

**Les pratiques et consommations culturelles en  
Communauté française.  
Un état des lieux.**

Rapport final.  
Mai 2006.

**Recherche menée par**

Le Groupe de Recherche Sociologique-Action-Sens (GReSAS),  
Les Facultés universitaires catholiques de Mons (FUCaM)

Le Centre de Sociologie de l'Éducation, Université libre de Bruxelles (ULB)

IHECS Formation, Institut des hautes Etudes des Communications sociales,  
Haute Ecole Galilée (Département social)

**et dirigée par**

Frédéric Moens, sociologue

<b>Table des matières</b>
---------------------------

<b>I. Cadre de l'étude</b>	p.2
I.1. La demande et l'objectif de la recherche	p.2
I.2. Vers une définition des pratiques et consommations culturelles	p.4
I.3. Listing du champ d'application (les activités sélectionnées)	p.6
<b>II. Une profusion de données secondaires</b>	p.9
II.1. Présentation rapide de l'origine des données	p.9
II.2. Analyse critique des données secondaires	p.16
II.3. Une synthèse de ces données secondaires : « le francophone moyen »	p.24
II.4. Guide de lecture du listing complet (repris en annexe) des données secondaires	p.38
<b>III. Une revue de la littérature</b>	p.40
III.1. L'origine de la réflexion critique sur les pratiques culturelles	p.42
III.2. Une vision contemporaine des pratiques culturelles : du déterminisme social à « la culture des individus »	p.45
III.3. Une synthèse est-elle possible ?	p.47
III.4. Références	p.48
<b>IV. La parole aux opérateurs</b>	
IV.1. L'intérêt de l'administration (analyse des <i>focus groups</i> )	p.50
IV.2. L'ouverture des prescripteurs (analyse des entretiens)	p.55
IV.3. Synthèse des convergences et divergences	p.59
<b>V. Recommandations et conclusions</b>	
V.1. Vers une enquête extensive (raison d'être, champs d'application, pistes de questions)	p.61
V.2. Mise en perspective finale	p.66
<b>Annexes</b>	
i. Abréviations	p.1
ii. Relevé analytique complet des données secondaires	p.3
iii. Bibliographie sélective	p.100

## **I. Cadre de l'étude**

Avant d'aborder les résultats de notre étude préliminaire à une éventuelle enquête de grande envergure sur les pratiques et consommations culturelles en Communauté française, il importe d'en rappeler le contexte et la portée, ainsi que de poser les principales balises de sa réalisation.

### **I.1. La demande et l'objectif de la recherche**

Selon les termes du cahier des charges établi par l'Observatoire des Politiques culturelles (OPC), la présente étude est censée répondre aux attentes suivantes :

1. le repérage analytique des productions de nature quantitative (études et statistiques) et qualitatives relatives aux pratiques et consommations culturelles en Communauté française ;
2. le commentaire synthétique portant sur les principaux modèles d'interprétation des pratiques culturelles identifiés dans la littérature scientifique ;
3. des recommandations visant à déterminer les caractéristiques, volets et types de questionnement, d'une enquête générale ou partielle permettant de dresser un portrait général des pratiques et consommations culturelles de la population francophone de la Communauté française.

Outre les relevés quantitatifs et qualitatifs des productions et de la littérature, l'OPC formule des attentes en termes de recommandations visant à organiser dans une phase ultérieure une enquête générale sur les pratiques et consommations culturelles, dans l'hypothèse où les données récoltées ne donneraient qu'une vision partielle, insuffisamment représentative, surannée voire erronée des pratiques et consommations culturelles aujourd'hui en Communauté française de Belgique.

Faute d'une approche transversale dans les enquêtes et études antérieures, nous avons été dans l'impossibilité de dresser un portrait fidèle et cohérent du consommateur culturel en Communauté française. Certes, il était possible de profiler au moins partiellement ce consommateur en tant que lecteur, mélomane ou spectateur, par exemple. Mais jamais ces pôles d'intérêt n'avaient été abordés de manière coordonnée ou « transversalisée » auparavant.

Un profil culturel du « francophone moyen » a néanmoins été ébauché, dans toute son incomplétude et dans toutes ses contradictions, sur la base des données secondaires récoltées. Ce profil, à défaut de fournir une information éclairante pour les orientations futures des politiques culturelles, met au moins en lumière les carences et les inconsistances dans les informations recueillies à ce jour et permet d'identifier tant des angles d'approche que des

espaces-temps de vie culturelle jusqu'alors inexplorés. L'objectif déclaré de cet impossible profilage consiste bien sûr à nourrir la réflexion prospective en vue de l'élaboration d'un questionnaire de grande ampleur destiné à mettre à jour les résultats de l'enquête antérieure, vieille de plus de vingt ans (cf. infra).

En plus de la récolte des données quantitatives secondaires, un travail plus qualitatif était attendu sous la forme d'entretiens collectifs par *focus groups* auprès des responsables culturels au sein de la Communauté française de Belgique, notamment la Direction générale de la Culture et le Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias, ainsi que d'interviews individuelles réalisées auprès de prescripteurs, producteurs et intermédiaires culturels en Communauté française.

La cahier des charges précise une autre attente quant à l'examen critique et ciblé de la littérature scientifique pertinente sur le thème des pratiques et consommations culturelles, sous l'angle de la sociologie et de l'économie. On verra plus loin que ce travail met en lumière le peu d'ouvrages spécifiquement consacrés au sujet. Il en ressort essentiellement que la vision bourdivine d'un relatif déterminisme culturel (Bourdieu, 1979) se trouve aujourd'hui nuancée voire critiquée par Lahire qui semble voir dans la multiplicité des pratiques culturelles d'aujourd'hui l'illustration du processus de construction et de distinction des individus (Lahire, 2004).

Enfin, le cahier des charges formule une attente claire quant à la proposition de pistes et de recommandations dans la perspective d'une future grande enquête sur les pratiques et consommations culturelles en Communauté française, censée mettre à jour les résultats obtenus à l'issue de l'enquête de 1985-86.

Sur ce plan, nous insisterons sur la nécessité de construire un questionnaire qui réponde à des critères de comparabilité par rapport à l'enquête antérieure et par rapport à des enquêtes similaires réalisées notamment chez nos voisins français.

Des préconisations seront également formulées sur la fréquence de répétition de tout ou partie de cette enquête et sur la nécessité de mettre en place une forme de veille destinée à identifier les pratiques culturelles les plus versatiles et les plus exposées au risque d'obsolescence.

Nous proposerons également l'adjonction de questions relatives aux pratiques et consommations culturelles peu ou pas couvertes par l'enquête de 1985-86.

Certaines pratiques pourraient faire l'objet d'une analyse plus qualitative et ciblée, répétée à une fréquence plus soutenue, débouchant sur un réglage fin entre les attentes du consommateur culturel et l'offre des prescripteurs, inspirée par le modèle bidirectionnel symétrique (*two-way symmetrical model*) de James Grunig (Grunig, 1984).

Enfin, une plus grande transversalité des profils de consommateurs culturels devrait pouvoir se dégager de la future enquête, ainsi qu'une identification régionale (Wallonie ou région de Bruxelles Capitale) claire.

