

# M.A.S.

Market Analysis & Synthesis

Brusselsesteenweg 46a

3000 Leuven

Tél. 016/22 69 67

Fax 016/20 50 52

[www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

[info@masresearch.be](mailto:info@masresearch.be)



## Bruxelles Environnement (IBGE)

### Enquête de la perception du bruit lié à la musique amplifiée auprès des visiteurs des espaces publics dans la Région de Bruxelles-Capitale

#### Rapport final

Septembre 2017

---

# Colophon

<b>Client</b>	<b>Bruxelles Environnement (IBGE)</b>
<b>Coordinatrice du projet</b>	Anita Claes, coordinatrice du projet M.A.S.
<b>Réalisation du projet</b>	Anita Claes, coordinatrice du projet M.A.S. Nele Van Der Donckt, conseillère sr. M.A.S. Dirk Buyens, conseiller sr. M.A.S.
<b>Date</b>	Septembre 2017
<b>Statut du document</b>	Rapport final

## Contenu

# Contenu

1.	INTRODUCTION.....	7
1.1	Élaboration du rapport d'enquête.....	7
1.2	Objet de l'étude - généralités .....	7
1.3	Description de la mission – cahier des charges - lot 2.....	8
2.	MÉTHODOLOGIE – RAPPORT TECHNIQUE.....	9
2.1	Phase 1 : Préparation de l'enquête-étude .....	10
2.1.1	Méthode de l'enquête : enquêtes face à face .....	10
2.1.2	Élaboration du questionnaire .....	10
2.1.3	Pré-test du questionnaire.....	11
2.1.4	Finalisation, programmation et impression du questionnaire .....	12
2.1.5	Détermination de l'échantillon.....	12
2.2	Phase 2 : Organisation et réalisation des enquêtes face à face.....	16
2.2.1	Enquêteurs : qualifications, briefing et instructions.....	16
2.2.2	Conduite effective des enquêtes.....	17
2.2.3	Contrôle et suivi de l'enquête et des enquêteurs.....	18
2.3	Phase 3 : Traitement et analyse statistique des données récoltées.....	19
2.3.1	Analyses univariées - Tableaux de fréquence.....	19
2.3.2	Analyses bivariées - Tableaux de contingence .....	19
2.3.3	Tests de significativité.....	19
3.	RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE FACE À FACE.....	20
3.1	Profils des répondants.....	20
3.1.1	Sexe .....	20
3.1.2	Âge.....	20
3.1.3	Niveau d'instruction (plus haut diplôme obtenu).....	23
3.1.4	Activité professionnelle .....	24
3.1.5	Domicile .....	24
3.2	Pratiques de la musique (Généralités).....	26
3.2.1	Question 3 : Êtes-vous musicien(ne) (amateur(e) ou professionnel(le)) ?.....	26
3.2.2	Question 4 : Où écoutez-vous de la musique ? Est-ce ... ? (plusieurs réponses possibles) .....	26
3.2.3	Question 5 : Combien de fois par semaine en moyenne écoutez-vous de la musique ? Et combien de temps ?.....	27
3.2.4	Question 6 : Pour quelle(s) raison(s) écoutez-vous de la musique ? (plusieurs réponses possibles) .....	28
3.2.5	Question 7 : Dans quelle mesure aimez-vous écouter de la musique à volume élevé ? ...	28

**Contenu**

3.2.6	Question 8 : Pour quelle(s) raison(s) venez-vous ici (a l'endroit où se déroule l'enquête) ?	30
3.2.7	Question 9 : Combien d'évènements / établissements diffusant de la musique amplifiée, avez-vous fréquentés au cours des 3 derniers mois ?	31
3.3	Impacts sur la santé	33
3.3.1	Questions 10 à 12 : Parmi ces évènements, avez-vous été gêné au moins une fois par le niveau sonore de la musique ? Si oui, dans quels types d'évènements / établissements ?, et en quoi consistait cette gêne ?	33
3.3.2	Question 13 : Pensez-vous qu'une exposition à des niveaux élevés de musique amplifiée peut avoir des effets sur la santé ?	34
3.3.3	Question 14 : Avez-vous été informé de ces effets sur la santé ?	35
3.3.4	Question 15 : Avez-vous utilisé vos (propres) protections auditives (bouchons d'oreilles, casque, etc.) au cours des 3 derniers mois dans les établissements ou lors des évènements que vous avez fréquentés ?	36
3.3.5	Question 16 : De manière générale, où et à quelle fréquence utilisez-vous vos (propres) protections auditives ?	37
3.3.6	Question 17 : Avez-vous déjà été gêné ou avez-vous ressenti des douleurs auditives suite à la diffusion de musique amplifiée au cours d'évènements / dans des établissements ?	38
3.3.7	Question 18 : Quels sont les types de gênes que vous avez rencontrés ?	39
3.3.8	Question 19 : Avez-vous déjà consulté un médecin suite à ces gênes / douleurs auditives ?	41
3.3.9	Question 20 : Avez-vous déjà quitté un évènement / établissement parce que la musique était trop forte ?	42
3.3.10	Question 21 : Quel type d'évènement / établissement était-ce ?	43
3.3.11	Questions 22 à 24 : De manière générale, avez-vous déjà été avec des enfants de moins de 12 ans dans des évènements / établissements diffusant de la musique amplifiée ?	43
3.4	Action des pouvoirs publics	45
3.4.1	Question 25 : Quelles actions aimeriez-vous que les pouvoirs publics mettent en œuvre contre les niveaux sonores excessifs de la musique amplifiée diffusée dans les établissements et les évènements à Bruxelles ?	45
3.4.2	Question 26 : Selon vous, les niveaux sonores dans les établissements diffusant de la musique doivent-ils être réglementés ?	46
4.	<b>CONCLUSIONS</b>	47
4.1	Mission	47
4.2	Méthodologie	47
4.3	Profil des répondants	48
4.4	Résultats de l'enquête face à face	48
4.4.1	Pratiques de la musique (Généralités)	48
4.4.2	Impacts sur la santé	49
4.4.3	Action des pouvoirs publics	50
5.	<b>ANNEXE : QUESTIONNAIRE</b>	51

## Tableaux

# Tableaux

Tableau 1 : Répartition par âge du nombre de répondants _____	21
Tableau 2 : Âge moyen, écart-type, médiane, minimum et maximum – par type de lieu _____	21
Tableau 3 : Répartition des catégories d'âge des répondants – par type de lieu _____	21
Tableau 4 : Répartition des catégories d'âge des répondants – par genre de musique _____	22
Tableau 5 : Plus haut diplôme obtenu – par type de lieu _____	23
Tableau 6 : Activité et inactivité professionnelles – par type de lieu _____	24
Tableau 7 : Répartition par domicile des répondants – par région et type de lieu _____	25
Tableau 8 : Répartition par domicile des répondants – par province et type de lieu _____	25
Tableau 9 : Où écoutez-vous de la musique ? – par âge ( <i>plusieurs réponses possibles</i> ) _____	27
Tableau 10 : Combien de fois par semaine en moyenne écoutez-vous de la musique ? – par âge _____	27
Tableau 11 : Raison(s) pour écouter de la musique – par âge ( <i>plusieurs réponses possibles</i> ) _____	28
Tableau 12 : Raison(s) pour lesquelles on vient à un certain événement / établissement – par genre de musique ( <i>plusieurs réponses possibles</i> ) _____	31
Tableau 13 : Nombre d'événements / établissements diffusants de la musique amplifiée fréquenté au cours des 3 mois – par âge _____	32
Tableau 14 : Été gêné par le niveau sonore de la musique à un événement ? – par âge _____	33
Tableau 15 : Types de gênes rencontrées suite à la diffusion de musique amplifiée – par type de lieu ( <i>plusieurs réponses possibles</i> ) _____	40
Tableau 16 : Types de gênes on a rencontré suite à la diffusion de musique amplifiée – par âge ( <i>plusieurs réponses possibles</i> ) _____	40
Tableau 17 : Types de troubles de l'audition suite à la diffusion de musique amplifiée à des niveaux élevés – par type de lieu _____	41
Tableau 18 : Types de troubles de l'audition suite à la diffusion de musique amplifiée à des niveaux élevés – par âge _____	41
Tableau 19 : Type d'événement / établissement quitté en raison de la musique trop forte – par type de lieu ( <i>plusieurs réponses possibles</i> ) _____	43
Tableau 20 : Des actions que les pouvoirs publics doivent mettre en œuvre contre les niveaux sonores excessifs de la musique amplifiée diffusée dans les établissements et les événements à Bruxelles – par type de lieu _____	45

## Illustrations

# Illustrations

Figure 1 : Répartition par sexe – par type de lieu _____	20
Figure 2 : Répartition par catégorie d'âge – par type de lieu _____	22
Figure 3 : Plus haut diplôme obtenu – par sexe _____	23
Figure 4 : Activité et inactivité professionnelles – par type de lieu _____	24
Figure 5 : Êtes-vous musicien(ne) amateur ou professionnel ? – par type de lieu _____	26
Figure 6 : Mesure dans laquelle on aime écouter de la musique à volume élevé – par âge _____	29
Figure 7 : Mesure dans laquelle on aime écouter de la musique à volume élevé – par type de lieu _____	29
Figure 8 : Raison(s) pour lesquelles on vient à un certain évènement / établissement – par type de lieu ( <i>plusieurs réponses possibles</i> ) _____	30
Figure 9 : Pensez-vous qu'une exposition à des niveaux élevés de musique amplifiée peut avoir des effets sur la santé ? – par âge _____	34
Figure 10 : Pensez-vous qu'une exposition à des niveaux élevés de musique amplifiée peut avoir des effets sur la santé ? – par type de lieu _____	34
Figure 11 : Pensez-vous qu'une exposition à des niveaux élevés de musique amplifiée peut avoir des effets sur la santé ? – par genre de musique _____	35
Figure 12 : Avez-vous été informé des effets de musique amplifiée à des niveaux élevés sur la santé ? – par âge _____	35
Figure 13 : Avez-vous été informé des effets de musique amplifiée à des niveaux élevés sur la santé ? – par type de lieu _____	36
Figure 14 : Utilisation des propres protections auditives au cours des 3 derniers mois dans les établissements ou lors des évènements – par âge _____	36
Figure 15 : Utilisation des propres protections auditives au cours des 3 derniers mois dans les établissements ou lors des évènements – par type de lieu _____	37
Figure 16 : Utilisation des propres protections auditives au cours des 3 derniers mois dans les établissements ou lors des évènements – par sexe _____	37
Figure 17 : Fréquence d'utilisation des propres protections auditives dans des lieux divers _____	38
Figure 18 : Avez-vous déjà été gêné ou avez-vous ressenti des douleurs auditives suite à la diffusion de musique amplifiée au cours d'évènements / dans des établissements ? – par âge _____	38
Figure 19 : Avez-vous déjà été gêné ou avez-vous ressenti des douleurs auditives suite à la diffusion de musique amplifiée au cours d'évènements / dans des établissements ? – par type de lieu _____	39
Figure 20 : Avez-vous déjà été gêné ou avez-vous ressenti des douleurs auditives suite à la diffusion de musique amplifiée au cours d'évènements / dans des établissements ? – par genre de musique _____	39
Figure 21 : Avez-vous déjà consulté un médecin suite à des gênes / douleurs auditives suite à la diffusion de musique amplifiée à des niveaux élevés ? – par type de lieu _____	42
Figure 22 : Avez-vous déjà quitté un évènement / établissement parce que la musique était trop forte ? – par type de lieu _____	42
Figure 23 : Avez-vous déjà été avec des enfants < 12 ans dans des évènements / lieux de spectacles / établissements diffusant de la musique amplifiée ? – par type de lieu _____	44
Figure 24 : Selon vous, les niveaux sonores dans les établissements diffusant de la musique doivent-ils être réglementés ? – par âge _____	46
Figure 25 : Selon vous, les niveaux sonores dans les établissements diffusant de la musique doivent-ils être réglementés ? – par type de lieu _____	46

# 1. INTRODUCTION

## 1.1 Élaboration du rapport d'enquête

Ce chapitre introductif contextualise l'enquête et précise son objectif.

Le deuxième chapitre explique la méthodologie utilisée pour l'enquête (cf. rapport technique). Il comprend une description de l'élaboration du questionnaire, la composition de l'échantillon, l'organisation et le déroulement de l'enquête, les réponses, la représentativité des résultats ainsi que les analyses effectuées.

Le troisième chapitre présente les **résultats de l'enquête**, lesquels suivent l'ordre du questionnaire et des chapitres.

Le quatrième chapitre comprend les conclusions de l'enquête. Le questionnaire est repris en annexe.

## 1.2 Objet de l'étude - généralités

Le **contexte général** de l'étude est décrit dans le cahier des charges de la mission:

*« Reconnaissant l'importance des nuisances sonores en milieu urbain, le Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale adoptait le 17 juillet 1997 une ordonnance relative à la lutte contre le bruit en milieu urbain. Cette ordonnance impliquait notamment la nécessité pour le Gouvernement d'adopter et de mettre en œuvre un plan de lutte contre le bruit.*

*Un premier « Plan de lutte contre le Bruit en Milieu urbain de la Région de Bruxelles-Capitale » portant sur la période 2000-2005 a été adopté par le Gouvernement en 2000. Un second plan portant sur la période 2008-2013 a été adopté en 2009.*

*Dans son dernier plan bruit, la Région souligne l'importance de développer une politique environnementale selon une approche intégrée, qui couvre plusieurs disciplines et fait appel à de multiples instruments.*

*Dans le domaine de la prévention et de la lutte contre le bruit, le plan précise que la Région entend notamment recourir « à la collecte de données, à l'approche scientifique et à l'expertise technique, indispensables pour quantifier le bruit et identifier la gêne ressentie d'une part et pour stimuler et évaluer les solutions d'autre part ».*

*Dans le cadre de ses missions, le service Plan Bruit de Bruxelles Environnement (de l'Institut Bruxellois pour la Gestion de l'Environnement - IBGE) souhaite s'adjoindre les services d'un ou plusieurs bureaux spécialisés dans la réalisation d'enquêtes grand public.*

*La mission comprend la mise au point de questionnaires, le recrutement de répondants, la réalisation d'enquêtes, le dépouillement et l'analyse des résultats.*

## Introduction

### 1.3 Description de la mission – cahier des charges - lot 2

La description et l'objet de l'étude sont formulés dans le cahier des charges de la mission :

*« De très nombreuses activités liées à la culture, au sport et à la détente ont lieu sur le territoire de la Région de Bruxelles-Capitale. Ces activités sont intrinsèquement liées au rayonnement de la Région, à sa vitalité culturelle, son dynamisme économique et son rôle de capitale européenne, surtout en période estivale et pendant la nuit. Il n'est par conséquent pas facile de concilier santé publique et tranquillité des habitants avec l'organisation de telles activités.*

*La législation relative à la diffusion de musique amplifiée en vigueur dans la Région de Bruxelles est l'arrêté royal du 24 février 1977 fixant les normes acoustiques pour la musique dans les établissements publics et privés. Cet arrêté n'est cependant plus adapté à la musique actuelle (technologies de diffusion plus puissantes, musique à plus faibles fréquences, etc.) et au comportement des amateurs de musique ; c'est pourquoi la Région de Bruxelles travaille sur un projet d'arrêté fixant de nouvelles conditions pour la diffusion de musique amplifiée électroniquement dans des établissements accessibles au public dans la Région de Bruxelles-Capitale.*

*C'est dans ce contexte que Bruxelles Environnement souhaite effectuer une enquête auprès du public fréquentant régulièrement les nombreux espaces publics où de la musique amplifiée est diffusée. L'enquête portera sur les habitudes et pratiques de ce public en termes d'écoute de musique amplifiée ainsi que sur la perception des risques qui y sont liés.*

*Les objectifs de l'enquête :*

- *identifier les habitudes des amateurs de musique en termes d'écoute de musique amplifiée (lieux, fréquence d'exposition, etc.) ;*
- *cerner leur ressenti (niveaux, douleur, conséquences sur la santé, etc.) ;*
- *évaluer leur compréhension des conséquences de la musique amplifiée sur la santé (bourdonnements, stress, etc.) ;*
- *connaître leur opinion quant aux actions à mettre en place par les pouvoirs publics. »*

## 2. MÉTHODOLOGIE – RAPPORT TECHNIQUE

L'enquête a été réalisée en quatre phases, à savoir :

### Phase 1 : Préparation de l'enquête

- élaboration du questionnaire (traduction comprise) (NL/FR)
- réalisation de pré-tests du questionnaire (NL/FR)
- adaptation, finalisation et programmation du questionnaire (NL/FR)
- détermination de l'échantillon

### Phase 2 : Organisation et réalisation de l'enquête (enquêtes face à face avec les visiteurs)

- mise en place de l'enquête (e.a. organisation des lieux de l'enquête, recrutement, formation et briefing des enquêteurs, ...)
- conduite des enquêtes
- suivi et vérification des enquêtes

### Phase 3 : Traitement des données, rapport et réception

- data entry
- data cleaning
- encodage
- traitement des données et analyse => tabulation

### Phase 4 : Rapport / présentation des résultats

- description du contenu des résultats

Ce chapitre explique de manière transparente la méthodologie utilisée pour les trois premières phases en vue d'en interpréter les résultats le plus correctement possible.

## 2.1 Phase 1 : Préparation de l'enquête-étude

### 2.1.1 MÉTHODE DE L'ENQUÊTE : ENQUÊTES FACE À FACE

Le public qui se rend régulièrement dans les espaces publics de la Région de Bruxelles Capitale diffusant de la musique électriquement amplifiée a été interrogé par le biais d'enquêtes face à face.

Celles-ci ont été réalisées à l'arrivée des répondants à un événement musical, une discothèque ou un bar, ou à leur départ de ces lieux.

Des enquêteurs formés ont réalisé cette enquête écrite à l'aide d'un questionnaire standardisé.

Les méthodes utilisées pour la conduite de ces enquêtes face à face sont la PAPI (papier et stylo) et la CAPI (ordinateur portable).

### 2.1.2 ÉLABORATION DU QUESTIONNAIRE

Un questionnaire adéquat est une condition indispensable à une enquête réussie. La qualité d'une enquête est entièrement fonction de la qualité de son questionnaire. C'est la raison pour laquelle nous avons pris le temps nécessaire pour élaborer un questionnaire qui répond aux objectifs et à la problématique posée, et ce, en étroite concertation avec Bruxelles Environnement.

