers un autre mode de locomotion (vélo, marche, covoiturage, transports en commun).

Quand on est organisateur de festival, on ne peut pas choisir le mode de déplacement des festivaliers, mais on peut mettre en place des choses pour qu'il soit plus facile ou agréable de venir par d'autres manières que la voiture individuelle.

Avant de se lancer dans une démarche active pour favoriser le report modal, il est important de faire une première analyse de la situation avant d'envisager telle ou telle action :

- **Connaître la provenance et le mode de déplacement des publics :** mener une enquête des publics pour connaître :
 - Les flux de festivaliers : quand arrivent-ils ? quand repartent-ils ?
 - Leurs provenances : D'où viennent-ils ? Combien de kilomètres parcouruent-ils ?
 - Les modes de transport : Par quel moyen de transport ?
- **Identifier l'état actuel de l'offre de transport :** faire une cartographie de tous les moyens déjà existants pour venir en transport sur le lieu du festival (bus, train, navette fluviale, piste cyclable, tram etc.) et connaître les horaires et la fréquence de passage
- **Choisir un report modal :** choisir une solution (vélo, bus, train, covoiturage etc.) qui soit cohérente avec la provenance des festivaliers, leurs pratiques de déplacement mais aussi le contexte du festival et du territoire sur lequel il se situe
- **Ne pas s'éparpiller :** lancer et animer des actions de mobilités prend du temps, il est essentiel de choisir un moyen de déplacement et de concentrer le travail à cet endroit
- **Penser à long terme :** pour qu'un changement de comportement, d'habitude s'opère il faut parfois du temps. Il faudra plusieurs éditions pour voir les fruits de votre investissement
- **Apprendre d'édition en édition :** capitaliser d'année en année, sachant que la première année est celle qui demande le plus d'investissement (humain, matériel, financier)
- **Se donner des repères :** on ne peut pas toujours quantifier et ce n'est pas non plus toujours bon. Malgré tout, pour évaluer l'évolution des pratiques vous allez devoir mesurer (qualitativement ou quantitativement) les avancées édition après édition

Plus vous aurez une connaissance du réseau de transport existant et des modes de déplacements des festivaliers plus vous pourrez faire des choix cohérents et pertinents sur le report modal que vous souhaitez favoriser.

Dans les pages suivantes, nous allons focaliser notre attention sur deux reports modaux à savoir le vélo et le co-voiturage. Vous trouverez des repères méthodologiques et des bonnes pratiques pour structurer, organiser et animer des actions à destination des bénévoles du festival et des festivaliers.

04. L'IMPORTANCE DE LA COMMUNICATION

S'il y a bien une chose qu'on apprend depuis que les acteurs culturels s'emparent de ces sujets, c'est que la communication, c'est primordial ! On ne compte plus les retours sur le fait que le parking à vélo était vide, que la navette n'a transporté personne, qu'il n'y avait aucun trajet sur la plateforme de covoiturage... De ces retours d'expériences, on retient que si la communication n'accompagne pas l'action alors celle-ci sera peu efficace. Il est donc indispensable de réfléchir à la manière dont on va communiquer auprès des festivaliers, bénévoles et partenaires. Ci-dessous quelques repères pour vous aider.

Le site internet :

LE support de référence : il centralise toutes les informations précises et détaillées sur les manières de venir en transport sur le lieu du festival. Chaque festivalier doit pouvoir organiser toute sa chaîne de déplacement de son domicile au lieu du festival. Vous pourrez ensuite réaliser des posts sur les réseaux sociaux qui renvoient à la page qui regroupe les informations mobilités

Le chemin le plus court : quand on arrive sur le site internet, il faut qu'il y ait le moins de clics possibles pour accéder aux informations transports. Ce qui veut dire que la page « venir sur le festival » doit apparaître dans le menu et être facilement atteignable (pas en fin fond de page « informations pratiques »)

Ci-dessous quelques informations clés* à indiquer sur la page internet dédiée à la mobilité. Cette liste n'est pas exhaustive et dépendra des moyens en place pour venir sur le festival :

