

cinémas en mouvement



repenser
les mobilités
pour aller
au cinéma



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

acic
ap
pôle
régional
image



Soutenu par
GOVERNEMENT
Liberté
Egalité
Fraternité



BANQUE des TERRITOIRES



PICTA NOVO



ekodev

PRÉFET DE LA RÉGION HAUTS-DE-FRANCE
Liberté
Egalité
Fraternité

Région Hauts-de-France



somme




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, du Conseil départemental de la Somme et du Centre national du cinéma et de l'image animée

Principaux résultats : la mobilité au cinéma de demain



Participation et structure du panel de répondants

Diffusion du 6 octobre au 27 décembre 2025



1 415 réponses récoltées, dont
1 257 exploitables



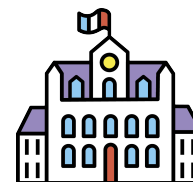
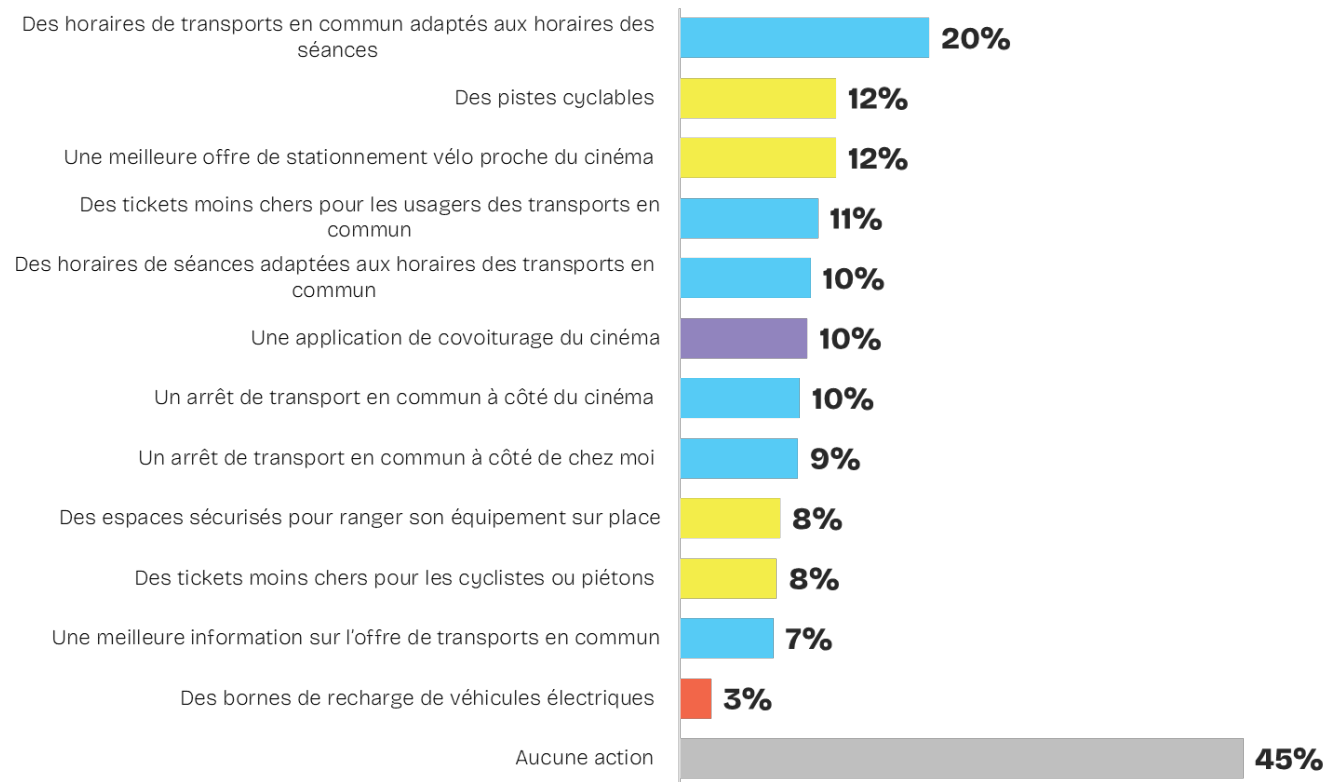
Quelques clés de lecture sur le public répondant :

- Les centres urbains attirent davantage d'actifs jeunes
- À l'inverse, les villages et centre ruraux ont un public plus âgé
- Les cinémas en banlieue ont une fréquentation plutôt familiale, peu de jeunes autonomes
- Les mono-écrans et complexes cinématographiques ont un public fidèle et de proximité
- Les multiplexes sont très fréquentés par les jeunes



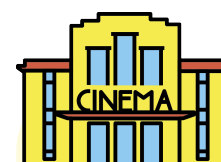
Intérêt pour des actions encourageant l'usage d'autres modes que la voiture individuelle

88 % des répondants trouvent positif que leur cinéma s'engage dans une démarche environnementale



Des actions territoriales :

- Horaires de transports élargis pour correspondre aux séances du soir
- Des pistes cyclables desservant le cinéma et les communes alentours
- Des tickets de bus moins chers pour les personnes allant au cinéma
- Mise en place d'une application dédiée pour le covoiturage



Des actions des cinémas :

- Une offre de stationnement vélo (à travailler avec la collectivité en cas de manque d'espace)
- Adaptation des horaires des séances aux transports en commun
- Espaces pour ranger son équipement de cyclistes sur place et tarification avantageuse

Quel serait le mode idéal des répondants pour aller au cinéma ?

Situation globale

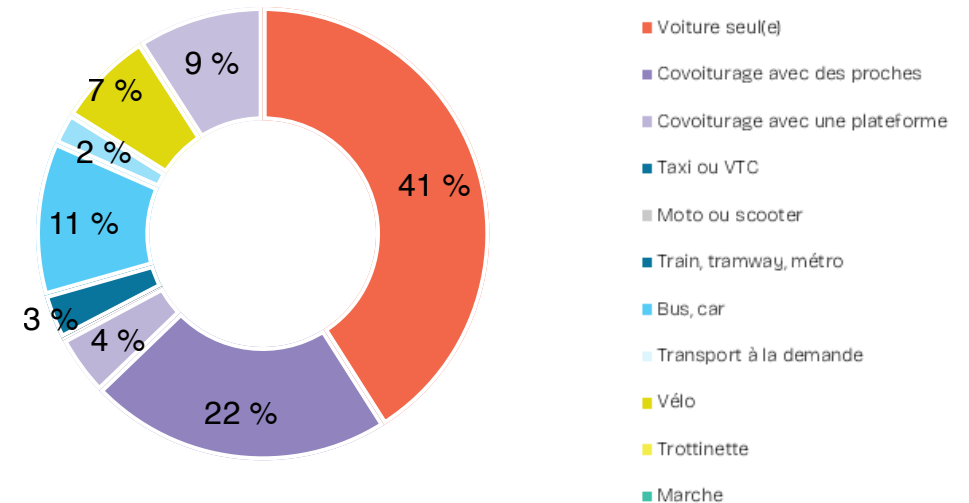
Par rapport à la situation actuelle, si les répondants pouvaient utiliser leur mode de transport idéal, il y aurait :

- -21 pts % d'usage de la voiture individuelle
- +5 pts % de recours au covoiturage
- +7 pts % de cyclistes
- +10 pts % d'usagers des transports en commun, **tout type confondu**

La marche semble déjà avoir atteint son maximum d'usage : 29% des répondants.

Zoom sur les autosolistes

Voiture seul(e) comme mode actuel

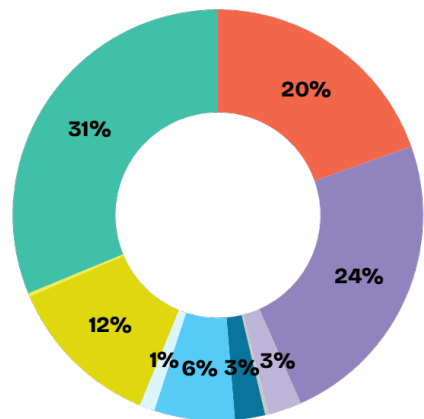


La majorité des autosolistes actuels souhaitent continuer à utiliser leur voiture, mais **27% souhaiteraient faire du covoiturage**. 16% d'entre eux se projettent sur des modes actifs : **9% la marche et 7% le vélo**. Ces personnes habitent en moyenne à 7km du cinéma fréquenté, ce qui est franchissable à vélo. 16% pourraient utiliser les transports en commun.

Quel serait le mode idéal des répondants pour aller au cinéma ?