Sur la base d'une liste de questions, du briefing suivant l'adjudication de la mission (cf. concertation de départ) et de notre expérience, un premier projet de questionnaire a été rédigé, et ce, **en français et en néerlandais**.

Ce projet de questionnaire a ensuite été soumis au Comité d'accompagnement et, après discussion, a fait l'objet de modifications là où elles étaient nécessaires.

#### *Contenu du questionnaire*

---

Le questionnaire a été confectionné comme suit (voir aussi annexe) :

- questions de sélection : l'enquête est uniquement réalisée avec des répondants de 16 ans et plus qui aiment écouter de la musique amplifiée ;
- questions générales : où, quand, à quelle fréquence et pour quelle(s) raison(s) écoutent-ils de la musique amplifiée ? ;
- questions relatives à l'impact sur la santé :
  - le répondant a-t-il été gêné, incommodé, perturbé à la suite de sa présence à des événements ou dans des établissements diffusant de la musique amplifiée, et si oui, en quoi ces gênes, perturbations consistaient-elles ? ;
  - le répondant a-t-il été informé sur les effets d'une exposition à de la musique amplifiée à volume élevé ? ;
  - le répondant a-t-il utilisé des protections auditives (personnelles) lors de sa présence à des événements musicaux, et si oui, où et à quelle fréquence ?
- questions relatives aux actions et réglementations concernant la protection contre les niveaux sonores excessifs de musique amplifiée dans les établissements et événements bruxellois ;
- questions relatives aux informations personnelles du répondant.

### *Durée du questionnaire*

---

La durée moyenne par enquête s'élève à **15 minutes**.

## 2.1.3 PRÉ-TEST DU QUESTIONNAIRE

Suite à la réception et l'approbation du questionnaire retravaillé par le Comité d'accompagnement, celui-ci a été testé dans le cadre d'un pré-test, qui doit avant tout être considéré comme une enquête de compréhensibilité et d'interprétation.

L'objectif de cette phase de test est de valider le questionnaire en vérifiant que cette enquête répond aux conditions *d'exhaustivité, de compréhensibilité et de focalisation sur les résultats*.

La formulation d'une question peut avoir un impact considérable sur sa réponse. Les questions doivent en outre être comprises par les répondants interrogés.

L'enquête de compréhensibilité ne porte pas uniquement sur la compréhension des questions utilisées en tant que telles, mais aussi sur la compréhension des possibilités de réponses formulées et de la terminologie utilisée par le répondant pour nommer certains phénomènes.

Cette enquête de compréhensibilité devait également mettre en lumière la mesure dans laquelle le questionnaire se focalise sur les résultats. Concrètement, ce dernier point signifie une vérification de la correspondance des réponses générées par ce questionnaire aux objectifs de cette enquête (y compris ses priorités).

Les pré-tests ont été testés en interne par Bruxelles Environnement et par M.A.S.

Concernant les pré-tests organisés en interne par Bruxelles Environnement (questionnaires francophones uniquement) : un total de 2 pré-enquêtes (en face à face) a été réalisé et, sur la base des remarques formulées par les pré-répondants, les questionnaires (FR) ont été modifiés et renvoyés à M.A.S.

Il a été demandé à M.A.S. d'également réaliser quelques pré-enquêtes sur la base des questionnaires révisés.

Concernant les pré-tests que M.A.S. devait réaliser : un total de 10 pré-enquêtes (en face à face) ont été réalisées (2 avec la version révisée par Bruxelles Environnement et 8 avec la version non révisée). Les 8 pré-enquêtes ont été réparties équitablement par langue (4 NL/4 FR) et les autres caractéristiques sociodémographiques des répondants ont été réparties aussi équitablement que possible.<sup>1</sup>

Les pré-répondants sélectionnés, qui satisfaisaient aux critères du groupe cible, ont été interrogés à l'aide du projet de questionnaire, comme si ces entretiens se déroulaient dans des conditions réelles. Cette phase allait permettre d'identifier les éventuelles zones floues, tant au niveau de la séquence des questions, de la formulation des questions et de la formulation des possibilités de réponse, mais aussi au niveau de la clarté des instructions (le répondant comprend-il comment il doit répondre aux questions, comment les références entre questions fonctionnent-elles, etc.).

La durée de l'enquête a elle aussi été mesurée lors des pré-tests.

Les pré-enquêtes ont été réalisées par des membres du personnel de M.A.S.

Les résultats de l'enquête de compréhensibilité ont été rapportés à Bruxelles Environnement. En parallèle, un questionnaire modifié a été soumis au Comité d'accompagnement et analysé avec celui-ci.

---

<sup>1</sup> 4 femmes et 4 hommes ; de chaque catégorie d'âge (16-24 / 25-34 / 35-44 / 45-54 / 60+) chaque fois 2 pré-répondants.

## 2.1.4 FINALISATION, PROGRAMMATION ET IMPRESSION DU QUESTIONNAIRE

Après d'autres retours et modifications, les questionnaires (FR et NL) ont été finalisés puis soumis au Comité d'accompagnement pour leur validation finale.

Après validation de ces versions finales (FR et NL), les questionnaires ont été programmés dans le logiciel Limesurvey. La version papier des questionnaires a ensuite aussi été imprimée.

## 2.1.5 DÉTERMINATION DE L'ÉCHANTILLON

### *Population*

---

La population de cette enquête de terrain se compose du public qui se rend régulièrement dans les nombreux espaces publics de la Région de Bruxelles-Capitale diffusant de la musique amplifiée (tant en intérieur qu'en extérieur), et ce, au cours de la période pendant laquelle l'enquête devait se dérouler, à savoir de la première semaine de mai jusqu'à la première semaine de juillet incluse.

Par *musique amplifiée* s'entend toute musique amplifiée de manière électronique (ex. : haut-parleurs, instruments électriques, microphones).

Bien évidemment, la musique amplifiée concerne tous les types de musique : électronique, house, heavy metal, rock & roll, comédie musicale, pop, jazz, blues ou encore musique contemporaine.

Le territoire de la Région de Bruxelles-Capitale compte de très nombreuses salles de concert : des salles de grandes tailles, légendaires et prestigieuses (Ancienne Belgique, Forest National, ...), des salles de tailles moyennes (Cirque Royal, Botanique, Le Baroque, ...) et de plus petites salles (une centaine) où concerts et représentations musicales émettent de la musique amplifiée électroniquement<sup>2</sup>. Les visiteurs d'évènements disposant de scènes en plein air entrent aussi en ligne de compte dans l'échantillon [la fête de l'Iris (7 et 8 mai), le Jazz Marathon (21 et 22 mai), la Fête de la Musique (21 au 25 juin) et Couleur Café (30 juin au 2 juillet)], tout comme les clients des nombreux bars, cafés, clubs et autres discothèques de Bruxelles..

Deux critères restrictifs ont été fixés : (1) les répondants devaient être âgés d'au moins 16 ans et (2) devaient aimer écouter de la musique amplifiée.

---

<sup>2</sup> Base : Agenda culturel de la Région de Bruxelles-Capitale (source : be.brussels ; agenda.brussels, e.a.)

## *Échantillon*

---

### - **TAILLE NETTE DE L'ÉCHANTILLON (BASE RAPPORTÉE)**

Un échantillon de **N=400 enquêtes rapportées** a été prévu pour la totalité des visiteurs réguliers (de tous les types de lieux et d'établissements mais aussi de genres musicaux).

Des quotas ont également été prévus par type d'évènement (intérieur ou extérieur), genre musical (pop, électro, etc.) et lieu de l'évènement (salle de concert, discothèque, café, évènements outdoor, etc.).

Au total, **414 enquêtes** ont été réalisées. Le tableau ci-dessous indique le nombre d'enquêtes réalisées par quota.

Méthodologie – Rapport technique

INDOOR							
Salles de concert							
Pop/rock				Electro/dj			
Salle de concert	Concert - Artiste	Date	N enquêtes	Salle de concert	Concert - Artiste	Date	N enquêtes
Cirque Royal	Cranberries	8 mai	15	Palais 12	Booba-92i	20 mai	15
	Arno	21 mai	14	Le Baroque	DJ Bruce	19 mai	20
	Beach Boys	2 juin	15	BOZAR	BOZAR Electronic Series	18 juin	15
Botanique	Daan	11 mai	15	Ancienne Belgique	Warhola	20 mai	15
Ancienne Belgique	WWWWater aka Charlotte Adigéry	18 mai	15			<b>Total</b>	<b>65</b>
Forest National	KIDS United	30 juin	30				
	<b>Total</b>		<b>104</b>				
<b>TOTAL</b>				<b>169</b>			
Cafés – clubs – discothèques de quartiers branchés dans la Région de Bruxelles-Capitale							
Quartier branché		Période du sondage				N enquêtes	
Place Saint-Géry / Halle		du mardi 23 mai jusqu'au dimanche 28 mai <sup>3</sup>				15	
Parvis Saint-Gilles		du mardi 23 mai jusqu'au dimanche 28 mai <sup>4</sup>				15	
Place du Luxembourg – Quartier Léopold – Quartier européen		jeudi 1 juin et jeudi 8 juin <sup>5</sup>				25	
Cimetière d'Ixelles		du mardi 27 juin jusqu'au dimanche 2 juillet <sup>6</sup>				23	
Flagey Ixelles		du mardi 27 juin jusqu'au dimanche 2 juillet <sup>7</sup>				22	
Discothèque Le Fuse		samedi soir 17 juin dès 23h <sup>8</sup>				25	
<b>TOTAL</b>				<b>125</b>			
<b>TOTAL GÉNÉRAL INDOOR</b>						<b>169 + 125 = 294</b>	

<sup>3</sup> Les enquêtes se sont déroulées pendant une semaine entière et non lors de certains jours en particulier car ces quartiers branchés sont visités toute l'année et tous les jours par un public varié (Bruxellois, touristes, étudiants, etc.).

<sup>4</sup> Idem.

<sup>5</sup> Enquêtes réalisées uniquement le jeudi en raison de la forte fréquentation de cet endroit le jeudi soir par le personnel des mustions européennes et les étudiants.

<sup>6</sup> Les enquêtes ont été effectuées la dernière semaine de juin (week-end inclus) après les examens des étudiants en école supérieure et à l'université car ce quartier est essentiellement fréquenté par des étudiants.

<sup>7</sup> Idem.

<sup>8</sup> Discothèque située au cœur du quartier des Marolles et réputée pour ses soirées techno.

<b>OUTDOOR - FESTIVALS</b>			
Évènement	Location	Date	N enquêtes
Fête de l'Iris Bruxelles	Place des Palais	6 mai (électro)	15
		7 mai (pop)	15
Jazz Marathon	Grand-Place – le Sablon – Place Saint-Catherine – Place du Luxembourg	26 jusqu'à 28 mai	30
Fête de la Musique Bxl	Parc du Cinquantenaire	22 jusqu'à 25 juin	30
Couleur Café	Square de l'Atomium Bruxelles	30 juin jusqu'à 2 juillet	30
<b>TOTAL OUTDOOR</b>			<b>120</b>

<b>RÉSUMÉ</b>		<b>Nombre d'enquêtes réalisées</b>	
<b>INDOOR</b>	Salles de concert	169	
	Café, clubs, discothèques	125	<b>294</b>
<b>OUTDOOR</b>	Évènement / festival en plein air		<b>120</b>
<b>TOTAL ENQUETES</b>			<b>414</b>

<b>Matrice : localisation de l'évènement / établissement avec genre de musique</b>					
Genre de musique	Pop / Rock	Électro	Musique du monde & variété	Cafés	Total
Localisation de l'évènement					
Salles de concert indoor	104	65	-	-	169
Clubs, bars, cafés	-	-	-	100	100
Discothèques, boîte de nuit	-	25	-	-	25
Évènement outdoor, festival	15	15	90	-	120
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>105</b>	<b>90</b>	<b>100</b>	<b>414</b>

- **ÉCHANTILLONNAGE**

L'échantillonnage a été réalisé de manière aléatoire. Cela signifie que n'importe quelle personne présente sur le lieu de l'évènement et pendant la réalisation des enquêtes aurait pu être interrogée.

▪ **Sélection / Recrutement des répondants**

Pour garantir, d'une part, que la sélection des répondants ne soit pas influencée par l'enquêteur et, d'autre part, que la sélection des répondants soit la plus variée possible, les procédures et méthodes suivantes ont été prévues :

- Les répondants devaient être âgés d'au moins 16 ans.
- Dans les groupes, maximum 1 personne était interrogée, soit maximum 1 personne par tranche de 10 personnes.
- En ce qui concerne le choix des répondants, il n'a pas été possible d'appliquer des quotas<sup>9</sup>. Les enquêteurs avaient cependant bien reçu l'instruction de veiller à un écart suffisant en matière d'âge et de sexe.

## **2.2 Phase 2 : Organisation et réalisation des enquêtes face à face**

### **2.2.1 ENQUÊTEURS : QUALIFICATIONS, BRIEFING ET INSTRUCTIONS**

L'enquêteur joue un rôle primordial dans le déroulement de l'enquête. La qualité des résultats est entièrement fonction de la qualité des données récoltées. C'est pourquoi, lors de la sélection et du recrutement, une attention toute particulière est accordée aux compétences et qualités des enquêteurs. Ceux-ci ont donc été triés sur le volet en fonction des compétences requises pour cette étude.

Pour la conduite des enquêtes face à face PAPI et CAPI, nous avons fait appel à notre PROPRE réseau d'enquêteurs.

En effet, au fil des années et en raison de la nature de ses projets, M.A.S. est parvenu à se constituer un réseau d'enquêteurs fiables, expérimentés et professionnels partout en Belgique.

#### ***Qualifications***

---

Pour cette étude, les enquêteurs sélectionnés disposaient tous de l'expérience et de la maturité suffisantes pour conduire des enquêtes face à face, acquises via M.A.S. ou ailleurs.

Ils étaient tous indépendants et bilingues (français et néerlandais).

#### ***Briefing et instructions pour les enquêteurs***

---

Même si les enquêteurs que nous recrutons sont la plupart du temps déjà rompus à l'exercice de l'enquête face à face, ils suivent tout de même une formation spécifique pour chaque nouvelle mission. Il en a été de même pour cette étude.

---

<sup>9</sup> Autrement dit, il est impossible de dire qu'il y a autant d'hommes pour autant de femmes de tel ou tel âge pour la simple et bonne raison que nous ne connaissons pas la population étudiée.

Le briefing contenait deux volets :

- d'une part, ils ont été informés sur l'objectif de leur mission et ont reçu des directives précises sur le contenu du questionnaire ;
- d'autre part, ils ont reçu des instructions quant à la manière dont ils devaient conduire l'enquête (directives pratiques).

Le questionnaire a ensuite été lu point par point avec les enquêteurs et ces derniers pouvaient poser des questions pour que toute incompréhension ou interprétation erronée puisse définitivement être exclue.

Bien sûr, ils devaient respecter scrupuleusement les consignes assorties à chaque question, poser ces dernières de la façon la plus neutre qui soit en respectant strictement leur formulation et sous aucun prétexte, attribuer à tort des réponses aux répondants. Ces éléments ont aussi été soulevés lors du briefing.

En outre, chaque enquêteur s'est vu expliquer son « plan de travail de terrain » individuel lors du briefing.

Chacun d'eux a reçu une carte d'identification indiquant le nom du commanditaire de la mission et du bureau d'étude.

Chaque enquêteur avait l'obligation de participer au briefing.

## 2.2.2 CONDUITE EFFECTIVE DES ENQUÊTES

### *Chronologie de l'enquête*

---

La chronologie de l'enquête était, dans les grandes lignes, la suivante :

1. sélection du répondant (au moins 16 ans et aime écouter de la musique amplifiée)
2. présentation du bureau d'étude, du client et du sujet de l'enquête
3. demande de collaboration
4. enquête
5. conclusion et remerciement

M.A.S. attache la plus haute importance à la collecte de données en ce qui concerne, d'une part, la protection de l'anonymat et des données à caractère personnel des sondés, et d'autre part, la confidentialité des données qui nous sont fournies.

Pour ce faire, à aucun moment le moindre résultat individuel (personne A répond x, y, z, ...) n'a été communiqué et la moindre coordonnée personnelle n'a été rattachée à la base de données, à la seule exception du code postal du domicile de la personne interrogée.

Le respect de la confidentialité des données constitue l'une de nos premières préoccupations en tant que bureau d'étude, c'est pourquoi nous y accordons la plus haute importance.

### *Postes d'enquête - enquêteurs et heures du sondage*

---

Pour chaque événement sélectionné, il fallait minimum 1 enquêteur à l'entrée ou à la sortie de la salle, de l'établissement ou du lieu. Pour les événements plus importants où davantage d'enquêtes devaient être conduites (KIDS United, Couleur Café, etc.), 2 enquêteurs étaient prévus.

La période d'enquête a été décidée en fonction des jours et des heures des événements.

Les enquêtes des salles de concert avaient lieu avant les représentations : la pré-enquête a montré que les répondants sont moins pressés et plus enclins à collaborer avant une représentation plutôt qu'après (sans oublier qu'on y consomme souvent de l'alcool...).

Le schéma des évènements et des établissements (lieux) inclus dans cette étude (où, quand, quoi et combien d'enquêtes) a été défini en concertation avec le Comité d'accompagnement et soumis à son approbation.

## 2.2.3 CONTRÔLE ET SUIVI DE L'ENQUÊTE ET DES ENQUÊTEURS

### *Contrôle et suivi des enquêteurs*

---

Outre un bon briefing pour les enquêteurs, une supervision solide et bien pensée de ceux-ci (et des enquêtes) relève de la plus haute importance. Cette supervision comprend systématiquement deux parties.

D'une part, nous restons en contact avec les enquêteurs tout au long du travail de terrain et nous suivons leur progression. M.A.S. possède également un centre de contact permanent joignable en journée, en soirée et le week-end. Il reste disponible pour les enquêteurs pour toute question ou clarification.

D'autre part, toutes les enquêtes sont identifiées à l'aide du nom de l'enquêteur qui l'a effectuée et du jour où elle a eu lieu. De cette manière, nous pouvons détecter toute aberration en consultant notre base de données et en rattachant toute erreur à l'enquête ou à l'enquêteur en question.

