Un EURO 2008 riche en enseignements sur la mobilité événementielle

La mobilité est l'une des gagnantes de l'EURO 2008. L'enjeu était de taille avec 2,8 millions de visiteurs dans les quatre villes hôtes suisses (stades et Fan Zones). Les concepts de transports hors du commun, élaborés sur la base de prévisions, se sont avérés efficaces. Le train, à lui seul, a transporté 67 % des voyageurs longue distance! Les différentes données mesurées ont permis de reconstituer les chaînes de déplacement complexes qui caractérisent les méga-événements. Un bilan en est tiré sur l'exemple du concept mis en œuvre par la ville hôte de Genève.

Par Emmanuel Fankhauser *

Pour mieux comprendre les aspects de mobilité, récapitulons la répartition spatiale de l'événement: 8 villes pour 31 matches à guichets fermés, dont 7 à Vienne (stade de 50 000 places), 6 à Bâle (40 000), et 3 à Innsbruck, Klagenfurt, Salzburg, Berne, Genève et Zurich (tous 30 000). Chaque ville a accueilli au moins trois équipes différentes en tournus. Genève a vu s'affronter entre eux le Portugal, la Turquie et la Tchéquie. Chaque ville a aussi mis en place un espace de fête en plein air, la Fan Zone, gratuit d'accès mais délimité physiquement et avec un contrôle de sécurité aux entrées. Tous les matches y étaient retransmis sur écran géant, avec en plus un programme de concerts, et une fréquentation parfois supérieure à celle du stade. Certains fans, dont environ 100 000 Néerlandais à Berne, venaient de loin même sans billet de match pour envahir ces Fan Zones. Le cœur de l'événement se répartit ainsi simultanément sur deux sites indépendants qui nécessitent chacun un dispositif d'accessibilité propre.

Les villes hôtes ont aussi étendu la fête hors de ces sites fermés, par la mise en scène d'espaces ouverts destinés au défilé des supporters avant les matches. Ces Fanmeile offraient des lieux de rencontre ponctuels (telle la Fan Embassy, centre d'accueil et d'information), ou improvisés sur des places ou des terrasses. Autre lieu important, le Media Centre, pour offrir un lieu de travail central aux centaines de journalistes accrédités.

En matière d'hébergement, les hôtels n'ont pas fait le plein. Les séjours étaient de courte durée, parfois sans nuitées. Mais la demande de logement low cost nécessite des aménagements ad hoc. Toutes les villes y ont remédié, avec pour Genève un camping combiné à un espace de fête à l'orée de la ville, le Fan Villlage. La difficulté, ici, est de devoir planifier ces espaces de manière flexible, car les comportements de fans varient d'une nation à l'autre. Ce qui a mené à des surdimensionnements (le Fan Village de Genève n'a connu que 20 000 visites), ou des sous-dimensionnements (la ville de Berne a dû augmenter ses capacités pour les Néerlandais).

Tous ces sites doivent être connectés entre eux par des transports publics adaptés aux circonstances particulières (flux de masse, horaires nocturnes, etc.). Leur raccordement aux portes d'entrées des visiteurs extérieurs est

*** Emmanuel Fankhauser, ingénieur en transports, chef de projet EURO 2008 chez Citec Ingénieurs Conseils SA, Genève**

EURO 2008 als reiche Lehrquelle für anlassgebundene Mobilität

Die Mobilität gehört zu den Siegern bei der EURO 2008. Mit 2,8 Millionen Besuchern war der Einsatz für die vier Schweizer Host-Citys (Stadion und Fanmeilen) riesig. Die Verkehrskonzepte waren sehr wirksam. Allein die Bahn beförderte 67 % der Fernreisenden! Die verschiedenen während der EURO ermittelten Zahlen erlaubten, die komplexen Fahrtenketten, die solche Grossanlässe kennzeichnen, sichtbar zu machen. Daraus ergibt sich eine Schlussbetrachtung für das in Genf angewendete Mobilitätskonzept.

tout aussi crucial, soit l'aéroport, les gares et les parkings pour voitures et autocars en périphérie de ville.