- Transport en commun :
 - o Les lieux de desserte à proximité du festival
 - o Les fiches horaires précises des lignes de bus et cars
 - o Les horaires des transports spéciaux (navettes, TER spéciaux)
 - o Les liens vers les sites des opérateurs de transport
 - o Les tarifs en valorisant les tarifs spéciaux
 - Covoiturage (plus de détails dans la partie covoiturage de ce livret)
 - Venir à vélo (plus de détails dans la partie vélo de ce livret)
- Plan du site du festival qui mentionne :
 - o L'emplacement des arrêts de transports en commun, parkings à vélos, parkings
 - o Un plan du festival et des alentours en identifiant les parkings covoiturage, les parkings à vélo, les lignes de transports

*Indiquer si ces dispositifs sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Exemples de communications

 Les 24 Heures du Swing de Monségur
Publié par Quentin Gentil
• 24 juin •

Optez pour le co-voyage avec la plateforme partenaire tribulive !
Vous pouvez vous inscrire sur la plateforme, proposer votre trajet et rejoindre d'autres festivaliers pour venir à Monségur
<https://tribulive.mobi/fr/events/swing-monsegur-2024>



Voir les statistiques et les publicités [Booster la publication](#)

2 J'aime 13 partages

J'aime Commenter Envoyer Partager

Commenter en tant que Les 24 Heures du Swing de Monségur



 **Nuits Atypiques**
Publié par Asso Nuits Atypiques
• 31 mai •

Cette année, nous nous lançons dans l'aventure @tribulive.mobi ! 🚗

Les Nuits Atypiques se déroulant à travers le Sud-Gironde, la voiture est souvent indispensable. Pour rendre l'expérience plus économique, plus écologique, et plus fun, pensez au covoiturage !

Tribulive est une plateforme de mise en relation entre spectateurs pour se rendre au festival en covoiturage et qui met en avant toutes les infos liées aux mobilités durables.

Avec Tribulive, vous pouvez facilement voir à travers une carte interactive les différents trajets qui sont proches de chez vous et rentrer en contact directement avec les festivaliers de manière gratuite.

Rendez-vous sur <https://www.tribulive.mobi/fr/events/nuitsatypiques-2024> pour rejoindre l'aventure Tribulive !

Post Facebook des Nuits Atypiques sur Tribulive
<https://www.facebook.com/lesnuitsatypiques>



Besoin d'un trajet pour venir à Libourne ? Il reste de la place dans votre véhicule ? Afin de faciliter la mise en relation entre festivaliers, Fest'arts vous propose d'utiliser sa nouvelle plateforme de covoiturage, en partenariat avec Festi'car*. Et tout ça, sans aucun frais !

COMMENT ÇA MARCHE ?
Rendez-vous sur www.festarts.com pour proposer ou rechercher votre trajet idéal !

ET SUR PLACE ?
Déposez une petite annonce sur le stand de Festi'car, qui sera installé tous les jours à La Centrale.

*Festi'car est une association qui offre une solution de covoiturage culturel pour les festivals.



Envie de prendre un vélo pour vous rendre d'un spectacle à l'autre ? Pensez à CALIVÉLO ! Un service de location de vélos électriques en libre-service, accessible 24h/24. Plus de 20 stations et 100 vélos sont disponibles à Libourne : retrouvez la station de vélos la plus proche sur calivelo.ecovelo.mobi

Et si vous utilisez votre vélo personnel, sachez que de nouveaux parkings sont à votre disposition dans la centre-ville. Retrouvez-les sur www.festarts.com

6 5

05. FAVORISER LA VENUE DES FESTIVALIERS À VÉLO

Cette solution est bien adaptée pour des festivals qui répondent à un ou plusieurs critères de cette liste :

- Situés en milieu urbain ou péri-urbain avec un relief peu accidenté
- Se déroulant en journée, ne terminant pas après 22h00 ou proposant un camping
- Accueillant un public jeune ou familial
- Disposant d'un réseau de piste cyclable aux abords du festival
- Localisés à proximité d'une gare permettant l'inter-modalité (vélo dans le train)

A. Le lieu et l'organisation du parking

Définir la position du parking n'est pas anodin, voici quelques repères pour choisir le lieu d'implantation :