### *Contrôle de la qualité des enquêtes*

---

Nous vérifions que tous les questionnaires que nous recevons sont complets et correctement remplis. Autrement dit, nous vérifions qu'il n'y a aucune question sans réponse ou aucune faute dans chaque enquête.

Nous sélectionnons uniquement les enquêtes valides pour notre base rapportée. Pour ce faire, M.A.S. a mis au point plusieurs procédures qui dépendent de la nature du formulaire d'enquête.

#### Quelques exemples

Ex. 1 : au moins 90 % des variables caractéristiques doivent être complètes et correctes

Ex. 2 : au moins 90 % d'une liste de points qui doivent normalement avoir une réponse doivent avoir une réponse

Ex. 3 : au moins 90 % des questions pertinentes doivent avoir une réponse

Les exemples ci-dessus se réfèrent à des critères généraux mais il existe d'autres critères spécifiques dépendant du questionnaire en question, de la formulation des questions spécifiques et des possibilités de réponses prévues ou à prévoir.

## 2.3 Phase 3 : Traitement et analyse statistique des données récoltées

Les analyses suivantes ont été effectuées :

- analyses univariées (tableaux de fréquence)
- analyses bivariées (tableaux de contingence)
- tests de significativité

Le logiciel SPSS a été utilisé pour ces analyses.

Ces analyses statistiques et tableaux de contingence élémentaires ont été regroupés dans un « rapport des tableaux ».

### 2.3.1 ANALYSES UNIVARIÉES - TABLEAUX DE FRÉQUENCE

Des tableaux de fréquence ont été réalisés pour chaque objet et certaines caractéristiques statistiques élémentaires ont été définies sur la base de ces données, lorsque celles-ci le permettaient : total, moyenne, médiane, dispersion, écart-type...

### 2.3.2 ANALYSES BIVARIÉES - TABLEAUX DE CONTINGENCE

Les résultats ont ensuite été traités à l'aide de tableaux de contingence.

Les croisements suivants ont été appliqués :

- type d'établissement/lieu : intérieur (salles de concert + cafés) contre extérieur ;
- type d'établissement/lieu avec détail pour l'intérieur : salles de concert contre cafés contre extérieur ;
- type de musique (extérieur inclus) : pop-rock, électro, musique du monde & variété et jazz ;
- âge ;
- sexe.

### 2.3.3 TESTS DE SIGNIFICATIVITÉ

Nous avons systématiquement vérifié si le rapport entre les variables est statistiquement significatif. Le terme *significatif* veut dire qu'un résultat peut être considéré comme étant statistiquement pertinent et qu'il n'est pas le fruit du hasard.

Les tests de significativité utilisés dans cette analyse sont les suivants :

- test du chi carré
- One-way ANOVA

Une différence est dite *significative* si la probabilité que le résultat obtenu est fortuit est inférieure à 5 % ( $p < 0,05$ ). Autrement dit, il est possible d'affirmer avec 95 % de certitude que la différence observée dans l'échantillon s'observe aussi dans la population étudiée. Ou, inversement, il y a moins de 5 % de chance que la différence observée dans l'échantillon ne s'observe pas dans la population étudiée.

## 3. RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE FACE À FACE

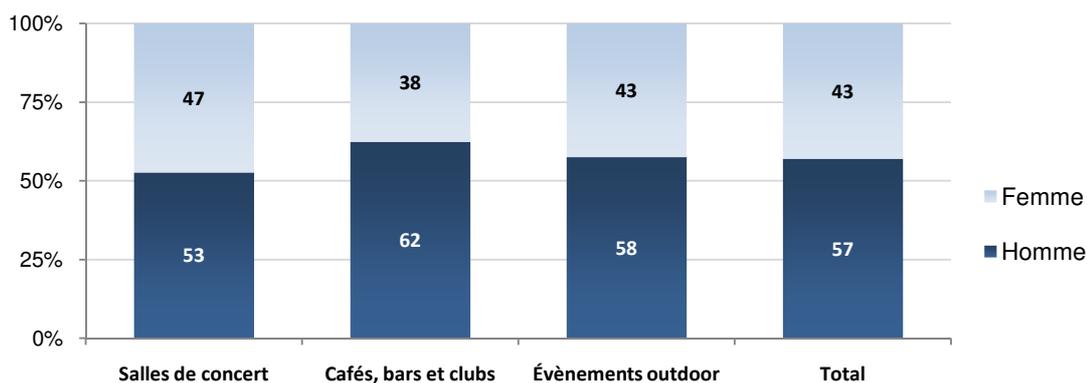
### 3.1 Profils des répondants

Les profils des répondants qui ont participé à cette étude sont présentés ci-dessous.

#### 3.1.1 SEXE

L'échantillon se compose de 43% de femmes et de 57% d'hommes. La proportion du public interrogé dans les cafés était considérablement plus masculine que féminine en comparaison au public des concerts et des événements outdoor (respectivement 62 % contre 53 % et 58 %). Cette différence n'est cependant pas significative.

Figure 1 : Répartition par sexe – par type de lieu



Base: tous les répondants (N=414)

En ce qui concerne la répartition par âge, il ressort que l'échantillon se compose de 67 % de femmes dans la plus jeune catégorie d'âge et que pour les deux catégories suivantes (20-24 ans et 25-34 ans), la répartition par sexe est égale (50 %-50 %). En ce qui concerne les 3 catégories des plus âgés, les hommes sont majoritaires : 35-44 ans : 66 % ; 45-54 ans : 73% et 55+ ans : 86 %. Les différences entre ces catégories d'âge ne sont cependant pas significatives.

#### 3.1.2 ÂGE

3 répondants sur 5 ont moins de 35 ans ; 32 % ont entre 35 et 54 ans et 8 % ont plus de 55 ans.

## Résultats de l'enquête face à face

Tableau 1 : Répartition par âge du nombre de répondants

	N	%
16-19 ans	43	10,4%
20-24 ans	89	21,5%
25-34 ans	118	28,5%
35-44 ans	73	17,6%
45-54 ans	56	13,5%
55-64 ans	29	7,0%
65+ ans	6	1,4%
<b>Total</b>	<b>414</b>	<b>100,0%</b>

Base: tous les répondants (N=414)

L'âge moyen de l'échantillon est de 33 ans. Il en va de même pour l'âge moyen du public interrogé dans les salles de concert. L'âge moyen des clients de cafés, bars et discothèques est plus élevé, à savoir 36 ans, et celui du public d'évènements extérieurs est légèrement inférieur, à savoir 31 ans.

Tableau 2 : Âge moyen, écart-type, médiane, minimum et maximum – par type de lieu

	N	Moyenne	Écart-type	Médian	Minimum	Maximum
Total	412	33,3	12,70	30 ans	16 ans	68 ans
Salles de concert	168	32,9	12,81	30 ans	16 ans	68 ans
Cafés, bars, clubs	125	36,0	13,33	35 ans	17 ans	68 ans
Évènements outdoor	119	30,9	11,39	27 ans	17 ans	64 ans

Base: tous les répondants (N=412) – de 2 répondants l'âge exact n'est pas connu; seulement la catégorie d'âge était indiquée.

Le tableau ci-dessous révèle que les moins de 35 ans se rendent proportionnellement plus aux évènements outdoor (70 %) qu'aux représentations dans les salles de concert (62 %) mais qu'ils se rendent considérablement moins souvent dans les bars et cafés des quartiers branchés de Bruxelles (50 %).

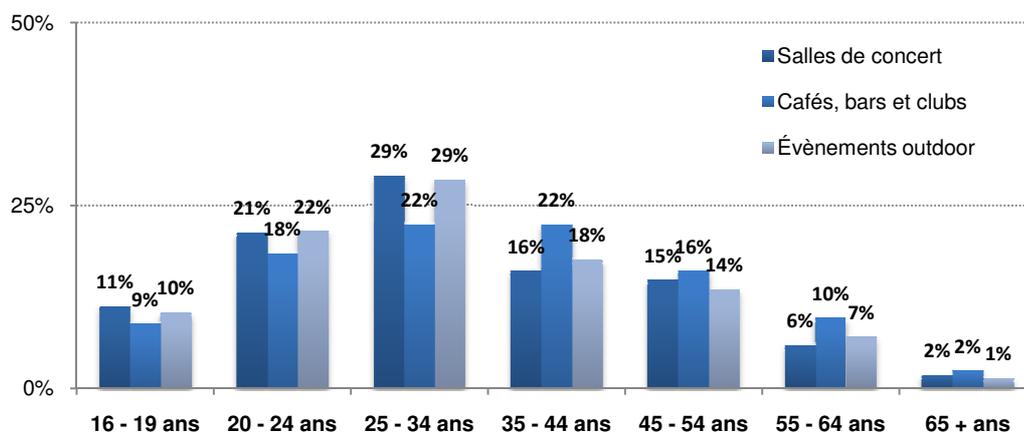
Tableau 3 : Répartition des catégories d'âge des répondants – par type de lieu

	Salles de concert		Cafés, bars et clubs		Évènements outdoor		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
16-19 ans	19	11,2%	11	8,8%	13	10,8%	43	10,4%
20-24 ans	36	21,3%	23	18,4%	30	25,0%	89	21,5%
25-34 ans	49	29,0%	28	22,4%	41	34,2%	118	28,5%
35-44 ans	27	16,0%	28	22,4%	18	15,0%	73	17,6%
45-54 ans	25	14,8%	20	16,0%	11	9,2%	56	13,5%
55-64 ans	10	5,9%	12	9,6%	7	5,8%	29	7,0%
+65 ans	3	1,8%	3	2,4%	0	0,0%	6	1,4%
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,0%</b>	<b>125</b>	<b>100,0%</b>	<b>120</b>	<b>100,0%</b>	<b>414</b>	<b>100,0%</b>

Base: tous les répondants (N=414)

Résultats de l'enquête face à face

Figure 2 : Répartition par catégorie d'âge – par type de lieu



Base: tous les répondants (N=414)

En ce qui concerne la répartition par genre musical, nous constatons qu'environ 45 % des répondants ont entre 25 et 44 ans pour tous les genres musicaux.

Il n'existe aucune différence significative entre l'âge et les différents genres musicaux mais le tableau ci-dessous révèle que les événements où de la musique électro est diffusée attirent davantage de jeunes (16-24 ans) (40 %) que les événements qui diffusent d'autres genres de musique.

Tableau 4 : Répartition des catégories d'âge des répondants – par genre de musique

	Pop / Rock		Electro		Musique du monde & variété		Cafés		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
16-19 ans	12	10,1%	14	13,3%	9	8,0%	8	8,0%	43	10,4%
20-24 ans	21	17,6%	28	26,7%	23	17,0%	17	17,0%	89	21,5%
25-34 ans	32	26,9%	32	30,5%	33	21,0%	21	21,0%	118	28,5%
35-44 ans	23	19,3%	15	14,3%	11	24,0%	24	24,0%	73	17,6%
45-54 ans	20	16,8%	11	10,5%	8	17,0%	17	17,0%	56	13,5%
55+ ans	11	9,2%	5	4,8%	6	13,0%	13	13,0%	35	8,8%
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0%</b>	<b>105</b>	<b>100,0%</b>	<b>90</b>	<b>100,0%</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>	<b>414</b>	<b>100,0%</b>
<b>Moyenne</b>	<b>34,5 ans</b>		<b>30,4 ans</b>		<b>31,0 ans</b>		<b>36,9 ans</b>		<b>33,3 ans</b>	

Base: tous les répondants (N=414)

Résultats de l'enquête face à face

### 3.1.3 NIVEAU D'INSTRUCTION (PLUS HAUT DIPLÔME OBTENU)

Trois répondants sur cinq ont un diplôme de l'enseignement supérieur : cette proportion est considérablement supérieure dans le groupe du public de concerts intérieurs (68 %) que dans celui des clients de cafés (56 %) et événements outdoor (54 %).

Ces différences ne sont cependant pas significatives, à l'exception du groupe des répondants ayant un diplôme de l'enseignement secondaire supérieur professionnel : le public fréquentant les événements outdoor et les clients de cafés ont obtenu un diplôme de l'enseignement secondaire supérieur professionnel significativement plus souvent que le public de concerts en salle (respectivement 19 % et 17 % contre 4 %).

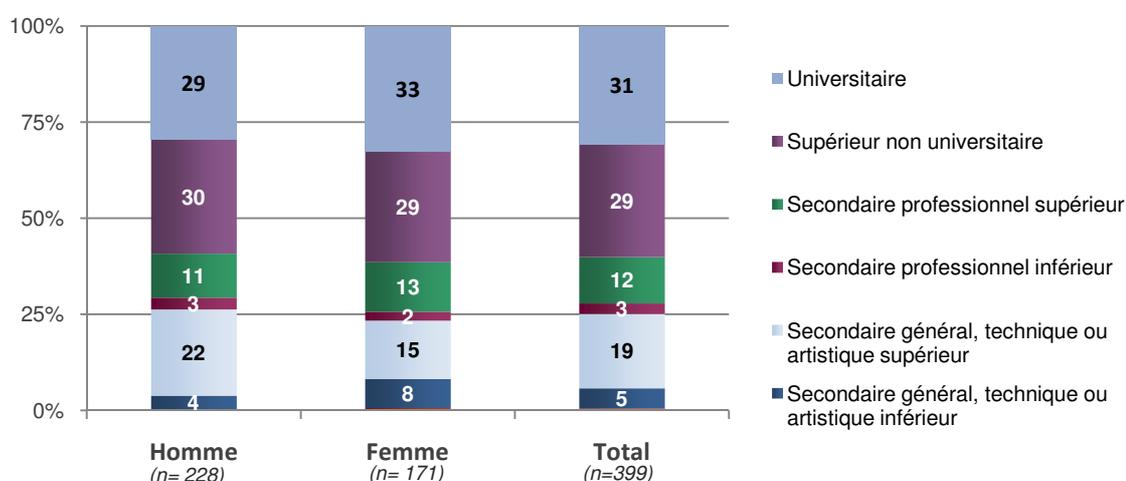
Tableau 5 : Plus haut diplôme obtenu – par type de lieu

	Salles de concert		Cafés, bars et clubs		Évènements outdoor		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Primaire	1	0,6%	1	0,8%	0	0,0%	2	0,5%
Secondaire général, technique ou artistique inférieur	9	5,6%	8	6,7%	4	3,4%	21	5,3%
Secondaire général, technique ou artistique supérieur	35	21,6%	18	15,0%	24	20,5%	77	19,3%
Secondaire professionnel inférieur	1	0,6%	6	5,0%	4	3,4%	11	2,8%
Secondaire professionnel supérieur	6	3,7%	20	16,7%*	22	18,8%	48	12,0%
Supérieur non universitaire	50	30,9%	34	28,3%	33	28,2%	117	29,3%
Universitaire	60	37,0%	33	27,5%	30	25,6%	123	30,8%
<b>Total</b>	<b>162</b>	<b>100,0%</b>	<b>120</b>	<b>100,0%</b>	<b>117</b>	<b>100,0%</b>	<b>399</b>	<b>100,0%</b>

Base: tous les répondants (N=399 – 'Pas de réponse': N=15)

Les différences par sexe sont minimes et non significatives.

Figure 3 : Plus haut diplôme obtenu – par sexe



Base: tous les répondants (N=399 – 'Pas de réponse': N=15)

Résultats de l'enquête face à face

### 3.1.4 ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE

68 % des sondés exercent un métier.

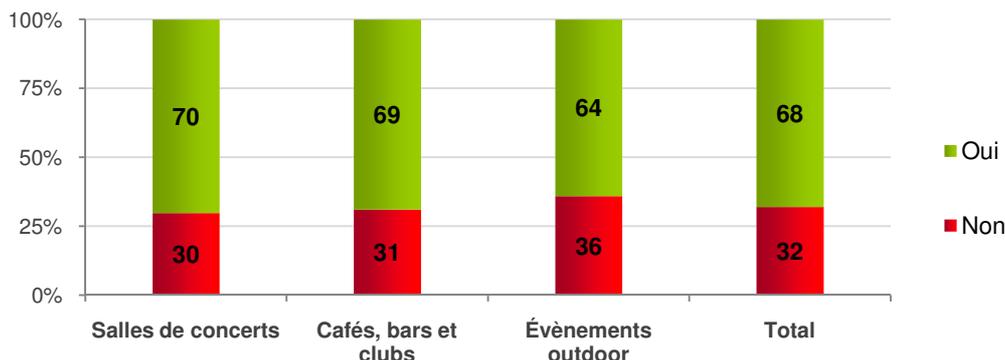
Par type de lieu : le public de concerts intérieurs exerce un métier proportionnellement plus souvent que le public d'évènements extérieurs et que les clients de cafés (respectivement 70 % contre 64 % et 69 %). Ceci peut s'expliquer par la plus haute proportion des 16-24 ans dans le groupe du public d'évènements outdoor (voir tableau 3).

**Tableau 6 : Activité et inactivité professionnelles – par type de lieu**

	Salles de concert		Cafés, bars et clubs		Évènements outdoor		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Oui	113	70,2%	82	68,9%	73	64,0%	268	68,0%
Non	48	29,8%	37	31,1%	41	36,0%	126	32,0%
<b>Total</b>	<b>161</b>	<b>100,0%</b>	<b>119</b>	<b>100,0%</b>	<b>114</b>	<b>100,0%</b>	<b>394</b>	<b>100,0%</b>

Base: tous les répondants (N=394 – 'Pas de réponse': N=20)

**Figure 4 : Activité et inactivité professionnelles – par type de lieu**



Base: tous les répondants (N=394, 'Pas de réponse': N=20)

### 3.1.5 DOMICILE

Près de 7 répondants sur 10 (69 %) habitent dans la Région de Bruxelles-Capitale. 16 % viennent de la Région flamande (dont 10 % du Brabant flamand), 12 % habitent en Région wallonne (dont 4 % des provinces de Liège et du Hainaut et 3 % du Brabant wallon). 3 % de l'échantillon viennent de l'étranger.

Les évènements outdoor et cafés attirent proportionnellement beaucoup plus les habitants de la Région bruxelloise que les concerts intérieurs (respectivement 79 % et 72 % contre 60 %). Cette différence est significative.

