

Guide de bonnes pratiques à l'intention des organisateurs d'événements



À PROPOS

Rédaction et révision

Alexandra Leblanc – Coordonnatrice de projets

Participation financière

Organiser des événements autrement bénéficie d'une aide financière du gouvernement du Québec tirée du programme Action-Climat Québec et rejoint les objectifs du Plan pour une économie verte 2030.



© 2022

À propos de Mobili-T

Mobili-T est un organisme à but non lucratif mandaté par le ministère des Transports et de la Mobilité durable du Québec, dont la mission consiste à rendre les alternatives à l'auto solo accessibles et attrayantes en assistant les employeurs, les municipalités, et le milieu touristique et événementiel dans la mise en place de solutions adaptées qui favoriseront et faciliteront une mobilité durable dans leur contexte. Actif depuis 2007, Mobili-T déploie ses activités dans l'Est du Québec. Son équipe est composée de personnes passionnées et expérimentées formées à l'élaboration de stratégies d'intervention sur mesure en fonction des besoins spécifiques et des problématiques de mobilité.



TABLE DES MATIÈRES



• Introduction.	4
• Mesures proposées.	10
• Axe 1 – Gestion interne	12
• Axe 2 – Communication	28
• Axe 3 – Covoiturage	41
• Axe 4 – Transport collectif	50
• Axe 5 – Transport actif	62
• Axe 6 – Stationnement	78
• Conclusion.	85



INTRODUCTION

The background is a solid blue color. On the right side, there are several thick, white, curved lines that sweep across the frame. One line starts near the top right and curves downwards and to the left. Another line starts lower and curves upwards and to the left. These lines create a sense of movement and depth, framing the text on the left.

PROBLÉMATIQUE

La voiture en solo est le mode de transport le plus utilisé par les Québécois, un sondage réalisé par la firme SOM pour le ministère des Transports et de la Mobilité durable (MTMD) du Québec révélant qu'il est prisé par la majorité des répondants (74 %) à l'échelle provinciale, et que celui-ci s'avère plus omniprésent en région. Par ailleurs, comme le révèle l'Enquête Origine-Destination de 2017 réalisée par le MTMD, les Québécois ont l'habitude d'utiliser l'auto solo pour leurs déplacements de loisirs, un type de déplacement ayant augmenté de 24,1 % entre 2011 et 2017. Ces habitudes ont un impact en matière d'émissions de gaz à effet de serre. L'utilisation d'une voiture avec un seul occupant à bord génère 0,21 kg CO₂ éq. par kilomètre, contre 0,06 kg CO₂ éq. pour le transport en collectif, et un bilan presque nul pour les modes de transport actifs. Cette pratique a, bien entendu, ses effets en contexte événementiel, si l'on considère les articles traitant de problèmes de stationnement ou de congestion liés à la tenue d'événements paraissant chaque année au sein des quotidiens québécois. Or, les détails logiques, dont la gestion du stationnement et l'accessibilité au site, constituent 50 % du succès d'un événement.



PROBLÉMATIQUE



Devant cette problématique, il apparaît judicieux de mettre de l'avant des initiatives facilitant et encourageant les changements de comportement des individus et de diminuer l'utilisation de l'auto solo, et son impact sur l'environnement. Toutefois, ces solutions, qui passent par la mise en place de mesures favorisant la mobilité durable, et par l'éducation devront être pleinement adaptées au contexte de chaque région et de chaque événement.



PORTRAIT DES BESOINS

Avoir accès à plus de ressources

Pour plusieurs organisateurs d'événements, le manque de ressources est limitant lorsque vient le temps d'envisager la mise en place de solutions en mobilité. Dans certains cas, les événements sont organisés par de petites équipes comportant peu de personnel permanent. Les questions de transports durables peuvent donc être négligées par manque de temps ou encore par manque de connaissances sur les technicalités de certaines mesures. Par ailleurs, l'aspect financier peut également s'avérer problématique pour mettre en place des solutions et en faire la promotion.

Faire avec le contexte existant

Certains organisateurs d'événements ont relevé que le contexte propre à leur région pouvait imposer des contraintes dans leur travail d'organisation. À titre d'exemple, lorsqu'une personne souhaite participer à un festival au Bas-Saint-Laurent et, plus particulièrement encore, sur le territoire de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine, elle doit parcourir de longues distances. Elle doit s'assurer d'avoir un endroit où dormir, ce qui peut être problématique à la dernière minute. Par ailleurs, le transport de matériel ou l'offre de stationnements gratuits peut décourager l'usage des transports durables.



PORTRAIT DES BESOINS

Communiquer l'information efficacement

Les participants souhaitent accéder aux sites des événements le plus facilement possible. Parfois, ces individus ont la perception que l'auto solo est le mode de transport le plus efficace pour eux puisqu'ils le trouvent sécurisant, qu'ils ne connaissent pas bien les lieux de l'événement ou les options de transport disponibles, ou qu'ils ont la perception d'être pris au piège, ne pouvant pas quitter au moment désiré. Un travail efficace visant à promouvoir les alternatives disponibles est primordial, surtout si cela implique un changement des habitudes de déplacement, les participants ayant tendance à utiliser le moyen de transport de leur quotidien.

Donner accès à plus d'options en transport

L'offre en transports alternatifs n'est pas disponible partout et à l'année. Selon certains intervenants des domaines événementiel et touristique, cette particularité pourrait nuire à certaines régions lorsque vient le temps, pour un organisateur, de choisir le lieu où se déroulera son événement. En ce sens, il apparaît pertinent de rendre accessible plus d'alternatives répondant au contexte particulier de l'événementiel.



MISE EN CONTEXTE DU GUIDE

Organiser des événements autrement

Pour répondre à la problématique et au portrait des besoins précédemment énoncés, le projet *Organiser des événements autrement* a été mis sur pied. Ce dernier vise à accompagner les organisateurs d'événements dans la réduction de l'auto solo induite par la tenue de leurs activités dans les régions de la Capitale-Nationale, de la Chaudière-Appalaches, du Bas-Saint-Laurent, de la Gaspésie, et des Îles-de-la-Madeleine.

Pourquoi un guide de bonnes pratiques?

Ce guide a pour but d'outiller les organisateurs d'événements dans la mise en œuvre d'une diversité de solutions qui visent à favoriser l'utilisation des modes de transport alternatifs à la voiture en solo dans le cadre de leurs activités. Les solutions qui y sont proposées et les exemples d'inspirations qui y sont inclus sont le fruit d'une vaste étude menée auprès d'acteurs du milieu événementiel, mais également d'un sondage grand public réalisé par la firme Léger, et de différentes recherches complémentaires. Ce guide se veut le plus adapté possible aux différents milieux concernés par le projet.



MESURES PROPOSÉES

A thick white line graphic on a blue background. It starts as a curve at the top right, descends to a sharp V-shape in the lower right, and then ascends as a curve towards the bottom center.

MESURES EN SIX VOLETS THÉMATIQUES

Ce guide présente des mesures, classées en six thématiques, pour inspirer les organisateurs d'événements souhaitant favoriser l'utilisation des modes de transport durables comme alternative à l'auto solo dans leur contexte.