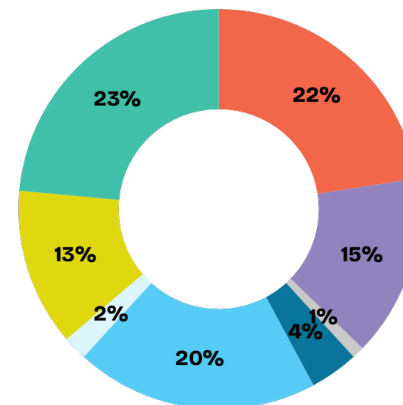
Selon la taille du cinéma

Mono-écran



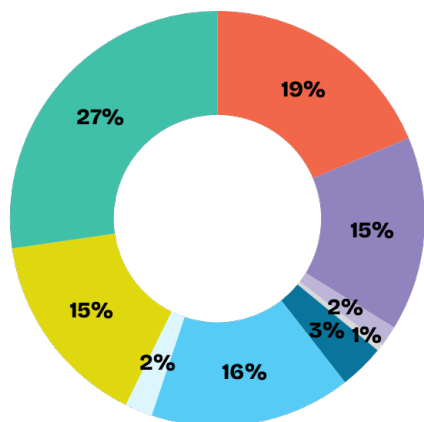
► Logique de proximité pour les mono écrans (marche, covoiturage) : bassin de chalandise court, public local

Multiplexe



► Les multiplexes ont un public prêt à se déplacer plus loin (transports en commun, marche, covoiturage) : accessibilité voiture et transports en commun structurante

Complexe cinématographique



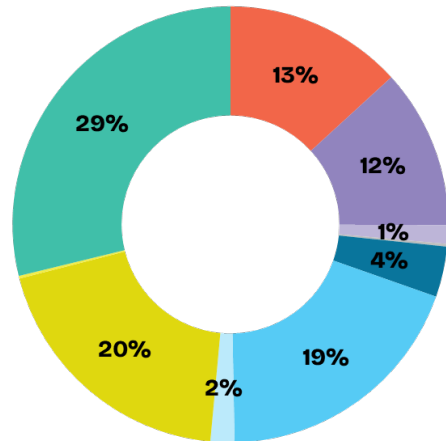
► Profil mixte pour les complexes (marche, transports en commun, vélo, covoiturage)

- Voiture seul(e)
- Covoiturage avec des proches
- Covoiturage avec une plateforme
- Taxi ou VTC
- Moto ou scooter
- Train, tramway, métro
- Bus, car
- Transport à la demande
- Vélo
- Trottinette
- Marche

Quel serait le mode idéal des répondants pour aller au cinéma ?

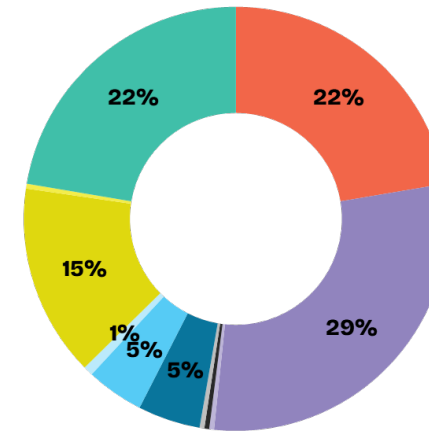
Selon l'implantation du cinéma

Commune centre urbain



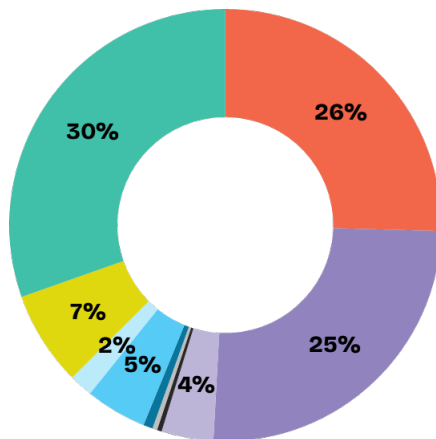
▶ La multimodalité se renforce en centre urbain

Banlieue



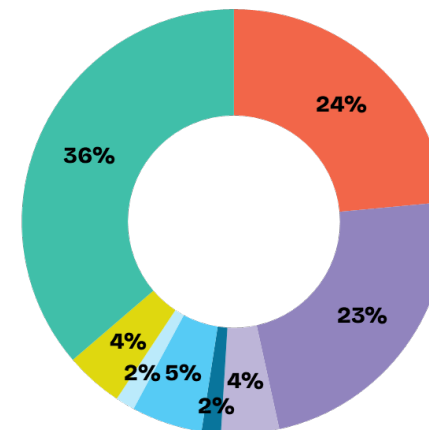
▶ La dépendance automobile reste importante en banlieue

Village



▶ Les villages et centres ruraux sont marqués par la contrainte à l'usage de la voiture et la proximité à la salle (marche très importante)

Commune centre rural

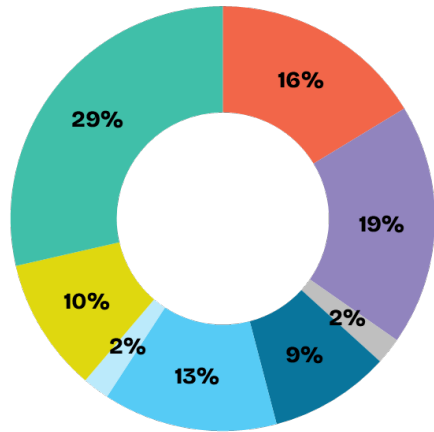


- Voiture seul(e)
- Covoiturage avec des proches
- Covoiturage avec une plateforme
- Taxi ou VTC
- Moto ou scooter
- Train, tramway, métro
- Bus, car
- Transport à la demande
- Vélo
- Trottinette
- Marche

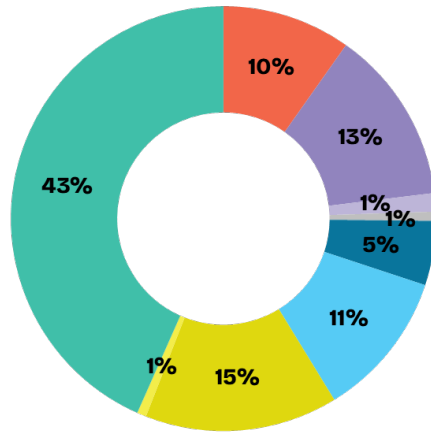
Quel serait le mode idéal des répondants pour aller au cinéma ?

Selon l'âge

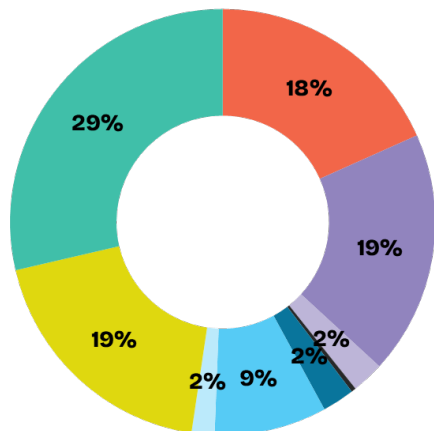
15-24 ans



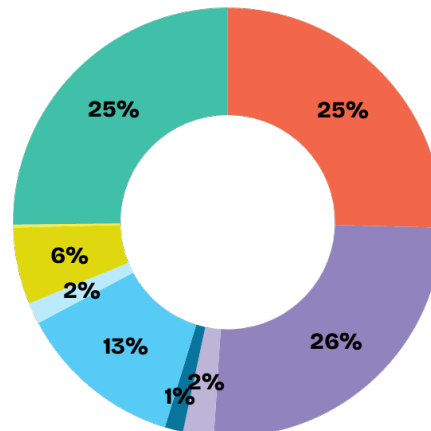
25-39 ans



40-64 ans



65 ans +



- ▶ Le vélo cesse d'être intéressant au delà de 64 ans
- ▶ La part de la marche domine très largement pour les 25-39 ans
- ▶ Les transports en commun sont plutôt intéressants pour les plus jeunes et les plus âgés
- ▶ Le covoiturage intéresse particulièrement les plus âgés

- Voiture seul(e)
- Covoiturage avec des proches
- Covoiturage avec une plateforme
- Taxi ou VTC
- Moto ou scooter
- Train, tramway, métro
- Bus, car
- Transport à la demande
- Vélo
- Trottinette
- Marche

Les enjeux identifiés, par typologie de cinéma et de public



Les grands enseignements clés de l'enquête

1

La voiture domine mais souvent par contrainte et non pas choix (58% de part modale / 1^{er} motif = absence d'alternative)

- ▶ Les automobilistes sont davantage en rural, habitent plus loin mais ne sont pas dans un rejet des autres modes
- ▶ La dépendance à la voiture est avant tout structurelle et territoriale (et non culturelle)

2

La voiture est dominante mais elle est concurrentielle = il existe des alternatives crédibles (vélo, marche, transports en commun)

La voiture est structurelle en milieu rural = il faut chercher à l'optimiser en développant le covoiturage

3

La voiture est en recul chez les publics assidus mais quasi incontournable chez les occasionnels

4

Les distances sont courtes et compatibles avec des alternatives (distance moyenne de 7km pour un temps moyen de 14 minutes).

Beaucoup d'automobilistes traversent des distances franchissables à vélo

- ▶ Il existe un potentiel réel des modes alternatifs à la voiture en solo

5

Les publics sont prêts au changement sous certaines conditions

- ▶ Parmi les autosolistes : 27% aimeraient covoiturer, 16% pourraient passer aux modes actifs et 16% aux transports en commun
- ▶ Le frein principal n'est pas la motivation mais l'offre, l'organisation et l'information

6

Les possibilités de report modal existent mais sont différentes d'un public à un autre :

- ▶ Potentiel vélo : urbain et moins de 65 ans
- ▶ Potentiel covoiturage : rural et sénior
- ▶ Potentiel transports en commun : jeunes et multiplexes

7

Les cinémas ne peuvent pas agir seuls : le sujet est systémique et territorial

- ▶ Les actions les plus demandées sont l'organisation des transports en commun (horaires, offre, tarification) et les aménagements cyclables
- ▶ Alors que les équipements vélo et véhicules électriques sont peu nombreux et les cinémas très dépendants des infrastructures publiques

Les grands enjeux stratégiques

1. Sortir d'une approche « culpabilisante »

Les automobilistes se sentent contraints et ne sont pas opposés aux alternatives si des solutions réalistes leur étaient proposées

- ▶ Le positionnement à avoir : aider les cinémas à objectiver, prioriser et négocier localement

2. Aider chaque cinéma à trouver ses leviers propres

Les réalités urbain/rural sont différentes et les marges de manœuvre ne sont pas les mêmes

- ▶ Le positionnement à avoir : il n'existe pas de solution unique : un diagnostic local est indispensable (diagnostic d'accessibilité et enquête)

3. Transformer un sujet de mobilité en sujet de projet de territoire

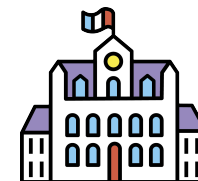
Les solutions dépendent en partie des collectivités et les cinémas seuls sont souvent bloqués

- ▶ Le positionnement à avoir : l'ACAP peut devenir un facilitateur pour aider le cinéma à dialoguer avec la collectivité

4. Prioriser les actions à impact réel

- ▶ Vélo : infrastructures ; équipements ; communication
- ▶ Transports en commun : horaires ; information ; tarification
- ▶ Covoiturage : plate forme de mise en relation
- ▶ Communication : information sur les possibilités sur les sites web et programme papier

Quels sont les enjeux pour les cinémas **mono-écrans** ?



