

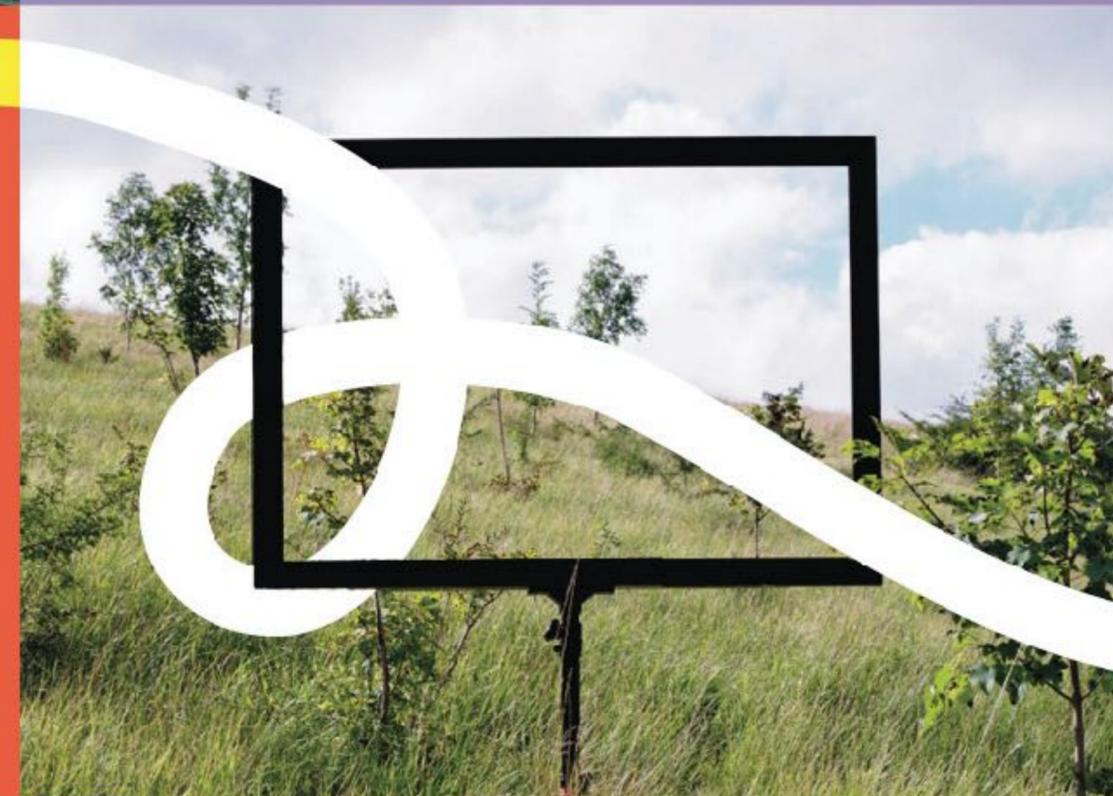
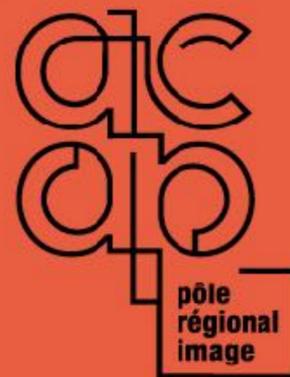
# cinémas en mouvement



repenser  
les mobilités  
pour aller  
au cinéma



L'Acap rassemble les énergies pour un cinéma accessible et durable.



Soutenu par



Cinémas en mouvement est une opération soutenue par l'État dans le cadre du dispositif « Soutenir les alternatives vertes 2 » de France 2030, opéré par la Banque des territoires (Caisse des Dépôts).  
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.



# Laboratoire régional des mobilités du public des salles du cinéma

L'Acap rassemble les énergies pour un cinéma accessible et durable



# Un projet

## Acap - pôle régional image

L'**Acap** est un acteur public de référence dans les Hauts-de-France pour le développement de la filière cinéma. À travers ses missions d'accompagnement des salles, des publics, des talents et des territoires, l'Acap œuvre à rendre la culture cinématographique accessible à toutes et tous.

Avec **Cinémas en mouvement**, il agit concrètement pour une transition écologique du secteur.



acac

**pôle  
régional  
image**

# Cinémas en mouvement

Lauréat, aux côtés de 14 autres projets des industries culturelles et créatives, de la deuxième vague du dispositif **France 2030 « Soutenir les alternatives vertes 2 »**, opéré par la **Banque des Territoires** (Caisse des Dépôts).

Ce projet bénéficie également du soutien de **Pictanovo**.



**GOUVERNEMENT**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



BANQUE des  
**TERRITOIRES**



**PICTA  
NOVO**

# Partenaires

Une dynamique collective qui réunit les grands acteurs de la filière de l'exploitation cinématographique, des réseaux régionaux aux institutions nationales :



des collaborateurs associés :



Un cabinet expert :



# La mobilité & la sortie cinéma



# « No parking no business »





# La mobilité quotidienne des Français

## Temps moyen

**1 heure**  
par jour et par personne  
avec  
**3 à 4 trajets**  
par jour



## Distance moyenne

**57 kms par jour**  
contre  
**18 kms dans les**  
**années 1970.**

## Motifs de déplacement

- ▶ **Travail (21,4%)**
- ▶ **Achats (21,4%)**
- ▶ **Sport & loisirs (20%)**

Les Français parcourent pour  
les **loisirs**, en moyenne,  
**13,4 kms** par déplacement.

# Vecteurs de changement des pratiques de mobilité en France

## Changement climatique

**32%**

des émissions de gaz à effet  
de serre générées par le  
**secteur des transports**

**52%**

de ces émissions sont liées  
à la **voiture particulière**

- ▶ **Réglementation** : Stratégie Nationale Bas Carbone, interdiction de production de voiture à essence et diesel en 2035, stationnement payant....
- ▶ **Évolutions des pratiques des entreprises** : mise en place de politique de mobilité et les outils associés (Forfait Mobilité Durable, remboursement des TC)
- ▶ Valorisation des commerçants des **nouveaux aménagements**

# Vecteurs de changement des pratiques de mobilité en France

## Santé

### **3ème cause de décès**

prématuré après l'alcool et le tabac, la pollution cause 40 000 décès par an en France.

### **90% des particules**

primaires et d'oxydes d'azote sont liées au transport routier.