## **I. 2. Vers une définition des pratiques et consommations culturelles**

Dans la présente étude, les pratiques et consommations culturelles seront considérées dans un sens volontairement large. Nous nous alignons sur la conception de la culture telle que l'ont établie la sociologie depuis près de 40 ans et l'anthropologie depuis sa fondation : la culture est l'intégralité des actions choisies par les individus.

Dans cette optique, les pratiques et consommations culturelles concernées sont examinées dans toute leur multiplicité : tous les moments de « temps choisi » occupés d'une manière particulière entrent dans le champ de notre étude. Le fait que le temps consacré à toute activité le sera au détriment d'une autre justifie cette approche étendue. A titre d'exemple, le pêcheur qui consacre 7 heures 30 chaque samedi à son activité, ne peut s'adonner à d'autres pratiques culturelles pendant ce temps.

Les pratiques et consommations culturelles ont été structurées sous forme d'une liste qui se veut aussi exhaustive que possible.

Nous avons fait en sorte que, d'une part, cette liste suive, dans ses grandes lignes, la structure des sujets abordés par l'étude de 1985-1986 afin de dégager des éléments essentiels de comparaison. Mais nous l'avons aussi ouverte et adaptée à la situation actuelle et nouvelle des pratiques et consommations culturelles.

Ainsi, les spectacles d'opérette, de danses folkloriques ou de music-hall et la fréquentation des bals publics ne sont plus repris comme des activités à identifier individuellement. A l'inverse, un nouveau et large chapitre a été développé autour de l'utilisation de l'Internet. Un autre chapitre, moins important, a été introduit pour les consoles de jeux, les jeux vidéo et les jeux sur l'Internet. Il est intéressant de souligner que, par contraste, dans l'étude de 1985-86, l'informatique faisait l'objet d'une seule ligne dans une unique question ! Une autre introduction liée à l'évolution des nouveaux équipements est celle d'une section sur les DVD et vidéo, presque inexistante dans l'ancienne étude.

Certains sujets particulièrement « vieillissants » ont disparu de la liste, particulièrement dans la section des hobbies où nous n'avons pas repris, par exemple, la tenderie, la construction de maquettes ou le petit élevage.

Nous avons par ailleurs introduit deux sections qui n'étaient pas reprises dans l'étude de 1985-86 mais qui ont paru intéressantes à identifier comme pratiques culturelles : les activités liées au tourisme, les excursions et voyages courts, de même que les activités sociales, d'engagement et de participation (ces dernières apparaissaient très brièvement sous la section « sorties – réunions »).

Nous avons en outre choisi de prendre certaines orientations qui nous semblaient plus parlantes, mettant par exemple en regard la pratique individuelle et la formation, dans les domaines de la musique, la danse, l'artisanat... Il est d'ailleurs étonnant de remarquer que l'éducation et la formation continue n'apparaissaient pas dans l'ancienne étude.

Le point de vue adopté dans le présent rapport se rapprochera tant que faire se peut celui du « consommateur » culturel, que sa consommation soit spontanée ou sollicitée, qu'elle corresponde à une volonté psychologique ou pas, que la consommation soit monétarisée ou non.

Nous serons par ailleurs attentifs à certaines notions particulièrement significatives et déjà plus ou moins bien mises en lumière par la dernière étude : le caractère partagé ou individuel des pratiques ; le caractère domestique ou extérieur de celles-ci ; la notion de production (« activité de prosommation » dans l'ancienne étude) ou de pratique et celle de consommation ; les notions de formation, d'investissement personnel, d'engagement ; la dépendance à un matériel ou un équipement...

Ainsi, l'étude de 1985-86 faisait déjà apparaître une nette différenciation entre les pratiques généralisées (loisirs casaniers et loisirs extérieurs de sociabilité) touchant de manière à peu près égale les différentes catégories sociales et les pratiques hiérarchisées (loisirs casaniers informatifs et activités extérieures relatives, par exemple, aux beaux arts, ou encore les activités sportives) à la pénétration différente d'une catégorie à l'autre (Delruelle, 1987).

Il importe également de souligner la part croissante que prennent les activités culturelles prestées par des tiers peu ou pas structurés, souvent bénévolement, à des fins de sociabilité d'une part et les activités de prosommation (Toffler, 1980).

La prosommation va de pair avec l'augmentation de la puissance et de la portabilité des technologies de l'information et de la communication. Elle rappelle les habitudes pré-industrielles qui consistaient à produire soi-même ou avec des amis ce dont on a envie, désormais à l'aide d'outils performants, à l'image du podcasting ou des plates-formes contributives telles l'encyclopédie en ligne Wikipédia, les blogs et les forums sur l'Internet.

Faut-il y voir pour autant une mutation socioculturelle lourde dans le sens de l'augmentation de l'informalité ? Une autre grande question reste ouverte : l'augmentation des activités productives, notamment culturelles, hors travail et l'accentuation du rôle du secteur informel s'inscrivent-elles dans la vision bourdivine (Bourdieu, 1979) d'une plus grande dualisation de la société ou illustrent-elles un processus de construction et de distinction de l'individu d'aujourd'hui, comme le soutient Lahire (Lahire, 2004) ?

On le voit, toute tentative de définition ou même de circonscription des pratiques et consommations culturelles entraîne inévitablement l'ouverture de zones et de voies d'investigation nouvelles. Sommes toutes, il s'agit là d'une illustration supplémentaire de la grande multidimensionnalité du phénomène culturel dont, à n'en pas douter, la présente étude apportera la confirmation

### **I. 3. Listing du champ d'application (les activités sélectionnées)**

1. Temps et budgets consacrés à la culture
2. Loisirs médiatiques et domestiques :
  - 2.1. radio
    - 2.1.1. l'écoute
    - 2.1.2. l'achat d'équipement
  - 2.2. télévision
    - 2.2.1. l'audience
    - 2.2.2. l'achat d'équipement et raccordements
  - 2.3. DVD, vidéo
    - 2.3.1. l'utilisation
    - 2.3.2. l'achat d'équipement
    - 2.3.3. l'achat ou la location de DVD, vidéo (médiathèque)
  - 2.4. Internet
    - 2.4.1. l'utilisation
      - 2.4.1.1. utilisation (tout)
      - 2.4.1.2. blogs
      - 2.4.1.3. consultation de journaux et news
      - 2.4.1.4. forum & podcast
    - 2.4.2. l'achat d'équipement et raccordement
      - 2.4.2.1. ordinateur
      - 2.4.2.2. raccordement
      - 2.4.2.3. GSM 3G,4G
  - 2.5. console de jeux, jeux vidéo et jeux Internet
  - 2.6. lecture
    - 2.6.1. lecture et achat de livres
    - 2.6.2. bibliothèques
  - 2.7. presse
  - 2.8. musique
    - 2.8.1. écoute
    - 2.8.2. achat d'équipement
    - 2.8.3. achat (support ou téléchargement payant) ou téléchargement en peer to peer
    - 2.8.4. médiathèque
3. Sorties (« consommation »)
  - 3.1. spectacles vivants
    - 3.1.1. théâtre
    - 3.1.2. danse
    - 3.1.3. concerts
    - 3.1.4. festivals, évènements
    - 3.1.5. cirques, arts forains et arts de la rue
  - 3.2. cinéma