PRATIQUES ACTUELLES

- Le public habite près du cinéma (6km)
- **Recours à la voiture individuelle le plus important** pour les mono-écrans ruraux, la marche domine pour les salles urbaines
- **Dépendant des infrastructures** de stationnement publiques (parking, rue)
- **Offre ciné** > 57% peuvent fréquenter un cinéma plus éloigné pour sa programmation plus diversifiée (70%), pour son confort (12%) et 29% parce que les films y sortent plus tôt

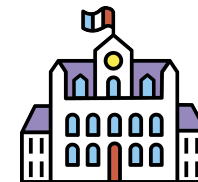


LEVIERS D'ACTION

- **Peu motivés par l'aspect financier ou écologique**
- Public plus contraint dans ses déplacements que les autres
- **Peu intéressés par le changement** : 49% ne votent pour aucune action
- ▶ **Mono écran rural** : Mise à disposition d'une application pour le covoiturage, évolution de l'offre de transport en commun (horaires et arrêts)
- ▶ **Mono écran urbain** : Amélioration des infrastructures cyclables (stationnement et pistes, espace de rangement pour les affaires), évolution des horaires de transports en commun.

Les actions de durabilité dépendent du territoire plus que du cinéma lui-même

Quels sont les enjeux pour les complexes cinématographiques ?

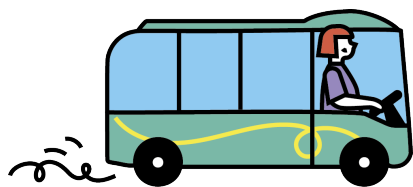


PRATIQUES ACTUELLES

- Le public est moins dépendant de la voiture, augmentation forte de l'usage des transports en commun par rapport aux cinémas mono-écran
- Stationnement pour moitié dépendant des espaces publics
- **Offre ciné** > 46% peuvent fréquenter un cinéma plus éloigné pour sa programmation plus diversifiée (71%), pour son confort (19%) et 18% parce que les films y sortent plus tôt

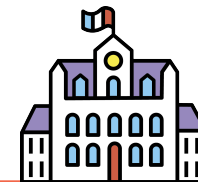
LEVIERS D'ACTION

- **Sensibilité écologique** dans le top 3 des motivations
- **Propension au changement intéressante** : 61% des répondants sont intéressés par une action
- ▶ **Adaptation des horaires des transports en commun** et développement **d'infrastructures cyclables** (stationnement + pistes)



Zone stratégique de transformation des pratiques de mobilité

Quels sont les enjeux pour les **multiplexes** ?



PRATIQUES ACTUELLES

- **Le public qui habite le plus loin du cinéma** (9,5km)
- **Part du covoiturage plus importante**, recours au vélo et aux transports en commun élevés
- **Satisfaction globale sur l'accès au cinéma** à l'exception d'un manque de stationnements vélo dédiés
- **Offre ciné** > 54% peuvent fréquenter un cinéma plus éloigné, pour sa programmation plus diversifiée (71%), pour son confort (27%) et 16% parce que les films y sortent plus tôt

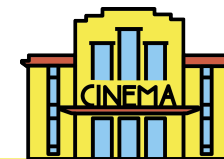


LEVIERS D'ACTION

- Public relativement contraint mais ayant un **intérêt notable pour les mobilités durables** : seulement 69% sont intéressés par une action
- **Principalement intéressés par des actions transports en commun** : adaptation des horaires, tickets moins chers pour les usagers, création d'arrêts
- ▶ Besoins plus à la marge : stationnement vélo et plateforme de covoiturage

La mobilité devient un facteur de compétitivité entre équipements

Quels sont les enjeux pour les cinémas dans un village ?



PRATIQUES ACTUELLES

- Public qui habite loin du cinéma (9km)
- Voiture dominante et **covoiturage très développé**, absence des transports en commun et du vélo
- Sensation de contrainte associée au choix du mode de transport, dépendance aux parkings publics
- Public principalement « régulier » : sorties en soirée la semaine et flexible le weekend

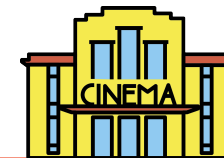
LEVIERS D'ACTION

- **Public peu intéressé par le changement de mobilité** : seuls 50% des répondants ont voté pour une action
- ▶ **Application pour le covoiturage** comme levier le plus pertinent
- ▶ Autres enjeux à envisager : coordination territoriale des déplacements, logique intercommunale d'accès à la culture, maintien de l'accessibilité automobile



Maintenir l'accès culturel dans un système mobilité structurellement contraint

Quels sont les enjeux pour les cinémas en **centre-ville rural** ?



PRATIQUES ACTUELLES

- **Près de 20% de covoiturage**, mais la voiture seule domine. Un tiers de marche. Absence du vélo et des transports en commun
- Public se sentant contraint dans ses déplacements, dépendant des infrastructures de stationnement publiques
- Public moins « assidu » que les autres, plutôt « régulier » : sortie l'après-midi privilégiée

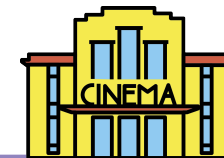
LEVIERS D'ACTION

- **Public le moins propice au changement** : 58% ne sont intéressés par aucune action
 - ▶ Application pour le covoiturage comme levier le plus demandé, ainsi que l'évolution de l'offre de transports en commun
 - ▶ Autres enjeux à envisager : amélioration information sur les solutions d'accès, optimisation du stationnement



Rendre l'accès plus simple sans modifier les habitudes dominantes

Quels sont les enjeux pour les cinémas en centre-ville urbain ?



PRATIQUES ACTUELLES

- **Seule population à utiliser autant la marche** que la voiture individuelle. Plus de transports en commun et de vélo qu'ailleurs
- Peu dépendant des infrastructures publiques pour le stationnement
- Public plutôt « assidu » ou « régulier » : sortie en soirée la semaine majoritaire

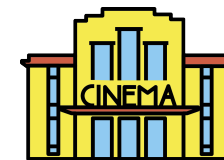
LEVIERS D'ACTION

- **Sensibilité écologique dans le top 3 des motivations**
- **Les plus intéressés par des actions pour changer** : 64% ont coché une action
- ▶ **Développement d'infrastructures cyclables** sur le cinéma et le territoire, adaptation des horaires des transports en commun et tarification avantageuse pour les usagers
- ▶ Autre enjeu : signalétique et lisibilité de l'accès



Organiser la transition modale effective

Quels sont les enjeux pour les cinémas en banlieue ?

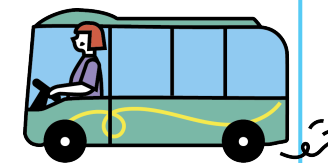


PRATIQUES ACTUELLES

- Catégorie de public utilisant le plus la voiture. Covoiturage relativement faible, moitié moins de modes alternatifs que dans les centres urbains
- Public se sentant peu contraint, priorisant la facilité d'organisation du trajet
- Public majoritairement « régulier » : sortie en soirée en semaine, flexible le weekend

LEVIERS D'ACTION

- **Appétence assez faible pour le changement de mobilité** : 45% des personnes ne sont intéressées par aucune action
 - ▶ Les priorités sont **l'adaptation des horaires des transports** en commun et le **développement de pistes cyclables**, suivi du stationnement vélo et des tickets moins cher pour les usagers des transports en commun
 - ▶ Autre enjeu : information sur l'accès multimodal



Rendre les alternatives plus simples que la voiture

Quels sont les enjeux par rythme de fréquentation ?

Assidus

Au moins une fois par semaine

Pratiques actuelles

- Habitent plus près du cinéma
- Utilisent davantage les transports en commun
- Viennent plus souvent en journée, et seuls

Leviers d'action

- Sont sensibles à la praticité/la fiabilité/la régularité
- Ce sont les meilleurs candidats au report modal
- ▶ Les leviers prioritaires sont : les modes actifs et les transports en commun

Réguliers

Au moins une fois par mois

Pratiques actuelles

- Utilisent davantage la voiture que les assidus
- Viennent plus souvent en soirée
- Sont donc plus dépendants des horaires des transports en commun

Leviers d'action

- ▶ Les leviers prioritaires sont : adaptation des séances aux horaires de transports en commun et informations claires sur les alternatives

Occasionnels

Une fois par an ou moins

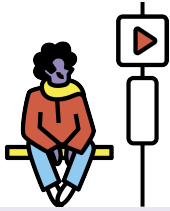
Pratiques actuelles

- Sont très dépendants de la voiture
- Viennent majoritairement en groupe surtout le soir et le weekend

Leviers d'action

- Sont sensibles au coût et à la logistique globale de la sortie
- ▶ Les leviers prioritaires sont le covoiturage organisé et la communication sur « comment venir ensemble »

Quels sont les enjeux pour les 15-24 ans ?