- ▶ **Réglementation** : augmentation des zones piétonnes / mixtes, évolutions des normes constructeurs, ZFEs...
- ▶ **Pression des citoyennes et citoyens** : volonté de réduire les nuisances sonores, collectifs cyclistes, associations de riverains, interdiction des SUV en centre-ville...
- ▶ **Changement des comportements** : développement du télétravail, adoption d'un discours santé

# Vecteurs de changement des pratiques de mobilité en France

## Économique

### 2ème poste de dépenses

des ménages à hauteur de 10 à 12% de leur budget

**40%**

des Français ont renoncé à un déplacement au cours des 5 dernières années

- ▶ **Évolution du prix du pétrole** : prix du litre de gazole en 2005 était à 1 euro.
- ▶ **Autres coûts liés à la voiture** : achats, entretien, assurance, stationnements payants, péages, radar...
- ▶ **Politiques Publiques** : aides pour l'achat ou l'utilisation de moyens plus durables (Électrification, transport en Commun...)

# Mobilité de demain



**X3**

intensification  
du trafic  
ferroviaire en  
France



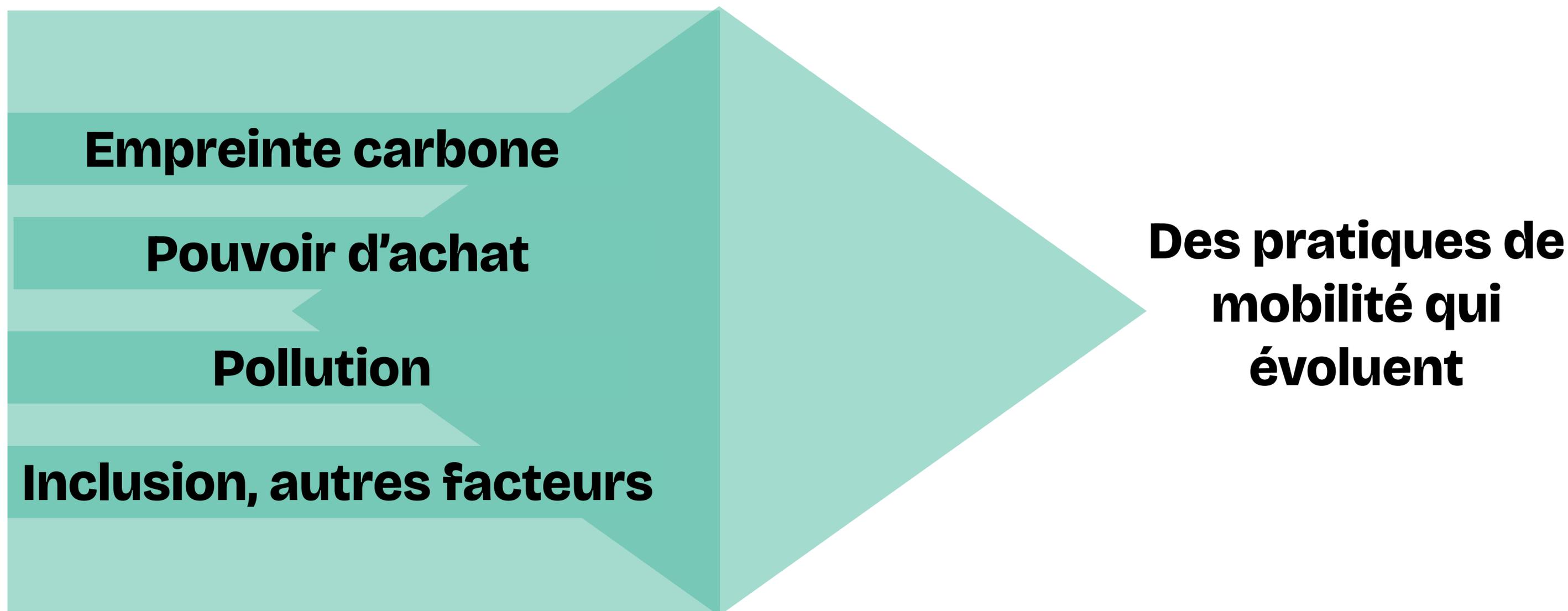
**35%**

part de la voiture  
individuelle dans  
les déplacements  
quotidiens  
(actuellement plus de 70%)

**Diminue la  
demande en  
énergie**

- ▶ **Réduction des distances parcourues** : centres-villes revitalisés et dynamiques, permettant de réduire les distances parcourues par les Français, et donc l'usage de la voiture
- ▶ **Développement des infrastructures** propres aux modes de déplacements doux
- ▶ Les **incitations**, la **sensibilisation**, ainsi que le recours au **report modal** ont permis de **mettre fin à « l'autosolisme »**.
- ▶ Les flottes de véhicules de fonction ne sont plus composées que de **véhicules légers électriques, et de vélos**.