Les enjeux inédits du plus grand événement jamais organisé en Suisse

L'EURO 2008 a monopolisé les médias mais n'a que peu perturbé le quotidien des Suisses et Autrichiens. Les villes hôtes n'ont pas connu le chaos que d'aucuns prédisaient alors que jamais autant de monde n'a fréquenté un événement en si peu de temps en Suisse. 2,8 millions de personnes ont accédé aux sites festifs en 23 jours: 0,5 million dans les stades (15 matches) et 2,3 millions dans les Fan Zones (25 000 en moyenne par soir et par ville). A ces visites en site fermé s'ajoutent 2 millions de personnes estimées en site ouvert (espaces publics sans contrôle d'accès, tels les Fanmeile ou le Fan Village genevois).
En terme d'affluence, ces 2,8 millions reviendraient exactement à concentrer sur la durée de l'EURO les dix événements annuels les plus importants du pays en site fermé: Salon de l'auto de Genève; Foires de St-Gall (OLMA), de Bâle (MUBA), de Berne (BEA), du Valais et Comptoir Suisse; festivals de Nyon (Paléo), Montreux Jazz, Locarno (Film) et Frauenfeld (Openair). Leur affluence varie entre 750 000 visiteurs pour le premier nommé et 140 000. Par rapport à l'Expo.02, autre méga-évènement d'envergure nationale qui a eu plus de 10 millions de visiteurs en 5 mois (également répartis sur 4 villes hôtes), l'EURO 2008 a certes été moins fréquenté et moins long, mais compte deux fois plus de visiteurs en moyenne journalière.

Illustrations: Citec Ingénieurs Conseils SA

1: Fan Zone envahie pour les matches de la Suisse sur écran géant – jusqu'à 75 000 personnes en un soir.

1: Vollbesetzte Fanmeile bei den Spielen der Schweizer Nationalmanschaft auf Grossleinwand.

Ces comparaisons montrent l'ampleur du bouleversement en matière de mobilité dans le trafic national. Chaque ville a une certaine expérience des méga-évènements, qu'ils soient en site fermé ou ouvert (Salon de l'auto, Lake Parade et Fêtes de Genève, Street Parade et méga-concerts à Zurich, etc.). Mais c'est la superposition sur 4 villes qui est particulière, surtout pour un petit pays de 7,5 millions d'habitants.

2: 38 % des spectateurs arrivent au stade en transports publics, 17 % viennent à pied depuis la Fan Zone.

2: 38 % der Zuschauer erreichen des Stadion ab der Fanmeile mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, 17 % zu Fuss.

L'enjeu de l'événement est cependant aussi très fort au niveau local, tant les matches de l'EURO sortent du schéma traditionnel d'une compétition sportive régulière:

- La couverture médiatique et les enjeux sécuritaires mettent la logistique au centre des préoccupations et imposent de fortes contraintes en matière de gestion du trafic.
- Les supporters des pays en lice viennent en grand nombre (deux tiers du public des stades). Autant de personnes qui ne connaissent pas les lieux, alors que pour un match habituel la part de public local est prépondérante.
- Les supporters arrivent très tôt dans la ville hôte puis dans le stade, de sorte que la gestion d'un match monopolise l'organisation sur une journée entière.

Unir les compétences nationales et locales en vue d'objectifs ambitieux pour les transports publics

Qu'est-ce qui a été mis en œuvre pour assurer une gestion efficace des transports? Au niveau de la Confédération, une coordination a été assurée par une structure des pouvoirs publics spécifique à l'EURO, qui a élaboré principalement les points suivants:

- concept global des transports,
- estimations des affluences et de la répartition modale pour les stades et les Fan Zones (basées sur les expériences de la Coupe du monde 2006 en Allemagne, elles se sont avérées conformes aux faits dans la moyenne),
- promotion des transports publics en coordination avec les CFF,
- directives sur l'organisation du stationnement,
- directives pour le trafic aérien, notamment pour autoriser des vols nocturnes (retours après match),
- coordination de l'information,
- concept de signalisation routière, piétonne et cycliste.