PRATIQUES ACTUELLES

- Habitent près du cinéma (5,5km)
- Marche comme premier mode de transport, suivi du covoiturage. Utilisation plus importante des transports en commun que les autres groupes d'âge.
- Sensibilité au prix du billet et au coût du déplacement
- Public plutôt « occasionnel » ou « régulier » : en soirée la semaine et flexible le weekend

LEVIERS D'ACTION

- **60%** sont intéressés par une action
 - ▶ L'intérêt se porte sur une **amélioration de l'offre de transports** en commun : 43% sont certains d'aller plus souvent au cinéma si le ticket de bus était moins cher
 - ▶ Autre levier économique : communication sur les solutions les moins coûteuses
 - ▶ Autres leviers de desserte : **adaptation horaires de séances aux horaires de transports**, information sur l'accès sans voiture, itinéraires piétons sécurisés, stationnement vélo simple et lisible

Enjeu d'accessibilité économique et de desserte

Quels sont les enjeux pour les 25-39 ans ?



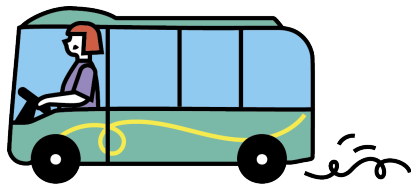
PRATIQUES ACTUELLES

- Habitent près du cinéma (5km). Avec les 15-24 ans, les plus sensibles à la proximité au domicile
- Public principalement à pied. Covoiturage, vélo et transports en commun assez présents. C'est le public le plus multimodal
- Public plutôt « occasionnel » : sortie en soirée la semaine majoritaire
- Sensibles aux frais annexes, notamment le baby-sitting sur la période de parentalité

LEVIERS D'ACTION

- Ouverts au changement : **65% sont intéressés par une action**
- 29% sont certains d'aller plus souvent au cinéma si le ticket de transports en commun était moins cher
- ▶ **Leviers de simplification** : information « comment venir simplement », offres combinées
- ▶ **Leviers temporels** : horaires compatibles avec l'organisation familiale, lisibilité des temps d'accès, adaptation des horaires aux transports en commun

Enjeu d'optimisation de la sortie



Quels sont les enjeux pour les 40-64 ans ?



PRATIQUES ACTUELLES

- Voiture dominante, mais la marche, le covoiturage et le vélo sont présents
- Sensibles à la proximité au domicile, pas d'attention particulière portée à l'accessibilité du cinéma
- Public plutôt fidèle à sa salle, majoritairement « régulier » ou « occasionnel » : sortie le soir en semaine et flexibles le weekend

LEVIERS D'ACTION

- **Public relativement peu contraint**
- 55% sont intéressés par une action
- ▶ **Leviers d'incitation douce** : information sur les alternatives, valorisation du confort et de la simplicité
- ▶ **Leviers d'infrastructure et du territoire** : stationnement vélo, accès piéton et desserte en transports en commun



Public pivot mais peu moteur de la transition

Quels sont les enjeux pour les 65 ans et plus ?



PRATIQUES ACTUELLES

- **Voiture dominante, suivi de la marche.** Encore un peu de transports en commun
- **Sensibles à l'accessibilité en voiture,** sensation de contrainte dans les déplacements
- Peu sensibles aux frais
- Public fidèle à son cinéma de proximité, public le plus « assidu » : sortie l'après-midi privilégiée

LEVIERS D'ACTION

- **Public peu sensible** au changement : seuls 51% des répondants sont intéressés par les actions proposées
- ▶ **Leviers d'accessibilité physique** : stationnement, lisibilité accès automobile, parcours piétons sécurisés
- ▶ **Leviers de mobilité optimisée** : covoiturage local, information personnalisée sur l'accès, coordination des transports
- ▶ **Leviers organisationnels** : maintien/renforcement des séances en journée

Enjeu critique car l'accessibilité automobile = condition de maintien de la fréquentation

En conclusion

Même si l'enquête est menée en Hauts de France, les structures territoriales de mobilité locales sont représentatives de la majorité des territoires français (Autorités Organisatrices de la Mobilité).

Le potentiel de changement existe mais n'est pas uniforme : la transition doit être différenciée et ciblée par profil.

On identifie 3 grands modèles :

1. Le cinéma urbain dense (commune centre urbain)

où des alternatives existent, et où les problèmes sont relatifs aux équipements, à la lisibilité et à la sécurisation

2. Le cinéma de centralité intermédiaire (banlieue)

où les transports en commun sont partiels et où le potentiel vélo et covoiturage sont importants

3. Le cinéma rural (village, commune centre rural)

où la dépendance à la voiture est forte et les leviers principaux résident dans la mutualisation des déplacements et le covoiturage

- ▶ Le frein principal n'est pas culturel, il est structurel
- ▶ Il existe un fort potentiel mais différencié selon les territoires
- ▶ La transition de l'accès à la culture passe par une gouvernance territoriale outillée

L'enquête auprès des salariés

Des enseignements structurants

110 réponses ont été récoltées, dont 98 exploitables

38 cinémas participants

- ▶ **Sortir la mobilité des équipes du seul champ RH** : l'étude montre que les leviers principaux sont les horaires des séances, l'offre de transport et les aménagements. Il s'agit d'un sujet de projet d'établissement plus que de gestion du personnel.
- ▶ **Réconcilier l'ambition écologique et la réalité opérationnelle** : les équipes travaillent le weekend et le soir, en horaires décalés avec des contraintes assez fortes. Toute stratégie mobilité doit être compatible avec la réalité d'exploitation des cinémas
- ▶ **Faire des salariés des ambassadeurs** : ils sont plutôt volontaires et si on leur donne des marges de manœuvre ils peuvent devenir de vrais alliés dans la stratégie mobilité des cinémas.

La transition est socialement acceptable mais bloquée organisationnellement et techniquement

1. Les équipes sont dépendantes de la voiture

La moitié vient en voiture et presque autant ne change jamais de mode
Dans le rural, la majorité des automobilistes n'a aucune alternative
Les cinémas sont structurellement dépendants de la voiture

2. Le vrai verrou ce sont les horaires de travail

C'est le premier motif de choix du mode de transport et le premier motif de non-changement

3. Les distances sont compatibles avec des alternatives pour une part importante de salariés

Il existe un potentiel réel mais ciblé de report modal chez les salariés surtout en urbain et périurbain

4. Les salariés sont très ouverts au changement : 64% ont sélectionné des actions pouvant les aider à changer de mode de transport

Par rapport à la situation actuelle, si les répondants pouvaient utiliser leur mode de transport idéal, il y aurait :

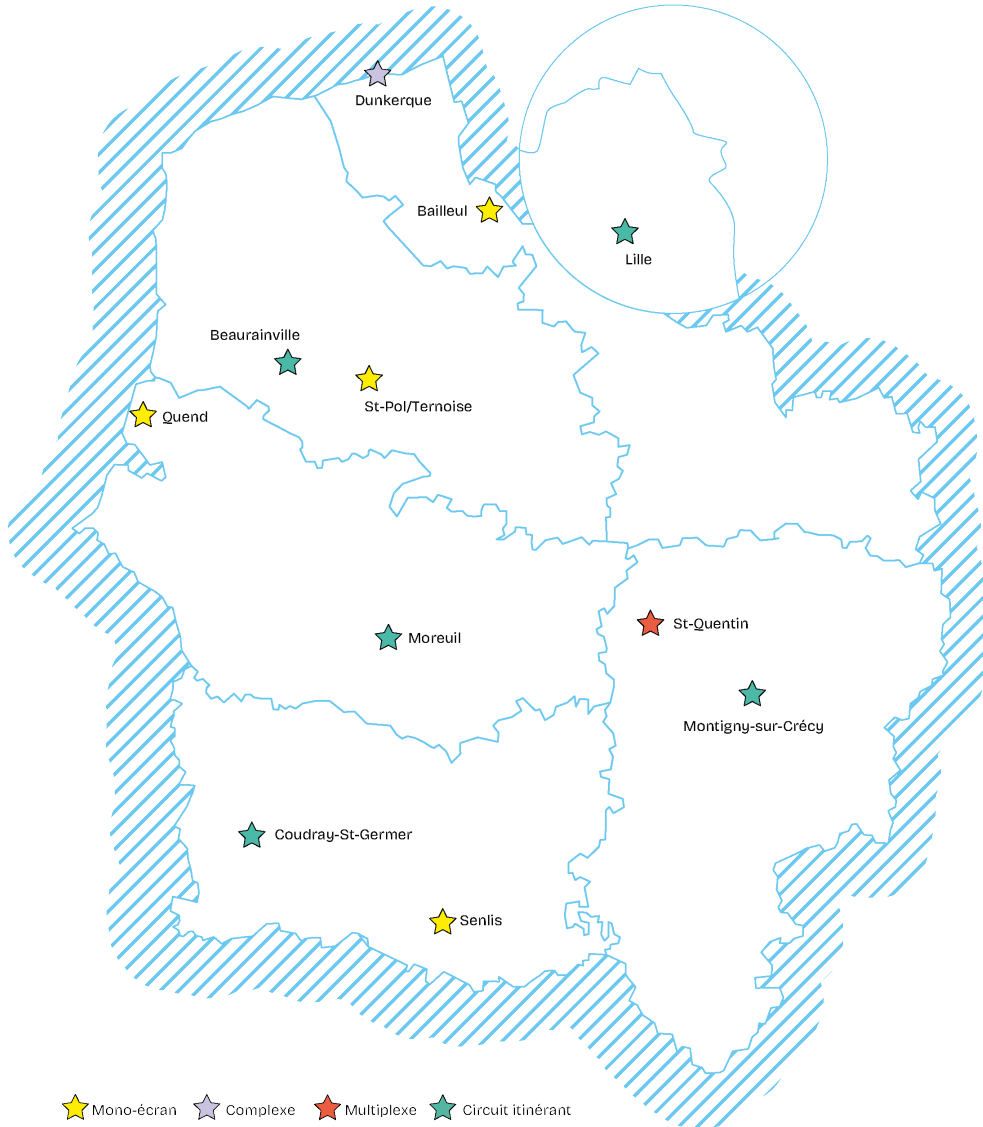
- ▶ -26 pts % d'usage de la voiture individuelle
- ▶ +14 pts % d'usagers des transports en commun
- ▶ +7 pts % de cyclistes
- ▶ +6 pts % de piétons
- ▶ +1 pts % de recours au covoiturage