# Vecteurs de changement & mobilité de demain



# Le cinéma

**Première pratique culturelle**  
des Français

**Maillage dense**  
de salles de cinéma

**Amplitude et horaires**  
larges

**Habitudes et ancrage**  
local



# Le parc cinéma

## Au national

**2 056 établissements**

43 millions de Français vont au cinéma  
soit 70% de la population

**46%** des cinémas se situent  
dans des UU de - de 20 000 hbts

- ▶ 15% de 20 000 à 100 000 hbts
- ▶ 23,6% de 100 000 hbts et +

## En région

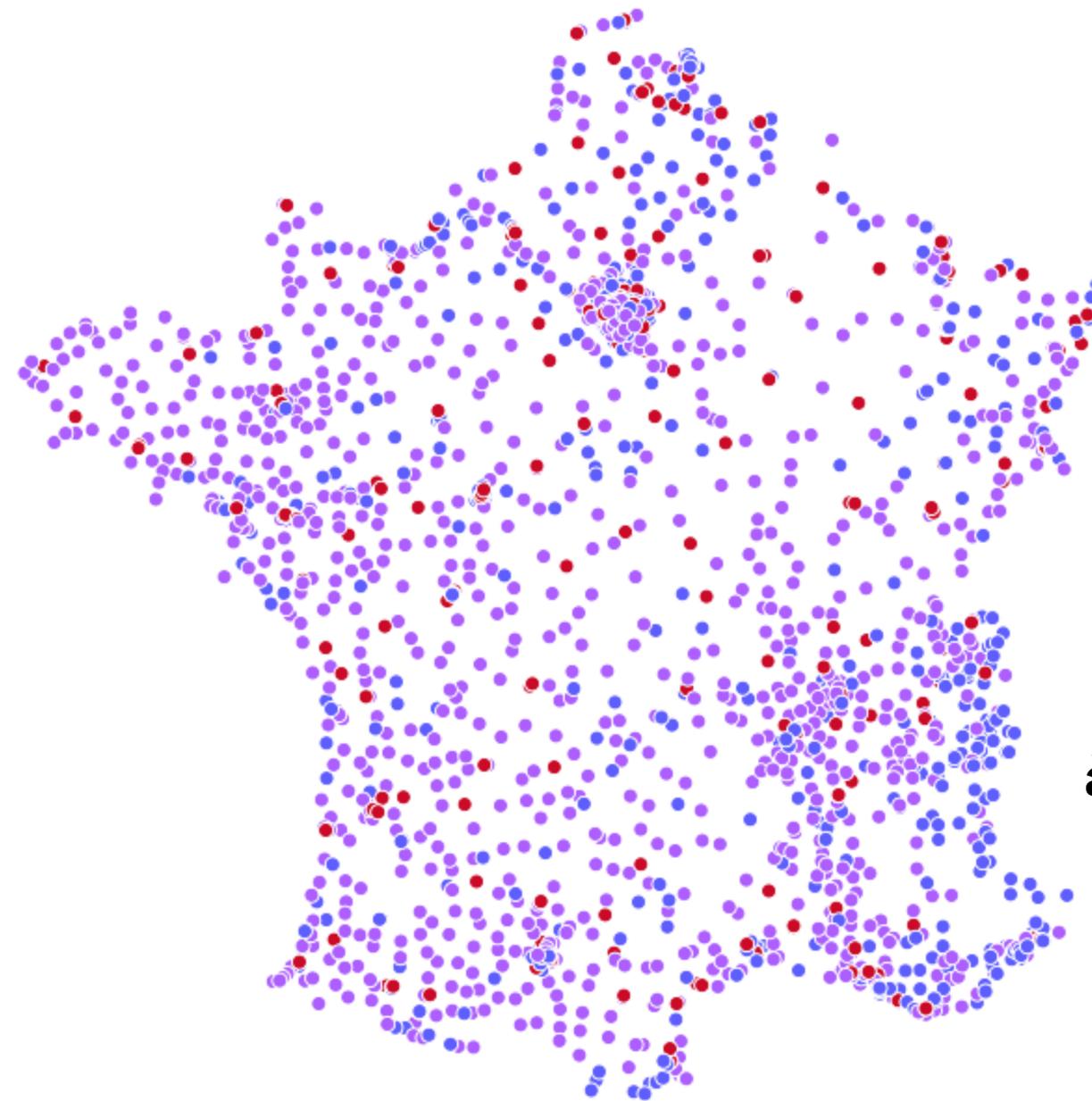
**123 établissements**

3 200 000 habitants des Hauts-de-France vont au cinéma

**41%** ont moins de 25 ans

**31,7%** des cinémas se situent dans des UU de - de 20 000 hbts

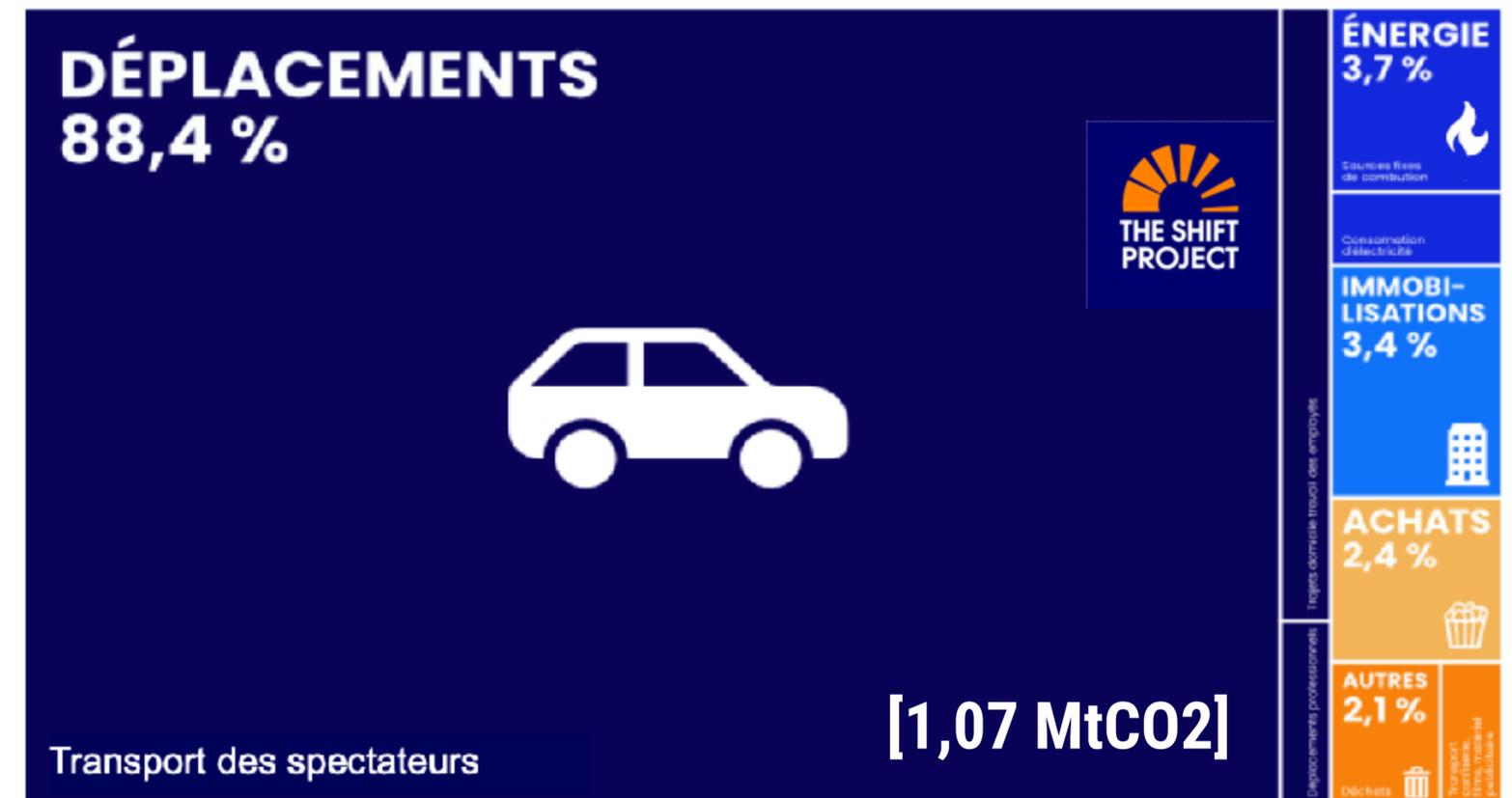
- ▶ 22% de 20 000 à 100 000 hbts
- ▶ 46,3% de 100 000 hbts et +



**93,3%** des  
Français  
disposent  
d'un cinéma  
à moins de 30  
minutes de  
chez eux

# Le cinéma, une mobilité du quotidien à forte dépendance énergétique

- ▶ Une mobilité du **quotidien**
- ▶ Une forte dépendance **énergétique**
- ▶ Un **flux important**, mais en décalé
- ▶ La **proximité**, premier critère des publics
- ▶ 15% des sorties cinéma seraient associées à un **autre lieu**.