La mesure phare est sans conteste l'offre très attractive pour favoriser l'utilisation des transports publics (TP): un billet de match offrait la circulation gratuite le jour du match et le lendemain jusqu'à midi sur tous les réseaux. Avec ce Kombiticket, cofinancé par la Confédération et l'organisateur Euro 2008 SA, ainsi que des renforts de l'offre (trains CFF grandes lignes et régionaux + transports urbains, notamment en nocturne), des objectifs de parts modales ambitieux ont été fixés pour les spectateurs «grand public» des matches:

- part modale des TP de minimum 60 % pour le déplacement longue distance les jours de match – objectif dépassé à 67 %;
- part modale des TP + mobilité douce de minimum 80 % pour la dernière étape du déplacement d'accès au stade (navettes des parkings incluses) – objectif atteint.

Les villes hôtes ont chacune planifié leur propre organisation des transports en adéquation avec le concept national. Pour mener à bien cette mission, le Canton de Genève a mandaté les ingénieurs en transports de CITEC, qui ont été impliqués dans le groupe de travail transports, dirigé par un délégué de l'Etat et rattaché à l'organisation générale de l'EURO à Genève. Ce groupe de travail a eu l'avantage de réunir des spécialistes de la mobilité évènementielle habitués à collaborer sur des évènements comme le Salon de l'auto, avec comme principaux partenaires la

3: 150 places pour autocars ont dû être trouvées, comme ici sur une route fermée à proximité du stade.

3: 150 Busstellplätze mussten gefunden werden, hier auf einer gesperrten Strasse nahe dem Stadion.

Police cantonale (Brigade de Sécurité Routière) et les TPG (Transports Publics Genevois).
Les compétences locales ont ainsi été mises à contribution pour établir un concept basé sur l'expérience, sans mesures de prestige. Il misait sur des mesures éprouvées, affinées au fil de matches amicaux internationaux utilisés comme tests grandeur nature, dès l'inauguration du stade en 2003.

Les actions entreprises par Genève pour faire face aux prévisions d'affluence

Le principe de desserte du stade s'articule autour d'un vaste périmètre réservé aux piétons, bordé par une gare régionale et deux axes de tramway. Il implique la fermeture de plusieurs routes, dont une autoroute urbaine, et la déviation de lignes de bus. Ceci permet de gérer parfaitement les flux de supporters à pied, et les véhicules des target groups (les catégories d'accès réservé UEFA: sponsors, VIP, Corporate Hospitality, médias). Ces derniers étant les seuls autorisés à accéder aux parkings proches du stade (ouvrages existants et surfaces provisoires, capacité de 1350 places voitures et 130 places autocars/utilisation moyenne par match 55 %).
Les voitures de supporters sont retenues à distance, dans des parkings organisés en zone périurbaine et desservis par des bus-navettes (2500 places disponibles sur 3 zones distinctes, toutes gratuites). Une solution flexible et économe qui évite des aménagements trop importants de parkings alternatifs, et qui s'est avérée amplement justifiée: l'utilisation moyenne n'a été que de 40 % par match.
Le stationnement des autocars de supporters est organisé sur des tronçons de voirie fermés au trafic, à proximité du périmètre piéton (150 places d'autocars/utilisation entre 50 et 100 %). Les valeurs d'utilisation reflètent la tendance générale de toutes les villes hôtes: les parkings pour voitures ont été surdimensionnés. Le grand public a utilisé la voiture de manière marginale, mais les target groups aussi, pourtant bénéficiant de faveurs de stationnement, se sont laissé séduire par d'autres moyens d'accès.

Pour accompagner le concept, un plan d'action multimodal et volontariste a été élaboré. Il a impliqué:
Pour absorber les flux de pointe et rendre attractifs les transports publics:

- une augmentation moyenne de 10 % des prestations des Transports Publics Genevois (TPG) durant tout l'EURO,

4: Routes sécurisées dans le périmètre du stade: piétons d'un côté, voie réservée aux target groups de l'autre.