Résultats de l'enquête face à face

**Tableau 7 : Répartition par domicile des répondants – par région et type de lieu**

	Salles de concert		Cafés, bars et clubs		Évènements outdoor		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Région de Bruxelles-Capitale	100	59,5%	89	71,8%	91	79,1%	280	68,8%
Région flamande	33	19,6%	23	18,6%	10	8,7%	66	16,2%
Région wallonne	29	17,3%	11	8,8%	9	7,8%	49	12,0%
L'étranger	6	3,6%	1	0,8%	5	4,3%	12	2,9%
<b>Total</b>	<b>168</b>	<b>100,0%</b>	<b>124</b>	<b>100,0%</b>	<b>115</b>	<b>100,0%</b>	<b>407</b>	<b>100,0%</b>

Base: tous les répondants (N=407 – 'Pas de réponse': N=7)

**Tableau 8 : Répartition par domicile des répondants – par province et type de lieu**

	Salles de concert		Cafés, bars et clubs		Évènements outdoor		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Région de Bruxelles-Capitale	100	59,5%	89	71,8%	91	79,1%	280	68,8%
Brabant flamand	23	13,7%	10	8,1%	7	6,1%	40	9,8%
Liège	13	7,7%	2	1,6%	2	1,7%	17	4,2%
Hainaut	10	6,0%	4	3,2%	3	2,6%	17	4,2%
Brabant wallon	6	3,6%	4	3,2%	4	3,5%	14	3,4%
L'étranger	6	3,6%	1	0,8%	5	4,3%	12	2,9%
Flandre-Orientale	2	1,2%	7	5,6%	2	1,7%	11	2,7%
Anvers	4	2,4%	4	3,2%	0	0,0%	8	2,0%
Flandre-Occidentale	3	1,8%	2	1,6%	1	0,9%	6	1,5%
Namur	0	0,0%	1	0,8%	0	0,0%	1	0,2%
Limbourg	1	0,6%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,2%
<b>Total</b>	<b>168</b>	<b>100,0%</b>	<b>124</b>	<b>100,0%</b>	<b>115</b>	<b>100,0%</b>	<b>407</b>	<b>100,0%</b>

Base: tous les répondants (N=407, 'Pas de réponse': N=7)

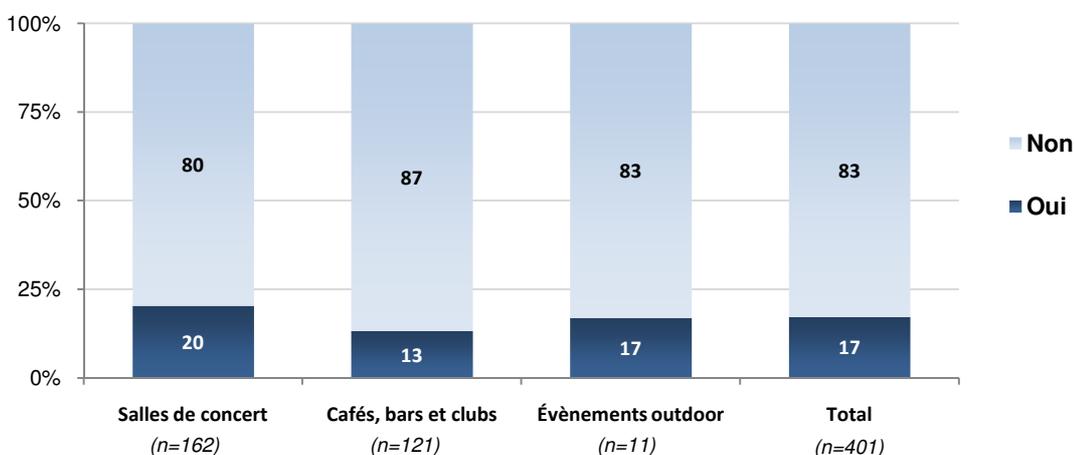
## 3.2 Pratiques de la musique (Généralités)

### 3.2.1 QUESTION 3 : ÊTES-VOUS MUSICIEN(NE) (AMATEUR(E) OU PROFESSIONNEL(LE)) ?

17 % de l'échantillon aime non seulement écouter de la musique amplifiée mais est également musicien(ne) (amateur ou professionnel).

Les répondants interrogés dans des cafés sont musiciens proportionnellement moins souvent que ceux interrogés lors d'évènements musicaux ; les différences ne sont cependant pas significatives.

Figure 5 : Êtes-vous musicien(ne) amateur ou professionnel ? – par type de lieu



Base: tous les répondants (N=401, 'Pas de réponse': N=13)

### 3.2.2 QUESTION 4 : OÙ ÉCOUTEZ-VOUS DE LA MUSIQUE ? EST-CE ... ? (PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES)

Presque tous les répondants écoutent de la musique chez eux (96 %). Le top 5 des lieux où les répondants écoutent de la musique : en soirée chez des amis (69 %), dans les salles de concerts et de spectacles (67 %), pendant leurs déplacements (66 %) et dans les bars (65 %).

En ce qui concerne la répartition par âge, il n'y a pas de grandes différences entre les différentes catégories d'âge. Lorsque c'est le cas, cela signifie que la catégorie d'âge en question fréquente moins cet endroit : par exemple, les plus de 55 ans – en discothèque 11 % contre les 16-19 ans 74 %. Cependant, toutes les catégories d'âge écoutent de la musique chez eux, et plus particulièrement les plus jeunes (moins de 24 ans – 100 %).

Résultats de l'enquête face à face

**Tableau 9 : Où écoutez-vous de la musique ? – par âge (plusieurs réponses possibles)**

	16-19 ans		20-24 ans		25-34 ans		35-44 ans		45-54 ans		55+ ans		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
À la maison	43	100,0	89	100,0	110	93,2	69	94,5	53	94,6	33	94,3	397	95,9%
En soirée chez des amis	33	76,7	60	67,4	85	72,0	52	71,2	41	73,2	15	42,9	286	69,1%
Dans les salles de spectacles et de concerts	32	74,4	55	61,8	85	72,0	47	64,4	37	66,1	22	62,9	278	67,1%
Lors de mes déplacements	32	74,4	61	68,5	75	63,6	51	69,9	37	66,1	18	51,4	274	66,2%
Dans les bars	28	65,1	55	61,8	75	63,6	46	63,0	45	80,4	19	54,3	268	64,7%
Dans les discothèques	32	74,4	62	69,7	67	56,8	32	43,8	23	41,1	4	11,4	220	53,1%
En faisant du sport	30	69,8	52	58,4	64	54,2	33	45,2	12	21,4	3	8,6	194	46,9%
Au travail	3	7,0	25	28,1	55	46,6	25	34,2	24	42,9	6	17,1	138	33,3%
Autre	1	2,3	3	3,4	2	1,7	1	1,4	1	1,8	0	0,0	8	1,9%
<b>Total</b>	<b>43</b>		<b>89</b>		<b>118</b>		<b>73</b>		<b>56</b>		<b>35</b>		<b>414</b>	

Base: tous les répondants (N=414)

**Aperçu des « autres réponses » non encodées (N=8) :**

1. À l'école
2. Au parc
3. Cinéma
4. Festivals
5. En rue
6. Partout
7. En studio d'enregistrement (N=2)

**3.2.3 QUESTION 5 : COMBIEN DE FOIS PAR SEMAINE EN MOYENNE ÉCOUTEZ-VOUS DE LA MUSIQUE ? ET COMBIEN DE TEMPS ?**

87 % de l'échantillon écoutent de la musique tous les jours (N=356).

Plus le répondant est jeune, plus il écoute de la musique fréquemment : 95 % des 16-19 ans et 96 % des 20-24 ans écoutent de la musique tous les jours contre 79 % des 45-55 ans et 77 % des plus de 55 ans. Cette différence est significative.

87 % de ceux qui écoutent de la musique chaque jour le font pendant plus d'une heure ; nous faisons ce constat pour la quasi totalité des groupes d'âge, et cette proportion s'élève même à 92 % pour les plus de 55 ans.

**Tableau 10 : Combien de fois par semaine en moyenne écoutez-vous de la musique ? – par âge**

	16-19 ans		20-24 ans		25-34 ans		35-44 ans		45-54 ans		55+ ans		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1 fois par semaine	1	2,3	0	0,0	0	0,0	1	1,4	1	1,8	2	5,7	5	1,2
Entre 1 et 5 fois par semaine	1	2,3	4	4,5	9	7,8	19	26,0	11	19,6	6	17,1	50	12,2
Tous les jours	41	95,3	85	95,5	106	92,2	53	72,6	44	78,6	27	77,1	356	86,6
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100,0</b>	<b>89</b>	<b>100,0</b>	<b>115</b>	<b>100,0</b>	<b>73</b>	<b>100,0</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>	<b>35</b>	<b>100,0</b>	<b>411</b>	<b>100,0</b>

Base: tous les répondants (N=411, 'Pas de réponse': N=3)

### 3.2.4 QUESTION 6 : POUR QUELLE(S) RAISON(S) ÉCOUTEZ-VOUS DE LA MUSIQUE ? (PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES)

77 % ont répondu pour se détendre et 59 % pour le plaisir / le loisir. Deux autres raisons souvent citées : pour faire la fête (40 %) et par passion (30 %).

Plus le répondant est âgé, plus il écoute de la musique pour se détendre et moins par passion. Cette dernière réponse est donnée par les 16-19 ans significativement plus souvent que par les 35-44 ans et les plus de 55 ans : respectivement 44 % contre 19 % et 9 %.

**Tableau 11 : Raison(s) pour écouter de la musique – par âge (plusieurs réponses possibles)**

	16-19 ans		20-24 ans		25-34 ans		35-44 ans		45-54 ans		55+ ans		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Pour me détendre	34	79,1	60	68,2	82	70,1	63	86,3	48	85,7	29	85,3	316	76,9%
Pour le plaisir / le loisir	26	60,5	52	59,1	67	57,3	42	57,5	39	69,6	18	52,9	244	59,4%
Pour faire la fête	22	51,2	44	50,0	44	37,6	22	30,1	22	39,3	9	26,5	163	39,7%
Par passion	19	44,2	31	35,2	41	35,0	14	19,2	16	28,6	3	8,8	124	30,2%
Pour avoir un fond sonore	7	16,3	18	20,5	18	15,4	15	20,5	16	28,6	7	20,6	81	19,7%
Pour m'isoler	10	23,3	14	15,9	18	15,4	13	17,8	12	21,4	3	8,8	70	17,0%
Pour me donner de l'énergie	10	23,3	15	17,0	15	12,8	8	11,0	9	16,1	0	0,0	57	13,9%
Pour me cultiver	4	9,3	10	11,4	13	11,1	7	9,6	8	14,3	1	2,9	43	10,5%
Pour m'endormir	8	18,6	7	8,0	13	11,1	4	5,5	5	8,9	0	0,0	37	9,0%
Autre	1	2,3	2	2,3	1	0,9	2	2,7	0	0,0	3	8,8	9	2,2%
<b>Total</b>	<b>43</b>		<b>88</b>		<b>117</b>		<b>73</b>		<b>56</b>		<b>35</b>		<b>411</b>	

Base: tous les répondants (N=411, 'Pas de réponse': N=3)

#### Aperçu des « autres réponses » non encodées (N=9) :

1. Cela fait partie de mon travail (N=2)
2. Nostalgie (N=2)
3. C'est une forme d'expression
4. Inspiration artistique
5. Me rafraîchir les idées
6. Parce que Bruxelles ne vit pas !
7. Pour pratiquer un instrument

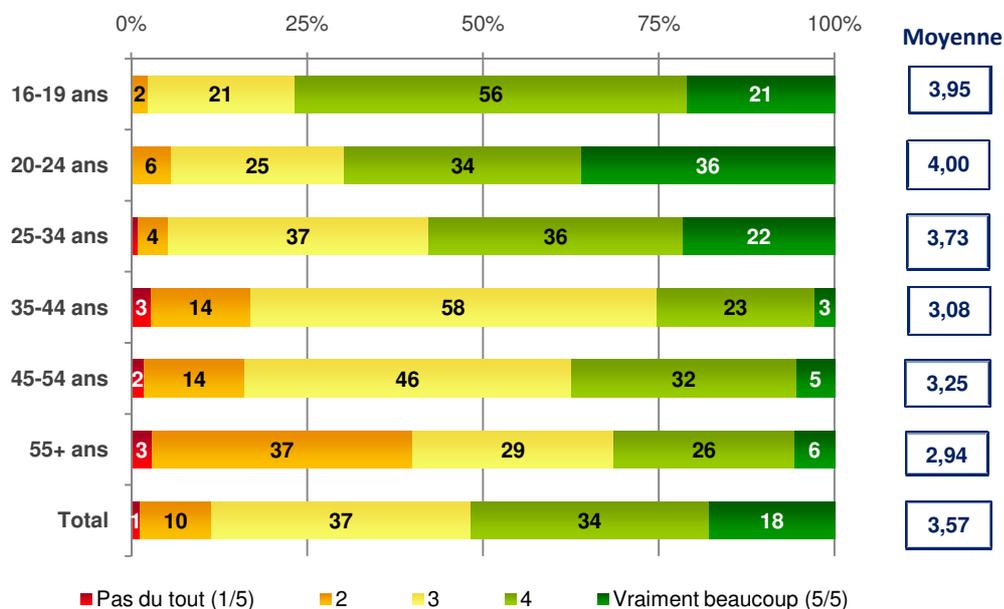
### 3.2.5 QUESTION 7 : DANS QUELLE MESURE AIMEZ-VOUS ÉCOUTER DE LA MUSIQUE À VOLUME ÉLEVÉ ?

Un petit peu plus de la moitié des répondants aiment écouter de la musique à volume élevé (52 %) contre 11 % pour qui ce n'est pas le cas. Nous notons ici un score moyen de 3,6 sur 5.

En ce qui concerne la répartition par âge (en pourcentage et en moyenne), il ressort que plus le répondant est jeune, plus il aime écouter de la musique à volume élevé.

Les trois catégories les plus jeunes aiment écouter de la musique à volume élevé significativement plus souvent que les trois catégories les plus âgées.

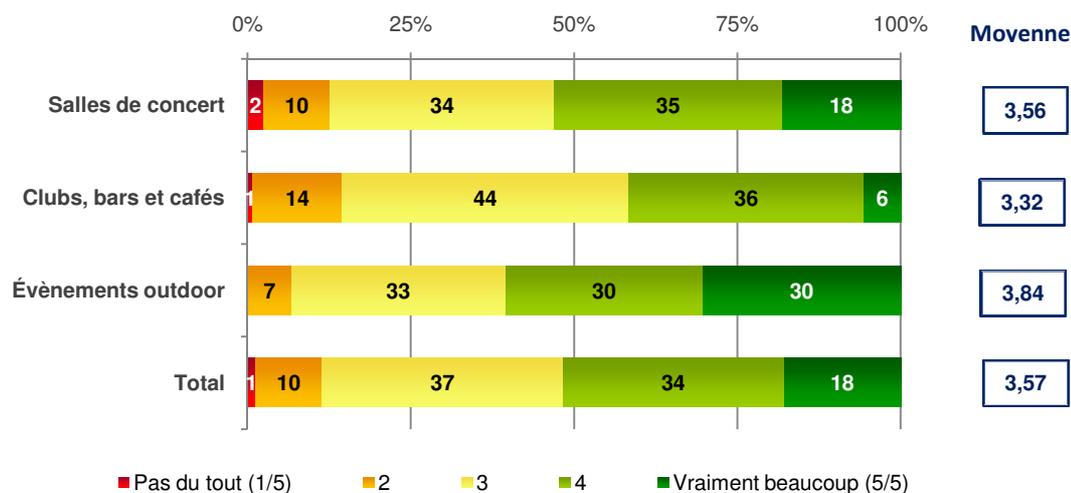
**Figure 6 : Mesure dans laquelle on aime écouter de la musique à volume élevé – par âge**



Base: tous les répondants (N=410, 'Pas de réponse': N=4)

Le public d'événements extérieurs enregistre le plus haut score moyen (3,8 sur 5) ; 60 % de ce groupe aiment écouter de la musique à volume élevé. C'est moins le cas pour les clients de cafés : le score moyen s'élève à 3,2 sur 5 et 42 % d'entre eux aiment écouter de la musique à volume élevé.

**Figure 7 : Mesure dans laquelle on aime écouter de la musique à volume élevé – par type de lieu**



Base: tous les répondants (N=410, 'Pas de réponse': N=4)

Résultats de l'enquête face à face

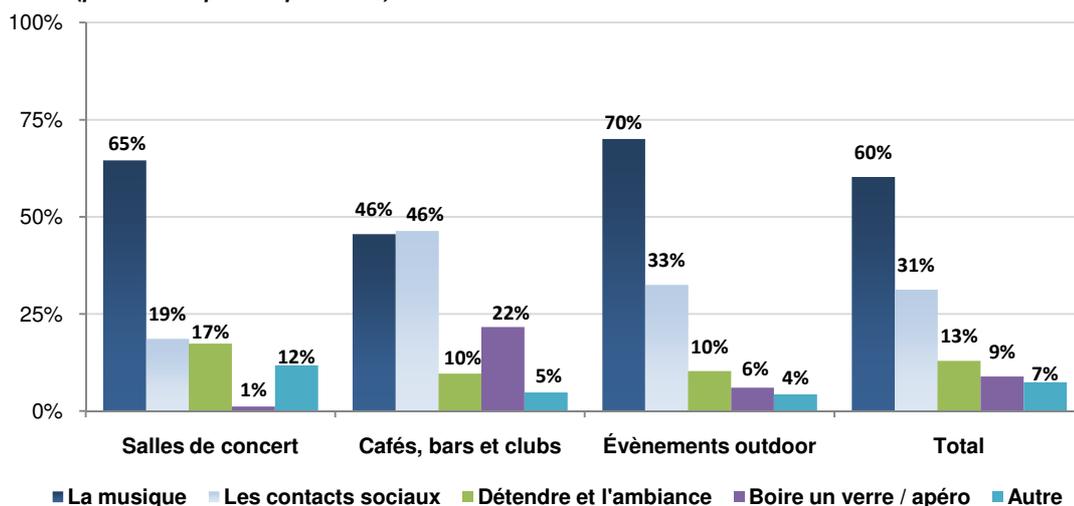
En ce qui concerne la répartition par genre musical, nous constatons que le public d'événements diffusant de la musique du monde & de la variété aime écouter de la musique à volume élevé significativement plus que le public de concerts pop-rock, d'événements électro et les clients de cafés : respectivement 62 % contre 50 %, 51 % et 45 %.