Diagnostics et outils de la mobilité

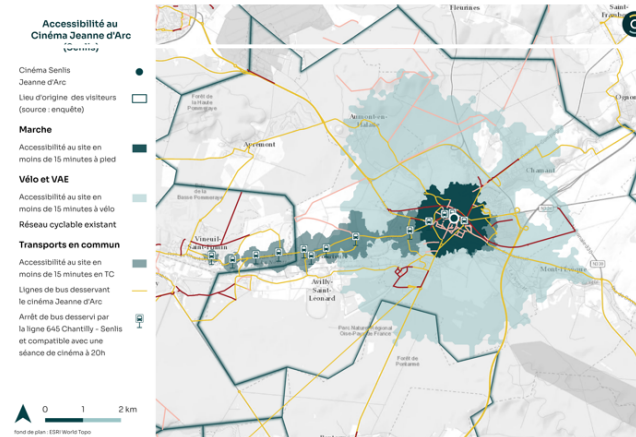


Finalisation des diagnostics

6 salles et un point de circuit choisi collégialement



ANALYSE DE L'OFFRE DE TRANSPORT DESSERVANT LE CINÉMA



Le cinéma est situé au sein d'une zone facilitant la circulation à pied (en rouge) traverse Senlis liaisons intercommunales.

D'après la Fédération des points entre le boulevard Cours Thoré-Montmorency du Maréchal Foch, sont de vélo sécurisé.

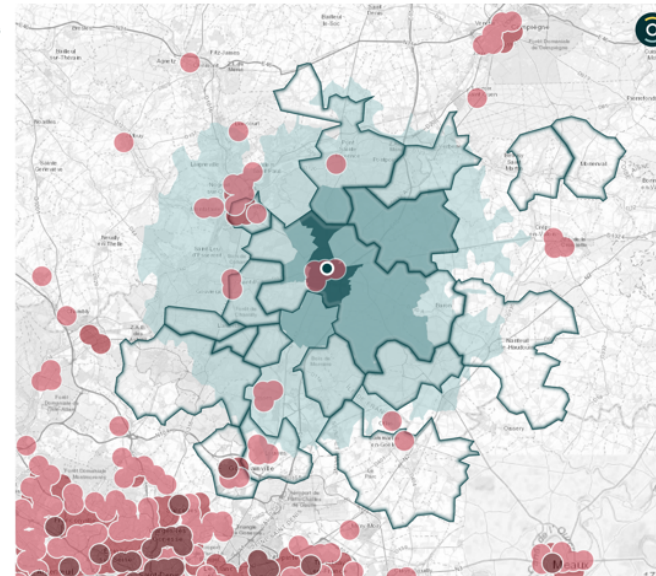
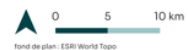
L'attractivité du cinéma commune de Senlis (principalement Mont-Evê Courteuil), qui sont situés à moins de 10 minutes à vélo (en bleu clair).

Le rayon de moins de 1 km comprend tout le centre de l'accent devra être mis sur

Les transports en commun lignes de bus (en jaune) Notre-Dame / Cinéma à 1. **horaires de passage ne pas les séances en soirée** peu attractive.

ANALYSE DE LA ZONE DE CHALANDISE DU CINÉMA

Lieu d'origine des visiteurs du Cinéma Jeanne d'Arc (Senlis)



Lors de l'entretien avec le cinéma, les zones d'origine du public ont été identifiées comme étant la **commune de Senlis** (en bleu foncé), la **communauté de commune de Senlis Sud Oise** (en bleu moyen) et, au maximum, un **rayon de 20km** autour du cinéma (en bleu clair).

Ces lieux d'origine se retrouvent bien parmi les répondants de l'enquête diffusée à l'automne 2025 (communes au contour foncé), confirmant la zone de chalandise principale du cinéma Jeanne d'Arc : **75% du public répondant provient de Senlis**.

Le public répondant à l'enquête provient également dans une moindre mesure de communes à plus 20km, allant jusqu'au bassin d'habitation de Goussainville au sud, et captant quelques communes à une 30aine de kilomètres au nord-est.

Les alentours de commune de Creil (également pourvue d'un cinéma Art et Essai) au nord-ouest, ne semblent pas être un public à capter, malgré leur proximité, comparé au sud et au nord-est de Senlis.

Les enjeux principaux sont donc de travailler sur **l'accessibilité courte distance** pour le public captif (Senlis et alentours), mais de ne pas laisser de côté le covoiturage comme alternative sur les trajets plus longs (10 à 30 km), notamment sur les flux depuis le sud et l'est de Senlis.

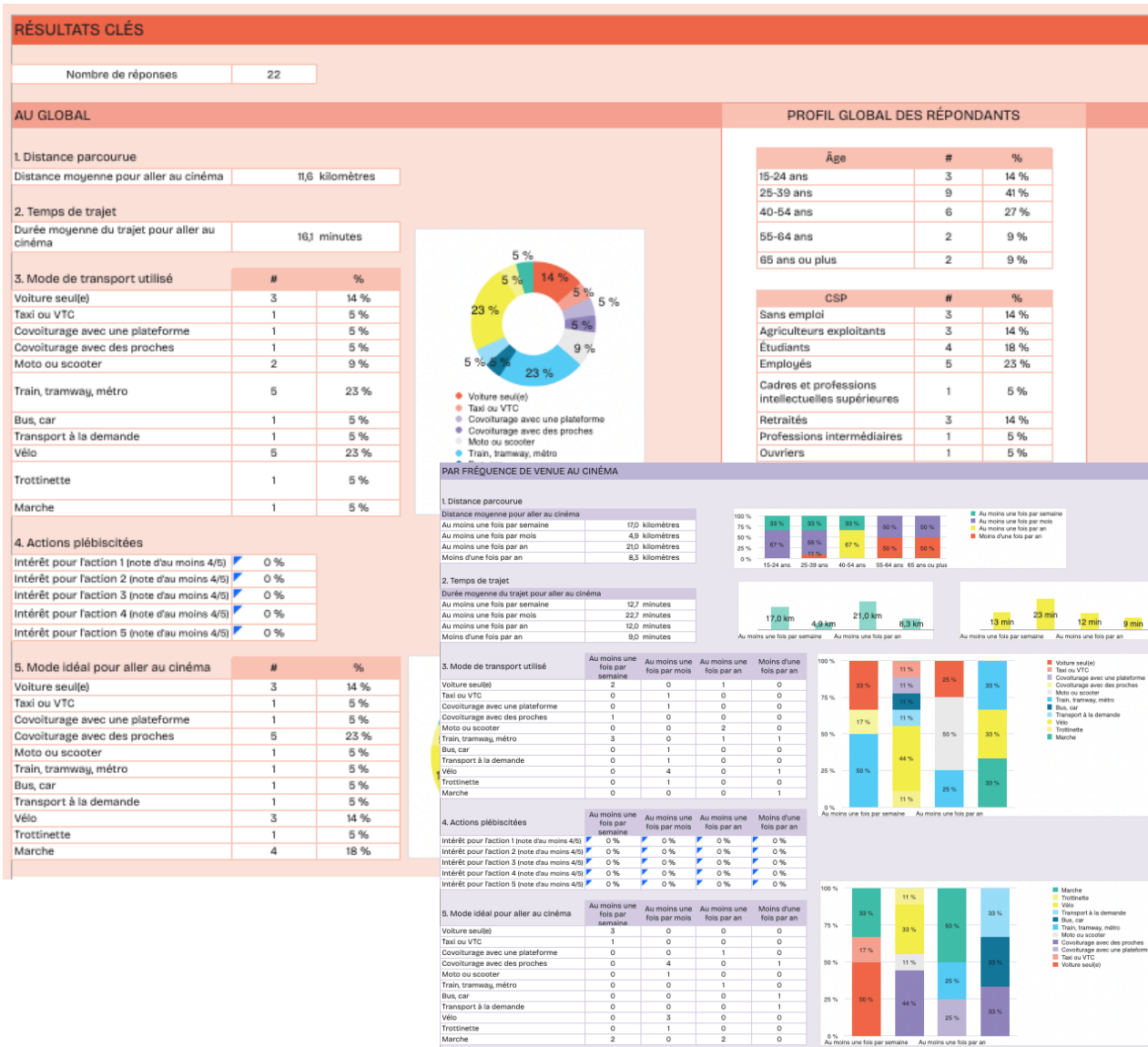
La boîte à outils en cours de conception