- 3.3. expositions, musées et patrimoine culturel
  - 3.3.1. expositions temporaires (artistiques / historiques / didactiques)
  - 3.3.2. musées (art / sciences et histoire naturelle / histoire)
  - 3.3.3. galeries et salons (à caractère « marchand »)
  - 3.3.4. patrimoine culturel (visite de monuments / itinéraires architecturaux / parcs et jardins)
- 3.4. zoos, parcs animaliers, jardins botaniques, ...
- 3.5. fêtes populaires, carnivals, folklore, « street culture »
- 3.6. sorties « non culturelles »
  - 3.6.1. restaurants, cafés, bars à vin, ...
  - 3.6.2. boîtes de nuit
  - 3.6.3. jeux d'argent
  - 3.6.4. spectacles sportifs payants
  - 3.6.5. promenades en ville et shopping
  - 3.6.6. activités « plein air »
- 4. Pratiques amateurs (« production – création ») et éducation & formation continue
  - 4.1. éducation & formation continue
  - 4.2. sport (pratique et formation, individuelle – collective)
  - 4.3. musique et chant
    - 4.3.1. pratique (individuelle – collective)
    - 4.3.2. formation
  - 4.4. danse, art dramatique, ...
    - 4.4.1. pratique
    - 4.4.2. formation
  - 4.5. art et artisanat
    - 4.5.1. pratique
    - 4.5.2. formation
  - 4.6. photo et film
    - 4.6.1. pratique
    - 4.6.2. formation
  - 4.7. écriture
  - 4.8. cours de langue, d'informatique, ...et autres cours à horaires décalés
  - 4.9. université des aînés, conférences, séminaires
  - 4.10. auto-apprentissage, enseignement à distance
- 5. Tourisme et excursions & voyages courts
  - 5.1. tourisme « indifférencié »
  - 5.2. tourisme culturel
  - 5.3. tourisme récréatif : parcs d'attractions, ...
  - 5.4. tourisme « nature » ou « repos », stations balnéaires, ...
  - 5.4. résidence secondaire



6. « Hobbies »
  - 6.1. collections : philatélie, ...
  - 6.2. collections comme investissements (art, voitures, ...)
  - 6.3. brocantes, marchés, foires, ...
  - 6.4. pêche, chasse, colombophilie, ...
  - 6.5. cuisine
  - 6.6. bricolage, jardinage
  - 6.7. couture, tricot, ...
  - 6.8. animaux domestiques,
  - 6.9. mots croisés et autres jeux solitaires
  - 6.10. fans clubs et supporters actifs
  
7. Activités sociales, d'engagement et de participation
  - 7.1. activités « sociales »
    - 7.1.1. rendre visite à / recevoir des parents, amis, ...
    - 7.1.2. jeux de société et jeux de rôles
  - 7.2. mouvements de jeunesse
  - 7.3. vie associative / bénévolat
    - 7.3.1. associations/activités à finalité sociale, humanitaire, de solidarité quotidienne ou « citoyennes »
    - 7.3.2. réunions/activités syndicales et politiques
  - 7.4. pratiques religieuses

## **II. Une profusion de données secondaires**

Dans ce premier chapitre, notre objectif est de présenter la richesse des données disponibles. Les données dont il est question sont des données secondaires, existant par ailleurs, et qui ont été collectées à l'occasion de cette recherche. Cette profusion de données cache néanmoins une grande pauvreté. En effet, la très grande majorité des données sont sectorielles et ne permettent pas une lecture trans-sectorielle qui est pourtant essentielle lorsqu'on s'intéresse à la demande culturelle et aux pratiques qui sont celles des individus.

D'autre part, les données reprises dans ce document ont des origines très différentes. Cette multiplicité de sources démontre à la fois l'attention dont la culture peut faire l'objet mais freine largement l'harmonisation des éléments constituant les données (en termes d'unité de temps, de consommation ou d'estimation de pratique, par exemple). Chaque producteur de données les collecte selon les logiques qui lui sont propres et selon les objectifs singuliers qu'il s'est assignés.

### **II. 1. Présentation rapide de l'origine des données**

L'origine des données retenues est, nous l'avons évoqué, multiple. Nous en présentons un tableau analytique distinguant les différentes sources, officielles, associatives, économiques, universitaires, médiatique. Les objectifs de chacune de ces grandes catégories sont évidemment très différents ; au sein même de ces ensembles, des sous-ensembles existent dont les finalités et, dès alors, les modes de production divergent.

L'ambition de ces quelques lignes est d'inviter le lecteur à une attention critique par rapport aux données composant notre matériau et reprises en annexe de manière plus exhaustive.

#### **II. 1.1. Les sources officielles**

L'**Institut National de Statistiques** (INS) publie de nombreuses études, enquêtes et statistiques sur des sujets variés.

Nous avons utilisé principalement deux enquêtes de grande envergure : l'enquête sur le budget des ménages et celle sur l'emploi du temps.

Enquête sur le budget des ménages (INS/BM 2004)<sup>1</sup>:

L'enquête sur le budget des ménage est publiée annuellement depuis 1995 (à cheval sur deux années dans les premières études : 1995-96, 1996-97, 1997-98, puis pour chaque année depuis 1999). Avant 1995, l'enquête précédente datait de 1987. Toutes ces enquêtes sont disponibles sur demande.

L'enquête la plus récente date de 2004.

Les dépenses des ménages y sont présentées soit par ménage, soit par personne ou par unité de consommation. Nous avons choisi d'utiliser les tableaux « par personne ». Les dépenses y sont analysées en Euro, par personne et par an, pour l'ensemble du pays et pour chaque région.

Enquête sur l'emploi du temps (INS/TOR 1999):

Cette enquête est réalisée par l'INS en collaboration avec le groupe TOR de la VUB (*Vrije Universiteit Brussel*)

Très détaillée, l'enquête reprend la même grille d'analyse de l'emploi du temps selon différentes divisions : la région, l'âge, le contexte, le sexe (dans le tome A) et le niveau d'instruction, la situation au regard de l'emploi, la situation familiale et le sexe (dans le tome B).

Dans chaque section, les chiffres sont présentés suivant le même schéma : la liste d'activités, divisée chaque fois entre homme, femme et total, est à nouveau divisée en 3 colonnes : durée moyenne par habitant, degré de participation et durée moyenne pour les participants (chaque colonne étant à son tour subdivisée en jour de la semaine, samedi et dimanche). Nous avons choisi d'utiliser la division par régions, pour le Belge de 12 à 95 ans.

Les tranches d'âge proposées par ailleurs sont : 12-19, 20-29, 30-39, 40-49, 50-59, 60-69, 70ans et +, ce qui permet d'étudier séparément les publics « jeunes » et « senior ».

Cette étude a été réalisée pour la première fois en 1999. Une nouvelle enquête 2004/2005 est encore en cours. La VUB collecte les données pour la Communauté flamande et l'INS pour la Communauté française. Les résultats ne seront pas publiés avant 2007.

L'INS a comme projet, à long terme, de combiner les données « budget » et « temps » et de publier ces études sous une forme combinée, tous les 5 ans.

Différentes autres études de l'INS, plus ou moins spécialisées, enrichiront également notre étude: « nombre de licences d'appareils de radio sur véhicule et de télévision », « fréquentation du cinéma », etc.