### 3.2.6 QUESTION 8 : POUR QUELLE(S) RAISON(S) VENEZ-VOUS ICI (A L'ENDROIT OÙ SE DÉROULE L'ENQUÊTE) ?

6 répondants sur 10 répondent qu'ils viennent pour la musique. 31 % pour les contacts sociaux, 13 % pour se détendre et pour l'ambiance et 9 % pour boire un verre et/ou prendre l'apéro.

Le public de concerts intérieurs et d'événements outdoor se rend à ces endroits uniquement pour la musique significativement plus souvent que les clients de cafés interrogés : respectivement 65 % et 70 % contre 46 %. Quant aux clients de cafés, ils s'y rendent pour les contacts sociaux (ce qui va de soi) (46 %) et pour boire un verre (22 %) significativement plus que les répondants qui assistent à une représentation en salle (respectivement 19 % et 1 %).

**Figure 8 : Raison(s) pour lesquelles on vient à un certain évènement / établissement – par type de lieu (plusieurs réponses possibles)**



Base: tous les répondants (N=403, 'Pas de réponse': N=11)

En ce qui concerne la répartition par genre musical, les répondants qui ont assisté à un évènement diffusant de la musique du monde & de la variété répondent qu'ils sont venus pour la musique significativement plus souvent que le public de concerts pop-rock ou électro : respectivement 73 % contre 68 % et 61 %. Les clients de cafés ont eux aussi répondu qu'ils s'y rendaient pour les contacts sociaux significativement plus souvent que le public de concerts pop-rock ou électro : respectivement 47 % contre 22 % et 28 %. Inutile de préciser que c'était aussi le cas pour boire un verre: respectivement 24 % contre 1 % et 8 %.

Résultats de l'enquête face à face

**Tableau 12 : Raison(s) pour lesquelles on vient à un certain évènement / établissement – par genre de musique (plusieurs réponses possibles)**

	Pop / Rock		Électro		Musique du monde & variété		Cafés		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
La musique	79	68,1%	60	60,6%	64	72,7%	40	40,0%	243	60,3%
Les contacts sociaux	25	21,6%	28	28,3%	26	29,5%	47	47,0%	126	31,3%
Détendre / l'ambiance	18	15,5%	18	18,2%	8	9,1%	8	8,0%	52	12,9%
Boire un verre / apéro	1	0,9%	8	8,1%	3	3,4%	24	24,0%	36	8,9%
Cinéma	0	0,0%	4	4,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	1,0%
Autre	16	13,8%	7	7,1%	2	2,3%	5	5,0%	30	7,4%
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>100,0%</b>	<b>99</b>	<b>100,0%</b>	<b>88</b>	<b>100,0%</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>	<b>403</b>	<b>100,0%</b>

Base: tous les répondants (N=403, 'Pas de réponse': N=11)

7 % des répondants ont répondu « autre » à cette question. Ci-dessous, un aperçu des « autres réponses » non encodées (n=30) :

1. Assister les enfants au concert (cfr. Concert Forest National : United Kids) (n=7)
2. (Lieu de) travail (n=7)
3. Par hasard (n=4)
4. Assister au concert (n=3)
5. Pour les expos (n=2)
6. Une de mes salles favorites
7. Évènement organisé par le gouvernement
8. Parce que j'aime Bruxelles
9. Parce que je m'appelle Iris et c'est une chouette occasion de voir Bruxelles
10. Pour la distribution
11. Carte d'entrée gratuite reçue
12. Un évènement de l'organisme flamand

### 3.2.7 QUESTION 9 : COMBIEN D'ÉVÈNEMENTS / ÉTABLISSEMENTS DIFFUSANT DE LA MUSIQUE AMPLIFIÉE, AVEZ-VOUS FRÉQUENTÉS AU COURS DES 3 DERNIERS MOIS ?

39 % de tous les sondés ont fréquenté moins de 5 évènements / établissements diffusant de la musique amplifiée au cours des 3 derniers mois. 33 % en ont fréquenté entre 5 et 10 et 18 % entre 10 et 15. 10 % d'entre eux en ont fréquenté plus de 15.

En ce qui concerne la répartition par âge, il ressort qu'au cours des trois derniers mois, les trois catégories les plus âgées ont fréquenté des évènements / établissements diffusant de la musique amplifiée considérablement moins souvent que les catégories plus jeunes.

**Tableau 13 : Nombre d'évènements / établissements diffusants de la musique amplifiée fréquenté au cours des 3 mois – par âge**

	16-19 ans		20-24 ans		25-34 ans		35-44 ans		45-54 ans		55+ ans		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Moins de 5	13	30,2	15	16,9	35	29,7	40	56,3	35	62,5	24	68,6	162	39,3%
Entre 5 et 10	14	32,6	38	42,7	49	41,5	23	32,4	11	19,6	0	0,0	135	32,8%
Entre 10 et 15	11	25,6	25	28,1	24	20,3	6	8,5	3	5,4	4	11,4	73	17,7%
Plus de 15	5	11,6	11	12,4	10	8,5	2	2,8	7	12,5	7	20,0	42	10,2%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100,0</b>	<b>89</b>	<b>100,0</b>	<b>118</b>	<b>100,0</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>	<b>35</b>	<b>100,0</b>	<b>412</b>	<b>100,0%</b>

Base: tous les répondants (N=412, 'Pas de réponse': N=2)

### 3.3 Impacts sur la santé

#### 3.3.1 QUESTIONS 10 À 12 : PARMIS CES ÉVÈNEMENTS, AVEZ-VOUS ÉTÉ GÊNÉ AU MOINS UNE FOIS PAR LE NIVEAU SONORE DE LA MUSIQUE ? SI OUI, DANS QUELS TYPES D'ÉVÈNEMENTS / ÉTABLISSEMENTS ?, ET EN QUOI CONSISTAIT CETTE GÊNE ?

Un petit peu plus d'un quart des répondants (28 %) ont déjà été gênés par le niveau sonore de la musique alors qu'ils fréquentaient un événement ou un établissement. Par rapport à l'âge, les jeunes ont déjà ressenti une telle gêne proportionnellement moins souvent que les plus âgés : respectivement 23 % des 16-24 ans contre 31 % des plus de 45 ans.

**Tableau 14 : Été gêné par le niveau sonore de la musique à un événement ? – par âge**

	16-19 ans		20-24 ans		25-34 ans		35-44 ans		45-54 ans		55+ ans		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Oui	9	20,9	22	24,7	33	28,0	23	31,5	19	33,9	10	28,6	116	28,0
Non	34	79,1	67	75,3	85	72,0	50	68,5	37	66,1	25	71,4	298	72,0
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100,0</b>	<b>89</b>	<b>100,0</b>	<b>118</b>	<b>100,0</b>	<b>73</b>	<b>100,0</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>	<b>35</b>	<b>100,0</b>	<b>414</b>	<b>100,0</b>

Base: tous les répondants (N=414)

Les lieux où ces gênes ont été ressenties étaient d'abord les cafés (41 %), puis les salles de concert et de spectacles (36 %) et/ou les discothèques (31 %).

Les 16-24 ans mentionnent le plus souvent les discothèques et les catégories les plus âgées, les salles de concert et les cafés.

Le niveau sonore de la musique rendait en premier lieu la communication difficile (79 %) et pour 43 % des répondants, la gêne était physique. Nous ne constatons aucune différence par âge.

#### Aperçu des « autres réponses » non encodées (n=10) :

1. Carnaval
2. Festivals (N=4)
3. Film
4. Mariage
5. Rassemblement de la gay pride
6. Soirées dansante
7. Musiciens de rue

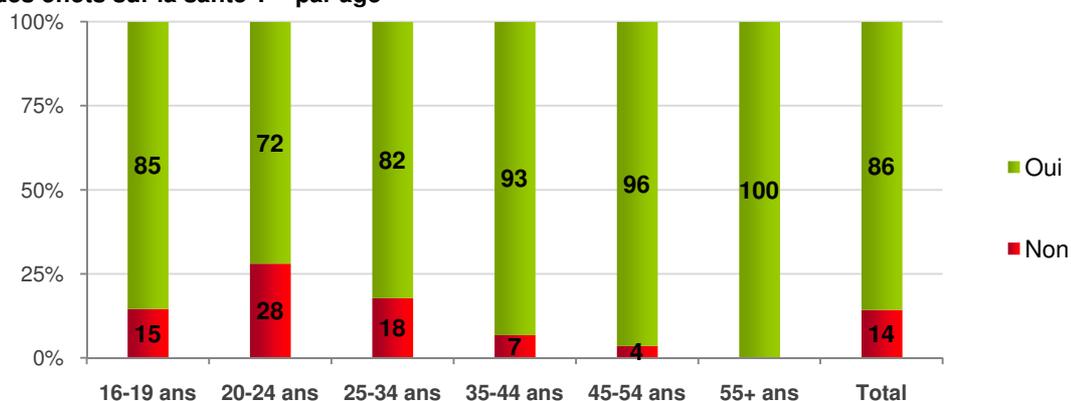
Résultats de l'enquête face à face

### 3.3.2 QUESTION 13 : PENSEZ-VOUS QU'UNE EXPOSITION À DES NIVEAUX ÉLEVÉS DE MUSIQUE AMPLIFIÉE PEUT AVOIR DES EFFETS SUR LA SANTÉ ?

86 % des répondants pensent qu'une exposition à des niveaux élevés de musique amplifiée peut avoir des effets sur la santé.

Presque tous les répondants de 35 ans et plus pensent qu'une musique à volume trop élevé a des conséquences sur la santé. Une forte proportion de la plus jeune catégorie partage également cette idée (85 %).

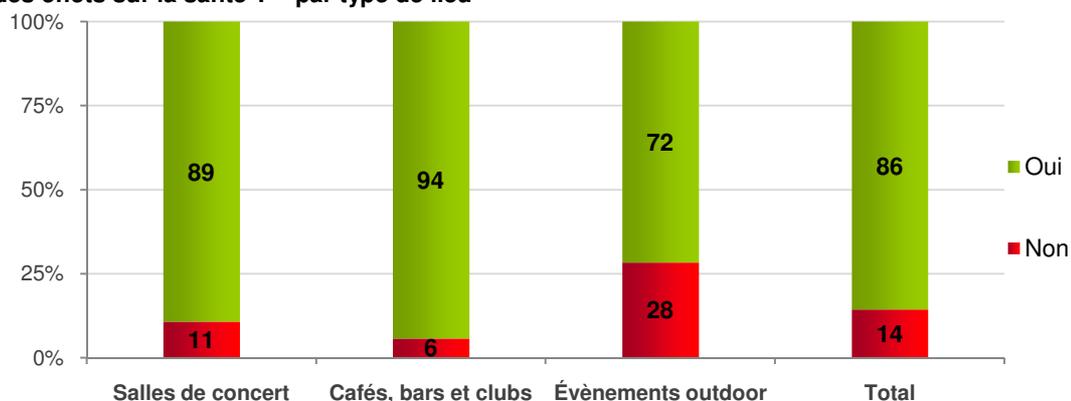
**Figure 9 : Pensez-vous qu'une exposition à des niveaux élevés de musique amplifiée peut avoir des effets sur la santé ? – par âge**



Base: tous les répondants (N=412, 'Pas de réponse': N=2)

En ce qui concerne la répartition par type de lieu, nous constatons que les clients de cafés, bars et discothèques partagent le plus cette idée (94 %), suivis par le public de salles de concert (89 %). Les participants à des événements outdoor n'en sont pas autant convaincus : 72 % d'entre eux estiment que la musique amplifiée à volume élevé a des conséquences néfastes sur la santé et 28 % d'entre eux pensent que ce n'est pas le cas.

**Figure 10 : Pensez-vous qu'une exposition à des niveaux élevés de musique amplifiée peut avoir des effets sur la santé ? – par type de lieu**

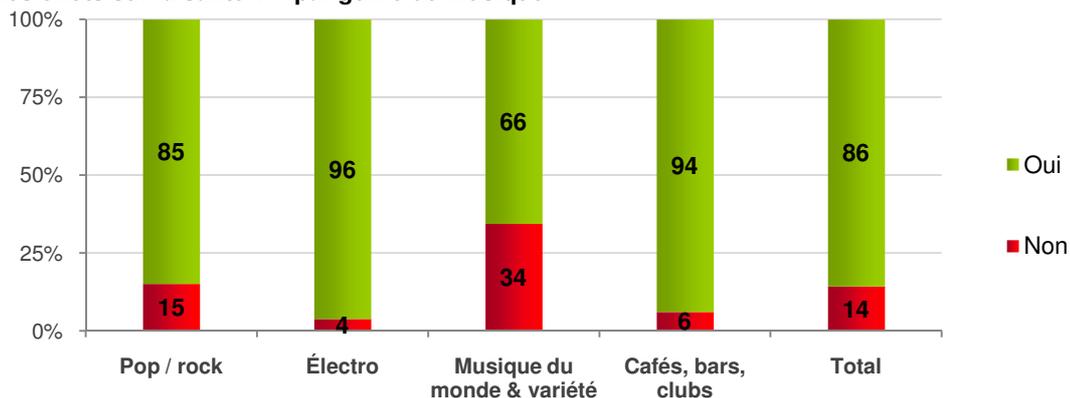


Base: tous les répondants (N=412, 'Pas de réponse': N=2)

Résultats de l'enquête face à face

En ce qui concerne la répartition par genres musicaux : les répondants interrogés lors d'un concert électro ou pop-rock ou pendant qu'ils étaient dans un café pensent significativement plus souvent que les répondants interrogés lors d'un évènement diffusant de la musique du monde & de la variété qu'une exposition à des niveaux élevés de musique amplifiée peut avoir des effets négatifs sur la santé : respectivement 96 %, 85 % et 93 % contre 66 %. Le rapport inverse est lui aussi significatif (aucune conséquence – musique du monde & variété (34 %) contre pop-rock, électro et café (respectivement 15 %, 4 % et 6 %)).

**Figure 11 : Pensez-vous qu'une exposition à des niveaux élevés de musique amplifiée peut avoir des effets sur la santé ? – par genre de musique**



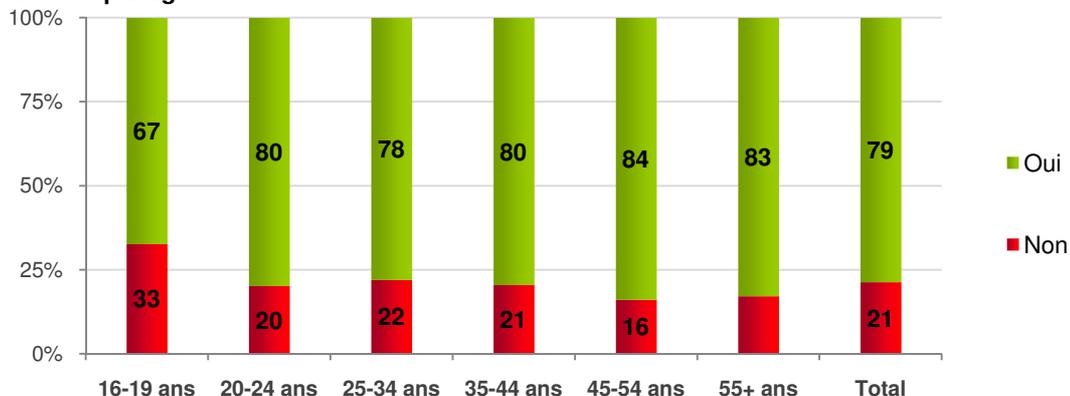
Base: tous les répondants (N=412, 'Pas de réponse': N=2)

**3.3.3 QUESTION 14 : AVEZ-VOUS ÉTÉ INFORMÉ DE CES EFFETS SUR LA SANTÉ ?**

Près de 8 répondants sur 10 (79 %) affirment avoir été informés des effets négatifs de la musique amplifiée à volume élevé sur la santé.

Plus le répondant est âgé, plus c'est le cas : 67 % pour les 16-19 ans contre 83 % pour les plus de 55 ans.

**Figure 12 : Avez-vous été informé des effets de musique amplifiée à des niveaux élevés sur la santé ? – par âge**

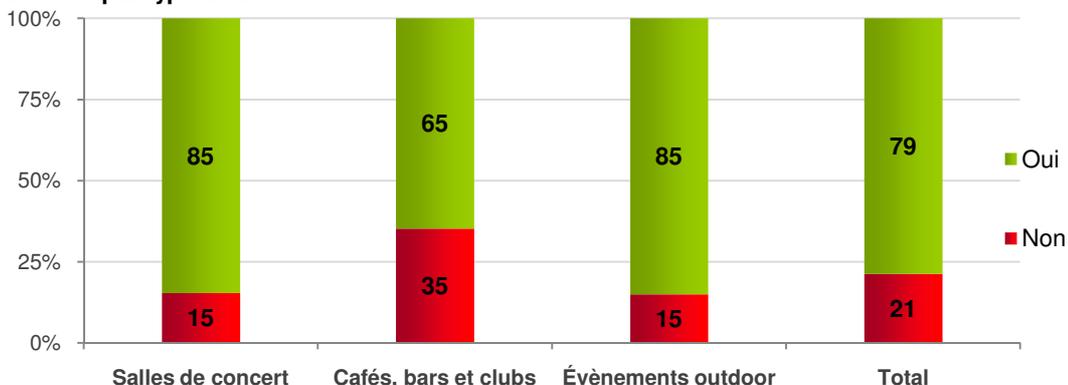


Base: tous les répondants (N=414)

Résultats de l'enquête face à face

Le public de concerts intérieurs et d'évènements outdoor ont été informés à ce sujet significativement plus que les clients de cafés : respectivement 85 % et 85 % contre 65 %.