Ces six thématiques sont les suivantes :



Gestion interne



Communication



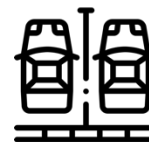
Covoiturage



Transport
collectif



Transport actif



Stationnement



VOLET 1 – *GESTION INTERNE*

The background is a solid orange color. It features several thick, white, curved lines that sweep across the frame. One line starts from the bottom left and curves upwards towards the center. Another line starts from the top right and curves downwards towards the center. A third line starts from the top right and curves downwards towards the bottom right. These lines create a sense of movement and depth.

VOLET 1 – GESTION INTERNE

Description

Les pratiques de gestion adoptées par un organisateur jouent un rôle déterminant dans la capacité qu'auront les participants à son événement de faire usage des modes de transport durables. L'instauration de pratiques facilitant l'utilisation de ces moyens de locomotion permet effectivement à ses participants de ressentir clairement son engagement envers ce type de pratique, mais également envers leur bien-être et, plus largement, le développement durable. Ces efforts contribuent à enrichir l'expérience événementielle, tout en ayant des impacts positifs qui dépassent le simple cadre des déplacements domicile-événement. Les mesures proposées dans le *Volet 1 – Gestion interne* visent à :

- Formaliser l'implantation des mesures en mobilité durable proposées et en assurer la continuité;
- Mettre en place des éléments structurants en gestion des déplacements pour l'ensemble des modes.



VOLET 1 – GESTION INTERNE

Résumé des mesures proposées dans ce volet



1.1 – Attitrer une personne-ressource permanente à la mobilité durable



1.2 – Allouer un budget récurrent aux actions en mobilité durable



1.3 – Prioriser une localisation qui facilite l'accès aux transports durables



1.4 – Adopter une politique de développement durable



1.5 – Instaurer un programme de retour garanti à domicile



1.6 – Compenser les émissions de GES liées aux déplacements en automobile solo



1.1 – Attirer une personne-ressource permanente à la mobilité durable

Description

Assigner une personne-ressource interne à la gestion de la mobilité durable est un atout majeur pour atteindre les objectifs fixés dans ce domaine. Cette personne, qui doit bien connaître le contexte de l'événement, les pratiques internes et les moyens de communication disponibles, agit comme point de référence central au sein de l'équipe organisatrice. Elle veille à l'avancement des initiatives liées à la mobilité durable, répond aux demandes ou commentaires, et facilite la coordination des actions. En centralisant la gestion de ce dossier, non seulement elle simplifie les démarches pour les participants à l'événement, mais elle renforce également la perception de l'engagement de l'équipe organisatrice envers les transports durables.



1.1 – Attirer une personne-ressource permanente à la mobilité durable

Quelques bénéfices

- Permettre à l'équipe organisatrice de l'événement de développer une expérience en mobilité durable et en gestion des déplacements à l'interne;
- Favoriser l'implantation de solutions favorisant l'utilisation des transports alternatifs à l'automobile par les participants à l'événement;
- Faciliter la diffusion d'informations relatives à des initiatives en lien avec la mobilité durable liées à l'événement.

Quelques éléments à considérer

- La personne-ressource devra avoir une bonne connaissance des pratiques internes de l'équipe organisatrice, mais également du contexte particulier de l'événement pour être en mesure d'accomplir ses responsabilités avec succès;
- Cette personne devrait aussi être en mesure de répondre aux questions des participants qui souhaitent avoir de l'information en lien avec les initiatives mises en place pour favoriser la mobilité durable.



1.2 – Allouer un budget récurrent aux actions en mobilité durable

Description

La mise en œuvre de solutions visant à améliorer l'accessibilité à un site événementiel par des modes de transport durables engendre des coûts, ce qui peut constituer un frein pour les organisateurs disposant de budgets limités. Toutefois, ces dépenses devraient être considérées comme un investissement, souvent moins onéreux que les coûts associés à la gestion du stationnement. Pour soutenir ces initiatives, il est recommandé de prévoir un budget dédié, alimenté par des sources de financement variées, telles que des commandites de partenaires ou des subventions gouvernementales, afin de maximiser l'impact des actions entreprises et de leur promotion.



1.2 – Allouer un budget récurrent aux actions en mobilité durable

Quelques bénéfices

- Assurer un financement récurrent et adéquat pour la promotion des transports durables et la mise en place d'actions porteuses en contexte événementiel;
- Permettre un suivi des actions mises en place et de leurs retombées tous les ans;
- Pérenniser les mesures mises en place et leur entretien, s'il y a lieu.

Quelques éléments à considérer

- Avant toute chose, l'organisateur devra définir des modalités qui lui permettront de constituer le budget qui sera alloué à la mobilité durable dans le cadre de son événement, dont les sources de revenus. Si ses ressources financières sont plus limitées, il existe un certain nombre de programmes de financement qui pourront lui être utiles;
- Il est généralement utile de définir une entité qui s'occupera de la gestion de ce budget et qui sera chargée de l'analyse coût-bénéfice.



1.3 – Prioriser une localisation qui facilite l'accès aux transports durables

Description

Sélectionner soigneusement la localisation des sites d'un événement est l'un des leviers les plus efficaces pour encourager l'utilisation des transports durables par les participants. Il s'agit de privilégier des sites facilement accessibles par une variété de modes de transport alternatifs à l'automobile, afin de les rendre aussi favorables que possible à une mobilité durable.



1.3 – Prioriser une localisation qui facilite l'accès aux transports durables

Quelques bénéfices

- Améliorer l'accessibilité des sites de l'événement;
- Favoriser la compétitivité à l'auto solo des modes de transport durables pour les déplacements domicile-événement.

Quelques éléments à considérer

- Pour guider ses choix, l'organisateur peut se poser plusieurs questions. Est-ce que les sites sont desservis par le transport collectif? Sont-ils connectés ou localisés à une distance raisonnable du réseau cyclable? Est-ce que les piétons peuvent y circuler en sécurité?
- Parfois, les sites d'un événement sont peu « mobilité durable *friendly* », notamment en raison du contexte local. L'organisateur peut alors mettre en place différentes solutions pour optimiser les sites en question ou encore pour pallier l'absence d'alternatives à la voiture en solo dans le secteur.



1.4 – Adopter une politique de développement durable

Description

Le succès d'une démarche en gestion des déplacements repose souvent sur son intégration au cœur des priorités et des valeurs de l'équipe organisatrice d'un événement. L'adoption d'une politique de développement durable, incluant un volet sur la mobilité durable, pourrait officialiser cet engagement, tout en s'appuyant sur un plan d'action concret. Une telle démarche favoriserait également l'accès à des financements provenant de bailleurs de fonds qui exigent que ces enjeux soient pris en compte et intégrés dans les événements qu'ils soutiennent.



1.4 – Adopter une politique de développement durable

Quelques bénéfices

- Assurer l'avancement de la démarche en gestion des déplacements dans le cadre de l'événement;
- Positionner l'équipe organisatrice de l'événement comme un leader en développement durable et en mobilité durable;
- Diversifier les opportunités de commandites et de financement.