# Vecteurs de changement & mobilité de demain

Comment les établissements culturels peuvent répondre aux besoins de leurs publics dont les pratiques de mobilité évoluent ?

**Empreinte carbone**

**Pouvoir d'achat**

**Pollution**

**Inclusion**



**Niveau 1 : Nécessité**

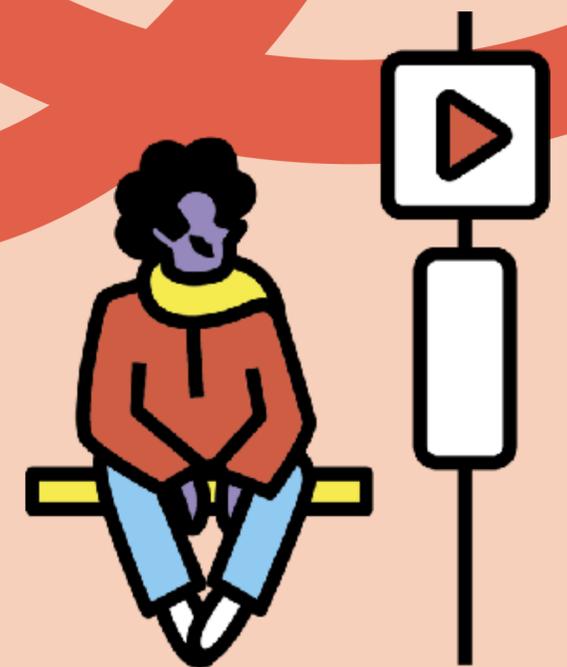
S'adapter pour être en mesure d'accueillir des publics ayant une grande diversité de pratiques de mobilité



**Niveau 2 : Être un vecteur de changement**

Œuvrer volontairement pour contribuer à son échelle à l'évolution des pratiques et pour capter d'autres publics

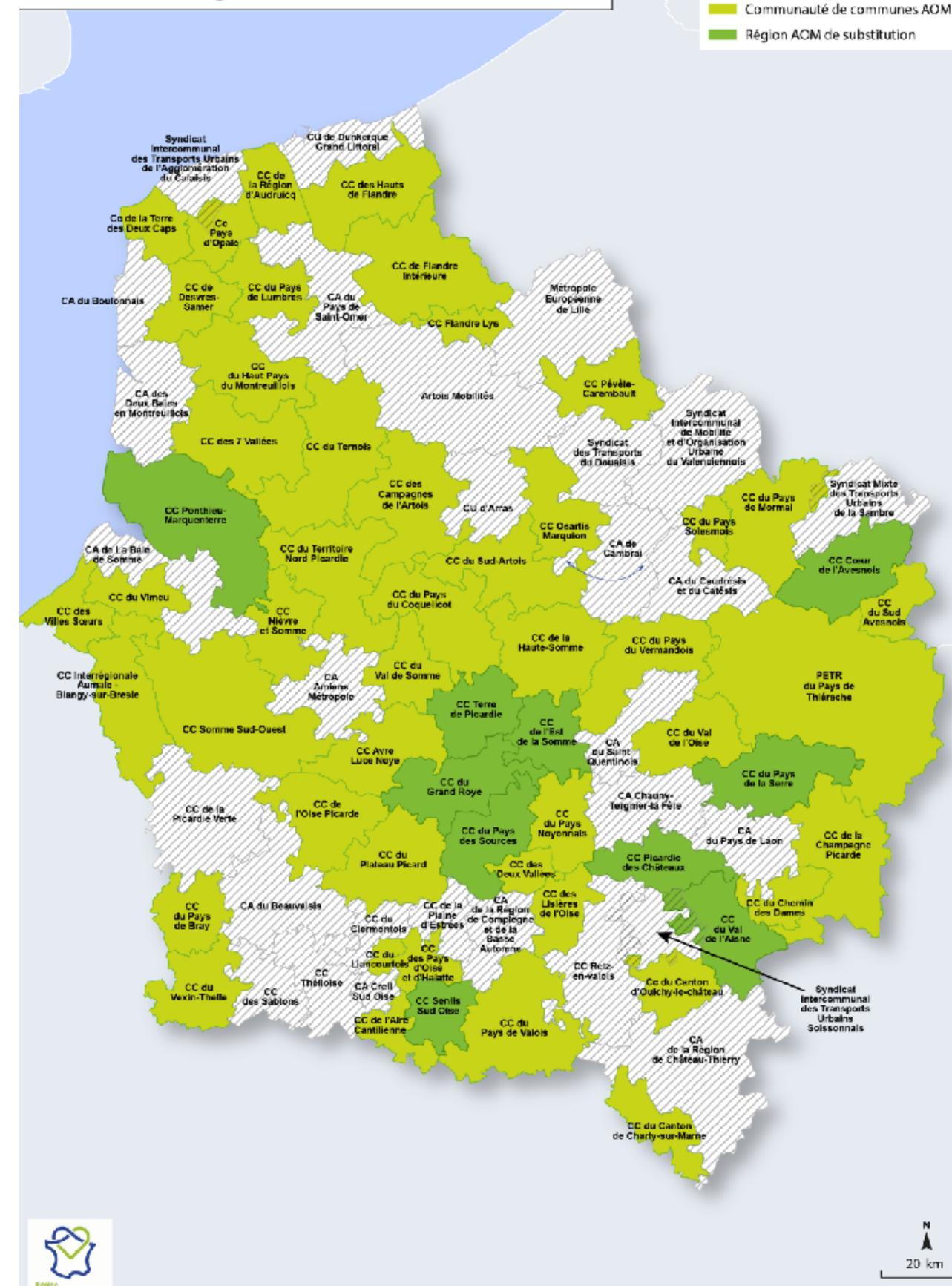
# Un écosystème en mouvement



# La gouvernance de la mobilité

- ▶ Mise en place des autorités organisatrices de mobilité (AOM) en 2019 par la loi LOM.
- ▶ 6 compétences : transport régulier, à la demande, scolaire, mobilité active, partagée et solidaire.