- Dans un lieu visible à proximité de l'entrée ou du cœur du festival
- Idéalement proche d'un point accueil : permet de renseigner et développer l'offre d'accueil, visible par les personnes en charge de la sécurité ou de l'accueil
- Dans un espace assez grand et que vous pouvez potentiellement agrandir en cas de forte fréquentation
- Dans un espace éclairé le soir ou la nuit pour faciliter la reprise des vélos et réduire les risques (vols, dégradations, agressions etc.)
- Utiliser des racks, barrières vauban mais éviter les pinces roues
- Sur la sécurité et l'organisation du service parking à vélos, plusieurs options s'offrent à vous
 - o Pas de surveillance : une simple signalétique pour indiquer l'emplacement du parking
 - o Surveillance légère : situé proche du point d'accueil, un bénévole peut garder un œil, mais n'est pas responsable en cas de dégradations ou de vols
 - o Surveillance renforcée : le parking peut être co-géré avec une autre association qui devra garder un œil sur les vélos
 - o Surveillance affichée : un service de sécurité et une personne dédiée le temps de l'ouverture du parking

B. Les services d'accueil

Inciter les festivaliers à venir à vélo c'est bien, prévoir un espace accueillant et des services dédiés c'est mieux. Quelques idées de services appréciés des cyclistes :



Crédit photo : Festival Echappée Belle

Gratuité ou prix libre



Crédit photo : Festival Echappée Belle

Consigne pour garder les affaires

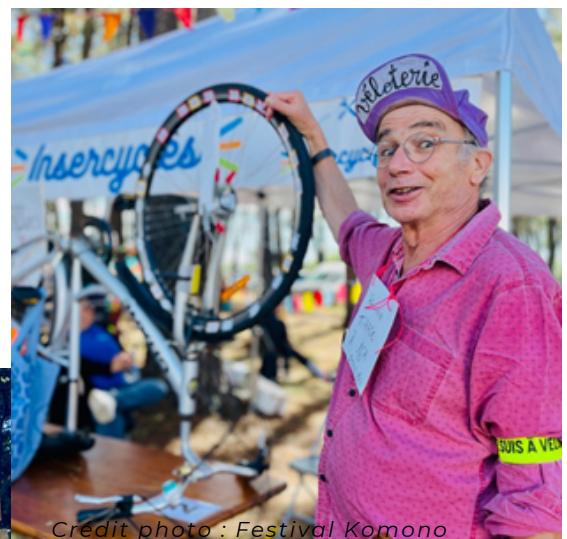
- Avoir une pompe à vélo et du petit matériel à l'accueil pour d'éventuelles réparations
- Mettre en place un atelier réparation en partenariat avec une association de vélos
- Demander à une association spécialisée dans les animations vélos d'organiser un atelier « savoir rouler à vélo » ou une parade artistique
- Proposer un endroit pour recharger les batteries des VAE (vélos à assistance électrique)
- Offrir un emplacement de camping ou un accès aux douches du camping gratuites
- Donner une récompense aux cyclistes via une tombola, un ticket boisson offert, etc.



Crédit photo : Festival Echappée Belle



Crédit photo : Festival Komono



Crédit photo : Festival Komono

C. L'accessibilité à vélo

Le vélo n'est pas forcément une pratique facile ou simple, certaines personnes ont besoin d'un coup de pouce pour organiser leur venue en vélo. Voici quelques éléments pour faciliter cela :

- Identifier l'itinéraire : L'application geovelo.fr est une très bonne ressource pour identifier le ou les itinéraires pour venir jusque sur le lieu du festival. Important : identifier s'il y a des pistes cyclables et si ce sont des sentiers praticables à vélo
- Tester l'itinéraire : si vous décidez de mettre en avant un itinéraire pour venir sur le lieu du festival, on vous recommande de le tester vous-même pour valider la faisabilité
- Organiser une parade avec des bénévoles (co-vélotage), professionnels ou associations partenaires sur trajet précis et à un moment donné. « Evénementialiser » le trajet.
- Signaler le chemin :
 - Sur un axe principal qui peut- être très fréquenté et que vous avez identifié comme pertinent
 - A la sortie des transports en commun proches du festival pour faciliter l'inter-modalité
 - A l'approche du festival pour indiquer le parking
 - Sur place : rendre visible l'espace avec des visuels en hauteur et un marquage parking à vélos

D. La sécurité et la réglementation



Lorsque vous installez un parking vélos temporaire et avec consigne, vous devez indiquer **de manière visible, à toutes les entrées des parkings et dans votre communication dédiée, la fin de validité du parking** : quand se termine la surveillance ? Quand avez-vous prévu de le retirer ? Qu'avez-vous prévu de faire pour les vélos qui resteraient éventuellement stationnés ?