4: Gesicherte Strassen im Stadionumfeld: die Fussgänger auf einer Seite, auf der anderen Seite freie Bahn für die Target Groups.

5: Le Stade de Genève à la fin d'un match. 10 % des spectateurs prennent encore un avion le soir même.

5: Das Stade de Genève am Schluss eines Spieles. 10 % der Zuschauer fliegen noch am selben Abend ab.

- des capacités renforcées jusqu'à 50 % les jours de match sur 4 lignes de tramway sur l'axe gare – Fan Zone – stade, et en complément des trains-navettes CFF spéciaux jusqu'à la gare régionale la plus proche du stade,
- l'extension des horaires de nuit, également en semaine,
- une navette directe et gratuite entre la Fan Zone et le Fan Village.

Pour gérer le trafic motorisé:
- 50 panneaux de signalisation sur l'autoroute et 150 sur le réseau routier cantonal pour assurer l'accessibilité des différents parkings (voitures, autocars, target groups),
- 10 panneaux à messages variables à proximité du stade et de la Fan Zone,
- 300 barrières Vauban et 100 panneaux amovibles pour les déviations et fermetures de rues,
- plus de 200 personnes mobilisées par match (Police, Sécurité civile, volontaires, etc.).

Pour inciter à la marche et diriger les flux piétons en ville:
- 6 km d'itinéraires piétons en ville (avec un axe principal gare – Fan Zone – stade de 4,5 km),
- 150 panneaux de signalisation,
- 250 marquages ludiques et informatifs au sol.

Pour encourager les déplacements à vélo:
- 100 panneaux de signalisation sur les itinéraires cyclables entre les lieux de fête,
- un programme Fanmove avec 150 nouveaux vélos en location (en plus des 225 de l'offre de base de vélos en libre service Genèveroule),
- des espaces libérés autour de la Fan Zone pour le stationnement de vélos.

Ces mesures ont été largement communiquées par les canaux habituels destinés aux visiteurs (Internet, brochures) mais aussi à la population et aux entreprises locales (presse, séances d'information). La forte médiatisation de l'évènement a eu un effet très positif sur le trafic, puisque les jours de match ont été plus calmes que d'habitude sur les routes. Cet effet d'anticipation de la part de la population a permis de gérer parfaitement le match du mercredi 11 juin à 18 h, pourtant redouté à cause du trafic pendulaire.
Genève a aussi mis en place un centre de commande inédit, où les personnes dirigeantes des différents métiers en action (Police, TPG, CFF, ViaSuisse) pouvaient coordonner entre elles les interventions en temps réel et en cohérence avec le concept multimodal.

Bilan final: courbes temporelles et parts modales sur deux cordons autour du Stade de Genève

Examinons de plus près les faits ex post: les concepts se sont-ils avérés adaptés à la situation? Comment les différents modes de transport ont-ils été utilisés? Quels enseignements peut-on en tirer? Une analyse détaillée de données récoltées lors des trois matches à Genève permet de dresser le portrait type de la mobilité pour l'accès au stade.
Deux échelles sont définies, représentées chacune par un cordon: l'échelle de l'agglomération pour évaluer les déplacements de longue distance (franchissement du cordon autour de Genève), et l'échelle locale pour évaluer l'accès final au stade (franchissement du cordon du «dernier kilomètre» avant de gagner le périmètre piéton mis en place autour du stade). Cette double approche est essentielle car les deux échelles ont des caractéristiques très différentes. Pour l'illustrer, prenons le cas du visiteur qui arrive en avion: s'il arrive le matin, il passe d'abord du temps au centre ville et de là, gagne le stade à pied ou en tramway. Mais s'il arrive peu avant le match, il va directement de l'aéroport au stade, en transports publics ou par autocar affrété par son tour-opérateur. Pour le même mode d'accès longue distance (avion), on a au moins quatre possibilités d'accès final au stade. Et les courbes de répartition horaire sur ces deux cordons sont aussi très distinctes.
L'analyse finale donne une situation propre à Genève. Chaque match est différent (dépendant du jour, de l'heure, des équipes), mais la plupart des comportements se reflètent dans une image moyenne telle que celle présentée ci-après. Globalement elle peut se transposer à toutes les villes, en tenant compte de variations dues principalement à l'origine des spectateurs. De par les nations engagées à Genève (Portugal, Tchéquie, Turquie) le trafic aérien a par exemple joué un rôle plus important que pour la moyenne des 8 villes.