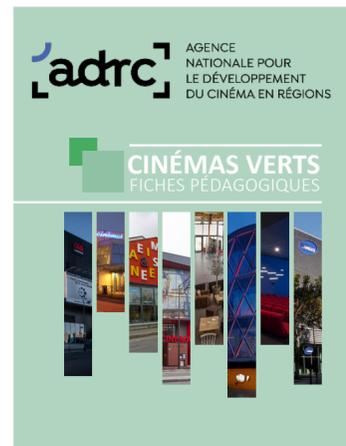
## Les Autorités Organisatrices de la Mobilité en région Hauts-de-France



# Une dynamique et des projets

## Objectifs communs

Continuité des offres culturelles  
Réduire les émissions carbone du secteur  
Adapter les pratiques professionnelles  
Faire évoluer les habitudes de mobilité



► Autres partenaires  
ressources : **Ademe, CST,  
CNFPT, AFDAS, Cabinerie,  
Cut!, LAbASE, Mieux  
manger au cinéma...**

Étude préliminaire  
Réalisation d'une étude sur la  
mobilité des spectateurs de  
cinéma en Hauts-de-France

# Étude préliminaire Acap - Ekodev

**73%** des cinémas augmentent significativement la fréquence des séances en soirée, les week-ends et pendant les vacances scolaires.

## Ce qu'ils nous ont

« Campagne de sensibilisation à projeter sur les écrans »

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

« Opération places offertes aux cyclistes »

- ▶ **Manque d'informations sur la réalité des pratiques pour déterminer des potentiels modaux**
- ▶ **Les leviers mal identifiés** par les exploitants sont ceux qui les concernent le plus directement.
- ▶ **68% des cinémas sont intéressés** pour prendre contact avec leur AOM et mener des actions.
- ▶ **65%** des utilisateurs du pass Culture qui manquent de transports en commun sont dépendants d'un proche. Ce qui ralentit l'autonomisation de la pratique, notamment pour les 15-17 ans et les utilisateurs ruraux.
- ▶ **Aller plus loin à travers le projet Cinémas en mouvement**

# Cinémas en mouvement



# Un laboratoire régional

- ▶ **Diagnostics des pratiques de mobilité**
- ▶ **Co-construction de solutions**
- ▶ **Mise à disposition d'outils pratiques**
- ▶ **Sensibilisation et diffusion des bonnes pratiques**



# Objectifs

## Cinémas en mouvement



### **Accélérer**

la transition écologique des pratiques de mobilité des publics

### **Contribuer**

à la réduction des émissions de GES

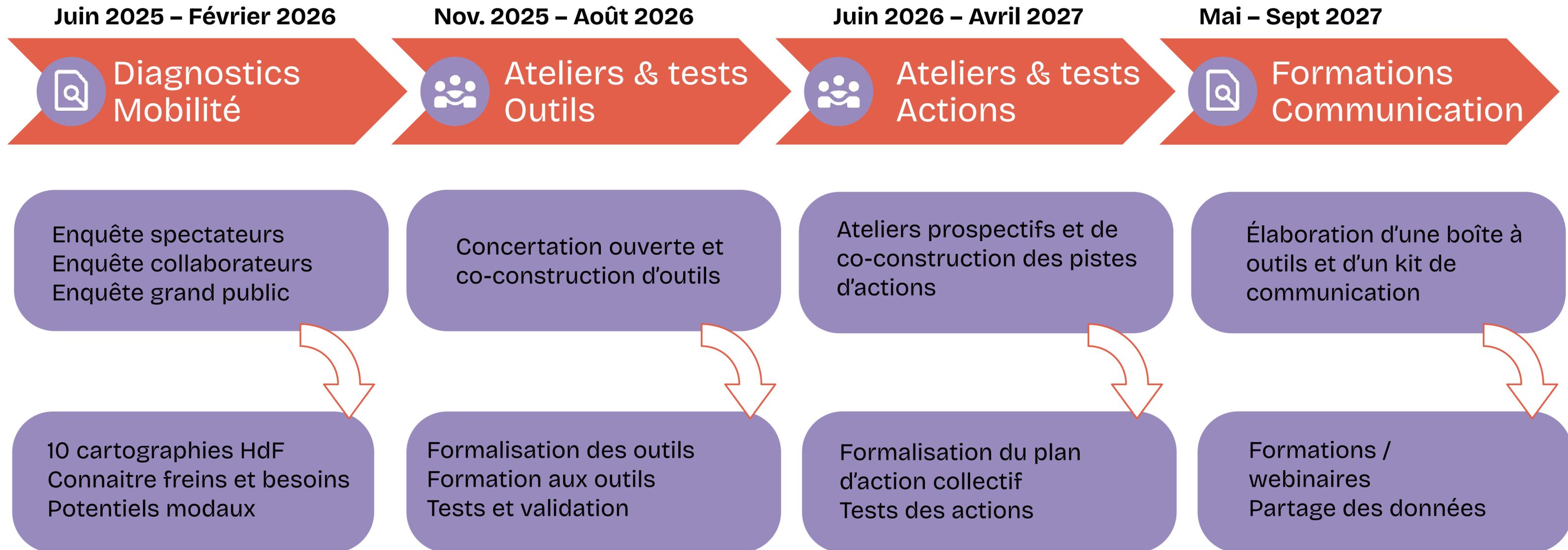
### **Soutenir**

l'accès à la culture pour toutes et tous

### **Impliquer**

les exploitants dans les réflexions territoriales sur la mobilité

# Vue d'ensemble du projet



# Zoom sur les actions et les outils : Illustrations

Comment les établissements culturels peuvent continuer à répondre aux besoins des populations quand leurs pratiques de mobilité évoluent ?

## Niveau 1 : Nécessité No parking & co, no business

- ▶ Outil de mesure des modes de déplacements de son cinéma
- ▶ Outil de diagnostic et de partage des informations d'accessibilité de mon cinéma
- ▶ Fiches pratiques : mise en place de parking vélo et bornes électriques, covoiturage, aménagements intérieurs
- ▶ ...

## Niveau 2 : Ambition Être un vecteur de changement

- ▶ Offre préférentielle pour les publics venant en mobilités douces
- ▶ Sensibilisation des enjeux de mobilité en salle de cinéma
- ▶ Aménagement grille horaire (alignement et renforcement avec son AOM)
- ▶ Bus et TAD événementiel
- ▶ Plan d'actions avec son AOM
- ▶ ...

# Kit de mobilité

## KIT MOBILITÉ

le conseil mobipro

---

**VOS OUTILS DE MOBILITÉ**

**lametropolemobilite.fr** : Le site La Métropole Mobilité : toutes les informations sur la mobilité sur le territoire de la Métropole Aix-Marseille-Provence : tarifs, horaires, itinéraires, informations trafic ...