Quelques éléments à considérer

- La politique doit refléter les valeurs fondamentales de l'équipe organisatrice, et inclure des objectifs mesurables et alignés sur les principes du développement durable. Par ailleurs, cette dernière doit comporter un plan détaillé qui précise les étapes, les ressources nécessaires, ainsi que les échéances pour atteindre les objectifs fixés;
- Afin de favoriser l'adhésion, il peut être intéressant pour l'organisateur d'impliquer toutes les parties prenantes dans l'élaboration et l'implantation de la politique.



1.5 – Instaurer un programme de retour garanti à domicile

Description

L'un des éléments freinant les participants à faire usage des modes de transport durables est la volonté d'avoir la possibilité de quitter l'événement à l'heure qui leur convient le mieux (sans avoir à se coordonner avec une autre personne ou à avoir à attendre le prochain passage de l'autobus). À cela peut par ailleurs s'ajouter la contrainte du retour à la maison après la consommation d'alcool sur le site en toute sécurité pouvant être compromise, selon le mode de transport utilisé. Dans cette perspective, pour répondre à ces contraintes et pour garantir la sécurité des participants, l'organisateur d'événements peut garantir un retour au domicile, le plus souvent sous la forme d'un voyage en taxi. Cela permet ainsi aux participants de profiter de l'événement en toute sérénité.



1.5 – Instaurer un programme de retour garanti à domicile

Quelques bénéfices

- Renforcer la sécurité des participants en réduisant les risques liés à la conduite sous l'influence de l'alcool ou au retour tardif;
- Faciliter l'accès à l'événement en levant les contraintes liées au retour à domicile, offrant ainsi plus de flexibilité;
- Encourager l'utilisation des modes de transport durables en garantissant une solution fiable pour le trajet du retour;
- Valoriser l'image de l'organisateur comme responsable et engagé envers le bien-être de ses participants.

Quelques éléments à considérer

- Pour guider la mise en place de cette solution, il est judicieux que l'organisateur procède à l'analyse des horaires, des distances des domiciles et du nombre potentiel de participants nécessitant ce service pour être en mesure d'adapter l'offre en conséquence, et que ce dernier collabore avec des entreprises de taxi, de covoiturage ou encore de transport collectif pour garantir un service fiable et accessible.



1.6 – Compenser les émissions de GES liées aux déplacements en automobile solo

Description

Même si l'équipe organisatrice d'un événement met en place une série de mesures pour faciliter les déplacements au moyen de modes de transport durables, une certaine proportion de participants continuera à se déplacer en voiture individuelle pour diverses raisons personnelles. Dans cette perspective, il pourrait être intéressant, pour l'organisateur d'événements, d'envisager la compensation des émissions de gaz à effet de serre (GES) liées aux déplacements de ses participants autosolistes. Cette approche permettrait à l'organisateur de se positionner comme un acteur de changement et de promotion des modes de transport durables, mais également de constituer un complément aux autres solutions qu'il a pu mettre en place en matière de mobilité durable. Par ailleurs, veiller à compenser ces émissions de GES peut s'avérer une avenue intéressante pour un événement se déroulant sur un site peu favorable à la mobilité durable. L'organisateur peut ainsi contribuer à la protection de l'environnement en contrebalançant ces émissions par le financement de projets de séquestration du carbone.



1.6 – Compenser les émissions de GES liées aux déplacements en automobile solo

Quelques bénéfices

- Réduire l'empreinte écologique de l'événement liée aux déplacements des participants.

Quelques éléments à considérer

- Pour être en mesure de compenser les GES liés aux déplacements des participants à son événement, l'organisateur devra s'assurer de bien connaître le point de départ de ceux-ci et le moyen de transport utilisé pour se rendre sur le site. Cette information pourrait leur être demandée lors de l'inscription;
- Plusieurs outils de calcul et programmes de compensation existent. Certains d'entre eux permettent de financer du reboisement alors que d'autres visent plutôt l'éducation relative à l'environnement.



1.6 – Compenser les émissions de GES liées aux déplacements en automobile solo

Quelques exemples de succès

- Afin de réduire son empreinte carbone, l'**Ultra-Trail Harricana du Canada** compense une partie des émissions de GES induites par les déplacements de ses participants par la plantation d'arbres;
- Le **Festival en chanson de Petite-Vallée** invite ses participants à compenser leurs émissions de GES par l'entremise de SARGÎM, une organisation leader dans la région de la Gaspésie en matière de reboisement.



VOLET 2 – *COMMUNICATION*

The background is a solid orange color. It features several thick, white, curved lines that sweep across the frame. One line starts from the bottom left and curves upwards towards the center. Another line starts from the top right and curves downwards towards the center. A third line starts from the top right and curves downwards towards the bottom right. These lines create a sense of movement and depth.

VOLET 2 – COMMUNICATION

Description

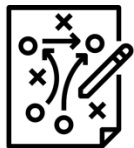
Lorsqu'un organisateur met en place des mesures pour encourager la mobilité durable dans le cadre de son événement, il est essentiel qu'il les communique efficacement à ses participants. Ces derniers souhaitent généralement accéder à l'événement de façon simple et pratique, et leurs choix de transport sont souvent influencés par leurs habitudes, et le niveau d'information disponible. Une communication claire et opportune permet non seulement de faire connaître les solutions implantées, mais aussi de transformer les perceptions existantes pour encourager l'adoption de ces alternatives. Le message à diffuser doit ainsi être adapté aux mesures mises en place, tenir compte des options de transport disponibles et être relayé par les canaux les plus pertinents pour rejoindre efficacement les participants. Les mesures proposées dans le *Volet 2 – Communications* visent à :

- Faciliter l'accès à l'information sur l'accessibilité au site de l'événement par les modes durables;
- Accroître la portée des mesures implantées en assurant la connaissance de celles-ci par les participants.



VOLET 2 – COMMUNICATION

Résumé des mesures proposées dans ce volet



2.1 – Élaborer une stratégie de communication



2.4 – Réaliser des campagnes de marketing ciblées



2.2 – Réaliser des activités d'information et de sensibilisation aux modes durables



2.3 – Développer des outils d'information sur l'accessibilité en transports durables



2.1 – Établir une stratégie de communication

Description

Pour assurer le succès et la pérennité d'une démarche visant à encourager la mobilité durable, il est essentiel de mettre en place une stratégie de communication efficace. Cette stratégie doit définir la manière de transmettre le message, planifier les interventions nécessaires et intégrer cette promotion aux autres campagnes liées à l'événement. Une communication régulière et ciblée permet d'informer les participants en temps opportun, leur offrant ainsi la possibilité d'ajuster leurs habitudes de déplacement. Une telle approche garantit que les informations essentielles soient bien diffusées, tout en contribuant à renforcer l'impact global de la démarche.



2.1 – Établir une stratégie de communication

Quelques bénéfices

- Améliorer l'image de marque de l'événement en termes de mobilité durable;
- Susciter l'adhésion des participants à la démarche;
- Accroître le niveau de connaissance des participants quant aux mesures qui ont été mises en place.

Quelques éléments à considérer

- Certains moments peuvent s'avérer plus opportuns que d'autres pour diffuser de l'information. En contexte événementiel, ces moments pourraient être celui de la sortie de la programmation ou encore celui du lancement de la période des inscriptions;
- L'organisateur pourrait regrouper en un même endroit toutes les informations relatives aux transports durables de son événement. Il lui sera ainsi plus facile d'y référer ses participants. Bien entendu, cette information devra être claire et elle devra faire l'objet d'une mise à jour périodique.