La **Communauté française** elle-même est source d'information :

La revue *Faits & Gestes* est consacrée à des thématiques qui sont souvent en lien avec le sujet qui nous concerne, se basant généralement sur des études plus approfondies que nous avons pu également utiliser (par exemple : *Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles* qui se base sur une étude approfondie de l'ULB citée plus bas, *Les institutions muséales en Communauté française*, *La condition physique des jeunes* ,

---

<sup>1</sup> Un code est proposé pour les principales enquêtes ici recensées. Ce code est présenté ici et rappelé dans la liste finale en annexe. Il nous permet de nous référer aux différentes études de manière relativement légère dans la suite du rapport. Ainsi, à titre d'exemple, l'enquête sur le budget des ménages de 2004 est codifiée *INS/BM 2004*.

*L'audience des télévisions en Communauté française, Les cinémas multiplexes et les mutations de l'exploitation, Les résultats financiers des théâtres, ... )*

Certains services de la Communauté française ont également réalisé ou commandité des études plus ou moins spécialisées comme : *Bilan de la production, de la promotion et de la diffusion cinématographiques et audiovisuelles ; Pratiques et attitudes face à la lecture ; Les chiffres clés de la lecture publique ; Le marché du livre de langue française en Belgique ; Statistiques de l'enseignement à distance, artistique à horaire réduit et de promotion sociale ; Service de l'Education permanente. Bilans; La Médiathèque de la Communauté française de Belgique ; ...*

L'Observatoire des Politiques culturelles est lui aussi à l'origine d'études qui nous ont intéressés telles *Le documentaire en Communauté française - 1997-2003 ; Portrait socioéconomique du secteur muséal en Communauté française ; Enjeux et perspectives du secteur privé de l'édition de livres en Communauté française* et *Les télévisions locales en Communauté française* (étude en cours).

**Le Conseil de la Musique de la Communauté Wallonie-Bruxelles** a commandité à la Sobemap (Société de marketing du groupe Sofres) une importante étude publiée en 1995 qui représente une source essentielle pour notre recherche :

*Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française . Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995 (Sobemap 1995)*

Nous avons obtenu, à force de persévérance et persistance, un exemplaire de cette étude. Toutefois, pour des raisons que nous ignorons, il semble qu'il s'agisse du tout dernier exemplaire disponible...

Le document qui nous a été fourni contient le questionnaire et les résultats chiffrés bruts, sans la moindre analyse ou commentaire. Le sous-titre de cette étude «Listings, grand public – ventilation 2 », prête à croire que d'autres volets de cette étude avaient été prévus, si pas réalisés. Malheureusement, nous n'avons pu obtenir aucune information à ce sujet.

D'autres enquêtes du Conseil de la Musique nous ont également été précieuses: certaines réalisées par *Survey & Action (Enquête sur l'apprentissage artistique en Communauté française dans les académies 1997 et Enquête sur l'apprentissage artistique en Communauté française dans les académies et écoles d'Arts plastiques 1998)* et d'autres en collaboration avec *l'Université Libre de Bruxelles (Les festivals de l'été. Enquête Festatis 2003 et Enquête « Partenaris ». Fête de la Musique 2004)*

**Les villes, les provinces, les régions ...** commanditent elles-aussi occasionnellement des études. Ainsi la Ville de Bruxelles est à l'origine d'études ponctuelles comme *Regards croisés sur les arts du spectacle à Bruxelles* ou régulières comme celles de *l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles : rapports annuels* et enquêtes sur *le profil des visiteurs d'expositions*. Par ailleurs, la province de Luxembourg a organisé l'étude *Caractérisation et retombées socio-économiques des festivals en province de Luxembourg*. Enfin, la région wallonne publie

des résultats annuels tels : *Le tourisme en Région wallonne - les chiffres* ou *Les attractions touristiques : offre et fréquentation*.

**Les autorités fédérales**, via leur département « Politique scientifique fédérale » sont également à l'origine d'enquêtes comme l'enquête en cours sur *la fréquentation des Musées belges* (collaboration ville de Bruxelles, Communauté flamande et gouvernement fédéral).

Le **CRIOC** (Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs), fondation d'utilité publique, administré par les organisations de consommateurs belges et financé par le gouvernement, publie de nombreuses études en lien avec la consommation. Certaines d'entre elles nous ont été utiles comme, par exemple, *Les animaux de compagnie 2006*.

**Eurostat**, l'institut statistique de la Commission européenne, publie régulièrement des rapports statistiques. Ces rapports utilisent parfois des données issues des instituts statistiques nationaux (et nous avons fait en sorte de toujours mentionner dans notre relevé si une étude s'alimente de données primaires accessibles par ailleurs) mais parfois aussi ils sont le fruit d'études spécifiques. Parmi ces dernières, nous avons utilisé: *La participation des Européens aux activités culturelles ; Les Européens et la culture : principaux résultats d'un sondage Eurobaromètre ; Cinéma, TV and radio in the EU. Statistics on audiovisual services; Statistiques sur des enregistrements sonores ; ...*

D'autres organisations européennes sont à l'origine d'études intéressantes comme **European Foundation for the Improvement of Working and Living Conditions** qui a publié une étude sur la *Quality of Life in Europe*.

L'**UNESCO** est à l'origine de statistiques, notamment sur les *bibliothèques* et sur les *journaux*.

## II. 1.2. Les associations

L'Association de consommateurs **Test Achats** a réalisé récemment une enquête très proche du sujet que nous étudions: *Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre (Test Achats 2003)*

Le questionnaire nous a été fourni par Test Achats mais les résultats restent confidentiels et nous n'avons pas pu les obtenir. L'association compte en effet les utiliser de manière originale en les distillant dans leurs propres publications au cours des mois à venir. Nous avons eu uniquement accès à un bref article (de deux pages) qui résume de façon très succincte les grandes lignes de l'enquête.

Le **Centre d'Information sur les Média (CIM)**, est une association sans but lucratif, dont les membres sont les annonceurs, les agences de publicité, les centres média, les régies média et les média eux-mêmes.

Ce centre récolte des statistiques concernant la presse, le cinéma, la télévision, la radio et l'Internet. Il réalise également régulièrement une étude « plurimédia-produits-marques ». Malheureusement, seul un maigre échantillon des résultats est accessible sur leur site internet, l'intégralité des résultats étant accessible exclusivement aux membres. Ces derniers ont toutefois la liberté de publier les statistiques qui leur sont fournies et c'est par ce biais que nous avons pu exploiter certains chiffres très intéressants (par exemple via IPB ou GfK). L'étude que nous avons le plus utilisée est : *Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements*. Celle-ci fait partie de l'étude *Produits-Attitudes*. Nous ne disposons que de son questionnaire et de quelques résultats partiels fournis, à titre d'exemple, par une agence de publicité.

La **Fondation Roi Baudouin**, fondation d'utilité publique, publie de nombreuses études et rapports. Nous avons plus particulièrement utilisé ses études sur les secteurs du non-marchand (comme *Le secteur non marchand en Belgique. Analyse conceptuelle et statistique*) et du sport (comme *Gestion et organisation du sport en Belgique*).

L'organisme indépendant **CRISP** (Centre de recherche et d'information socio-politiques) réalise des enquêtes sur des sujets politiques, économiques, sociaux, associatifs... Nous avons consulté notamment *Implantation syndicale et taux de syndicalisation*.