La concertation des cinémas du 18/11/2025 a permis d'identifier les 5 briques d'outils suivantes :



<p>Outil</p>	<p>Outils de réalisation d'un diagnostic simplifié de l'accessibilité d'un cinéma</p>	<p>Note explicative pour la réalisation d'une cartographie de la zone de chalandise d'un cinéma</p>	<p>Kit pour la mise en relation et le travail avec les collectivités et les acteurs externes</p>	<p>Trame d'enquête à destination du public et outil d'analyse</p>	<p>Kit de communication à destination du public</p>
<p>Objectif</p>	<p>Relever, comprendre et prioriser les enjeux d'accessibilité sur mon site</p>	<p>Capter sa zone de chalandise et identifier les actions pertinentes à l'échelle de mon cinéma</p>	<p>Dialoguer avec les collectivités sur la base de constats concrets, et organiser le dialogue entre les acteurs</p>	<p>Comprendre les pratiques de mobilité de mon cinéma et identifier les actions pertinentes</p>	<p>Sensibiliser le public aux enjeux identifiés, à l'offre de transport, etc.</p>

Enquête, son outil de traitement et d'analyse



Trame d'enquête à destination du public et outil d'analyse

- Trame d'enquête
- Outil de traitement des résultats
- Outil de calcul de l'empreinte carbone
- Support de restitution des résultats & enjeux

Des outils de création de cartographie







Note explicative pour la réalisation d'une cartographie de la zone de chalandise de mon cinéma

- Guide pour la réalisation de cartographies

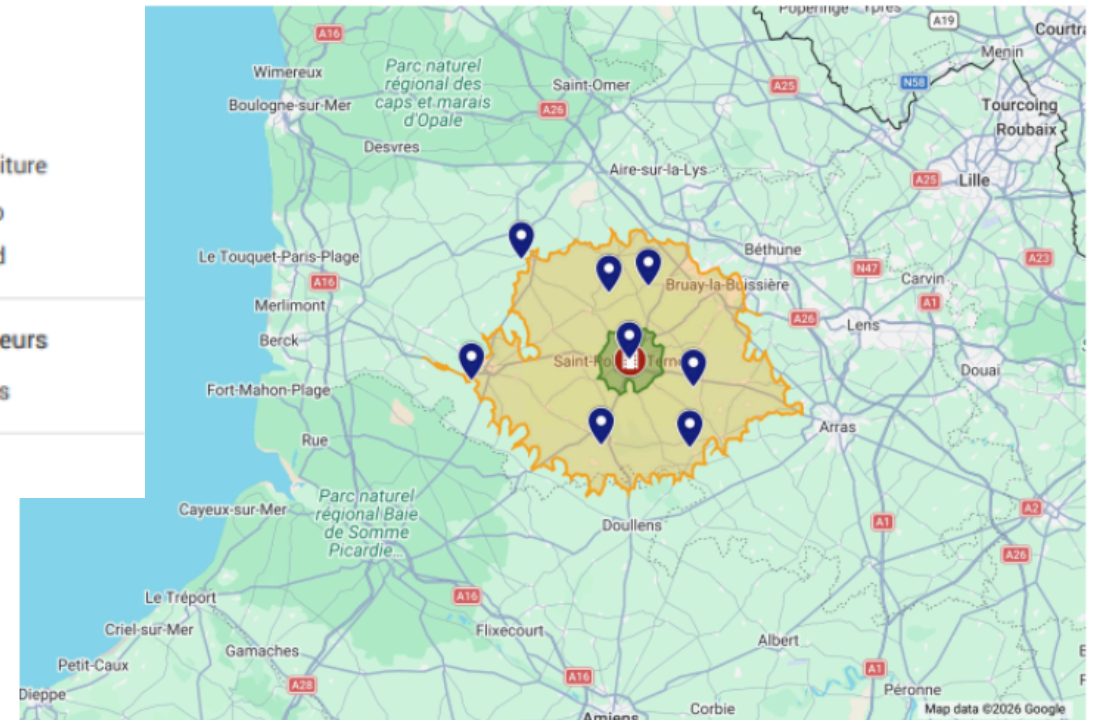
CARTE ISOCHRONE CINÉMA

Isochrones cinéma






-  Cinéma
-  30 minutes en voiture
-  20 minutes à vélo
-  15 minutes à pied



Codes postaux spectateurs

-  Tous les éléments



Un guide étape par étape





GUIDE POUR RÉALISER UNE CARTOGRAPHIE

Descriptif de l'outil :

Ce guide vous permet d'apprendre à créer des cartes sur des outils de cartographie en ligne. Il vous est possible de visualiser par exemple :

- L'implantation géographique de votre cinéma
- La zone accessible depuis le cinéma dans un rayon de X minutes à pied
- La zone accessible depuis le cinéma dans un rayon de X minutes à vélo
- La zone accessible depuis le cinéma dans un rayon de X minutes en voiture

Les outils Google MyMaps et uMap présentés ici sont accessibles gratuitement, et ne nécessitent pas de compétences particulières.

Durée de réalisation : ?

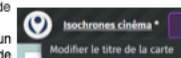
0. LES OUTILS À MOBILISER

- **Google MyMaps** : outil de Google permettant de créer des cartes. La carte finale produite avec ce tutoriel sera sur cet outil.
- **uMap** : outil d'OpenStreetMap. Possède des fonctionnalités plus poussées que MyMaps pour créer des isochrones.
- **Diagnostic-mobilite.fr** : outil rassemblant les cartographies des grandes données statistiques d'un territoire : catégories de population, zones de densité, équipement des ménages en voiture, offres de transport (transports en commun, vélo notamment). Cet outil sera à consulter en parallèle de la carte produite sur MyMaps.



1. CRÉER DES ISOCHRONES

Un isochrone correspond à la zone accessible avec un mode de transport dans un temps donné, depuis une adresse. Il s'agit ici d'identifier les zones de captation de certains modes de transport pour rejoindre le cinéma. Cette manipulation est possible pour la voiture, le vélo et la marche. Il n'est pas possible de réaliser l'exercice pour les transports en commun avec des outils simples et gratuits.

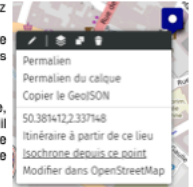
1. Rendez-vous sur <https://umap.openstreetmap.fr/fr/> et cliquez sur **Créer une carte** en haut à droite de l'écran.
2. Renommez votre carte en cliquant sur le titre temporaire en haut à gauche de l'écran. Le bouton 'Enregistrer le brouillon', en haut à droite, vous permet d'obtenir un lien pour modifier votre carte ultérieurement, sans avoir besoin de créer de compte si vous ne souhaitez pas le faire.



1/6 xx/xx/
20xx




3. Zoomez sur la carte pour atteindre le lieu d'implantation de votre cinéma. Sélectionner le **premier bouton sur la barre d'outils** à gauche de l'écran 'Ajouter un marqueur' et positionnez le point sur le cinéma. Cliquez, et donnez un nom au point dans la fenêtre qui s'ouvre. Fermez la fenêtre.
4. Faites un clic droit sur le point 'Cinéma' créé, et sélectionnez 'Isochrone depuis ce point'. Dans la fenêtre qui s'ouvre, **paramétrez** votre zone isochrone en sélectionnant le mode de transport et le temps maximum souhaités.



Nous recommandons une zone de 30 minutes pour la voiture, 20 minutes pour le vélo et 15 minutes pour la marche, mais il est possible de faire ce que vous souhaitez en fonction de votre connaissance sur votre zone de chalandise (enquête spectateurs, connaissance de la provenance du public).








Répéter l'opération autant de fois que nécessaire pour créer tous les isochrones.

- 5. Cliquez sur le bouton  pour télécharger les données créées sur la barre d'outils à gauche de l'écran.

Dans la partie **'Télécharger'**, sélectionnez le format **kml**, et enregistrez sur votre PC.

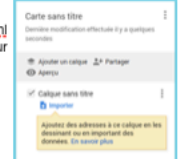
Télécharger

Seules les données des calques visibles

 geojson	 kml	 wkt	 png
 gpx	 csv	 ipg	

2. IMPORTER ET PERSONNALISER VOS ISOCHRONES

1. Rendez-vous sur <https://www.google.com/maps/d/>. Il sera nécessaire de disposer d'un compte Google pour le faire. Puis, cliquez sur 'Créer une carte' et donnez-lui un titre en cliquant sur la zone dédiée en haut à gauche de l'écran.
2. Cliquez sur le bouton **Importer** en bleu et sélectionnez le fichier **.kml** précédemment sauvegardé. Cela fera apparaître vos isochrones sur nouvelle carte.



cette

2/6 xx/xx/
20xx



Des outils de diagnostic automatisés



Outils de réalisation d'un diagnostic simplifié de l'accessibilité du cinéma

- Grille d'autodiagnostic d'accessibilité
- Outil de notation et de préconisations