Analyse au cordon «longue distance»:
22 000 spectateurs sur un total de 29 000 franchissent ce cordon le jour du match (les 7000 restant ne font qu'un déplacement interne à Genève). Les flux se répartissent sur toute la journée. Le pic du mode avion, vers 12 h, est

plus avancé que celui des modes terrestres, vers 3 heures avant le match.

Les parts modales et quelques chiffres-clés par mode:

- Avion 20 %. L'aéroport de Genève a été utilisé au total par 21 000 personnes venues assister à des matches en Suisse, dont 13 500 pour les matches à Genève. 67 % des passagers sont arrivés le jour même des matches, soit entre 3500 et 5000 personnes par match.
- Train 39 %. Le train a transporté vers Genève près de 30 000 spectateurs. 8500 spectateurs en moyenne sont arrivés en gare chaque jour de match.
- Autocar 23 %. 555 autocars (327 pour les supporters et 228 pour les target groups) ont transporté au total environ 27 000 spectateurs, dont 12 000 en provenance de l'aéroport (voyage complet avion+transfert+match vendu par les tours-opérateurs). Il en reste 15 000 en déplacement autocar intégral sur les jours de match, parfois en voyage de nuit. Par match, la valeur varie entre 4300 et 5600.
- Voiture 18 %. 6000 voitures privées ont été comptées, dont 75 % provenaient de l'extérieur du canton, qui ont amené 12 000 spectateurs. La répartition est de ⅔ pour les supporters et ⅓ pour les target groups.

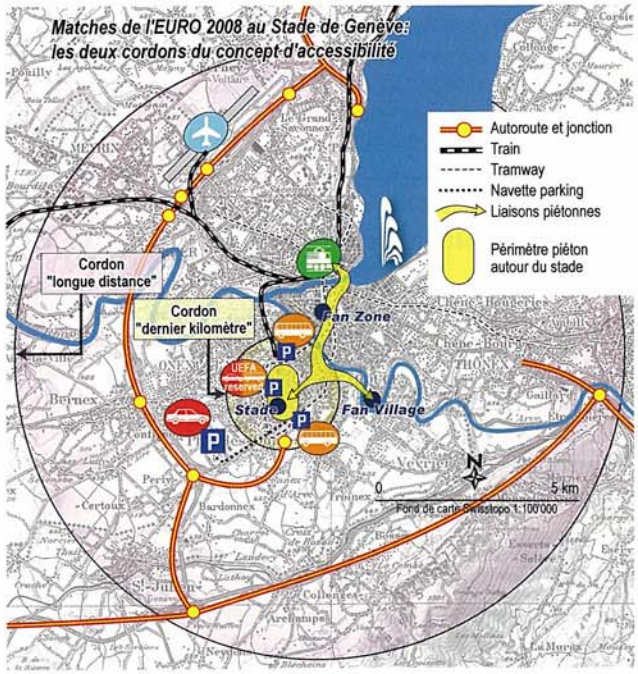
Analyse au cordon «dernier kilomètre»:

La totalité des 29 000 spectateurs franchit ce cordon durant les 4 à 5 dernières heures avant le match. Le pic a lieu 90 minutes avant le match.