Mentionner la responsabilité en cas de vol, indiquer clairement **« décliner toute responsabilité en cas de vol ou de détérioration »**.

E. La communication et la valorisation

Si vous décidez de mettre en place un accueil vélo, il va falloir le faire savoir ! Voici quelques repères pour valoriser au mieux vos actions.

1. En amont de l'événement

- Organiser la stratégie de communication : parler de quoi ? à destination de qui ? quand ? où (canaux) ?
- Pour communiquer, se mettre à la place du cycliste, demander à des amis de lire les informations pour savoir si c'est clair et accessible
- Se mettre en lien avec le service transports de la collectivité territoriale pour faire connaître l'initiative, savoir si vous pouvez bénéficier d'une aide (matérielle, financière, ingénierie, communication)
- Contacter l'office de tourisme pour qu'il relaye la démarche et voir s'il peut vous apporter une aide (matérielle, financière, ingénierie, communication)
- Se mettre en lien avec des associations de valorisation de la pratique vélo pour qu'elles puissent relayer la démarche.
- Valoriser l'inter-modalité en indiquant les combos transport possibles (vélo/train et/ou tram/train)
- Communiquer sur les récompenses que les cyclistes pourront avoir (ticket de tombola gratuit pour gagner une place sur la prochaine édition, un panier garni ou un gilet réfléchissant aux couleurs de l'événement etc.)
- Organiser et communiquer sur les parades ou des départs groupés qui sont proposés
- Repérer les bornes vélos en libre-service à proximité du festival pour pouvoir les indiquer dans votre communication
- Alimenter la page internet avec toutes les informations pratiques sur la venue à vélo
- Sur le site internet intégrer le widget ou renvoyer vers le site [géovélo.fr](http://geovelo.fr) pour permettre aux participants de faire leurs itinéraires

2. Sur place

- Rendre visible : mettre de la signalétique assez haute pour repérer le parking à vélo de loin
- Récompenser les cyclistes : mettre en œuvre la tombola ou donner des récompenses
- Récolter la provenance des cyclistes et compter le nombre de vélos
- Prendre des photos de l'espace vélo, de l'accueil, des vainqueurs du tirage au sort

3. Après l'événement

- Remercier vos publics et mentionner les cyclistes sur les réseaux sociaux / newsletter / article de presse
- Utiliser les photos sur le site internet/réseaux sociaux/dossier de presse pour valoriser la démarche et capitaliser pour les prochaines années
- Faire le bilan (à anticiper avant l'événement pour ne pas être dépourvu) : Quantitatif : combien de vélos ? Durée ? Flux ? . Qualitatif : les bonnes pratiques ? les petits problèmes à résoudre pour l'an prochain ? Les opportunités et demandes pour s'améliorer ?
- Valoriser ces actions auprès des partenaires et dans les demandes de financement !
- Ne pas se décourager si le succès n'est pas immédiat : il faut plusieurs éditions pour installer de nouvelles habitudes

06. FAVORISER LA VENUE DES PUBLICS EN COVOITURAGE

Cette solution est bien adaptée pour des festivals qui répondent à un ou plusieurs critères de cette liste :

- Situés en milieu rural ou péri-urbain
- Accueillant des publics qui ne viennent pas forcément du territoire
- N'ayant pas ou peu de transports en commun (bus, train)
- Peu accessibles en vélo ou à pied

A. Les outils de covoiturage

1. Plateforme numérique

Il existe de nombreuses plateformes de covoiturage sur lesquelles inscrire son festival : mobicoop, covievent, together, covoitmodalis etc.