CINÉMA EN ZONE RURALE						
Dans chacun des menus déroulants, sélectionnez la réponse qui correspond le mieux à la situation de votre cinéma, puis retournez sur l'onglet (1) Tableau de bord !						
1 / 4 VOITURE Note totale : 0,0 / 12						
Quelle est la principale infrastructure de stationnement à proximité du cinéma ?	L'infrastructure de stationnement la plus proche est-elle saturée ?	Le stationnement le plus proche est-il payant ?	Y a-t-il un stationnement PMR à proximité ?	Y a-t-il un dépôt minute à proximité ?	L'accès au cinéma par la route est-il facilement identifiable ?	L'accès au cinéma est-il congestionné en heures de pointe ?
Dérouler	Dérouler	✓ Dérouler Gratuit Peu coûteux ou tarif réduit pour les spectateurs Coût significatif	Dérouler	Dérouler	Dérouler	Dérouler
2 / 4 TRANSPORTS EN COMMUN						
Quelle est la distance à l'arrêt de transport le plus proche ?	Quelle est la fréquence de passage de la ligne la plus proche en soirée ?	Dérouler	Dérouler	Dérouler	Dérouler	Dérouler
3 / 4 VÉLO Note totale : 0,0 / 8						
Quelle infrastructure cyclable dessert directement le cinéma ?	Où peut-on stationner un vélo à proximité du cinéma ?	Le cinéma possède-t-il les équipements suivants : outils de réparation pour vélo, casiers pour ranger casque et batterie ?	Le cinéma est-il situé à proximité d'une zone dangereuse pour la circulation des vélos ? (carrefour, axe routier à vitesse élevée)	Dérouler	Dérouler	Dérouler
4 / 4 MARCHÉ Note totale : 0,0 / 8						
Les cheminements pour rejoindre le cinéma sont-ils continus ?	Les traversées aux abords du cinéma sont-elles sécurisées ?	L'éclairage nocturne est-il suffisant ?	Y a-t-il un accès adapté aux PMR ?	La signalétique sur et aux abords du cinéma est-elle lisible ?	Dérouler	Dérouler
Dérouler	Dérouler	Dérouler	Dérouler	Dérouler	Dérouler	Dérouler
Cliquez-ici pour retourner sur le tableau de bord !						

A	B	C	D	E	F	G
1	 TABLEAU DE BORD DE L'ACCESSIBILITÉ DE VOTRE CINÉMA 					
2	<p>Cet outil vise à vous proposer des pistes de réflexions afin d'améliorer la mobilité de votre public (enjeux prioritaires, actions à étudier). Les recommandations dépendent de : - l'implantation du cinéma (en centre-ville urbain, en périphérie d'une zone urbaine, en zone rurale) - de la qualité de l'offre de transport et de l'aménagement existant du territoire.</p> <p>Afin d'obtenir vos préconisations, vous devez renseigner votre implantation dans la case prévue à cet effet ci-dessous, et répondre aux questions sur l'accessibilité actuelle de votre cinéma dans l'onglet (2) correspondant à votre implantation. Cet exercice pourra prendre entre 10 et 20 minutes selon votre connaissance de la desserte du cinéma.</p> <p>Une fois cela fait, cliquez sur le bouton 'CLIQUEZ ICI' en bas de cette page pour obtenir vos recommandations dans l'onglet (3) Enjeux prioritaires.</p>					
3	(1) Informations générales sur le cinéma :					
4	<p>Quel est le nom de votre cinéma ? <input type="text"/></p> <p>Quelle est l'adresse de votre cinéma ? <input type="text"/></p> <p>Quelle est l'implantation de votre cinéma ? <input type="text" value="Dérouler"/> actionnez votre implantation</p>					
5	(2) Notation de l'accessibilité de votre cinéma :					
6	(3) Informations sur vos enjeux d'accessibilité :					
7	Votre note d'accessibilité en voiture :		<input type="text" value="Complétez l'onglet (2) correspondant à votre implantation"/>			
8	Votre note d'accessibilité en transports en commun :		<input type="text" value="Complétez l'onglet (2) correspondant à votre implantation"/>			
9	Votre note d'accessibilité à vélo :		<input type="text" value="Complétez l'onglet (2) correspondant à votre implantation"/>			
10	Votre note d'accessibilité à pied :		<input type="text" value="Complétez l'onglet (2) correspondant à votre implantation"/>			
11	Pour lancer l'analyse et découvrir les premières actions sur lesquelles nous vous proposons de travailler,					
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						

Un calculateur carbone

Plus de 250 000 hab Entre 150 et 250 000 Moins de 150 000 hab

Facteurs d'émission en zone :			Facteurs d'émission en zone :			
Dérouter	Unité		Urbaine	Périurbaine	Rurale	
Voiture motorisation moyenne	0,250	kgCO ₂ e/km	0,250	0,250	0,250	Voiture
Voiture diesel	0,240	kgCO ₂ e/km	0,240	0,240	0,240	Voiture
Voiture essence	0,270	kgCO ₂ e/km	0,270	0,270	0,270	Voiture
Voiture hybride	0,150	kgCO ₂ e/km	0,150	0,150	0,150	Voiture
Voiture électrique	0,100	kgCO ₂ e/km	0,100	0,100	0,100	Voiture
Covoiturage	0,125	kgCO ₂ e/km	0,125	0,125	0,125	Divis
2 roues motorisé (scooter, moto, etc.)	0,152	kgCO ₂ e/km	0,152	0,152	0,152	Moyen
Train	0,003	kgCO ₂ e/passager.km	0,003	0,003	0,003	
Autres transports ferrés : métro, tramway	0,004	kgCO ₂ e/passager.km	0,004	0,004	0,004	
Bus ou car	0,200	kgCO ₂ e/passager.km	0,150	0,150	0,200	Urbaine Périurb Rurale
Modes actifs (vélo, marche, etc.)	0	kgCO ₂ e/km	0	0	0	

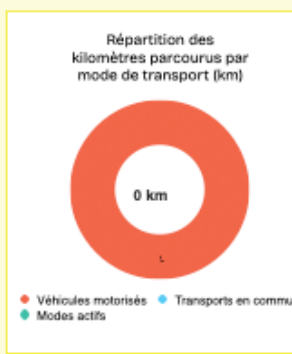
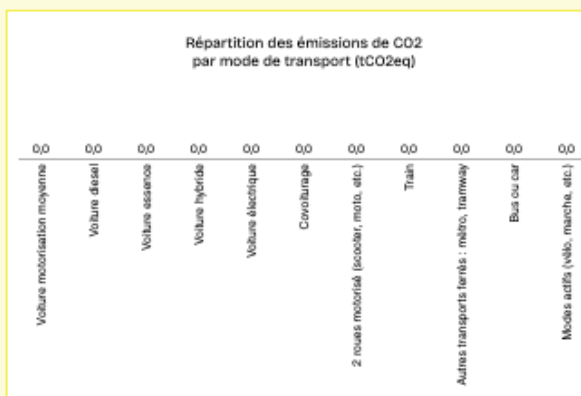
SPECTATEURS	Situation actuelle	PERSONNEL	Situation actuelle
Entrées	0	Effectif	0
		Nombre de trajets sur la période étudiée / personne	0

Modes de transport	Distances A/R parcourues par trajet en moyenne (En km, par entrée)	Répartition modale (en %)	Distances parcourues sur la période étudiée (km)	Bilan CO ₂ des déplacements (kgCO ₂)	Bilan CO ₂ des déplacements (tCO ₂)
Voiture motorisation moyenne	0	0%	-	-	0,0
Voiture diesel	0	0%	-	-	0,0
Voiture essence	0	0%	-	-	0,0
Voiture hybride	0	0%	-	-	0,0
Voiture électrique	0	0%	-	-	0,0
Covoiturage	0	0%	-	-	0,0
2 roues motorisé (scooter, moto, etc.)	0	0%	-	-	0,0
Train	0	0%	-	-	0,0
Autres transports ferrés : métro, tram	0	0%	-	-	0,0
Bus ou car	0	0%	-	-	0,0
Modes actifs (vélo, marche, etc.)	0	0%	-	-	0,0
Total			0 km	0 kgCO₂	0 tCO₂
Par entrée					

Modes de transport	Distances parcourues par trajet en moyenne	Répartition modale (en %)	Distances parcourues sur la période étudiée	Bilan CO ₂ des déplacements	Bilan CO ₂ des déplacements

& ses fiches carbone automatisées

LES DÉPLACEMENTS DES SPECTATEURS



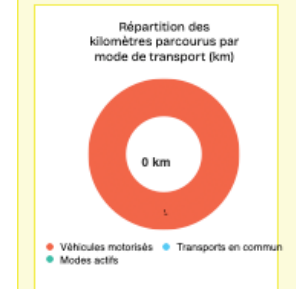
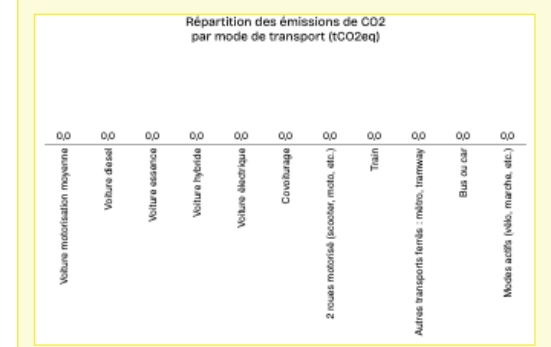
BILAN

Émissions 0 tonnes de CO₂
Kilomètres 0 kilomètres

Soit l'équivalent en termes d'émissions de :

- 0 tours de la Terre en voiture
- 0 vidéo-projecteurs
- 0 ramettes de papier
- 0 litres de soda
- 0 kilos de popcorn au caramel
- 0 kilos de popcorn salé

LES DÉPLACEMENTS DU PERSONNEL



BILAN

Émissions 0 tonnes de CO₂
Kilomètres 0 kilomètres

Soit l'équivalent en termes d'émissions de :

- 0 tours de la Terre en voiture
- 0 vidéo-projecteurs
- 0 ramettes de papier
- 0 litres de soda
- 0 kilos de popcorn au caramel
- 0 kilos de popcorn salé

Adapter la gouvernance à son contexte



Kit pour la mise en relation et le travail avec les collectivités et les acteurs externes

- Guide sur la gouvernance de la mobilité en France
- Carnet de gestion d'une démarche mobilité
- Lettre de prise de contact et d'information à la collectivité
- Trame de présentation des enjeux aux collectivités
- Logigramme sur l'action des acteurs de la représentation

Comment situer mon cinéma ?