Les parts modales sont:

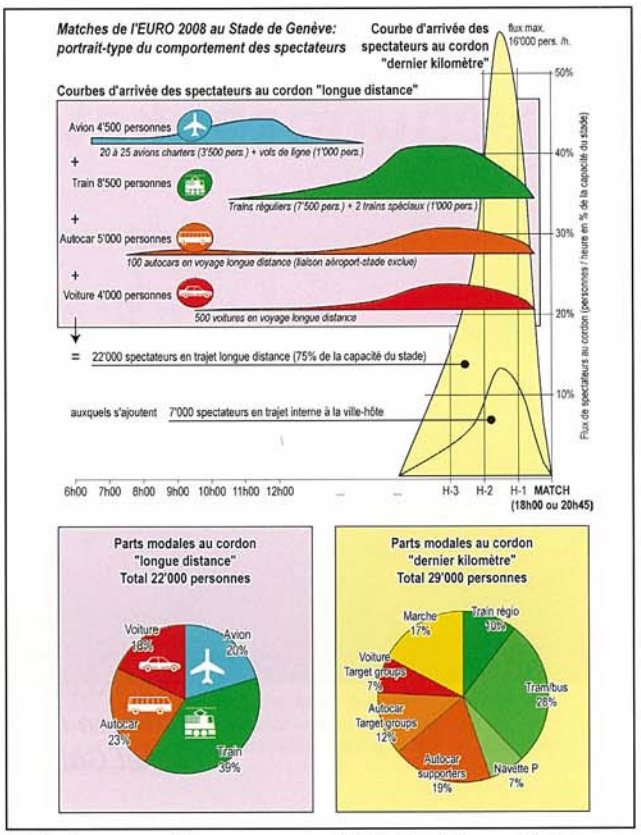
- Transports publics 38 %
- Autocar 31 %
- Marche 17 %
- Navette depuis les parkings grand public 7 %
- Voiture vers les parkings target groups 7 %

A noter que tous les spectateurs à l'exception des target groups en véhicule privé doivent marcher entre 400 et 1500 m depuis le lieu de dépose des transports publics, navettes de parking et autocars. Les 17 % classés sous le mode «marche» correspondent à un flux de 5000 personnes par match qui arrivent en majorité depuis la Fan Zone, à 2,5 km du stade.



6: Le portrait type de la mobilité pour l'accès au stade est analysé à deux échelles.

6: Auf zwei Massstäben wird das Standardmobilitätsverhalten für den Stadionzugang analysiert.



7: Courbes temporelles et parts modales sur les deux cordons «longue distance» et «dernier kilomètre».

7: Die Ganglinien und Verkehrsmittelanteile für die beiden Kordons «Fernverkehr» und «Letzter Kilometer».

Prêts pour de nouveaux défis

L'EURO 2008 a permis de définir de nouvelles références en matière de mobilité événementielle, avec des résultats remarquables pour les transports publics. Acteur central et porteur du projet de Kombiticket, les CFF ont joué un grand rôle dans ce succès avec une mobilisation hors du commun.

Sur les plans quantitatifs (parts modales) et qualitatifs (capacités, confort, etc.), les villes hôtes ont été à la hauteur grâce à des concepts pragmatiques qui ont incité les visiteurs à renoncer à la voiture, et la population à s'adapter pour éviter une saturation des réseaux. Il en reste un patrimoine d'actions éprouvées pour la gestion de la mobilité, que Genève pourra reconduire sereinement afin de relever de nouveaux défis événementiels. ■