2.2 – Réaliser des activités d'information et de sensibilisation aux modes durables

Description

Une communication efficace est essentielle pour accompagner une démarche visant à modifier les habitudes de déplacement des participants à un événement. La mise en place d'activités d'information et de sensibilisation peut jouer un rôle clé en conscientisant les participants aux avantages et opportunités offerts par les modes de transport durables, tout en leur fournissant des informations pratiques sur les options disponibles et leur utilisation. Pour maximiser leur impact, ces activités doivent être dynamiques, attrayantes et accessibles à un large public, y compris les personnes qui n'utilisent pas encore ces modes de transport. Elles peuvent prendre diverses formes, comme des concours ou des kiosques, afin de capter l'attention et l'intérêt du plus grand nombre.



2.2 – Réaliser des activités d'information et de sensibilisation aux modes durables

Quelques bénéfices

- Faire connaître les solutions en mobilité durable implantées pour l'événement;
- Créer un engouement pour les transports durables dans le cadre de l'événement;
- Réduire la pression sur les stationnements aux alentours du site de l'événement.

Quelques éléments à considérer

- Ces activités doivent être ludiques et dynamiques de sorte à intéresser l'ensemble des individus susceptibles de vouloir fréquenter l'événement, et non pas seulement ceux parmi eux qui font déjà usage des modes durables;
- Elles peuvent prendre la forme de kiosques, de vidéos promotionnels, de concours, et bien plus encore.



2.2 – Réaliser des activités d'information et de sensibilisation aux modes durables

Un exemple de succès

Pour inciter ses participants à faire du covoiturage pour se rendre à son événement, l'équipe organisatrice de l'**Ultra-Trail Harricana du Canada** a décidé d'organiser un concours sur sa page Facebook dédiée à ce mode de transport. Elle a ainsi procédé au tirage d'une inscription gratuite à son événement de 2021 parmi toutes les personnes qui ont affiché des offres de covoiturage sur celle-ci.



2.3 – Développer des outils d'information sur l'accessibilité en transports durables

Description

Pour encourager l'utilisation des transports durables vers un site événementiel, il est crucial de diffuser des informations claires et accessibles à ce sujet. Lorsque les participants manquent de renseignements sur les options alternatives à la voiture en solo, ils sont peu enclins à les envisager. Par ailleurs, il est fréquent que les individus surestiment le temps nécessaire pour se déplacer par des modes de transport durables, et ce, tout en sous-estimant celui des trajets en voiture, en grande partie par manque de connaissance. La mise en place d'outils d'information adaptés, comme des cartes, des dépliants, des panneaux ou des pages Web, peut non seulement informer les participants sur les alternatives disponibles, mais aussi les inciter à adopter ces options en facilitant leur utilisation et leur compréhension.



2.3 – Développer des outils d'information sur l'accessibilité en transports durables

Quelques bénéfices

- Permettre une meilleure diffusion de l'information sur les alternatives à l'auto solo aux participants et sur les programmes de l'événement à cet effet;
- Réduire la pression sur les stationnements aux alentours du site de l'événement.

Quelques éléments à considérer

- Ces outils d'information sur l'accessibilité en transport durable à l'événement peuvent prendre plusieurs formes, allant de simples cartes présentant les infrastructures existantes aux alentours à des dépliants d'information. Ceux-ci peuvent par ailleurs être regroupés en un seul endroit, comme la page Web de l'événement, afin de faciliter leur consultation par les participants;
- L'organisateur devra s'assurer de les mettre périodiquement à jour afin que l'information qui y est incluse soit la plus actuelle possible.



2.3 – Développer des outils d'information sur l'accessibilité en transports durables

Quelques exemples de succès

- Le **Festival en chanson de Petite-Vallée** dispose d'une page sur son site Web qui détaille la façon de se rendre à Petite-Vallée en fonction de différents modes de transport, dont l'autobus et le covoiturage. D'ailleurs, une brève proposition d'itinéraire est proposée aux individus désireux d'utiliser l'autobus;
- Le **Festival d'été de Québec** a dédié une page complète de son site Web pour détailler à ses participants les options dont ils disposent pour se rendre à Québec, et pour se déplacer dans la ville, vers les sites de l'événement.



2.4 – Réaliser des campagnes de marketing ciblées

Description

Identifier et cibler les participants susceptibles d'utiliser des modes de transport alternatifs à la voiture en solo constitue une stratégie efficace pour réduire la part de l'automobile en solo induite par la tenue de son événement. Les campagnes de marketing ciblées se révèlent particulièrement pertinentes dans ce contexte, car elles permettent de fournir des informations adaptées aux options disponibles pour chaque individu, maximisant ainsi leur impact.



2.4 – Réaliser des campagnes de marketing ciblées

Quelques bénéfices

- Augmenter les possibilités que les participants à son événement se sentent interpellés quant à l'utilisation des transports durables;
- Cibler les participants les plus susceptibles d'user d'un mode de transport autre que l'auto solo pour se rendre à son événement;
- Rejoindre plus facilement les participants en fonction de leur contexte particulier;
- Réduire la pression sur les stationnements aux alentours du site de l'événement.

Quelques éléments à considérer

- Lors du processus d'inscription à son événement, l'organisateur pourrait demander à ses participants de fournir un certain nombre d'informations, dont le code postal de leur lieu de résidence. À partir de cette donnée, il est possible de faire une analyse géospatiale pour s'assurer de communiquer des informations quant à l'utilisation du vélo aux participants résidant à 5 km et moins du site de l'événement, et quant au transport collectif ou au covoiturage aux participants résidant à proximité d'un trajet d'autobus ou dont le domicile est plus éloigné, notamment.



VOLET 3 – *COVOITURAGE*

The background is a solid orange color. It features several thick, white, curved lines that sweep across the frame. One line starts from the bottom left and curves upwards towards the center. Another line starts from the top right and curves downwards towards the center. A third line starts from the top right and curves downwards towards the bottom right. These lines create a sense of movement and depth.

VOLET 3 – COVOITURAGE

Description

D'après les données recueillies lors d'une enquête menée par la firme Léger pour le compte de Mobili-T, le covoiturage est le mode de transport le plus populaire en contexte événementiel, plus de la moitié des répondants (54 %) en ayant fait usage dans le cadre de leur dernière participation à un événement. Cependant, malgré cet engouement, des freins subsistent, notamment la difficulté à trouver des partenaires de covoiturage en dehors du cercle familial. Les organisateurs d'événements peuvent contribuer de différentes façons à minimiser les barrières à l'usage de ce mode de transport dans leur contexte particulier. Les mesures proposées dans le *Volet 3 – Covoiturage* visent à :

- Faciliter la recherche de partenaires de covoiturage pour les participants;
- Inciter les automobilistes n'ayant pas accès aux autres modes durables à adopter de saines habitudes de déplacement.