Deux plateformes de covoiturage se sont développées spécialement autour des événements culturels, elles ont toutes les deux été testées par des festivals Scènes d'été :

- Festicar : <https://www.festicar.info/>
- Tribulive : <https://www.tribugo.mobi/fr>

La mise en place d'une plateforme ne fait pas tout. Comme tout outil, il a besoin d'être animé pour pouvoir jouer son rôle d'intermédiaire et de mise en lien entre conducteurs et passagers.

2. Covoiturage sur le festival

Il est également possible de mettre en place un outil « covoiturage » sur l'événement pour permettre des trajets de dernière minute. Situé dans un endroit de passage ou proche du point d'accueil, il facilite la mise en lien des passagers et conducteurs.



Exemple des Nuits Atypiques

B. L'organisation et l'animation d'une action de covoiturage

On sait que si une page de covoiturage est vide de trajet, elle va peu inciter les festivaliers à l'utiliser et à proposer un trajet. Voici quelques astuces pour éviter la page blanche :

- S'appuyer sur un réseau d'ambassadeurs qui vont ajouter leurs trajets avant le lancement de la plateforme pour favoriser l'offre et agir sur la demande
- Demander aux bénévoles d'utiliser la plateforme de covoiturage pour inscrire leurs trajets et favoriser le covoiturage entre eux (même si les horaires ne correspondent pas tout à fait aux horaires d'ouverture du festival)
- Relayer l'information dans vos canaux de communication

Sur site aussi, on peut valoriser le covoiturage. Même si les personnes ne viennent pas en covoiturage cette année, leur sensibilisation est essentielle pour la prochaine édition. Pour ce faire quelques bonnes pratiques identifiées dans des festivals :

- Créer un point physique de rencontre covoiturage sur l'événement pour permettre aux personnes de se retrouver facilement et rendre visible la pratique durant le festival
- Former les bénévoles du point accueil à l'utilisation de la plateforme numérique et à l'animation du tableau de covoiturage
- Lier le service covoiturage à la prévention routière avec test alcool/drogue pour rassurer les participants
- La voiture est un lieu de stockage : penser un vestiaire qui serait payé par les places de parking et rendre la consigne gratuite ?
- Rendre la voiture solo « has been » : faire payer les parkings avec une tarification progressive. Valoriser les emplacements parking covoiturage à l'entrée du festival, sur les meilleurs parkings et positionner les parkings individuels plus loin
- Mettre de la signalétique « parking covoiturage » pour avoir l'effet « place de parking pour PMR »
- Organiser un service de « retour garanti » si les personnes ont un problème avec leur chauffeur au moment de rentrer chez elles

C. La communication et la valorisation

1. En amont du festival

Pour que le covoiturage se sache, tout va se jouer en amont du festival et il va être important d'agir à différents endroits. Quelques propositions d'actions :

- Se mettre en lien, bien en amont du festival, avec :
 - Le service transports de la collectivité territoriale pour un soutien matériel, financier ou d'ingénierie
 - L'office de tourisme du territoire pour qu'il valorise l'offre auprès des publics et des touristes
- Rendre visible la démarche en même temps que la mise en vente des places ou l'annonce des dates de la prochaine édition, via :
 - Une page « Comment venir » dans le menu d'accueil du site avec une section bien visible sur le covoiturage
 - Une diversité de supports afin de toucher les différents types de publics : réseaux sociaux, applications smartphone, supports papier (programmes, flyers...), médias via les communiqués, dossiers et conférences de presse. Une communication qui renvoie vers la page du site internet qui doit donc être complète et opérationnelle
 - S'appuyer sur des groupes locaux de covoiturage pour valoriser la démarche et inciter au covoiturage pour venir sur l'événement.

SOURCES ET BIBLIOGRAPHIE

- **REEVE** (Réseau éco-événement), fiches ressources sur les mobilités : <https://www.reseau-eco-evenement.net/ressources/d%C3%A9placements/>
- **Festival en Mouvement** : <https://www.lecollectifdesfestivals.org/collectif/2023/03/fem/>
- **Le COFESS** : fiches ressources sur la mobilité : <https://cofess.fr/les-ressources/mobilite/>
- **Le collectif des festivals** : <https://www.lecollectifdesfestivals.org/collectif/category/ressources/thematiques/les-transports/>