**lacarte** : vous donne accès, avec ou sans abonnement, à tous les moyens de transports en commun sur le territoire de la Métropole Aix-Marseille-Provence.

**lecovoiturage** : une application qui permet de partager des trajets en voiture, avec des collègues ou d'autres membres de la communauté qui font le même trajet au quotidien

**Installez l'application KAROS**

1. Téléchargez dès aujourd'hui l'application !
2. Choisissez votre rôle (conducteur, passager ou alternant)
3. Renseignez vos adresses de départ et d'arrivée

**Comment ça marche ?**

Je suis Conducteur → Je perçois → 2€/passager/trajet jusqu'à 20 km

Je suis Passager → Je paie → Abonné à un pass métropole : 10cts par km supplémentaire / Non abonné : 0,50€ pour des trajets de plus de 10km puis 10cts par km supplémentaire

---

**LA MOBILITÉ EN CHIFFRES**

Dépenses par foyer : 6000€/an en moyenne par ménage et par voiture

80% des voitures ne transportent qu'une personne en France

Economies : 2070€/an en moyenne en covoiturant 20km/jour, 1 jour sur 2

2 tonnes de CO2 émises chaque année par un Français pour les déplacements domicile-travail

---

**VOYAGEZ EN ILLIMITÉ SUR TOUTE LA MÉTROPOLE**

PASS MÉTROPOLE	TOUT PAYSAN	SEINE	SOLONNE	PASS MÉTROPOLE	INTÉGRAL
ANNUEL	60€	30€	30€	68€	68€
HEBDOMADAIRE	68€	45€	34€	73€	73€
ANNUEL	720€	360€	360€	816€	816€

1 d'infos sur lametropolemobilite.fr | 0 800 713 137

## COMMENT REJOINDRE LE SITE « THEÂTRE DE L'ARCHEVÊCHÉ » AUTREMENT QU'EN VOITURE ?

**Arrêt Nation**

- 7 P+R Brunet / Hôpital Provence 6h58 - 21h23 Fréquence 15 min
- 10 Pont Arc-Mairie – Pont des Corneilles 6h48 - 21h08 Fréquence 25 min
- 11 Village Soleil / Luynes Mail 6h28 - 20h27 Fréquence toutes les heures
- 12 Couteron Eglise / GR Mouret 6h27 - 21h07 Fréquence toutes les heures

**Arrêt Pasteur**

- 12 Couteron Eglise / GR Mouret 6h44 - 21h39 Fréquence toutes les heures

**Arrêt Briand**

- 3 P+R Brunet / Hôpital Provence 6h58 - 21h23 Fréquence 15 min
- 5 P+R Brunet / Club Hippique - St Joseph 6h42 - 21h22 Fréquence 20 min
- 6 Parking 3 Bons Dieux/Gare Routière 6h19 - 21h23 Fréquence 20 min
- 13 Puyricard Centre/ Palette – Le Tholonet 6h55 - 21h17 Fréquence 25 min
- 16 Montauquet / Roi René 7h17 - 19h11

## GÉOLOCALISATION DES COLLABORATEURS

**LES COLLABORATEURS RÉSIDENT EN MOYENNE À 26,5 km**

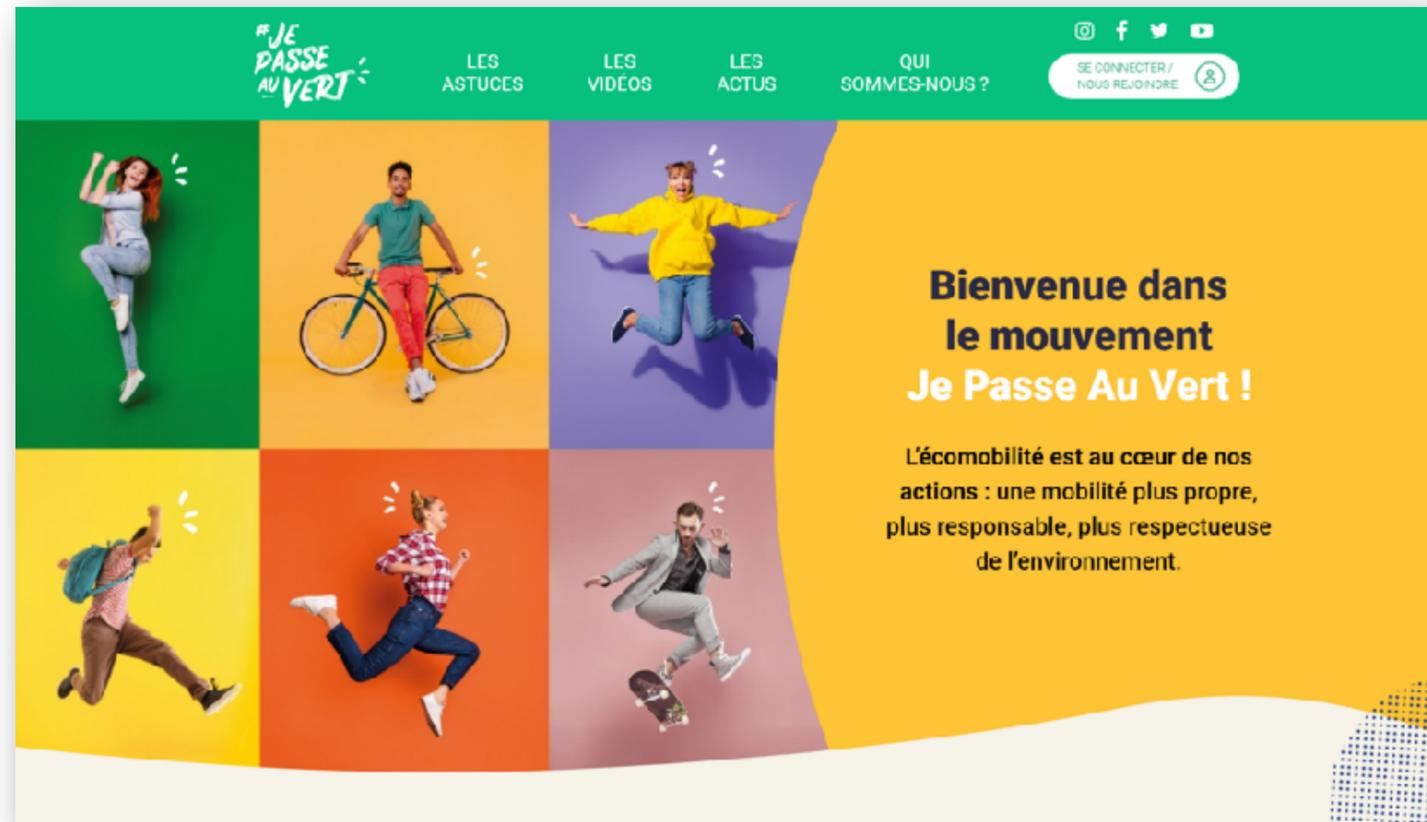
Cette distance est supérieure aux moyennes nationale (environ 14km) et métropolitaine (environ 21km).