VOLET 3 – COVOITURAGE

Résumé des mesures proposées dans ce volet



3.1 – Fournir un outil permettant de trouver un covoitureur



3.2 – Offrir un incitatif au covoiturage



3.1 – Fournir un outil permettant de trouver un covoitureur

Description

Mettre à la disposition des participants un outil pour faciliter le covoiturage est un levier essentiel pour promouvoir ce mode de transport durable dans le cadre d'un événement. La facilité à trouver des partenaires de covoiturage joue un rôle déterminant dans son adoption, comme en témoignent les données recueillies par Léger lors d'une étude menée auprès de Québécois ayant participé à des événements au cours des cinq dernières années. Le manque de partenaires est régulièrement cité comme l'un des principaux freins à l'utilisation de ce mode de transport, notamment par les personnes utilisant majoritairement l'auto solo. Un outil de jumelage facilitant le covoiturage peut ainsi lever cet obstacle et encourager une transition vers des pratiques de mobilité plus durables.



3.1 – Fournir un outil permettant de trouver un covoitureur

Quelques bénéfices

- Accroître les chances des participants de trouver des partenaires avec qui covoiturer vers le site de l'événement;
- Réduire la pression sur les stationnements aux alentours du site de l'événement en encourageant l'utilisation d'un même espace par plusieurs participants.

Quelques éléments à considérer

- Avant d'arrêter son choix sur une solution en particulier, l'organisateur d'événements doit s'assurer de bien définir ses besoins;
- Dans certains contextes, le covoiturage peut s'organiser via des outils plus informels, dont Facebook. En revanche, lorsqu'un événement attire des foules, il est plus judicieux que son organisateur se tourne vers un outil plus systématisé;
- Une promotion récurrente de l'outil de jumelage devra être prévue par l'organisateur pour maximiser le succès de la mesure.



3.1 – Fournir un outil permettant de trouver un covoitureur

Quelques exemples de succès

- Le **Festif! de Baie-Saint-Paul** a développé un outil de jumelage en partenariat avec le fournisseur Covoiturage.ca pour son édition de 2019. Ce dernier permettait à ses participants de se joindre à un équipage de covoiturage en indiquant leur lieu de départ. Un code promotionnel leur était aussi fourni pour leur donner accès à un rabais sur les frais de réservation d'un trajet longue distance sur la plateforme.
- L'organisation de l'**Ultra-Trail Harricana du Canada** a mis en place une page Facebook, *Covoiturage/Carpooling Ultra-Trail Harricana*, pour favoriser le jumelage entre ses participants. Plus d'une centaine de personnes l'ont utilisé en 2020.
- Le **Festival en chanson de Petite-Vallée** incite ses participants à faire usage du covoiturage pour se déplacer jusqu'à lui. Sur son site Internet, il liste plusieurs groupes Facebook dédiés au covoiturage vers la Gaspésie, dont un qu'il administre lui-même comportant près de 4 000 membres.



3.2 – Offrir un incitatif au covoiturage

Description

Proposer des incitatifs encourageant l'utilisation du covoiturage est une stratégie efficace pour favoriser l'adoption de cette pratique dans le cadre d'un événement. Ces incitatifs, qui peuvent être financiers ou d'une autre nature, représentent un avantage concret pour les participants, les motivant à changer leurs habitudes de déplacement ou à consolider leur engagement envers le covoiturage. Ils peuvent prendre diverses formes, comme des cadeaux promotionnels, des coupons-rabais pour des achats sur le site de l'événement, ou encore des privilèges exclusifs réservés aux covoitureurs. Ces mesures rendent le covoiturage plus attrayant et contribuent à promouvoir une mobilité plus durable.



3.2 – Offrir un incitatif au covoiturage

Quelques bénéfices

- Fidéliser les usagers actuels du covoiturage;
- Promouvoir la pratique du covoiturage en offrant un avantage à ses usagers;
- Réduire la pression sur les stationnements aux alentours du site de l'événement en encourageant l'utilisation d'un même espace par plusieurs participants.

Quelques éléments à considérer

- L'organisateur d'événements désireux de mettre en place une telle solution doit s'assurer de déterminer un mode de validation du moyen de transport utilisé par ses participants de sorte à s'assurer que les bénéficiaires de l'incitatif soient bien des usagers du covoiturage;
- Une promotion récurrente de l'incitatif au covoiturage devra être prévue par l'organisateur afin que ses participants puissent s'en prémunir. Cette promotion pourrait être effectuée en des moments clés, comme à la sortie de la programmation de l'événement ou à l'ouverture des inscriptions.



3.2 – Offrir un incitatif au covoiturage

Un exemple de succès

- En lien avec la mise en place de sa page Facebook dédiée au covoiturage pour son événement, l'organisation de l'**Ultra-Trail Harricana du Canada** a choisi d'offrir un incitatif de plus à l'utilisation de ce mode de transport. Elle a fait tirer une inscription gratuite pour son événement de 2021 parmi toutes les personnes qui ont affiché des offres de covoiturage sur ce médium.



VOLET 4 – *TRANSPORT COLLECTIF*

The background is a solid orange color. It features several thick, white, curved lines that sweep across the frame. One line starts from the bottom left and curves upwards towards the center. Another line starts from the top right and curves downwards towards the center. A third line starts from the top right and curves downwards towards the bottom right. These lines create a sense of movement and flow.

VOLET 4 – TRANSPORT COLLECTIF

Description

D'après le sondage mené par Léger dans le cadre d'*Organiser des événements autrement*, le transport collectif est le deuxième mode de transport le plus utilisé en contexte événementiel, avec près du tiers des répondants (27 %) l'ayant choisi lors de leur dernière participation. Toutefois, son utilisation se heurte à des obstacles notables dans certaines régions. En Chaudière-Appalaches, au Bas-Saint-Laurent et en Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, la desserte des services de transport collectif peut constituer un frein majeur. Dans la région de la Capitale-Nationale, les principaux freins identifiés sont la longueur des trajets et des horaires peu adaptés. Bien que ces contraintes puissent sembler difficiles à surmonter, les organisateurs d'événements disposent de plusieurs moyens de réduire ces obstacles et de promouvoir l'utilisation du transport collectif dans leur contexte spécifique. Les mesures proposées dans le *Volet 4 – Transport collectif* visent à :

- Faciliter l'utilisation du transport collectif pour accéder au site de l'événement;
- Encourager un transfert modal vers le transport collectif auprès des participants automobilistes actuels.



VOLET 4 – TRANSPORT COLLECTIF

Résumé des mesures proposées dans ce volet



4.1 – Collaborer avec les organismes à l'amélioration de leurs services



4.2 – Offrir un rabais sur le transport collectif



4.3 – Implanter une navette vers le site de l'événement



4.1 – Collaborer avec les organismes à l'amélioration de leurs services

Description

Les contraintes liées à l'utilisation du transport collectif dans le cadre d'un événement peuvent limiter son adoption, notamment lorsque les horaires des services disponibles ne concordent pas avec ceux de l'événement. Pour pallier ces obstacles, il est pertinent d'établir une collaboration avec les organismes de transport collectif concernés. Cette collaboration peut inclure la transmission de données sur les habitudes de déplacement des participants, des discussions visant à ajuster les horaires, ou encore un soutien financier pour améliorer la desserte.

Par ailleurs, une augmentation du nombre d'usagers pourrait, à terme, encourager une bonification des services dans le secteur concerné, bien que ces améliorations nécessitent souvent plusieurs étapes d'approbation et un délai d'implantation.