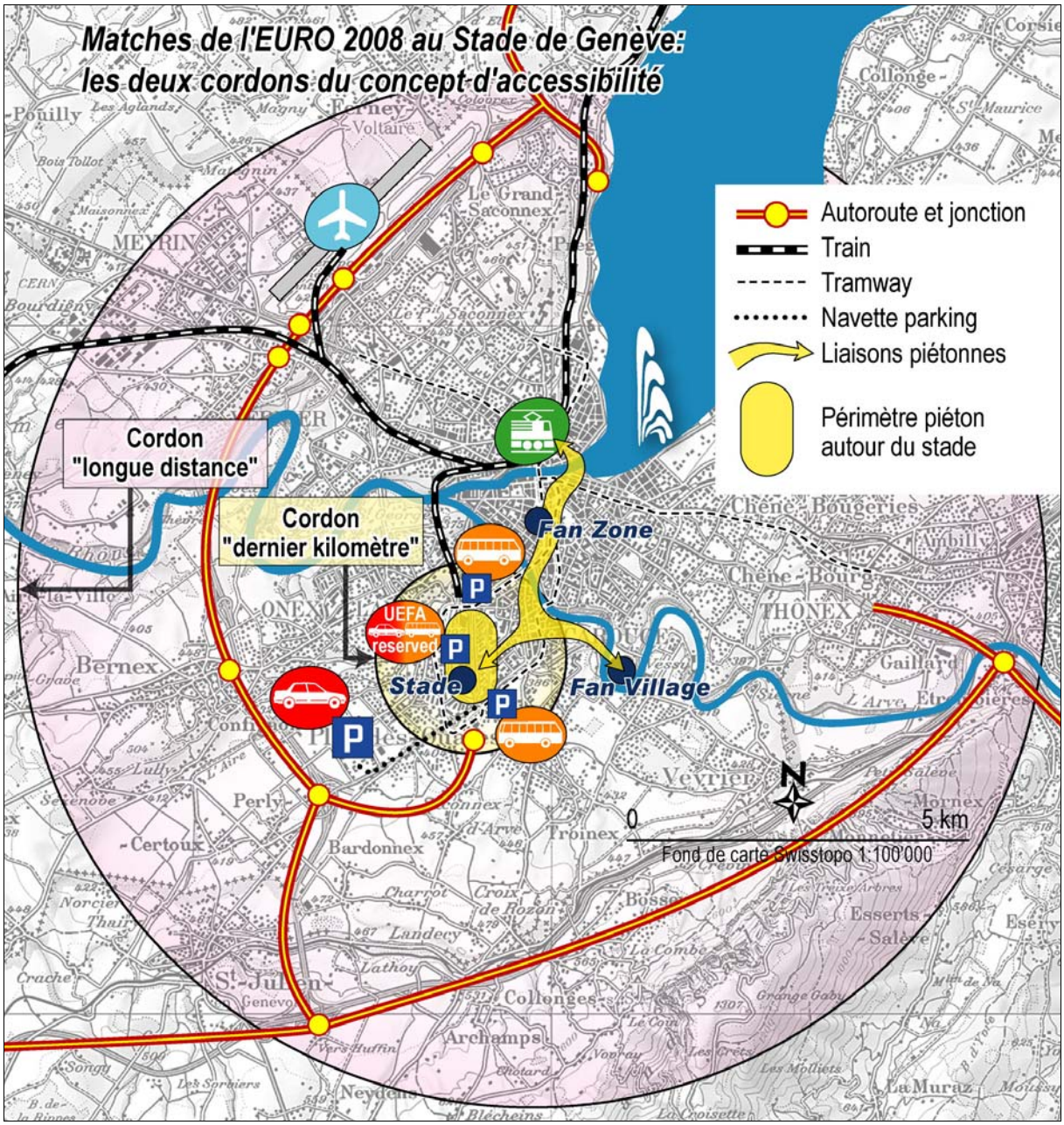
Littérature

Documents de travail et données statistiques du groupe de travail transports EURO 2008 Genève.

Comptages DataCollect Services SA.