**Répartition des collaborateurs par communes principales de résidence**

**185 Salariés**

le conseil mobipro

# Animation et communication



Vous trouverez [ICI](#) le site web 'Je Passe au Vert' qui avait pour but de sensibiliser les jeunes à la mobilité durable dans le cadre d'un programme CEE.



Exemples de ressources développées :

- Web-séries sur l'éco-mobilité ([ICI](#))
- Série documentaire 'Faut que ça bouge' ([ICI](#))
- La carte interactive des bonnes pratiques ([ICI](#))

# Zoom sur les enquêtes Ekodev

## Enquête publics

- ▶ 123 salles de la région
- ▶ Un temps de formation
- ▶ Un kit communication publics
- ▶ Un formulaire en ligne & papier
- ▶ Un accompagnement à la passation
- ▶ Un calendrier géré à vos côtés
- ▶ Une analyse par typologie de salle et territoire

## Enquête collaborateurs

- ▶ 123 salles de la région
- ▶ Un temps de présentation
- ▶ Un accompagnement à la passation
- ▶ Un calendrier géré à vos côtés
- ▶ Une analyse par catégorie d'exploitation et territoire

**VOS HABITUDES DE DÉPLACEMENT**

\* 11. Quel mode de transport utilisez-vous principalement pour aller travailler ?

Marche

Bus

Trottinette, skateboard, etc.

Train

Vélo ou vélo à assistance électrique (VAE)

Covoiturage

Nouveaux engins de mobilité électriques (trottinette électrique, hoverboard, etc.)

Voiture personnelle

Voiture de fonction / service

2/3 roues motorisé (scooter, moto, etc.)

Autre (veuillez préciser)

Préc. Suiv.

Optimisé par  
 SurveyMonkey  
Créer un sondage en quelques clics !

# Zoom sur les enquêtes Ekodev

- ▶ **Identifier des profils mobilité** types du public et objectiver les freins, les opportunités
- ▶ **Identifier les besoins des habitants** sur l'accès au cinéma et leur pratique en matière de mobilité par territoire
- ▶ **Faire un bilan carbone** des déplacements des publics et collaborateurs
- ▶ **Croiser les données** et analyser les résultats pour définir les enjeux d'accès à la culture et d'émergence d'une mobilité durable et inclusive



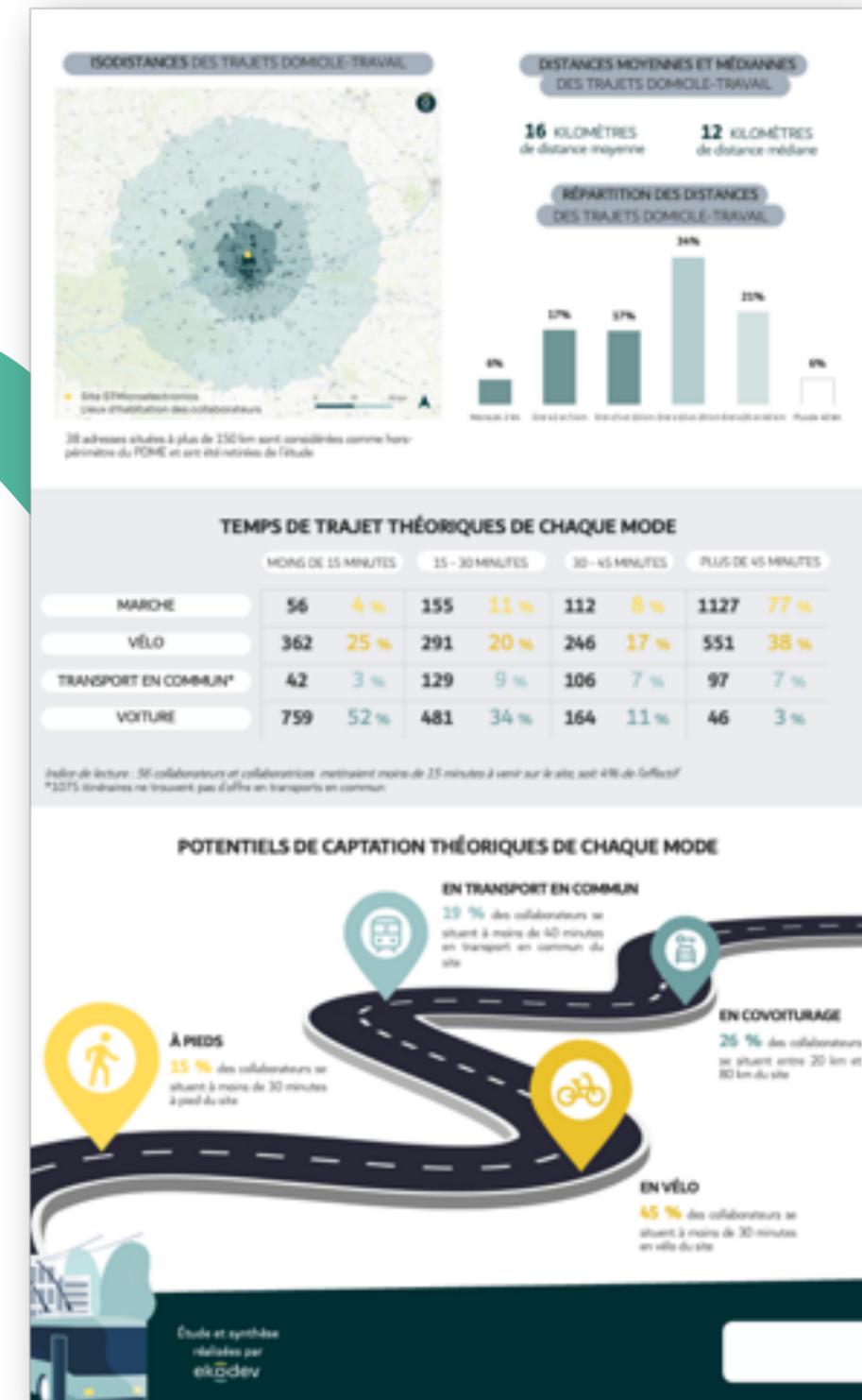
Habitudes de fréquentation (fréquence, jours/horaires privilégiés ...)