Pour des sujets spécifiques, nous avons consulté certaines **fédérations nationales** dont les *Fédérations belges de l'Industrie Phonographique et Vidéo* ; la *FEDIS (Fédération belge des Entreprises de Distribution)* ; l'*ABEJ (Association belge des Editeurs de Journaux)*, l'*ISPA (Association belge des Fournisseurs de Services Internet)* ; *Asspropo (Association des Programmateurs professionnels de la Communauté française)* ; la *Fédération Ho.Re.Ca Bruxelles* ; l'*Union royale belge des Sociétés de Football* ; la *Fédération des Sociétés de Pêche de l'Est et du Sud de la Belgique* ; la *Royale Fédération colombophile belge* ; ...

Nous avons également consulté des **fédérations internationales** comme *IFPI (Recording Industry Worldwide)* ou *F.P.M. (Federazione contro la Pirateria musicale)*

### II. 1.3. Les agences marketing ou régies publicitaires

La **regie publicitaire IP Belgique** publie de nombreuses études chiffrées, souvent basées sur les études CIM. Celles-ci sont accessibles sur son site Internet sous la forme d'un magazine (bi- ou tri-annuel): *Backstage*. Ce magazine publie en outre des numéros spéciaux originaux et particulièrement intéressants. L'un d'entre eux nous a été extrêmement précieux :

*La Belgique à mille temps: Le Belge moyen, les clichés, les osmose dans Backstage special Life Time '98, décembre 1998 (IPB 1998)*

Le **groupe international IP** publie des études originales, spécialisées, sous forme de *Key Facts*. Ces études, publiées régulièrement sur trois sujets clés, l'Internet, la télévision et la radio, compilent un vaste ensemble d'informations internationales, proposant des données comparables pour de nombreux pays (20 pays pour Internet, 22 pays pour la radio et 47 pour la télévision), dont la Belgique.

La **régie publicitaire RMB** publie elle aussi une bonne partie des résultats des études CIM. Elle a, en outre, réalisé, l'année dernière, une étude sur l'univers des jeunes de 12-30 ans (qui représentent 20% de la population !) proposant d'intéressantes informations sur l'utilisation, par ce public précis, du temps et de l'argent :

*Time for Youth 2005*. RMB, en collaboration avec TNS Media, 2005 (*Youth 2005*)

### **GfK Ad Hoc Research Worldwide**

La société d'études de marché GfK effectue des études et enquêtes commanditées par ses clients. Nous savons qu'ils ont réalisé une grande enquête *lifestyle* (à laquelle fait référence un article de *Knack* que nous avons consulté) mais ces enquêtes ne sont malheureusement pas consultables.

La société **Insites E-research and consulting** a publié plusieurs rapports très intéressants sur l'Internet mais ceux-ci ne sont disponibles qu'à l'achat: *Belgian Internet Mapping* (1000€) et *Youth Online* (2500€). Nous avons pu consulter quelques communiqués de presse s'y référant.

Notons qu'en **France**, certaines **banques** sont à l'origine d'études statistiques, françaises mais aussi européennes. Ainsi **CETELEM** (filiale de la banque Paribas) a publié *L'Observateur Cetelem 2006. Le baromètre européen: L'état d'esprit général des Européens*.

Nous avons aussi consulté, pour la France, certaines études publiées par une société d'étude marketing et d'opinion : **TNS Sofres**. Par exemple : *Les Français et les jeux d'argent ; Les tout-petits et la télévision ; 3G : le marché est-il mûr ? ; Les Français et le téléchargement*.

## II. 1.4. Les sources universitaires

Très peu d'études universitaires sont consacrées au sujet qui nous intéresse. Nous citerons toutefois :

Une étude de l'**Institut de Sociologie de l'ULB** :

Daniel vander Gucht : *Les investissements éducatifs des familles en Communauté française* dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4 (*ULB, 1995*)

Etude très intéressante (dont le contenu a été résumé dans un numéro de *Faits et Gestes*) qui, partant de l'analyse de données chiffrées, établit et quantifie différents liens entre le milieu

familial (au niveau des revenus, des diplômes, de l'emploi) et les pratiques artistiques, sportives, socio-culturelles et associatives des enfants.

Une collaboration de l'**Université de Liège** et de l'**Universiteit Antwerpen** :

*Aperçu des résultats de l'enquête « familles » juin 2005 alimentés par les données de PSBH*, par Riet Bulckens et autres. Université de Liège et Universiteit Antwerpen, 2005 (PSBH 2005)

Le « Panel socio-économique et démographique » sur lequel ont travaillé ces deux universités fournit des données intéressantes sur les activités dites sociales.

## II. 1.5. La Presse

Nous avons aussi consulté plusieurs études réalisées par le mensuel **Média Marketing** (comme par exemple : *Les événements estivaux au cœur du branding*, par Wouter Temmerman) ou l'hebdomadaire **Trends Tendance** (comme par exemple : *Evolution du marché du fitness*, dans *eXtra* accompagnant l'article « Le Fitness monte en puissance » par Jean-Michel Lalieu)

Nous avons également trouvé d'intéressantes informations dans le magazine **Knack** (l'article *Stijlen verschillen*, article par Gerry Meeuwssen).

Certains magazines plus spécialisés proposent des analyses ou études ponctuelles dans lesquelles nous avons puisé quelques informations intéressantes tels **Indicateurs pour un développement durable** (avec l'article *Capital Social et bénévolat*) ou **En marche, le journal de la mutualité chrétienne** (*Le volontariat, un continent méconnu*)

Dans la **presse française**, nous avons consulté plusieurs enquêtes de « *Enquête Conso* » de LSA (comme par exemple : *Jeux vidéo et multimédia. Des choix familiaux partagés*. Article par Véronique Calon ou *Les pirates. Des consommateurs difficiles à éduquer*. Article par Sylvie Lavabre et Olivier Marbot)

## II. 1.6. Les sources ponctuelles

Pour certains sujets, nous n'avons trouvé aucune étude ou enquête extérieure. Nous avons donc contacté directement les organisations concernées comme par exemple *l'Université des aînés* ou les *Guides catholiques de Belgique*, *The European Fine Art Fair Foundation*, etc. et certains d'entre eux nous ont fourni quelques chiffres.



## II. 2. Analyse critique des données secondaires

Nous relèverons ici, dans un premier temps, les caractéristiques propres à nos principales sources. Les critiques et commentaires formulés ici pour quelques sources ciblées sont souvent généralisables aux sources similaires. Une seconde partie analysera et critiquera les données elles-mêmes, soulignant les difficultés d'exploitation, les contradictions, les manquements, ... La dernière partie dresse un bilan de l'existence de données pour les principaux sujets concernés.

### II. 2.1. La valeur des sources

La valeur des sources consultées est très variable. Celle-ci dépend de nombreux facteurs qui, combinés, nous permettent d'apprécier la qualité des informations rassemblées. Les facteurs qui entrent en ligne de compte dans cette évaluation sont principalement la motivation qui se cache derrière l'enquête, la fiabilité de la méthode d'enquête, la représentativité de l'échantillon, la constance des paramètres utilisés et la comparabilité des informations.

Les études et enquêtes publiées par l'INS ont l'avantage principal, comme toutes les sources officielles, de n'avoir aucune motivation commerciale ou marketing. Le second intérêt se situe dans la répétitivité des enquêtes. La régularité à laquelle l'INS réalise ses enquêtes et la standardisation de celles-ci fournissent une base solide pour une étude évolutive.

La plupart des études ou enquêtes INS citées entrent globalement dans ce schéma.