4.1 – Collaborer avec les organismes à l'amélioration de leurs services

Quelques bénéfices

- Initier un partenariat avec d'autres acteurs locaux pour le développement du transport collectif;
- Faire concorder les heures de passage des trajets desservant les environs du site de l'événement.

Quelques éléments à considérer

- L'organisateur d'événements désireux de mettre en place une telle solution doit effectuer une première analyse de besoins et de contraintes, en procédant à l'identification des horaires de point liés à l'événement (arrivées et départs) et à la vérification de leur compatibilité avec l'offre actuelle, en examinant les trajets et les arrêts existants pour évaluer leur proximité par rapport au site de l'événement, et s'attachant à comprendre les origines géographiques des participants et leurs préférences en matière de transport.



4.1 – Collaborer avec les organismes à l'amélioration de leurs services

Un exemple de succès

- Afin d'améliorer l'accès aux sites de son événement, l'équipe du **Festival Musique du Bout du Monde** a mis en place une collaboration avec la Régie intermunicipale de transport Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (RÉGÎM), qui a la responsabilité du transport collectif sur son territoire. En effet, cette collaboration avait été jugée nécessaire étant donné que les horaires des trajets desservant certains sites de l'événement ne convenaient pas aux besoins en déplacements des festivaliers de l'événement, notamment en ce qui a trait à l'absence de passages aux moments où ils en avaient besoin. Ce partenariat a ainsi permis l'ajout de passages en soirée et la fin de semaine pour mieux desservir l'événement.



4.2 – Offrir un rabais sur le transport collectif

Description

Offrir aux participants à son événement un rabais à l'utilisation du transport collectif est une mesure très porteuse qui rend son usage encore plus attractif. D'ailleurs, les données récoltées par Léger dans le cadre de son étude auprès de Québécois ayant participé à un événement dans les cinq dernières années le démontrent. En effet, près de la moitié des répondants de 18 à 24 ans (47 %), qui constituent les plus grands usagers de ce mode de transport, considèrent que le principal incitatif à mettre en place devrait être de nature financière.



4.2 – Offrir un rabais sur le transport collectif

Quelques bénéfices

- Promouvoir l'usage du transport collectif en offrant un avantage à ses usagers;
- Réduire la pression sur les stationnements aux alentours du site de l'événement.

Quelques éléments à considérer

- Une promotion récurrente du rabais sur le transport collectif devra être prévue par l'organisateur. Pour maximiser le succès de la mesure, celle-ci pourrait avoir lieu à la sortie de la programmation de l'événement ou lors de la période où les participants peuvent s'y inscrire;
- Un organisateur peut avoir plus d'impact avec cette solution lorsque les stationnements aux alentours du site de son événement sont payants.



4.2 – Offrir un rabais sur le transport collectif

Un exemple de succès

- En 2014, le **Festival d'été de Québec**, en collaboration avec le Réseau de transport de la Capitale (RTC), a mis en place le FestiBUS, qui permet aux participants à son événement de faire une économie de près de 50 % sur le prix régulier du transport collectif pour la durée des festivités. Cette solution jouit d'une popularité toujours grandissante. Une augmentation des ventes de ce laissez-passer à la hauteur de 24,1 % a d'ailleurs été enregistrée entre 2016 et 2017.



4.3 – Planter une navette vers le site de l'événement

Description

L'organisation d'un événement en périphérie des grands centres peut limiter l'accessibilité aux transports durables pour les participants, surtout lorsque les services existants, comme les transports en commun régionaux, ne correspondent pas aux besoins spécifiques de l'événement. Dans ce contexte, la mise en place d'un service de navette représente une solution stratégique pour compléter l'offre actuelle en modes de transport durables. Ce service pourrait être conçu pour relier des lieux de résidence regroupant une grande proportion de participants ou pour desservir des stationnements incitatifs bien situés. Les données issues de sondages ou d'études diagnostiques montrent souvent que les participants expriment un fort intérêt pour ce type de service, en faisant une mesure prioritaire pour encourager le transport collectif et réduire l'utilisation de l'auto solo.



4.3 – Planter une navette vers le site de l'événement

Quelques bénéfices

- Améliorer l'accessibilité des sites de l'événement;
- Réduire la pression sur les stationnements aux alentours du site de l'événement.

Quelques éléments à considérer

- Si son événement est localisé sur un territoire déjà desservi par une société de transport en commun, avant d'implanter une navette, l'organisateur devra établir la nécessité de créer ce service par une analyse précise des besoins, et il devra évaluer les possibilités d'établir un partenariat avec les organismes de transport existants;
- Dans certains cas, un projet de navette peut devoir être approuvé par la Commission des transports;
- L'organisateur peut déterminer le trajet de sa navette et le type de véhicule qu'il utilisera à cette fin en analysant scrupuleusement ses besoins.



4.3 – Planter une navette vers le site de l'événement

Quelques exemples de succès

- Pour permettre à ses participants d'accéder plus facilement à son événement, l'**Ultra-Trail Gaspesia 100** a mis en place un service de navette. Celui-ci fait des arrêts dans les villes de Montréal, de Québec, de Rivière-du-Loup et de Rimouski avant d'atteindre Percé. Il parvient également à joindre des partenaires, comme Normandin, pour fournir des repas à ses participants pendant le trajet. Des centaines de participants se prémunissent de ce service chaque année;
- En collaboration avec le Réseau de transport de la Capitale (RTC), le **Festival d'été de Québec** offre un service de navette à ses participants en provenance des banlieues. Des navettes en provenance de Lebourgneuf, de Sainte-Foy, de Charlesbourg et de Beauport ont été mises en place et connaissent un certain achalandage chaque édition.



VOLET 5 – *TRANSPORT ACTIF*

The background is a solid orange color. It features several thick, white, curved lines that sweep across the frame. One line starts from the bottom left and curves upwards towards the center. Another line starts from the top right and curves downwards towards the center. A third line starts from the top right and curves downwards towards the bottom right. These lines create a sense of movement and flow.

VOLET 5 – TRANSPORT ACTIF

Description

D'après le sondage mené par Léger dans le cadre d'*Organiser des événements autrement*, les modes de transport actifs, tels que la marche, la course à pied et le vélo, sont peu utilisés en contexte événementiel, seulement 14 % des répondants les ayant adoptés lors de leur dernière participation. Leur utilisation dépend principalement de la distance entre le lieu de résidence ou d'hébergement des participants et le site de l'événement. Ce sont les personnes ayant une distance à parcourir de 6 km ou moins qui privilégient le plus ces modes de transport, peu importe la région. Bien que des obstacles subsistent, les organisateurs d'événements disposent de moyens pour encourager et faciliter l'utilisation des transports actifs dans leur contexte spécifique. Les mesures proposées dans le *Volet 5 – Transport actif* visent à :

- Maximiser l'utilisation des modes actifs en mettant à la disposition des participants des installations à cet effet;
- Augmenter l'accessibilité du site de l'événement au moyen des modes de transport actifs;
- Inciter les automobilistes résidant à proximité de l'événement à adopter de saines habitudes de déplacement.