Habitudes de mobilité pour se rendre au cinéma

Distance et temps de trajet domicile-cinéma

Pratiques en amont et en aval

- Connaissances de l'offre de mobilité autour du cinéma
- Expérience « mobilité » pour se rendre au cinéma : facilité d'accès, difficultés rencontrées...
- Précisions sur les problématiques de mobilité par mode de transport (stationnement/ congestion voiture, stationnement vélo, fréquence et amplitude transports en commun,...)
- Contraintes et motivations liées au mode de transport utilisé
- Valider l'intérêt du public et non-public pour un certain nombre de propositions, d'hypothèses en lien avec la mobilité
- Profil du client (sexe, âge, CSP, lieu de résidence...)



# Zoom sur l'enquête commandée à Médiamétrie



Médiаметrie

- ▶ Identifier les populations de Non-spectateurs et Spectateurs cinéma
- ▶ Mesurer les volumétries d'individus en Hauts-de-France impactés par la mobilité / déplacement
- ▶ Identifier la part des différentes composantes de l'aspect mobilité
- ▶ Prospective sur l'avenir : valider l'intérêt du public pour un certain nombre de propositions en lien avec la mobilité



## Enquête en ligne auprès de Français 15-80 ans

*Interrogation de 800 individus vivant dans la région des Hauts-de-France pour disposer de données suffisamment robustes pour une déclinaison par cibles*



## Un échantillon principal suffisant

*Pour un focus sur la cible de Spectateurs et de Non-spectateurs Hauts-de-France*



## Questionnaire et échantillons

*Elaboré conjointement (30 questions dont socio-démo)*



## Redressement

*Remise de chaque cible à son poids au sein des Français âgés de 15 ans et plus résidant en région Hauts de France, sur les critères suivants : Sexe / Age en 4 / CSP en 3 (source INSEE)*



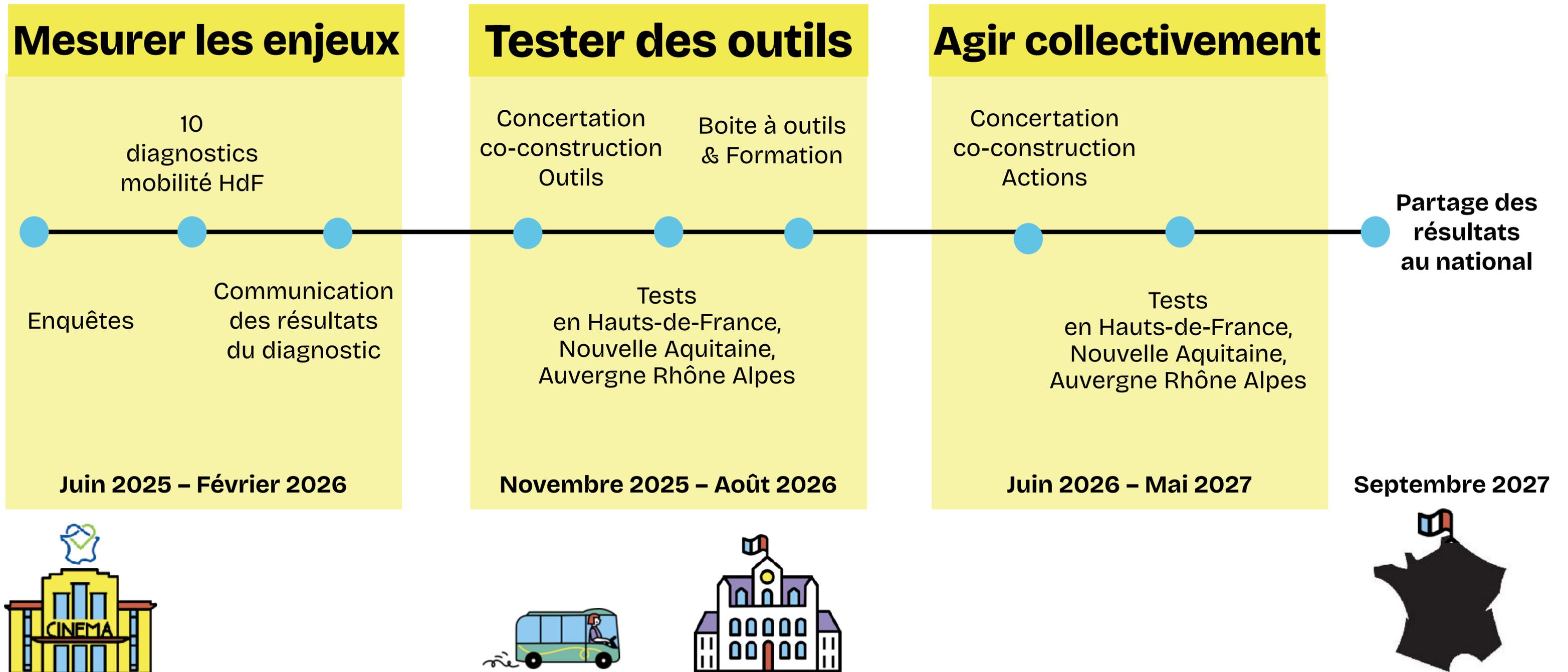
Passation octobre - novembre 2025, résultats publiés en janvier 2026



**Contribuer à la réussite du projet**



# Votre participation concrètement



# Une opportunité de s'engager

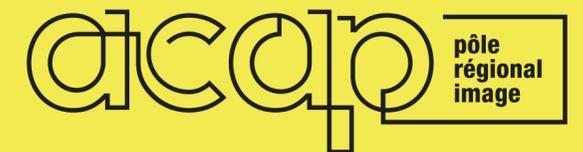
- ▶ **Participer** à la solution d'un problème
- ▶ Participer à **un projet unique** et d'envergure nationale
- ▶ **S'engager aux cotés et en soutien de ses partenaires** historiques qui mènent déjà des projets
- ▶ **Acquérir des connaissances** générales, régionales, locales et **se former**
- ▶ **Montrer l'intérêt qu'on porte aux habitants et spectateurs**
- ▶ **Attirer et fidéliser** du public autour d'un projet commun
- ▶ **Rajeunir son image et son public**



**Merci de votre attention  
Avez-vous des questions ?**

**cinémas en  
mouvement**

L'Acap rassemble les énergies pour un cinéma accessible et durable



Soutenu  
par



Cinémas en mouvement est une opération soutenue par l'État dans le cadre du dispositif « Soutenir les alternatives vertes 2 » de France 2030, opéré par la Banque des territoires (Caisse des Dépôts).  
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.