**Figure 13 : Avez-vous été informé des effets de musique amplifiée à des niveaux élevés sur la santé ? – par type de lieu**



Base: tous les répondants (N=414)

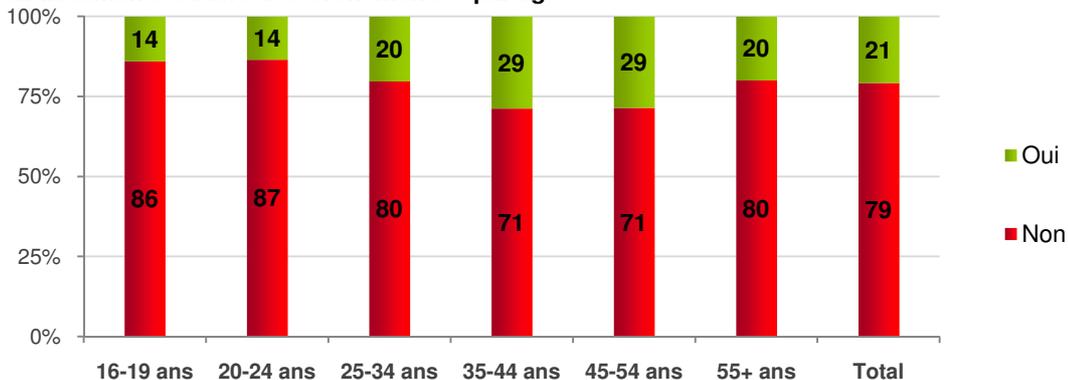
En ce qui concerne la répartition par genre musical, il ressort que respectivement 87 % et 84 % du public de concerts pop-rock et d'évènements diffusant de la musique du monde & de la variété affirment avoir été informés sur les conséquences d'une musique à volume trop élevé sur la santé. Cette proportion est significativement supérieure à celle des clients de cafés interrogés (68 %).

**3.3.4 QUESTION 15 : AVEZ-VOUS UTILISÉ VOS (PROPRES) PROTECTIONS AUDITIVES (BOUCHONS D'OREILLES, CASQUE, ETC.) AU COURS DES 3 DERNIERS MOIS DANS LES ÉTABLISSEMENTS OU LORS DES ÉVÈNEMENTS QUE VOUS AVEZ FRÉQUENTÉS ?**

1 répondant sur 5 a utilisé ses (propres) protections auditives au cours des 3 derniers mois dans les établissements ou lors des évènements qu'il a fréquentés.

Plus le répondant est jeune, moins il les utilise : 14 % pour les catégories les plus jeunes contre 29 % des 35-44 ans et des 45-54 ans.

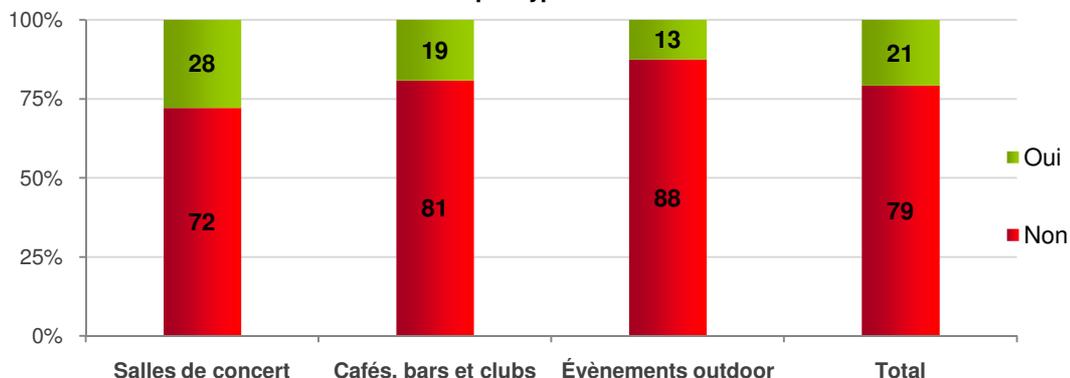
**Figure 14 : Utilisation des propres protections auditives au cours des 3 derniers mois dans les établissements ou lors des évènements – par âge**



Base: tous les répondants (N=414)

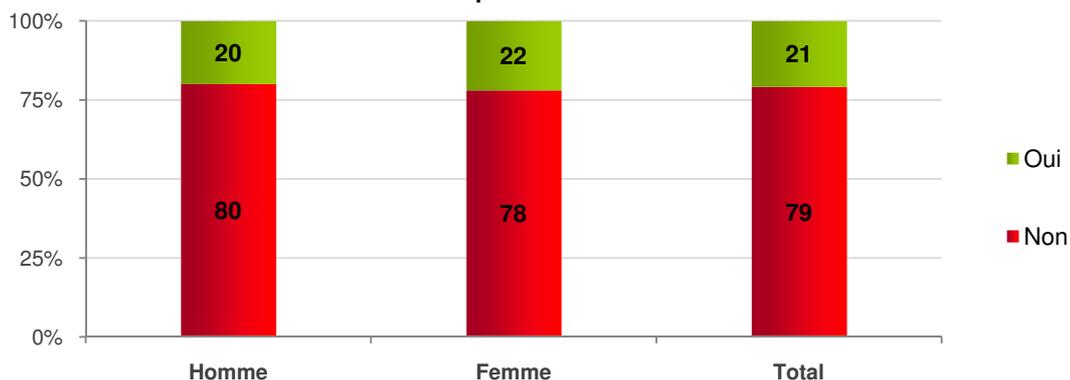
Le public de salles de concert a utilisé ses propres protections auditives significativement plus souvent que les répondants qui ont fréquenté un événement extérieur : respectivement 28 % contre 13 %.

**Figure 15 : Utilisation des propres protections auditives au cours des 3 derniers mois dans les établissements ou lors des événements – par type de lieu**



Base: tous les répondants (N=414)

**Figure 16 : Utilisation des propres protections auditives au cours des 3 derniers mois dans les établissements ou lors des événements – par sexe**



Base: tous les répondants (N=414)

### 3.3.5 QUESTION 16 : DE MANIÈRE GÉNÉRALE, OÙ ET À QUELLE FRÉQUENCE UTILISEZ-VOUS VOS (PROPRES) PROTECTIONS AUDITIVES ?

Il a été demandé aux répondants qui ont utilisé leurs propres protections auditives au cours des trois derniers mois où et à quelle fréquence ils l'avaient fait.

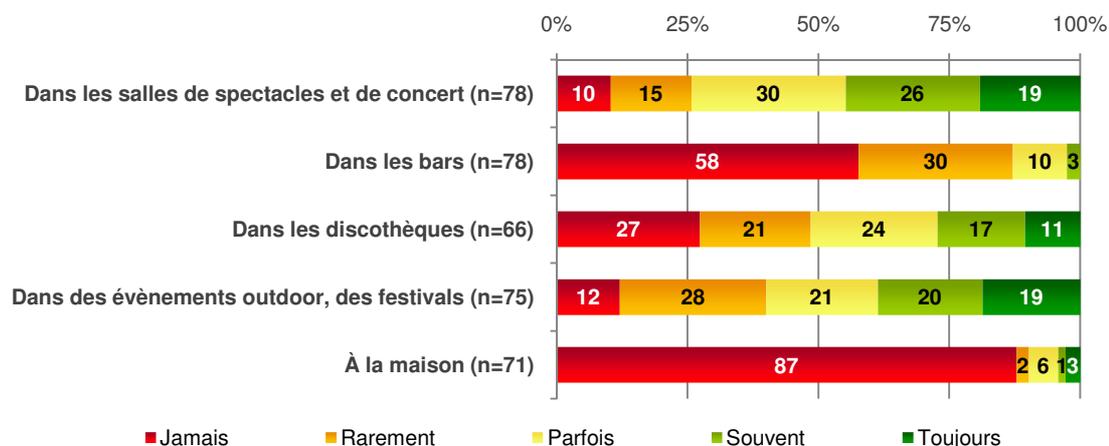
Les lieux où ils les utilisent rarement voire jamais sont chez eux (89 %) et les bars et cafés (88 %).

Les salles de concert et de spectacle sont les lieux où les répondants ont le plus utilisé leurs propres protections auditives (45 %), suivis par les événements en plein air (39 %).

Les répondants qui n'utilisent pas de protections auditives en discothèque sont plus nombreux que ceux qui en utilisent (respectivement 48 % contre 28 %).

Résultats de l'enquête face à face

Figure 17 : Fréquence d'utilisation des propres protections auditives dans des lieux divers



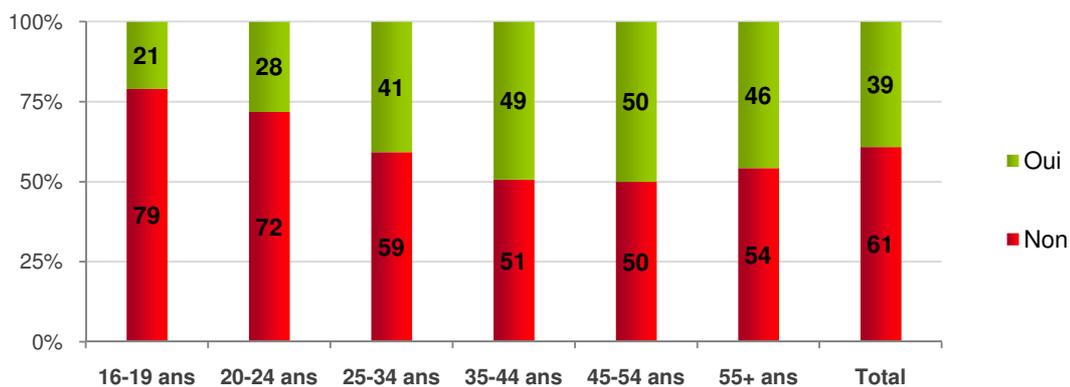
Base: tous les répondants qui ont utilisé des propres protections auditives au cours des 3 derniers mois

3.3.6 QUESTION 17 : AVEZ-VOUS DÉJÀ ÉTÉ GÊNÉ OU AVEZ-VOUS RESENTI DES DOULEURS AUDITIVES SUITE À LA DIFFUSION DE MUSIQUE AMPLIFIÉE AU COURS D'ÉVÈNEMENTS / DANS DES ÉTABLISSEMENTS ?

4 répondants sur 10 ont déjà été gênés ou ont ressenti des douleurs auditives suite à la diffusion de musique amplifiée au cours d'évènements / dans des établissements.

Plus le répondant est âgé, plus souvent il a déjà ressenti une gêne. Nous constatons une différence significative entre la réponse des 35-44 ans et des 45-54 ans avec celle des 16-19 ans.

Figure 18 : Avez-vous déjà été gêné ou avez-vous ressenti des douleurs auditives suite à la diffusion de musique amplifiée au cours d'évènements / dans des établissements ? – par âge

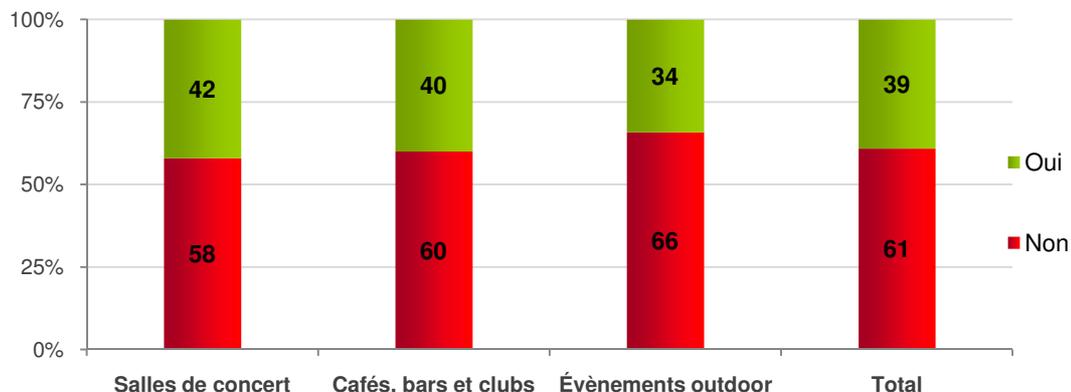


Base: tous les répondants (N=414)

Résultats de l'enquête face à face

En fonction du type de lieu, nous constatons que les participants à des évènements outdoor interrogés ont le moins ressenti une gêne (34 %) et le public de concerts, le plus (42 %).

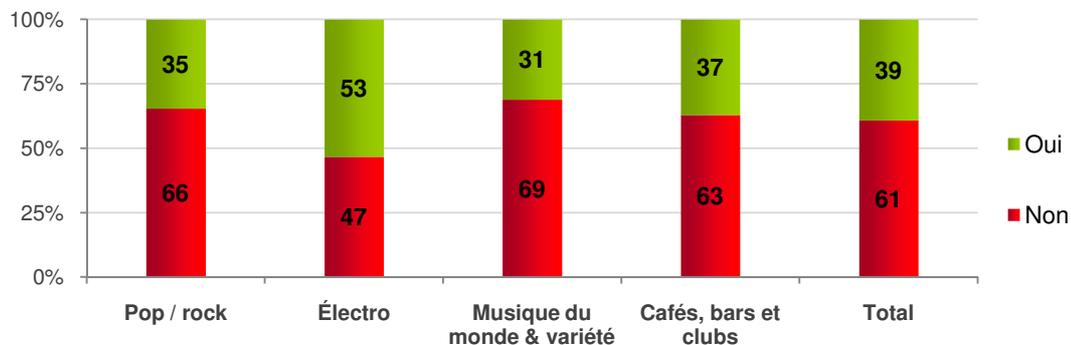
**Figure 19 : Avez-vous déjà été gêné ou avez-vous ressenti des douleurs auditives suite à la diffusion de musique amplifiée au cours d'évènements / dans des établissements ? – par type de lieu**



Base: tous les répondants (N=414)

En ce qui concerne la répartition par genre musical : le public de concerts électro a déjà ressenti des problèmes auditifs suite à la diffusion de musique amplifiée significativement plus souvent que le public de concerts pop-rock ou que les amateurs de musique du monde & de variété : respectivement 53 % contre 34 % et 31 %. La relation inverse (aucune gêne) est elle aussi significative.

**Figure 20 : Avez-vous déjà été gêné ou avez-vous ressenti des douleurs auditives suite à la diffusion de musique amplifiée au cours d'évènements / dans des établissements ? – par genre de musique**



Base: tous les répondants (N=414)

### 3.3.7 QUESTION 18 : QUELS SONT LES TYPES DE GÊNES QUE VOUS AVEZ RENCONTRÉS ?

Si un répondant a déjà ressenti une gêne suite à la diffusion de musique amplifiée, celle-ci sera le plus souvent un trouble de l'audition (84 %). En deuxième place et loin derrière, des maux de tête (26 %) suivis par des difficultés de communication (19 %).

Résultats de l'enquête face à face

Le public de concerts se plaint de troubles de l'audition significativement plus souvent que les clients de cafés (respectivement 94 % contre 70 %). Ce dernier groupe, ainsi que les participants à des événements outdoor, connaissent des problèmes de communication suite à la diffusion de musique amplifiée significativement plus souvent que le public de concerts en salle (respectivement 38 % et 20 % contre 4 %).

**Tableau 15 : Types de gênes rencontrées suite à la diffusion de musique amplifiée – par type de lieu (plusieurs réponses possibles)**

	Salles de concert		Cafés, bars et clubs		Évènements outdoor		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Troubles de l'audition	64	94,1%	35	70,0%	29	82,9%	128	83,7%
Mal de tête	14	20,6%	16	32,0%	9	25,7%	39	25,5%
Difficultés de communication	3	4,4%	19	38,0%	7	20,0%	29	19,0%
Difficultés de concentration	0	0,0%	6	12,0%	1	2,9%	7	4,6%
Réduction générale de bien être	2	2,9%	2	4,0%	0	0,0%	4	2,6%
Perturbations du sommeil	1	1,5%	2	4,0%	1	2,9%	4	2,6%
Hypertension et stress	1	1,5%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,7%
Autre	0	0,0%	1	2,0%	0	0,0%	1	0,7%
<b>Total</b>	<b>68</b>		<b>50</b>		<b>35</b>		<b>153</b>	

Base: tous les répondants qui ont déjà rencontrés des gênes suite à la diffusion de musique amplifiée au cours d'évènements / dans des établissements (N=153, 'Pas de réponse': N=9)

Il n'y a aucune différence en fonction de l'âge au niveau des gênes ressenties.

**Tableau 16 : Types de gênes on a rencontré suite à la diffusion de musique amplifiée – par âge (plusieurs réponses possibles)**

	16-19 ans		20-24 ans		25-34 ans		35-44 ans		45-54 ans		55+ ans		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Troubles de l'audition	8	88,9%	19	82,6%	39	86,7%	28	80,0%	22	81,5%	12	85,7%	128	83,7%
Mal de tête	4	44,4%	5	21,7%	14	31,1%	10	28,6%	4	14,8%	2	14,3%	39	25,5%
Difficultés de communication	1	11,1%	3	13,0%	5	11,1%	12	34,3%	5	18,5%	3	21,4%	29	19,0%
Difficultés de concentration	1	11,1%	1	4,3%	2	4,4%	1	2,9%	1	3,7%	1	7,1%	7	4,6%
Réduction générale de bien être	0	0,0%	2	8,7%	0	0,0%	1	2,9%	0	0,0%	1	7,1%	4	2,6%
Perturbations du sommeil	0	0,0%	0	0,0%	2	4,4%	0	0,0%	1	3,7%	1	7,1%	4	2,6%
Hypertension et stress	0	0,0%	1	4,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	,7%
Autre	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	7,1%	1	,7%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,0%</b>	<b>23</b>	<b>100,0%</b>	<b>45</b>	<b>100,0%</b>	<b>35</b>	<b>100,0%</b>	<b>27</b>	<b>100,0%</b>	<b>14</b>	<b>100,0%</b>	<b>153</b>	<b>100,0%</b>

Base: tous les répondants qui ont déjà rencontrés des gênes suite à la diffusion de musique amplifiée au cours d'évènements / dans des établissements (N=153, 'Pas de réponse': N=9)

Résultats de l'enquête face à face

Les bourdonnements sont le type de **troubles de l'audition** le plus ressentis lors d'un évènement (49 %). 33 % des répondants citent ensuite les acouphènes et 24 % les sifflements.