VOLET 5 – TRANSPORT ACTIF

Résumé des mesures proposées dans ce volet



5.1 – Offrir des stationnements à vélos



5.2 – Offrir des espaces de rangement sécuritaires



5.3 – Offrir des vélos en libre-service



5.4 – Offrir un service de vélo-taxi



5.5 – Offrir un incitatif à l'usage des transports actifs



5.1 – Offrir des stationnements à vélos

Description

La mise à disposition de supports à vélos accessibles et sécuritaires constitue un élément essentiel pour encourager les participants à utiliser le vélo comme mode de transport pour se rendre à un événement. Cette mesure, à la fois simple à déployer et peu coûteuse, facilite la promotion des transports actifs dans un contexte événementiel. De plus, certaines personnes expriment un intérêt accru pour des solutions comme des espaces surveillés pour l'entreposage des vélos, renforçant ainsi leur sentiment de sécurité et leur volonté d'adopter ce mode de déplacement durable.



5.1 – Offrir des stationnements à vélos

Quelques bénéfices

- Faciliter l'utilisation du vélo pour les déplacements domicile-événement;
- Permettre aux participants cyclistes d'avoir un emplacement sécuritaire où laisser leur vélo sur le site de l'événement;
- Réduire la pression sur les stationnements aux alentours du site de l'événement.

Quelques éléments à considérer

- Il est conseillé d'installer les supports à vélos à proximité des entrées du site de l'événement, dans un espace ouvert, bien éclairé et achalandé afin de dissuader le vol ou le vandalisme;
- Un support à vélos peut être en accès libre ou à accès restreint que l'on peut retrouver, notamment, au sein d'une zone clôturée ou dans un enclos. Ces derniers sont des supports sécurisés. Leur installation peut permettre aux participants possédant un vélo plus haut de gamme de se sentir rassurés d'y laisser leur vélo.



5.1 – Offrir des stationnements à vélos

Un exemple de succès

- Depuis 2010, le **Festival d'été de Québec** offre un parc de stationnement de vélos sécurisé aux participants à son événement. Celui-ci, qui est tenu par la Coop Roue-Libre, permet aux cyclistes d'y laisser en toute quiétude leur vélo en un lieu surveillé par des bénévoles de la Coop.



5.2 – Offrir des espaces de rangement sécuritaires

Description

L'accès à un rangement sécuritaire est une mesure essentielle lorsqu'un organisateur souhaite inciter les participants à son événement à marcher ou à faire usage du vélo dans le cadre de leurs déplacements domicile-événement. Les usagers actifs ont également parfois davantage à transporter en raison de leur mode de transport, par exemple une bouteille d'eau, une serviette et un casque.



5.2 – Offrir des espaces de rangement sécuritaires

Quelques bénéfices

- Offrir aux participants les infrastructures nécessaires pour faciliter leur utilisation des modes de transport actifs;
- Encourager l'utilisation des modes de transport actifs pour les déplacements domicile-événement;
- Encourager la pratique de l'activité physique dans le cadre de l'événement.

Quelques éléments à considérer

- Les espaces de rangement devront être installés près des entrées principales du site de l'événement ou dans une zone bien visible pour réduire les distances à parcourir et offrir un accès pratique, et une signalisation bien adaptée doit être prévue pour guider les participants vers ces espaces;
- Il peut par ailleurs être intéressant de prévoir la présence de personnel ou de bénévoles pour sécuriser les espaces, particulièrement lors d'événements de grande envergure.



5.3 – Offrir des vélos en libre-service

Description

Proposer un système de vélos en libre-service constitue une option intéressante pour faciliter les déplacements des participants entre différents sites d'un événement, en particulier lorsque ceux-ci sont situés à proximité les uns des autres. En adaptant l'offre aux besoins spécifiques, par exemple avec des vélos de montagne dans des zones plus accidentées, l'organisateur peut non seulement améliorer l'expérience des participants, mais également promouvoir de saines habitudes de vie et renforcer son engagement envers la durabilité.



5.3 – Offrir des vélos en libre-service

Quelques bénéfices

- Réduire l'empreinte écologique de l'événement liée aux déplacements des participants entre les sites;
- Favoriser la compétitivité à l'auto solo des modes de transport durables pour les déplacements entre les sites de l'événement;
- Réduire la pression sur les stationnements aux alentours du site de l'événement.

Quelques éléments à considérer

- Avant d'implanter cette mesure, il peut s'avérer judicieux, pour l'organisateur, de sonder l'intérêt des participants à son événement pour être en mesure d'estimer adéquatement son utilisation potentielle et prévoir un nombre suffisant de vélos;
- Si un organisateur décide d'implanter un système de vélos en libre-service, il doit s'assurer d'avoir en sa possession les infrastructures et les équipements complémentaires à leur utilisation. Il doit également prévoir un endroit où entreposer le tout le reste de l'année.



5.3 – Offrir des vélos en libre-service

Un exemple de succès

- Le **Festif! de Baie-Saint-Paul**, en collaboration avec Baiecycle, met à la disposition de ses participants des vélos en libre-service pour leur permettre de se déplacer entre les différents sites de spectacles, tous situés à de courtes distances les uns des autres.



5.4 – Offrir un service de vélo-taxi

Description

Mettre en place un service de vélo-taxi constitue une solution originale et attrayante pour faciliter les déplacements des participants entre les différents sites d'un événement situés à proximité. En plus d'offrir une option de transport supplémentaire pour les personnes qui ne peuvent ou ne souhaitent pas se déplacer à vélo, cette mesure ludique illustre l'engagement de l'organisateur envers un virage écologique. Accessible et innovant, le vélo-taxi contribue à enrichir l'expérience des participants, tout en renforçant l'image durable de l'événement.



5.4 – Offrir un service de vélo-taxi

Quelques bénéfices

- Réduire l'empreinte écologique de l'événement liée aux déplacements des participants entre les sites;
- Favoriser la compétitivité à l'auto solo des modes de transport durables pour les déplacements entre les sites de l'événement;
- Réduire la pression sur les stationnements aux alentours du site de l'événement.

Quelques éléments à considérer

- Avant d'implanter cette mesure, il peut s'avérer judicieux de sonder l'intérêt des participants à son événement pour être en mesure d'estimer adéquatement son utilisation potentielle et prévoir le système en conséquence;
- Pour s'assurer de la continuité du service de vélo-taxi tout au long de l'événement, l'organisateur devra s'assurer de recruter un nombre de bénévoles suffisant pour éviter les bris de service.



5.4 – Offrir un service de vélo-taxi

Un exemple de succès

- Lors de son édition de 2019, le **Festi Jazz International de Rimouski** a mis à la disposition de ses participants un vélo-taxi conduit par des bénévoles pour faciliter leurs déplacements dans le cadre de l'événement. Cette initiative qui leur était offerte gratuitement a connu un tel succès qu'elle sera reconduite pour l'édition 2022 du festival.



5.5 – Offrir un incitatif à l'usage des transports actifs

Description

Proposer des incitatifs pour encourager les participants à adopter des modes de transport actifs pour se rendre à l'événement est une stratégie efficace pour favoriser un transfert modal et promouvoir de saines habitudes de vie. Ces incitatifs, qui peuvent prendre la forme de cadeaux promotionnels, de coupons -rabais pour des achats sur le site, ou de privilèges réservés à ceux qui marchent ou qui utilisent leur vélo, rendent ces pratiques plus attrayantes. En valorisant ces comportements, l'organisateur contribue à améliorer l'expérience des participants, tout en renforçant l'engagement envers la durabilité.