L'enquête sur **l'emploi du temps** (*INS/TOR 1999*), qui est l'une de nos sources essentielles, présente toutefois des avantages mais aussi des inconvénients qui lui sont spécifiques.

Ses avantages spécifiques sont liés au caractère particulièrement scientifique et académique de l'enquête puisqu'il s'agit d'une collaboration de l'INS avec la *Vrije Universiteit Brussel* (notons toutefois que les études de l'INS se font régulièrement en collaboration avec divers universités ou instituts scientifiques).

Ses inconvénients sont principalement liés à l'ampleur de l'enquête.

Il s'agit d'une vaste investigation statistique sur la manière dont les diverses catégories de la population occupent leur temps. Visant à définir le plus précisément possible la durée des activités journalières, l'enquête se base sur un échantillon de ménages au sein desquels chaque membre a noté dans un agenda, de manière détaillée, son emploi du temps (en indiquant le début et la fin de chaque activité). La méthode a beau être rigoureuse et scientifique, la tâche qui est demandée aux personnes « enquêtées » est particulièrement difficile et les activités à enregistrer sont trop nombreuses et de nature trop variée pour ne pas conduire à d'inévitables erreurs. Ainsi, par exemple, une activité telle que « réfléchir » est reprise au même titre que « promenade avec le chien », alors que les deux pourraient coïncider !

De plus, les activités qui ne se répètent pas à un rythme quotidien, telles que par exemple la « cueillette de fruits ou de champignons » ou la « fréquentation de théâtre ou concert », sont très difficilement enregistrées.

Cette faiblesse est aussi liée au caractère d'observation indirecte de cette méthode d'enquête qui n'enregistre pas (en étant incapable) la pratique ou l'activité elle-même mais la déclaration par les individus eux-mêmes de leurs activités. Quel que soit le caractère standard

et usuel de cette méthode, classique dans les enquêtes, nous ne pouvons pas nous empêcher de penser, qu'avec la meilleure volonté du monde et sans le moindre désir de tromper, une partie de la population aura tendance à diminuer le temps passé à des activités qu'il n'est pas particulièrement « de bon ton » d'avoir (comme par exemple regarder la télévision) et à en gonfler d'autres dont ils sont plus spécialement fiers. Dans un tel cas, il paraît en effet évident que la légitimité associée influencera les déclarations, tout comme la rareté d'une activité ou la multiplication des activités pour laquelle il faut tenir agenda (comptabiliser son temps d'audition radiophonique n'est déjà pas simple, compter celui que l'on consacre à la réflexion est encore plus complexe) rend la tâche ardue et sujette à erreur.

Remarquons encore qu'il n'y a pas de réelle alternative à cette méthode d'enquête dont nous mettons en évidence les faiblesses et que, si nous étions amenés à mener une enquête, nous serions obligés également de l'appliquer pour mesurer les pratiques mise en œuvre par les personnes de l'échantillon. Les déclarations qui sont faites lors d'observations indirectes ne sont pas nécessairement invalides et gagnent en fidélité dans la mesure où le questionnaire n'est pas trop vaste et fouillé.

L'importante enquête Sobemap commanditée par le **Conseil de la Musique** (*Sobemap 1995*) présente des informations particulièrement intéressantes. Nous avons mis en lumière dans le chapitre précédent le fait que cette enquête n'a pas du tout été diffusée. Sans que nous n'ayons pu comprendre pourquoi, cette étude semble avoir été oubliée avant même d'avoir été exploitée. D'autres faiblesses doivent être mises en évidence : l'étude propose des chiffres bruts, accompagnés d'aucun commentaire. Nous disposons du questionnaire et des tableaux chiffrés détaillés. Chaque question contient une subdivision pour le niveau d'instruction de la personne interrogée, sa profession et le niveau d'instruction de son père. Mais nous ne connaissons rien de la méthode d'échantillonnage, de sa représentativité ni du contexte global de l'étude. La dernière critique concerne l'ancienneté des données : la publication est datée de 1995, ce qui nous permet de supposer que l'enquête a été réalisée un ou deux ans au préalable.

L'enquête **Test Achats** (*Test Achats 2003*), dont nous aurions aimé pouvoir consulter les résultats, ne nous a pas été accessible.

Cette enquête a l'intérêt d'introduire la notion, rarement présente dans les autres études, de « satisfaction » par rapport aux services proposés et/ou utilisés. Par ailleurs, elle décortique les raisons pour lesquelles les personnes ne pratiquent pas (ou pas davantage) certaines activités, en suggérant une série de réponses plutôt orientées sur les problèmes de mobilité -ce qui était visiblement l'orientation choisie de l'enquête. A la question « pourquoi pas plus de loisirs », les réponses suggérées sont : pas (assez) de temps ; trop cher ; embarras de circulation ; circulation dangereuse ; pas assez de parking ; parking trop cher ; pas (assez) de transports publics tard le soir ; accès par transports publics trop compliqués ; inadéquation des horaires des transports publics.

Les études **CIM** sont le fruit d'une ASBL et n'ont donc, elles non plus, au premier abord, aucune motivation marketing. Les membres du CIM ont, quant à eux, des intérêts commerciaux évident, c'est pourquoi il nous faut introduire ici une petite nuance.

Les méthodes de travail du CIM nous ont paru particulièrement fiables et les résultats proposés sont des données que nous pouvons considérer comme relativement sûres.

La majorité des études CIM se basent sur des questionnaires rigoureux complétés par un échantillon représentatif.

Ainsi par exemple, l'**étude radio** est basée sur un carnet d'écoute hebdomadaire (*CIM Radio 2006*). L'échantillon de  $\pm 4.500$  personnes représente la population de 12 ans et +. Le recrutement des répondants est effectué par le biais d'une enquête face-à-face au domicile, sur base d'un tirage aléatoire d'individus ayant l'âge minimum requis dans des zones géographiques définies. L'interviewé remplit lui-même son carnet d'écoute durant les 7 jours suivants. Outre ce carnet, l'interviewé reçoit un questionnaire sur ses habitudes d'écoute radio par tranche horaire, ce dernier fournissant de précieuses indications sur la façon dont il écoute habituellement la radio<sup>1</sup>.

L'étude d'**audience télévisée** présente un intérêt particulier qui est le caractère direct des informations enregistrées pour l'étude télévisées (*CIM Télé*). Cette étude est basée sur un panel composé de 1500 foyers, équitablement répartis entre le Nord et le Sud du pays (750 dans chaque région). Cet échantillon composé d'après des critères socio-démographiques, géographiques, ainsi que des critères d'équipement, se veut représentatif de la population de 4 ans et plus résidant en Belgique. Chaque téléviseur est équipé d'un audimètre, muni d'une télécommande grâce à laquelle les téléspectateurs signalent leur présence devant le petit écran. Chaque nuit, cet audimètre transmet, par modem, les informations au site informatique CIM qui valide, puis pondère les données.

Les données CIM publiées par les **agences marketing ou régies publicitaires** ont comme inconvénient principal de n'être que parcellaires mais cela ne met pas en jeu la qualité que nous venons de leur reconnaître.

Par ailleurs, nous avons utilisé des études qui sont propres à ces agences ou régies comme, principalement, les études *Backstage* ou *Key Facts* d'IP.