1. Ressources internes du cinéma

- a. Une personne peut consacrer un peu de temps à la démarche
- b. Une personne référente est identifiée et disponible régulièrement
- c. Une équipe est mobilisée et formée sur le sujet

2. Relations avec les collectivités

- a. Contacts ponctuels ou occasionnels
- b. Relations régulières avec la commune ou l'intercommunalité
- c. Partenariats déjà existants et structurés

3. Contexte territorial

- a. Territoire rural ou peu dense, offre de mobilité limitée
- b. Territoire intermédiaire, offre existante mais perfectible
- c. Territoire urbain ou très engagé sur la mobilité

4. Maturité de la démarche

- a. Le sujet est nouveau pour le cinéma
- b. Des actions ont déjà été lancées
- c. La mobilité est intégrée à la stratégie du cinéma

5. Capacité à mobiliser des partenaires

- a. Efforts à mobiliser des acteurs externes
- b. Quelques partenaires identifiés et introduits
- c. Réseau de partenaires mobilisable localement

Niveau essentiel = majorité de cases + a = cochées

Niveau intermédiaire = majorité de cases + b = cochées

Niveau avancé = majorité de cases + c = cochées

Adapter la gouvernance à son contexte

Tous les cinémas n'ont pas les mêmes moyens, le même environnement ni les mêmes partenaires. Un cinéma en réseau rural, un cinéma de centre-ville ou un multiplexe en périphérie ne font pas face aux mêmes enjeux de mobilité. Pour cette raison, la démarche mobilité peut être menée à différents niveaux d'ambition, sans perdre en qualité ni en agilité. L'important est de choisir un niveau réaliste, adapté au territoire et aux ressources disponibles.

1 Niveau essentiel

Cibles : cinéma rural ou petite ville
Caractéristiques du climat/territoire : peu de ressources internes / collaboration démarche mobilité naissante
Caractéristiques de la gouvernance :

- Gouvernance allégée
- Un COPIL unique (sans COTEC formel)
- Peu de réunions mais bien cadrées
- Démarche principalement qualitative

Ce que peut faire le cinéma :

- Identifier les principaux enjeux de mobilité
- Mettre en place un dialogue avec la commune ou l'intercommunalité
- Lancer des actions simples et rapides

Adapter la gouvernance à son contexte

Tous les cinémas n'ont pas les mêmes moyens, le même environnement ni les mêmes partenaires. Un cinéma en réseau rural, un cinéma de centre-ville ou un multiplexe en périphérie ne font pas face aux mêmes enjeux de mobilité. Pour cette raison, la démarche mobilité peut être menée à différents niveaux d'ambition, sans perdre en qualité ni en agilité. L'important est de choisir un niveau réaliste, adapté au territoire et aux ressources disponibles.

2 Niveau intermédiaire

Cibles : cinéma en zone urbaine ou péri-urbaine
Caractéristiques du climat/territoire : intercommunalité structurée / volonté partagée d'aller plus loin / partenaires identifiés
Caractéristiques de la gouvernance :

- COPIL ET COTEC clairement identifiés
- Réunions régulières
- Dispositif formalisé
- Actions co-construites

Ce que peut faire le cinéma :

- Animer la gouvernance
- Partager les données d'usage
- Coordonner les échanges entre acteurs
- Suivre l'avancement des actions

Adapter la gouvernance à son contexte

Tous les cinémas n'ont pas les mêmes moyens, le même environnement ni les mêmes partenaires. Un cinéma en réseau rural, un cinéma de centre-ville ou un multiplexe en périphérie ne font pas face aux mêmes enjeux de mobilité. Pour cette raison, la démarche mobilité peut être menée à différents niveaux d'ambition, sans perdre en qualité ni en agilité. L'important est de choisir un niveau réaliste, adapté au territoire et aux ressources disponibles.

3 Niveau avancé

Cibles : cinéma situant au réseau de cinéma
Caractéristiques du climat/territoire : Métropole ou territoire très engagé / démarche inscrite dans le temps long / volonté politique affirmée
Caractéristiques de la gouvernance :

- Gouvernance formalisée et pérenne
- Articulation avec les documents stratégiques
- Suivi et évaluation réguliers
- Mobilisation d'un réseau d'acteurs à large

Ce que peut faire le cinéma :

- Reconnaître comme acteur de la mobilité culturelle
- Participer aux instances territoriales existantes (exemple : Comité des Partenaires)
- Organiser des projets structurants
- Capitaliser et partager son expérience

La boîte à outils en cours de conception



Kit de communication à destination du public

- Trame de fiche d'accessibilité
- Kit de sensibilisation aux mobilités durables
- Guide pour l'utilisation d'un outil de quizz de sensibilisation

Le cinéma Pathé d'Amiens

Comment venir ?



en transports en commun

Le réseau bus dessert l'arrêt **Cinéma** avec sa **ligne 4**, il est situé à **200m** du cinéma dans la rue XXXXX. L'arrêt **12 Novembre**, situé à **180m**, est aussi desservi par les **lignes 1, 2, 3, 5 et 6**.

Les bus ont une fréquence d'environ **3 à 4 passages par heure** l'après-midi, et le dernier passage a lieu à **19h45**.

Cela est le cas de l'ensemble des lignes desservant le cinéma. Le billet coûte **xx€ l'unité** et **l'abonnement xx€/mois**.

- La **gare SNCF** se situe à **350m** du cinéma.
- Un service de **transport à la demande** pour les personnes en difficulté, réservation possible via le lien suivant : xxxxx.com



en vélo

Le cinéma se situe dans une **zone piétonne** et dispose d'une **piste cyclable XXXX**. Certaines rues (Boulevard XX) sont équipées de bandes de **stop pour vélos**.

Le cinéma dispose d'un **stationnement** sur le cinéma, avec **9 arceaux**.

Au **bureau d'information** du cinéma (rue XXXX), kit batterie vélos électrique.

La Communauté de Coopération **financière**, jusqu'à **10€** d'assistance électrique. xxxxx.com/municipalite



en voiture et covoiturage

Le cinéma est situé à proximité du **parking Place XXX**, de **300 places** (stationnement **gratuit** le samedi et en semaine entre 12h-14h et après 18h). Les places PMR sont toujours gratuites. **150 euros/heure**.

La région propose une **application de covoiturage PassPass** <https://www.passpasscovoiturage.fr/>

Deux **bornes de recharge** se situent à **350m**, soit 5 minutes à pied, place XXX. Elles permettent une recharge standard, ou semi-accelérée.



Infos pratiques

📍 33 rue du Cimetière
80000 Amiens

☎ 03 52 95 47 00

✉ contact@cinema.fr

Où sommes-nous ?



Tarifs

Classique : **8€**

Étudiant, Demandeur d'emploi, RSA : **5,20€**

Moins de 14 ans : **5€**

Cycliste : **7€**

Le saviez-vous ?

30%

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse luctus tempor suscipit. Phasellus tempor ex a hendrerit venenatis.

Horaires des séances

<https://cinema.fr/tous-les-horaires/>

Les prochaines étapes

Soutenu
par



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, du Conseil départemental de la Somme et du Centre national du cinéma et de l'image animée



Les grandes étapes

Cinémas en mouvement se structure comme un laboratoire régional évolutif, articulé autour de quatre axes sur trois ans. Il s'agit d'identifier les freins, d'imaginer des pistes concrètes, de tester des solutions sur le terrain, puis de mutualiser les acquis à l'échelle nationale.



Étude-diagnostic

mieux comprendre les pratiques et freins à la mobilité des publics et non-publics du cinéma.



Plan d'actions collectif

organisation d'ateliers de co-construction avec les exploitants, les AOM, les transporteurs.



Boîte à outils

guides pratiques, fiches actions, trames d'enquête, cartographies.



Sensibilisation & formation et partage au national

séminaires, ateliers, outils de communication, webinaires nationaux.

Restitution 31 Mars 2026

Novembre 2025 – Août 2026

Juin 2026 – Mai 2027

Les temps professionnels à venir

- **28 AVRIL** WEBINAIRE général de présentation des outils
- **29 MAI** FORMATION aux outils de communication et de travail avec les collectivités
- **12 JUIN** FORMATION aux outils d'enquête, de cartographie et d'accessibilité
- **19 JUIN** ATELIER de concertation ouverte sur les actions (Amiens)
- **FIN JUIN/JUILLET** COPIL sur l'avancée des tests de la BAO et le bilan de l'atelier actions
- **JUIN À SEPTEMBRE** TESTS des outils en régions et suivis



Retrouvez tous les documents sur cinemassenmouvement.com

- les documents de synthèse
- le rapport complet
- le replay de la vidéo
- Et prochainement, les liens d'inscription au webinaire de présentation des outils et à leur formation.

Soutenu
par



Merci de votre attention
Avez-vous des questions ?


**cinémas en
mouvement**

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

 **Acap**
pôle
régional
image

Soutenu
par