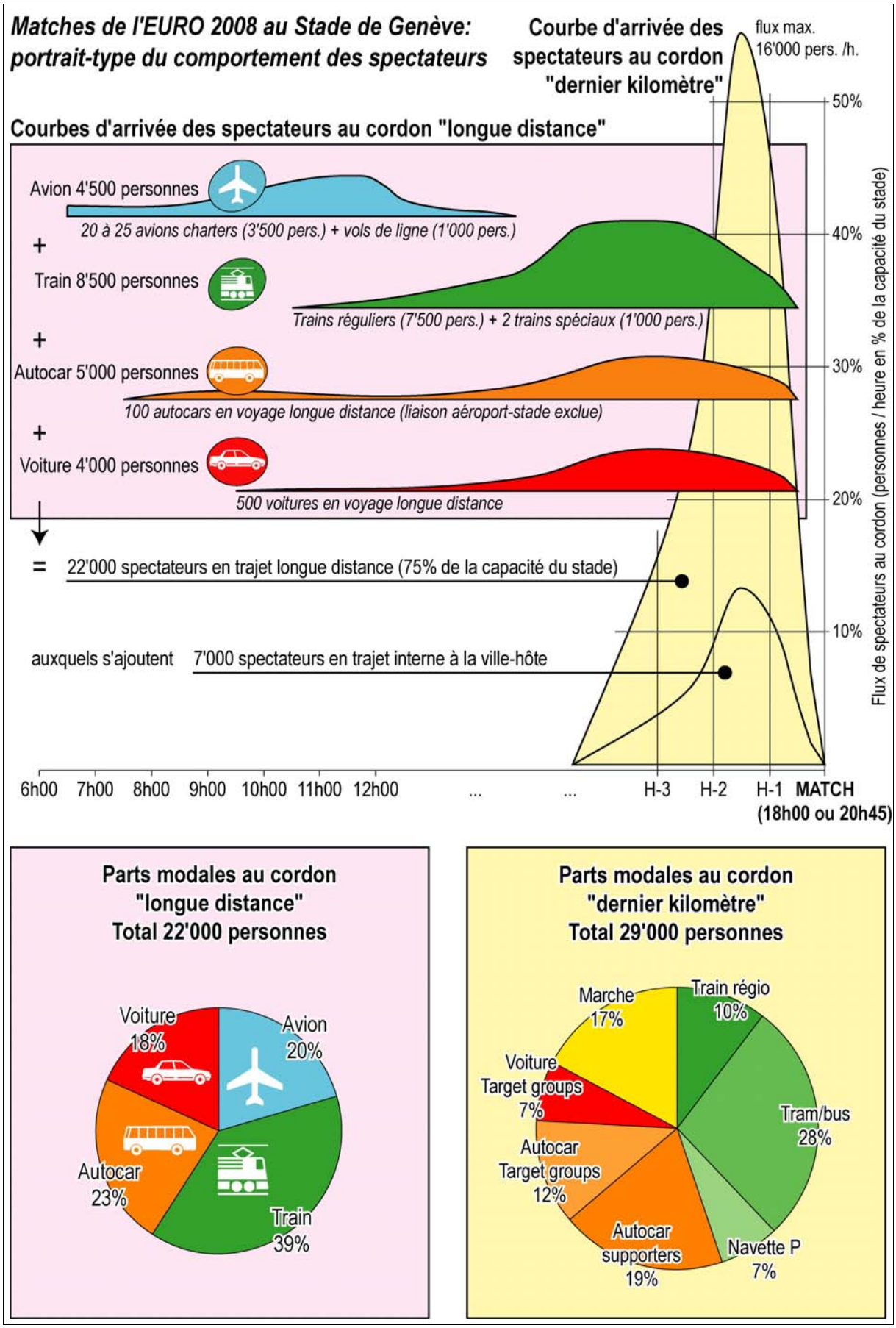
«Projektorganisation öffentliche Hand UEFA EURO 2008: Schlussbericht Teilprojekt Infrastruktur und Verkehr (TP 02)», Version 1.0, 3. Oktober 2008; T. Berner, U. Sieber (TP 02), D. Sutter (INFRAS).

Communiqué de presse «EURO 2008: Genève a gagné son match de l'organisation», 26 juin 2008; Coordination EURO 2008 Genève.



6: Le portrait-type de la mobilité pour l'accès au stade est analysé à deux échelles.

(Infographie Citec Ingénieurs Conseils)



7: Courbes temporelles et parts modales sur les deux cordons "longue distance" et "dernier kilomètre".

(Infographie Citec Ingénieurs Conseils)