Nous exprimerons deux réserves par rapport à ces études. Tout d'abord l'intérêt « marketing » de la société qui les réalise ou commande. Nous entendons par là que ces études ont pour but de définir (au mieux de comprendre) le public d'une activité pour permettre de s'y ajuster au mieux, soit en proposant ce que le public « attend », soit en permettant de « vendre » un espace publicitaire associé. La seconde réserve est liée à l'absence de précisions fournies sur la méthodologie et l'échantillonnage des études.

En ce qui concerne les **études universitaires**, nous déplorerons principalement leur rareté.

L'étude de Daniel vander Gucht de l'**Université libre de Bruxelles** sur les investissements éducatifs des familles en Communauté française (*ULB 1995*) a été réalisée suivant une méthode rigoureuse, clairement définie dans la publication. Elle présente toutefois deux inconvénients majeurs : l'un est lié à son sujet lui-même qui limite le terrain d'étude aux familles. L'autre est l'ancienneté d'une étude qui a été réalisée il y a plus de 10 ans (septembre – octobre 1995).

---

<sup>1</sup> Ici aussi, l'observation est indirecte. Toutefois, le caractère centré et en quelque sorte en direct (les personnes remplissent un agenda au jour le jour et non de façon générique) rend les éléments produits plus fidèles et plus crédibles qu'une enquête trop large et extensive.

L'enquête **Université de Liège et Universiteit Antwerpen** basée sur l'enquête « familles » de la Ligue des Familles et le panel démographique PSBH présente l'avantage inverse puisque les données datent de 2005 (*PSBH 2005*). Remarquons cependant que les données du PSBH utilisées datent de 2002, ce qui reste relativement récent. Ici aussi, la valeur scientifique des données n'est pas à mettre en cause. Cette étude particulièrement intéressante ne consacre malheureusement qu'une section limitée aux sujets qui nous concernent.

## II.2.2. L'exploitation de ces données

### Remarques générales

La critique des documents permet de mettre en évidence le caractère disparate des informations recueillies ; ces informations n'ont guère de standardisation et cette absence ne permet pas d'en avoir une lecture transversale.

De plus, le caractère parfois confidentiel de l'information et, trop souvent, l'absence de publicité (ces études et les informations qu'elles recèlent sont mal distribuées, voire quelques fois négligées par leurs propres commanditaires) rend les données difficilement utilisables. Sans compter que, paradoxalement, un certain nombre d'entre elles semblent n'avoir *jamais* été utilisées et avoir été produites pour être rapidement enterrées.

Si les ambitions ainsi poursuivies sont très différentes, elles partagent toutes la volonté de se limiter à son aire d'action et de saisir les logiques et les pratiques du public d'une activité culturelle précise (la lecture, l'audition radiophonique, la fréquentation muséale, etc.) pour arriver à avoir une influence sur elles. Même lorsque l'ambition n'est pas commerciale ou marketing, elle demeure pratique et d'orientation de politiques locales (dans un musée) ou générale (dans l'administration). Il est probable que la liaison rapidement faite entre enquête et évaluation dessert leur diffusion. Cet élément sera évidemment à prendre en compte dans la réalisation d'une enquête extensive transversale.

Deux éléments sont encore à souligner. D'une part, les données sur les pratiques vieillissent vite ; cet état de fait est lié pour partie à la vitalité des pratiques et à l'émergence de nouvelles consommations (qui ont nécessairement une influence sur les autres, au minimum par la réallocation temporelle qu'elles induisent). Les données existantes peuvent donc, pour une très large part, être considérées comme anciennes. D'autre part, les données qualitatives sont bien rares ou très parcellaires. Pour une compréhension fine des pratiques culturelles, de telles données sont pourtant essentielles (tant pour saisir les attentes que pour mesurer la satisfaction autrement que par un indice brut de fréquentation). Leur importance ne peut par ailleurs s'enraciner que dans l'existence d'un référent fiable en terme de représentativité des pratiques, référent qui ne peut se réaliser que par une enquête large et quantitative.

## Lacunes spécifiques

Une lecture approfondie des statistiques collectées nous a permis de mettre en évidence une série de lacunes que nous avons rassemblées ici.

### **La fragilité des données statistiques liées à l'emploi du temps.**

Les chiffres publiés dans les études statistiques relatives à l'emploi du temps varient selon qu'ils représentent une moyenne sur l'ensemble de la population ou qu'ils sont calculés exclusivement sur la population « participant » à l'activité concernée. Ainsi à titre d'exemple le temps moyen d'utilisation de l'ordinateur comme hobby est d'environ 3 minutes par jour pour l'ensemble des Wallons mais de 2 heures par jour pour les « participants » (ce qui revient à dire que les Wallons qui utilisent leur ordinateur comme hobby le font en moyenne 2 heures par jour) (*INS/TOR 1999*). De nombreuses études statistiques n'expliquent pas clairement si elles sont ou non basées sur la population « participante » alors que d'évidence les parts relatives sont très différentes selon que toute la population est concernée ou seulement la marge des pratiquants.

Le taux de participation, quand il est cité, est souvent surprenant. Par exemple, le taux de participation au cinéma n'est que de 0,6% en semaine et 1,6% les samedi et dimanche. De même, la comparaison suivante est pour le moins étonnante : une pénétration de 3% est citée pour le travail à l'aiguille (tricot, crochet), alors qu'une pénétration de 1% est donnée pour l'utilisation de l'ordinateur comme moyen de communication (ces chiffres datant de 1999) (*INS/TOR 1999*).

Pour certaines activités, les études de l'emploi du temps fournissent des chiffres qui sont particulièrement bas par rapport à ceux qui apparaissent dans d'autres études plus spécialisées. Par exemple, le temps d'écoute de la radio pour le « participant » est de 42 minutes quotidiennes selon l'enquête sur l'emploi du temps (*INS/TOR 1999*) et de plus de 200 minutes selon l'étude CIM Radio (*CIM Radio*, p.7). Nous pensons que cela est dû au type de questionnement qui, en demandant de structurer toutes activités en fonction de leur durée quotidienne, fausse les réponses (voir notre commentaire dans la partie sur la valeur des sources, ci-dessus)!

### **L'ancienneté des données.**

Les statistiques les plus souvent citées datent de 1995, 1998 ou 1999 (enquête Sobemap par le Conseil de la musique - *Sobemap1995* -, étude sur les investissements éducatifs des familles – *ULB 1995* -, le Belge moyen selon IP – *IPB 1998*- et enquête sur l'emploi du temps de *INS/TOR – INS/TOR 1999* -) ! Rien de plus récent n'a été publié depuis lors sur les domaines concernés (nous savons toutefois qu'une étude de l'emploi du temps est en préparation par *INS/TOR* pour 2007).

### **Le caractère relativement peu fiable de toute donnée statistique.**

Pour certaines activités, les données varient de façon difficilement explicable d'une étude à l'autre. Ainsi, par exemple, selon *INS/TOR* en 1999 (*INS/TOR 1999*), 0,27% de la population pratiquait la danse alors que l'enquête Sobemap de 1995 (*Sobemap 1995*) donne un taux de participation de 9%. L'existence d'écart n'est pas en soi problématique, ce qui nous pose question est l'écart infini qui les sépare. De telles situations signifient clairement que les outils de mesure comme les définitions sous-jacentes à la mesure (ce qu'est une activité de danse, dans ce cas) n'est pas comparable et insuffisamment porté à l'explicite par les institutions réalisant les enquêtes.