5.5 – Offrir un incitatif à l'usage des transports actifs

Quelques bénéfices

- Fidéliser les usagers actuels des transports actifs;
- Promouvoir l'usage de ces modes de transport en offrant un avantage à leurs usagers;
- Réduire la pression sur les stationnements aux alentours du site de l'événement.

Quelques éléments à considérer

- L'organisateur d'événements désireux de mettre en place une telle solution doit s'assurer de déterminer un mode de validation du moyen de transport utilisé par ses participants de sorte à s'assurer que les bénéficiaires de l'incitatif soient bien des usagers des transports actifs;
- Une promotion récurrente de l'incitatif à l'usage des transports actifs devra être prévue par l'organisateur afin que ses participants puissent s'en prémunir. Cette promotion pourrait être effectuée en des moments clés, comme à la sortie de la programmation de l'événement ou à l'ouverture des inscriptions.



VOLET 6 – *STATIONNEMENT*

The background is a solid orange color. It features several thick, white, curved lines that sweep across the frame. One line starts from the bottom left and curves upwards towards the center. Another line starts from the top right and curves downwards towards the center. A third line starts from the top right and curves downwards towards the bottom right. These lines create a sense of movement and depth.

VOLET 6 – STATIONNEMENT

Description

La gestion du stationnement représente un levier crucial pour encadrer les déplacements en contexte événementiel, comme en témoignent les nombreux articles annuels sur les problèmes de stationnement dans les quotidiens québécois. En effet, les aspects logistiques, incluant le stationnement, contribuent à 50 % du succès d'un événement. Selon le sondage mené par Léger dans le cadre d'*Organiser des événements autrement*, près d'un tiers des répondants (27 %) ont rapporté avoir rencontré des difficultés à se stationner lors de leur dernière participation à un événement hors période hivernale, une problématique particulièrement marquée dans la région de la Capitale-Nationale. Bien que la gestion du stationnement puisse être complexe, les organisateurs disposent de solutions adaptées à leur contexte pour atténuer ces défis et améliorer l'expérience de leurs participants. Les mesures proposées dans le *Volet 6 – Stationnement* visent à :

- Optimiser les espaces de stationnement actuels;
- Réduire le temps nécessaire pour la recherche d'un espace où stationner son véhicule pour les participants faisant usage du covoiturage pour leurs déplacements domicile-événement.



VOLET 6 – STATIONNEMENT

Résumé des mesures proposées dans ce volet



6.1 – Réserver des cases de stationnement
aux covoitureurs



6.2 – Tarifier le stationnement



6.1 – Réserver des cases de stationnement aux covoitureurs

Description

Réserver des espaces de stationnement dédiés aux usagers du covoiturage à proximité des entrées du site de l'événement constitue une mesure attrayante pour inciter à l'adoption de cette pratique durable. Cette initiative est particulièrement pertinente dans les contextes où les places de stationnement sont limitées, offrant ainsi une valeur ajoutée aux participants qui choisissent de covoiturer. En plus de faciliter l'accès au site, cette action démontre l'engagement de l'équipe organisatrice envers la mobilité durable et peut significativement influencer le comportement des participants.



6.1 – Réserver des cases de stationnement aux covoitureurs

Quelques bénéfices

- Réduire le temps nécessaire pour la recherche d'un espace où stationner son véhicule pour les participants faisant du covoiturage;
- Fidéliser les usagers actuels du covoiturage;
- Promouvoir la pratique du covoiturage en offrant un avantage à ses usagers;
- Réduire la pression sur les stationnements aux alentours du site de l'événement en encourageant l'utilisation d'un même espace par plusieurs participants.

Quelques éléments à considérer

- Si le taux d'occupation du stationnement à proximité du site où se déroule l'événement est élevé, le nombre de cases à réserver pour le covoiturage doit être déterminé scrupuleusement. Il doit y en avoir suffisamment pour combler les besoins, tout en évitant que des espaces ne soient laissés vides trop fréquemment afin d'éviter la frustration chez les autres usagers du stationnement;
- Il est important de déterminer un mode de validation de sorte à s'assurer que ces cases soient bien utilisées par des équipages de covoiturage.



6.2 – Tarifier le stationnement

Description

S'assurer que les stationnements aux alentours du site de son événement sont payants constitue un atout de taille lorsqu'un organisateur souhaite encourager les participants à ses activités à utiliser les transports durables. Effectivement, il est reconnu qu'un stationnement adéquatement tarifié est particulièrement efficace pour diminuer l'utilisation que font les gens de l'auto solo.



6.2 – Tarifier le stationnement

Quelques bénéfices

- Augmenter les probabilités que les participants à son événement se sentent interpellés quant à l'utilisation des transports durables;
- Réduire la pression sur les stationnements aux alentours du site de l'événement.

Quelques éléments à considérer

- Si l'organisateur est responsable de son coût, il doit considérer que la tarification optimale d'un espace de stationnement doit prendre en considération un certain nombre de variables, dont le prix du marché dans le secteur, le contexte urbain et le type de stationnement. Cette tarification peut être révisée de temps en temps;
- Si l'organisateur n'est pas responsable de son coût, il pourrait être judicieux de faire de la sensibilisation auprès du propriétaire du stationnement quant aux impacts de cette pratique, particulièrement dans le contexte d'un événement d'envergure.



CONCLUSION

The background is a solid blue color. There are several thick, white, curved lines that sweep across the right side of the image, creating a sense of movement and depth. These lines are abstract and do not form any specific shapes or figures.

DES RESSOURCES À VOTRE DISPOSITION

De nombreuses mesures présentées dans ce guide peuvent être mises en place facilement par les organisateurs d'événements. La clé du succès réside notamment dans une bonne compréhension des besoins des participants et des options de transport disponibles. Une planification adéquate, un délai suffisant pour permettre aux participants de s'approprier ces solutions, et des communications régulières contribuent également à assurer leur adoption.

Si vous souhaitez bénéficier d'un accompagnement, que ce soit pour établir un diagnostic, élaborer un plan d'action ou mettre en œuvre des mesures concrètes, plusieurs organismes spécialisés peuvent vous appuyer dans votre démarche, et vous orienter vers des options de financement adaptées. Les **Centres de gestion des déplacements (CGD)** sont des organismes à but non lucratif qui accompagnent les organisations dans la mise en place de solutions de mobilité durable. Grâce à leur connaissance approfondie de leur territoire, ils sont en mesure de proposer des interventions adaptées aux réalités locales. **Mobili-T** est le CGD qui dessert les régions de la Capitale-Nationale, de la Chaudière-Appalaches, du Bas-Saint-Laurent, de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine. Les CGD sont regroupés au sein de l'**Association des Centres de gestion des déplacements du Québec**. Pour identifier le CGD desservant votre région et découvrir les ressources disponibles, consultez le site de l'ACGDQ.





Mobili-T, le CGD de l'Est du Québec
870, avenue De Salaberry, bureau 302
Québec (Québec) G1R 2T9
418 780-7236
info@mobili-t.com