**Tableau 17 : Types de troubles de l'audition suite à la diffusion de musique amplifiée à des niveaux élevés – par type de lieu**

	Salles de concert		Cafés, bars et clubs		Évènements outdoor		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Bourdonnements	25	43,1%	21	65,6%	11	40,7%	57	48,7%
Acouphènes	21	36,2%	6	18,8%	11	40,7%	38	32,5%
Sifflements	14	24,1%	6	18,8%	8	29,6%	28	23,9%
Baisse de l'audition	5	8,6%	3	9,4%	3	11,1%	11	9,4%
<b>Total</b>	<b>58</b>		<b>32</b>		<b>27</b>		<b>117</b>	

Base: tous les répondants qui ont déjà ressenti des troubles de l'audition suite à la diffusion de musique amplifiée au cours d'évènements / dans des établissements (N=117, 'Pas de réponse': N=11)

Les bourdonnements sont davantage cités par les catégories plus âgées alors que les sifflements et les acouphènes ressortent plus auprès des plus jeunes.

**Tableau 18 : Types de troubles de l'audition suite à la diffusion de musique amplifiée à des niveaux élevés – par âge**

	16-19 ans		20-24 ans		25-34 ans		35-44 ans		45-54 ans		55+ ans		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Acouphènes	3	37,5%	6	40,0%	13	39,4%	5	17,9%	7	31,8%	4	36,4%	38	32,5%
Bourdonnements	1	12,5%	6	40,0%	18	54,5%	15	53,6%	11	50,0%	6	54,5%	57	48,7%
Sifflements	3	37,5%	6	40,0%	7	21,2%	6	21,4%	5	22,7%	1	9,1%	28	23,9%
Baisse de l'audition	1	12,5%	1	6,7%	4	12,1%	2	7,1%	2	9,1%	1	9,1%	11	9,4%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100,0%</b>	<b>15</b>	<b>100,0%</b>	<b>33</b>	<b>100,0%</b>	<b>28</b>	<b>100,0%</b>	<b>22</b>	<b>100,0%</b>	<b>11</b>	<b>100,0%</b>	<b>117</b>	<b>100,0%</b>

Base: tous les répondants qui ont déjà ressenti des troubles de l'audition suite à la diffusion de musique amplifiée au cours d'évènements / dans des établissements (N=117, 'Pas de réponse': N=11)

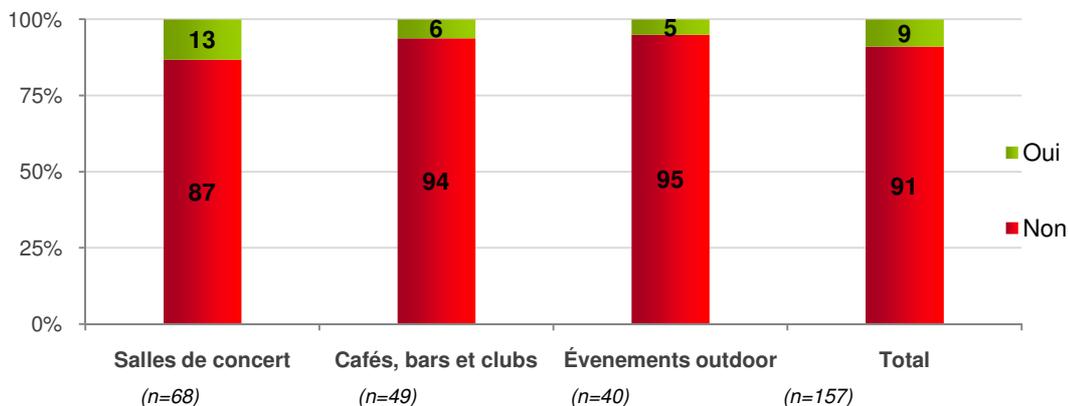
### 3.3.8 QUESTION 19 : AVEZ-VOUS DÉJÀ CONSULTÉ UN MÉDECIN SUITE À CES GÊNES / DOULEURS AUDITIVES ?

Parmi tous les répondants qui ont déjà ressenti une gêne suite à de la musique amplifiée lors d'un évènement, 9 % d'entre eux (N=14) ont dû consulter un médecin pour cette raison.

Sur ces 14 répondants, 8 ont plus de 45 ans, 4 ont plus de 34 ans et 2 ont entre 35 et 44 ans.

Résultats de l'enquête face à face

**Figure 21 : Avez-vous déjà consulté un médecin suite à des gênes / douleurs auditives suite à la diffusion de musique amplifiée à des niveaux élevés ? – par type de lieu**

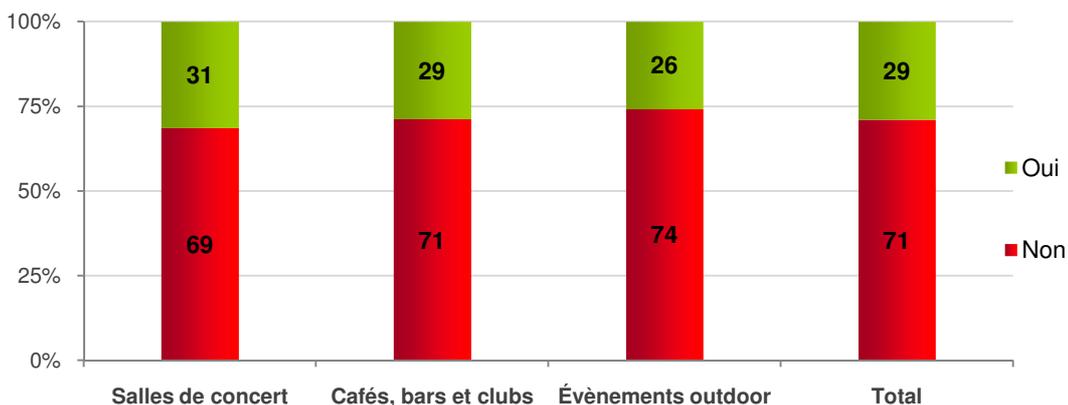


Base: tous les répondants qui ont déjà rencontrés des gênes suite à la diffusion de musique amplifiée au cours d'évènements / dans des établissements (N=157, 'Pas de réponse': N=5)

**3.3.9 QUESTION 20 : AVEZ-VOUS DÉJÀ QUITTÉ UN ÉVÈNEMENT / ÉTABLISSEMENT PARCE QUE LA MUSIQUE ÉTAIT TROP FORTE ?**

Cette question a été posée à tous les répondants qui avaient déjà assisté à un évènement musical. 29 % d'entre eux ont répondu par l'affirmative. La proportion la plus forte s'observe auprès du public de concerts intérieurs (31 %), et la plus faible auprès des participants à des événements outdoor (26 %).

**Figure 22 : Avez-vous déjà quitté un évènement / établissement parce que la musique était trop forte ? – par type de lieu**



Base: tous les répondants (N=414)

Plus le répondant est âgé, plus souvent il aura déjà quitté un évènement / établissement parce que le volume de la musique était trop élevée : les plus de 55 ans et les 35-44 ans l'ont fait significativement plus souvent que les 16-19 ans et les 20-24 ans (respectivement 51 % et 43 % contre 9 % et 15 %).

## Résultats de l'enquête face à face

### 3.3.10 QUESTION 21 : QUEL TYPE D'ÉVÈNEMENT / ÉTABLISSEMENT ÉTAIT-CE ?

Les cafés sont le type d'établissement le plus souvent quitté en raison du volume de la musique (46 %), suivis des salles de concert, des discothèques et des événements outdoor (24 % pour chacun).

Aucune différence n'est constatée en fonction de l'âge.

**Tableau 19 : Type d'évènement / établissement quitté en raison de la musique trop forte – par type de lieu (plusieurs réponses possibles)**

	Salles de concert		Cafés, bars et clubs		Évènements outdoor		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Un bar	17	32,7%	22	61,1%	16	51,6%	55	46,2%
Une salle de spectacles ou de concert	16	30,8%	4	11,1%	9	29,0%	29	24,4%
Une discothèque	15	28,8%	9	25,0%	5	16,1%	29	24,4%
Un évènement outdoor – festival	17	32,7%	7	19,4%	4	12,9%	28	23,5%
Autre	4	7,7%	2	5,6%	0	0,0%	6	5,0%
<b>Total</b>	<b>52</b>		<b>36</b>		<b>31</b>		<b>119</b>	

Base: répondants qui ont quitté un évènement / établissement parce que la musique était trop forte (N=119, 'Pas de réponse': N=1)

#### Aperçu des « autres réponses » non encodées : N=6

1. Carnaval
2. Le quartier
3. Fête dansante
4. Soirée entre amis
5. Tambour du Bronx
6. Un cinéma

### 3.3.11 QUESTIONS 22 À 24 : DE MANIÈRE GÉNÉRALE, AVEZ-VOUS DÉJÀ ÉTÉ AVEC DES ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS DANS DES ÉVÈNEMENTS / ÉTABLISSEMENTS DIFFUSANT DE LA MUSIQUE AMPLIFIÉE ?

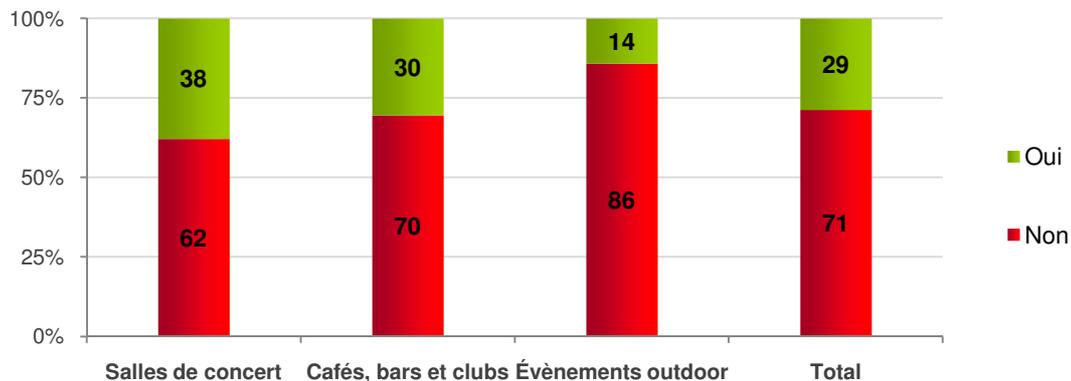
Près de 3 répondants sur 10 (29 %) ont déjà été avec des enfants de moins de 12 ans (les leurs ou ceux de quelqu'un d'autre) dans des événements / établissements diffusant de la musique amplifiée.

Selon la répartition par âge, nous notons la plus forte proportion chez les 35-44 ans (49 %) suivie de celle des 45-54 ans (36 %).

Les répondants interrogés dans une salle de concert, un bar ou un café ont déjà fréquenté un événement musical avec des enfants de moins de 12 ans significativement plus souvent que les participants à des événements outdoor (respectivement 38 % et 30 % contre 14 %).

Résultats de l'enquête face à face

**Figure 23 : Avez-vous déjà été avec des enfants < 12 ans dans des évènements / lieux de spectacles / établissements diffusant de la musique amplifiée ? – par type de lieu**



Base: tous les répondants (N=414)

Quant à savoir si des mesures de protection pour leur audition ont été prises, 56 % ont répondu que non. Plus le répondant est jeune, moins il aura tendance à prendre de telles mesures.

Si des mesures ont été prises (N=52), il s'agissait de bouchons d'oreilles (N=38) et d'un casque (N=17).

### 3.4 Action des pouvoirs publics

#### 3.4.1 QUESTION 25 : QUELLES ACTIONS AIMERIEZ-VOUS QUE LES POUVOIRS PUBLICS METTENT EN ŒUVRE CONTRE LES NIVEAUX SONORES EXCESSIFS DE LA MUSIQUE AMPLIFIÉE DIFFUSÉE DANS LES ÉTABLISSEMENTS ET LES ÉVÈNEMENTS À BRUXELLES ?

6 répondants sur 10 ont donné une ou plusieurs réponses (pertinentes) à cette question « ouverte ».

Les actions citées ont été encodées dans 8 grandes catégories de réponse.

Les deux actions les plus citées sont : proposer des protections auditives (gratuites) lors d'événements musicaux (39 %) ainsi que réglementer et contrôler le volume maximal (33 %). 17 % des répondants souhaitent également être mieux informés et sensibilisés.

**Tableau 20 : Des actions que les pouvoirs publics doivent mettre en œuvre contre les niveaux sonores excessifs de la musique amplifiée diffusée dans les établissements et les événements à Bruxelles – par type de lieu**

	Salles de concert		Cafés, bars et clubs		Évènements outdoor		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Proposer des protections auditives (gratuites) lors d'évènements musicaux	40	37,4%	37	44,0%	20	34,5%	97	39,0%
Réglementer et contrôler le volume maximal	34	31,8%	25	29,8%	23	39,7%	82	32,9%
Mieux informer et sensibiliser les gens	19	17,8%	15	17,9%	7	12,1%	41	16,5%
Laisser la responsabilité chez l'organisateur / l'exploitant	15	14,0%	4	4,8%	3	5,2%	22	8,8%
Mettre une dernière limite d'heure à la diffusion de la musique amplifiée	3	2,8%	3	3,6%	3	5,2%	9	3,6%
Investir dans un meilleur équipement audio et une meilleure isolation acoustique sur des événements / établissements	3	2,8%	1	1,2%	2	3,4%	6	2,4%
Limiter les nuisances sonores globales et être plus sévère	2	1,9%	2	2,4%	1	1,7%	5	2,0%
Une intervention policière plus rapide en cas de nuisances sonores suite à la diffusion de la musique amplifiée	1	0,9%	3	3,6%	0	0,0%	4	1,6%
<b>Total</b>	<b>107</b>		<b>84</b>		<b>58</b>		<b>249</b>	

Le top 3 des actions citées s'observe auprès des répondants entre 25 et 54 ans ainsi qu'auprès du groupe le plus jeune (16-19 ans). Les 20-24 ans et les plus de 55 ans proposent le plus souvent une action relative à la réglementation et au contrôle du volume maximal, ensuite la distribution de protections auditives gratuites ainsi qu'une meilleure information du public au sujet des conséquences sur l'audition.

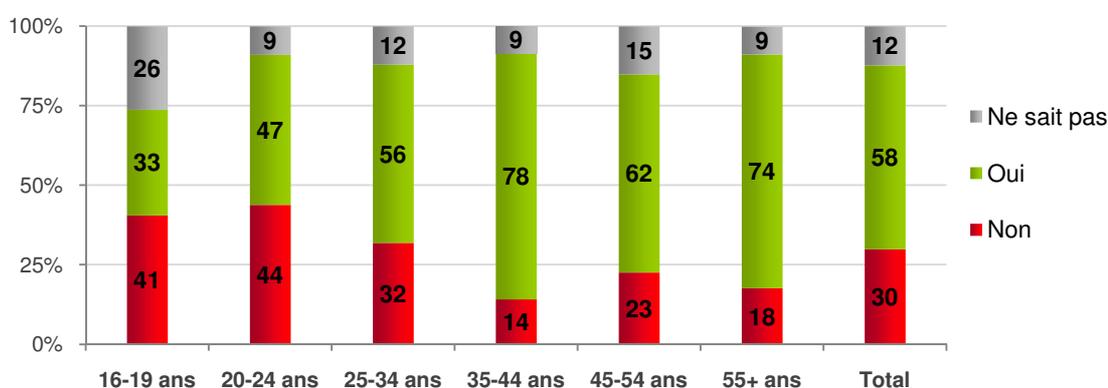
Résultats de l'enquête face à face

### 3.4.2 QUESTION 26 : SELON VOUS, LES NIVEAUX SONORES DANS LES ÉTABLISSEMENTS DIFFUSANT DE LA MUSIQUE DOIVENT-ILS ÊTRE RÉGLEMENTÉS ?

58 % des répondants ont répondu par l'affirmative, 30 % estiment que ce n'est pas nécessaire et 12 % ne savent pas.

En fonction de l'âge, nous constatons que les 35-44 ans et les plus de 55 ans estiment significativement plus souvent que les 16-19 ans, 20-24 ans et 25-34 ans que les niveaux sonores doivent être réglementés : respectivement 78 % et 74 % contre 33 %, 47 % et 56 %.

**Figure 24 : Selon vous, les niveaux sonores dans les établissements diffusant de la musique doivent-ils être réglementés ? – par âge**

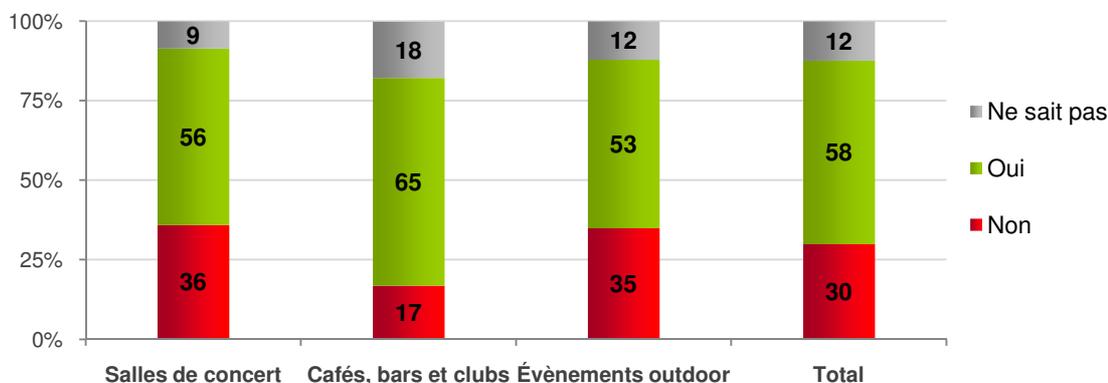


Base: tous les répondants (N=405, 'Pas de réponse': N=9)

La répartition par type de lieu révèle que le public des concerts et les participants à des événements outdoor pensent significativement plus que les clients de cafés qu'il ne faut pas de réglementation en la matière : respectivement 36 % et 35 % contre 17 %.

Il semblerait que ceux qui fréquentent un café, un bar ou une discothèque sont plus incommodés par la musique à volume élevé que ceux qui se rendent à un concert ou à un événement outdoor ; les clients de cafés citent également significativement plus souvent des problèmes de communication en raison d'un volume trop élevé.

**Figure 25 : Selon vous, les niveaux sonores dans les établissements diffusant de la musique doivent-ils être réglementés ? – par type de lieu**



Base: tous les répondants (N=405, 'Pas de réponse': N=9)

## Conclusions

# 4. CONCLUSIONS

## 4.1 Mission

La Région de Bruxelles travaille sur un projet d'arrêté fixant de nouvelles conditions pour la diffusion de musique amplifiée électroniquement dans des établissements accessibles au public dans la Région de Bruxelles-Capitale.

C'est dans ce contexte que Bruxelles Environnement souhaite effectuer une enquête auprès du public qui se rend régulièrement dans les nombreux espaces publics diffusant de la musique amplifiée.

Les objectifs de l'enquête :

- identifier les habitudes des amateurs de musique en termes d'écoute de musique amplifiée (lieux, fréquence d'exposition, etc.) ;
- cerner leur ressenti niveaux, douleur, conséquences néfastes, etc.) ;
- évaluer leur compréhension des conséquences de la musique amplifiée sur la santé (bourdonnements, stress, etc.) ;
- connaître leur opinion quant aux actions à mettre en place par les pouvoirs publics.

## 4.2 Méthodologie

- L'échantillon de cette enquête de terrain se compose du public qui se rend dans les nombreux endroits publics de la Région de Bruxelles-Capitale où de la musique amplifiée est diffusée : en intérieur (salles de concert, cafés, discothèques, bars, etc.) et en extérieur (scènes en plein air, festivals), et ce, au cours de la période pendant laquelle l'enquête s'est déroulée, à savoir de la première semaine de mai jusqu'à la première semaine de juillet incluse.  
Deux critères restrictifs ont été fixés : (1) les répondants devaient être âgés d'au moins 16 ans et (2) devaient bien aimer écouter de la musique amplifiée.
- Par *musique amplifiée* s'entend toute musique amplifiée de manière électronique (ex. : haut-parleurs, instruments électriques, microphones).  
Bien évidemment, la musique amplifiée concerne tous les types de musique : électronique, house, heavy metal, rock & roll, comédie musicale, pop, jazz, blues ou encore musique contemporaine.
- La méthode utilisée pour l'enquête était l'enquête face à face.
- Un échantillon de N=400 enquêtes rapportées a été prévu pour la totalité des visiteurs de tous les types de lieux et d'établissements mais aussi de genres musicaux.  
Des quotas ont également été prévus par type d'évènement (intérieur ou extérieur), genre musical (pop, électro, etc.) et lieu de l'évènement (salle de concert, discothèque, café, vènement en plein air, etc.).  
Au total, 414 enquêtes ont été réalisées.
- Le questionnaire a été rédigé en étroite collaboration avec Bruxelles Environnement. La première partie du questionnaire comprend des questions générales : où, quand, à quelle fréquence et pour quelle(s) raison(s) aime-t-on écouter de la musique (amplifiée). Les questions suivantes concernent l'impact d'une musique amplifiée sur la santé ainsi que sur l'information au sujet des conséquences sur la santé, les actions à mettre en œuvre et la réglementation concernant la protection contre la musique amplifiée à haut volume dans les établissements et évènements bruxellois.

## Conclusions

### 4.3 Profil des répondants

- L'échantillon se compose de 43% de femmes et de 57% d'hommes.
- 60 % des répondants ont moins de 35 ans ; 32 % ont entre 35 et 54 ans et 8 % ont plus de 55 ans. L'âge moyen de l'échantillon est de 33 ans.
- Trois répondants sur cinq ont un diplôme de l'enseignement supérieur.
- 68 % des sondés exercent un métier.
- Près de 7 répondants sur 10 (69 %) habitent dans la Région de Bruxelles-Capitale. 16 % viennent de la Région flamande (dont 10 % du Brabant flamand), 12 % habitent en Région wallonne (dont 4 % des provinces de Liège et du Hainaut et 3 % du Brabant wallon). 3 % de l'échantillon provient de l'étranger.

### 4.4 Résultats de l'enquête face à face

#### 4.4.1 PRATIQUES DE LA MUSIQUE (GÉNÉRALITÉS)

- 96 % des répondants écoutent de la musique chez eux. Le top 5 des lieux où les répondants écoutent de la musique : en soirée chez des amis (69 %), dans les salles de concerts et de spectacles (67 %), durant leurs déplacements (66 %) et dans les bars (65 %).  
Il n'y a pas de grandes différences entre les différentes catégories d'âge.
- 87 % de l'échantillon écoute de la musique tous les jours (N=356). Plus le répondant est jeune, plus il écoute de la musique fréquemment : 95 % des 16-19 ans et 96 % des 20-24 ans écoutent de la musique tous les jours contre 79 % des 45-55 ans et 77 % des plus de 55 ans.  
87 % de ceux qui écoutent de la musique chaque jour le font pendant plus d'une heure ; nous faisons ce constat pour la quasi totalité des groupes d'âge, et cette proportion s'élève même à 92 % pour les plus de 55 ans.
- Quant à savoir pourquoi ils écoutent de la musique, 77 % ont répondu pour se détendre et 59 % pour le plaisir. Deux autres raisons souvent citées : pour faire la fête (40 %) et par passion (30 %). Plus le répondant est âgé, plus il écoute de la musique pour se détendre et moins par passion.
- Un petit peu plus de la moitié des répondants aiment écouter de la musique à volume élevé (52 %) contre 11 % pour qui ce n'est pas le cas. Nous notons ici un score moyen de 3,6 sur 5.  
En ce qui concerne la répartition par âge (en pourcentage et en moyenne), il ressort que plus le répondant est jeune, plus il aime écouter de la musique à volume élevé.
- 6 répondants sur 10 se rendent à l'évènement ou dans l'établissement en question pour la musique. 31 % pour les contacts sociaux, 13 % pour se détendre et pour l'ambiance et 9 % pour boire un verre et/ou pour prendre l'apéro.
- 39 % de tous les sondés ont fréquenté moins de 5 évènements / établissements diffusant de la musique amplifiée au cours des 3 derniers mois. 33 % en ont fréquenté entre 5 et 10 et 18 % entre 10 et 15. 10 % d'entre eux en ont fréquenté plus de 15.  
En ce qui concerne la répartition par âge, il ressort qu'au cours des trois derniers mois les trois catégories les plus âgées ont fréquenté des évènements / établissements diffusant de la musique amplifiée considérablement moins souvent que les catégories plus jeunes.

**Conclusions****4.4.2 IMPACTS SUR LA SANTÉ**

- Un petit peu plus d'un quart des répondants (28 %) ont déjà été gênés par le niveau sonore de la musique alors qu'ils fréquentaient un événement ou un établissement.

Par rapport à l'âge, les jeunes ont déjà ressenti une telle gêne proportionnellement moins souvent que les plus âgés : respectivement 23 % des 16-24 ans contre 31 % des plus de 45 ans.

Les lieux où ces gênes ont été ressenties étaient d'abord les cafés (41 %), puis les salles de concert et de spectacles (36 %) et/ou les discothèques (31 %).

Le niveau sonore de la musique rendait en premier lieu la communication difficile (79 %) et pour 43 % des répondants, la gêne était physique. Nous ne constatons aucune différence par âge.

- 86 % des répondants pensent qu'une exposition à des niveaux élevés de musique amplifiée peut avoir des effets sur la santé.  
Plus le répondant est jeune, moins c'est le cas : 85% pour les 16-19 ans, 72% pour les 20-24 ans, 82% pour les 25-34 ans.

- Près de 8 répondants sur 10 (79 %) affirment avoir été informés sur les effets négatifs sur la santé de la musique amplifiée à volume élevé.  
Plus le répondant est âgé, plus c'est le cas : 67 % pour les 16-19 ans contre 83 % pour les plus de 55 ans.

- 1 répondant sur 5 a utilisé ses (propres) protections auditives au cours des 3 derniers mois dans les établissements ou lors des événements qu'ils ont fréquentés.  
Plus le répondant est jeune, moins il les utilise : 14 % pour les catégories les plus jeunes contre 29 % des 35-44 ans et des 45-54 ans.

- Il a été demandé aux répondants qui ont utilisé leurs propres protections auditives au cours des trois derniers mois où et à quelle fréquence ils l'avaient fait.  
Les salles de concert et de spectacle sont les lieux où les répondants ont le plus utilisé leurs propres protections auditives (45 %).  
Les lieux où ils les utilisent rarement voire jamais sont chez eux (89 %) ainsi que les bars et cafés (88 %).

- 4 répondants sur 10 ont déjà été gênés ou ont ressenti des douleurs auditives suite à la diffusion de musique amplifiée au cours d'événements / dans des établissements.  
Plus le répondant est âgé, plus souvent il a déjà ressenti une gêne.

Les troubles de l'audition sont la gêne la plus souvent ressentie (84 %). En deuxième place et loin derrière, des maux de tête (26 %) suivis par des difficultés de communication (19 %).

Il n'y a aucune différence en fonction de l'âge au niveau des gênes ressenties.

- Les bourdonnements sont le type de troubles de l'audition le plus souvent ressentis (49 %). 33 % des répondants citent ensuite les acouphènes et 24 % les sifflements.  
Les bourdonnements sont davantage cités par les catégories plus âgées alors que les sifflements et les acouphènes ressortent plus auprès des plus jeunes.

Parmi tous les répondants qui ont déjà ressenti une gêne suite à de la musique amplifiée lors d'un événement, 9 % d'entre eux (N=14) ont dû consulter un médecin pour cette raison.

**Conclusions**

- 29 % des répondants ont déjà quitté un évènement / établissement parce que la musique était trop forte.

Plus le répondant est âgé, plus c'est le cas.

Les cafés sont le type d'établissement le plus souvent quitté en raison du volume de la musique (46 %), suivis des salles de concert, les discothèques et les évènements outdoor (chaque fois 24 %). Aucune différence n'est constatée en fonction de l'âge.

- Près de 3 répondants sur 10 (29 %) ont déjà été avec des enfants de moins de 12 ans (les leurs ou ceux de quelqu'un d'autre) dans des évènements / établissements diffusant de la musique amplifiée.

Quant à savoir si des mesures de protection pour leur audition ont été prises, 56 % ont répondu que non. Plus le répondant est jeune, moins il aura tendance à prendre de telles mesures.

Si des mesures ont été prises (N=52), il s'agissait de bouchons d'oreilles (N=38) et d'un casque (N=17).

**4.4.3 ACTION DES POUVOIRS PUBLICS**

- 60 % des répondants ont proposé une ou plusieurs actions (pertinentes) que les pouvoirs publics devraient mettre en œuvre contre les niveaux sonores excessifs de la musique amplifiée diffusée dans les établissements et les évènements à Bruxelles. Les actions citées ont été encodées dans 8 grandes catégories de réponse.

Les deux actions les plus souvent citées : proposer des protections auditives (gratuites) lors d'évènements musicaux (39 %) ainsi que réglementer et contrôler le volume maximal (33 %). 17 % des répondants souhaitent également être mieux informés et sensibilisés.

- 58 % des répondants pensent que les niveaux sonores dans les établissements diffusant de la musique amplifiée doivent être réglementés, 30 % estiment que ce n'est pas nécessaire et 12 % ne savent pas.

En fonction de l'âge, nous constatons que les 35-44 ans et les plus de 55 ans estiment significativement plus souvent que les 16-19 ans, 20-24 ans et 25-34 ans que les niveaux sonores doivent être réglementés : respectivement 78 % et 74 % contre 33 %, 47 % et 56 %.

## 5. ANNEXE : QUESTIONNAIRE

Lieu de l'enquête : ..... Evènement / Etablissement : .....  
Date : ..... Enquêteur : .....

Bonjour je m'appelle ...., je travaille pour M.A.S., un bureau d'études de marché indépendant. Nous menons actuellement une enquête à la demande de Bruxelles Environnement (IBGE). L'enquête portera sur les habitudes et pratiques du public en termes d'écoute de musique amplifiée ainsi que sur la perception des risques qui y sont liés. Auriez-vous +/-10 minutes à m'accorder pour répondre à quelques questions ?

**Je vous remercie pour votre participation.**

### 1. GÉNÉRALITÉS ET SANTÉ

1. **Quel est votre âge ?** ENQ. : Noter clair, puis coder – < 16 ans => pas d'enquête !!!
- |                      | 16-19                      | 20-24                      | 25-34                      | 35-44                      | 45-54                      | 55-64                      | 65+                        |
|----------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <input type="text"/> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> |

2. **Aimez-vous écouter de la musique amplifiée ?**

*ENQ. : Dans ce questionnaire, on entend par musique, la musique qui est amplifiée à l'aide d'un dispositif électronique (ex : hauts parleurs, instrument électrique, micro)*

- 1  OUI —> **Q. 3**  
2  NON —> **Stop enquête**

3. **Etes-vous musicien(ne) amateur ou professionnel ?** 1  OUI 2  NON

4. **Où écoutez-vous de la musique ? Est-ce ... ?** ENQ. : Lire – Plusieurs réponses possibles

- |  |  |
|--|--|
| 1 <input type="checkbox"/> A la maison   | 6 <input type="checkbox"/> Dans les bars           |
| 2 <input type="checkbox"/> Lors de mes déplacements<br>(voiture, vélo, transports en commun, marche) | 7 <input type="checkbox"/> Dans les discothèques   |
| 3 <input type="checkbox"/> Au travail  | 8 <input type="checkbox"/> En faisant du sport     |
| 4 <input type="checkbox"/> Dans les salles de spectacles et de concerts                              | 9 <input type="checkbox"/> En soirée chez des amis |
| 5 <input type="checkbox"/> Autre ( <b>préciser</b> ) : .....   |  |

**5. Combien de fois par semaine en moyenne écoutez-vous de la musique ? Et combien de temps : moins d'une heure ou une heure ou plus ?** ENQ. : Lire – Une seule réponse

- |   |                          |                               |   |                          |       |                          |       |
|---|--------------------------|-------------------------------|---|--------------------------|-------|--------------------------|-------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | 1 fois par semaine            | → | <input type="checkbox"/> | < 1 h | <input type="checkbox"/> | ≥ 1 h |
| 2 | <input type="checkbox"/> | Entre 1 et 5 fois par semaine | → | <input type="checkbox"/> | < 1 h | <input type="checkbox"/> | ≥ 1 h |
| 3 | <input type="checkbox"/> | Tous les jours                | → | <input type="checkbox"/> | < 1 h | <input type="checkbox"/> | ≥ 1 h |
- 

**6. Pour quelle(s) raison(s) écoutez-vous de la musique ?** ENQ. : Ne pas lire – Plusieurs réponses possibles

- |   |                          |                             |    |                          |   |
|---|--------------------------|-----------------------------|----|--------------------------|---|
| 1 | <input type="checkbox"/> | Pour me détendre            | 6  | <input type="checkbox"/> | Pour m'isoler (concentration, masquer le bruit ambiant) |
| 2 | <input type="checkbox"/> | Pour faire la fête          | 7  | <input type="checkbox"/> | Pour le plaisir / le loisir                             |
| 3 | <input type="checkbox"/> | Pour avoir un fond sonore   | 8  | <input type="checkbox"/> | Par passion   |
| 4 | <input type="checkbox"/> | Pour m'endormir             | 9  | <input type="checkbox"/> | Pour me cultiver  |
| 5 | <input type="checkbox"/> | Pour me donner de l'énergie | 10 | <input type="checkbox"/> | Autre ( <b>préciser</b> ) : .....                       |
- 

**7. Dans quelle mesure – sur une échelle de 1 à 5 – aimez-vous écouter de la musique à volume élevé ?**

1 = Pas du tout ; 5 = Vraiment beaucoup.

- |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Pas du tout              |                          | ←→                       |                          | Vraiment beaucoup        |
| 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
| <input type="checkbox"/> |
- 

**8. Pour quelle(s) raison(s) venez-vous ici (à cet endroit) ?** ENQ. : Ne pas lire – Plusieurs réponses possibles

- |   |                          |                                   |
|---|--------------------------|-----------------------------------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | Musique                           |
| 2 | <input type="checkbox"/> | Se sociabiliser                   |
| 3 | <input type="checkbox"/> | Autre ( <b>préciser</b> ) : ..... |
- 

**9. Combien d'évènements / établissements diffusant de la musique amplifiée, avez-vous fréquentés au cours des 3 derniers mois ?** ENQ. : Un même lieu peut être compté plusieurs fois

- |   |                          |               |   |                          |                |
|---|--------------------------|---------------|---|--------------------------|----------------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | Moins de 5    | 3 | <input type="checkbox"/> | Entre 10 et 15 |
| 2 | <input type="checkbox"/> | Entre 5 et 10 | 4 | <input type="checkbox"/> | Plus de 15     |
- 

**10. Parmi ces évènements, avez-vous été gêné au moins une fois par le niveau sonore de la musique ?**

- |   |                          |             |   |                          |             |
|---|--------------------------|-------------|---|--------------------------|-------------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | OUI → Q. 11 | 2 | <input type="checkbox"/> | NON → Q. 13 |
|---|--------------------------|-------------|---|--------------------------|-------------|
- 

**11. Si oui : où – dans quels types d'évènements/établissements alors ?**

ENQ. : Ne pas lire – Plusieurs réponses possibles

- |   |                          |  |   |                          |                                   |
|---|--------------------------|--|---|--------------------------|-----------------------------------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | Dans les salles de spectacles et de concerts | 3 | <input type="checkbox"/> | Dans les discothèques             |
| 2 | <input type="checkbox"/> | Dans les bars                                | 4 | <input type="checkbox"/> | Autre ( <b>préciser</b> ) : ..... |





### 3. CARACTÉRISTIQUES PERSONNELLES

27. Vous êtes ...?      1  Un homme      2  Une femme

28. Quel est votre code postal ?

29. Quel est votre plus haut diplôme d'étude ?

- |  |   |
|--|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Primaire  | 5 <input type="checkbox"/> Secondaire professionnel supérieur |
| 2 <input type="checkbox"/> Secondaire général, technique ou artistique inférieur | 6 <input type="checkbox"/> Supérieur non universitaire        |
| 3 <input type="checkbox"/> Secondaire général, technique ou artistique supérieur | 7 <input type="checkbox"/> Universitaire                      |
| 4 <input type="checkbox"/> Secondaire professionnel inférieur                    |   |

30. Exercez-vous une activité professionnelle ?      1  OUI      2  NON

**REMARQUES REpondant**

.....

.....

.....

**L'enquête est à présent terminée,  
Je vous remercie pour votre participation.**