### **L'absence de standardisation des études.**

Remarquons enfin qu'il est peu aisé de comparer des chiffres qui ne présentent aucune standardisation.

Par delà les éléments déjà évoqués, les chiffres se réfèrent à des activités parfois mal définies : les spectacles, par exemple, sont dans certaines études clairement subdivisés en spectacles de théâtre, de danse, concert –classique ou autre-, dans d'autres le théâtre et ballet apparaissent sous la même section, ailleurs encore les spectacles sont repris avec les musées et autres dans la section « loisirs artistiques »...

Ils n'utilisent presque jamais les mêmes paramètres. Ainsi les échantillons sont sélectionnés par tranche d'âge qui ne suivent pas les mêmes subdivisions (12-95 ; 12-30 ; 15ans et + ou – de 25 ans à + de 65 ans), par segmentations du pays en régions, communautés ou pour l'ensemble du pays. Enfin, les chiffres ne sont que rarement présentés suivant le même schéma : les chiffres sont exprimés soit en pourcentage d'activité par rapport aux 24h d'une journée, soit en pourcentage d'activité par rapport à l'ensemble du temps libre ou encore en minutes utilisées par jour ou par semaine. De même, les moyennes sont calculées par personne ou par ménage, ...

### II. 2.3. Les données par sujet

Dans l'abondance des données récoltées, certains sujets sont bien documentés alors que d'autres sont plus ou moins largement ignorés. Nous dressons ici un tableau général de l'existence ou non de statistiques dans les différents domaines de notre étude, mettant en évidence les problèmes ou manquements principaux.

**Radio :** Ce sujet est assez « facile » à traiter et l'intérêt commercial fait que de nombreuses études existent. La plupart d'entre elles ignorent toutefois le point de vue de l'utilisateur, ses objectifs et ses demandes, d'où la nécessité d'une étude *bottom up*.

**Télévision :** Tout comme pour la radio, de nombreuses études existent en raison de l'énorme intérêt commercial. Ici aussi, les études traitent très peu du point de vue de l'utilisateur, de sa satisfaction, ses demandes et de ses objectifs. Une enquête en amont se justifie donc à nouveau.

**DVD :** Ce sujet, lié aux nouvelles technologies et en perpétuelle évolution, est plus complexe. Il est également touché par un problème nouveau qu'est le piratage. Cette « nouveauté » est la principale justification du nombre très limité d'études publiées à ce jour. Notons qu'ici encore, on connaît très peu le point de vue de l'utilisateur. Une nouvelle enquête devrait combler ces manques et adapter le questionnaire aux nouvelles technologies et aux problèmes qui y sont liés (piratage).

**Internet :** L'Internet est un sujet particulièrement vaste et en perpétuelle mouvance. Malheureusement, les études les plus intéressantes sont payantes. Les équipements sont en évolution permanente et les études générales et plus particulièrement pour la Belgique, ne suivent ces évolutions qu'avec un certain retard (ainsi par exemple de vraies études n'existent pas encore pour les 3G ou 4G). A peu près aucune étude concernant l'utilisation n'isole la Communauté française. Les seules données divisées en régions concernent les équipements

ou les connexions. Certaines utilisations sont très mal cernées tels les blogs ou les forums. On ressent ici encore la nécessité d'une enquête actuelle qui traiterait de l'ensemble des utilisations en prenant en considération le point de vue de l'utilisateur, ses demandes et ses désirs.

**Console de jeux, jeux vidéo et jeux Internet :** Aucune étude n'analyse le profil de l'utilisateur belge pour ce sujet en perpétuelle mouvance, lié à des équipements qui sont eux aussi en évolution permanente. Nous nous sommes rabattus sur les études françaises.

**Lecture :** La lecture est analysée par diverses études qui en quantifient la consommation en temps, en nombre de livres achetés/lus et en budget. Des informations similaires sont disponibles pour la fréquentation des bibliothèques. Une fois encore, les objectifs, les désirs, la satisfaction, l'offre par rapport à la demande sont largement ignorés – sauf dans le cas des bibliothèques dont on connaît (grossièrement) le but des visites. Si les objectifs recherchés ne sont étudiés (que sommairement) que dans le cadre des bibliothèques, ceux-ci peuvent être partiellement extrapolés à partir des sujets des livres (qui sont eux repris dans plusieurs études : LENTIC, INS , ...). Une nouvelle enquête devrait prendre en compte tous les lecteurs (y compris le public jeune) et développer un volet qualitatif (un peu dans la lignée de ce qui a été fait pour le secteur de l'édition par l'étude CAIRN pour l'OPC mais avec non plus le livre mais le lecteur en perspective).

**Presse :** La diffusion et la lecture des différents journaux et magazines sont relativement bien connus mais le profil des lecteurs/acheteurs est moins étudié. On connaît un peu les attentes des publics jeunes. En dehors de ce public, les objectifs et desiderata sont peu étudiés (même si les « objectifs » sont, comme pour la lecture, partiellement inscrits dans les sujets de la presse). Une nouvelle enquête devrait permettre de mieux connaître ce public.

**Musique :** L'achat ou l'emprunt de supports musicaux (ou d'équipement) est bien cerné mais l'écoute de la musique est difficilement quantifiable. De plus, la musique est l'un des sujets les plus touchés par le « piratage » (sur lequel plusieurs études sont publiées). Un fois encore, les volets objectifs, désirs et demande du « public » ne sont à peu près pas étudiés.

**Sorties – Spectacles vivants :** Ce sujet est vaste et les données récoltées ici sont soit trop spécifiques (concernent une troupe, un lieu, ...), soit trop vagues (par exemple : temps utilisé pour théâtre ou concert). Une grande partie des études se basent sur les subventions, budgets, .. et ignorent, pour la plupart, les attentes et objectifs du public. Les données sont éparées et la vision diachronique manque.

**Cinéma :** Le volet quantitatif de la fréquentation des salles de cinéma est bien étudié mais le volet qualitatif (choix des films, raison, objectif, satisfaction, ...) est presque inexistant, d'où la nécessité d'un travail d'enquête *bottom up*.

**Expositions, musées, patrimoine culturel :** les données concernant ce sujet sont très partielles. Si les musées de la Communauté française sont relativement bien étudiés, les publics le sont beaucoup moins. De même, le point de vue des musées (souhaits, publics visés, ...) est parfois étudié mais celui des visiteurs (actuels ou potentiels) l'est beaucoup moins. Le choix des visites et les raisons et buts de ces choix, de même que les publics jeunes sont très peu étudiés. Certes, les études existent mais elles fournissent des données diverses,

difficiles à harmoniser. Il y a peu de données diachroniques et presque aucune étude ne s'attarde sur le public jeune. Une enquête approfondie se justifie.

**Zoos, parcs animaliers, jardins botaniques, ... :** sujets mineurs et étudiés de façon très insuffisante.

**Fêtes populaires, carnivals, folklore :** sujets mineurs mais qui nous semblent intéressants et sur lesquels nous n'avons trouvé aucune étude.

**Sorties « non culturelles » :** les sujets rassemblés ici sont variés et vastes et la plupart n'ont fait l'objet d'aucune étude. Les quelques études qui existent sont ponctuelles, sans approche qualitative ni mise en perspective. Ici aussi, un travail d'étude structuré serait nécessaire.

### **Pratiques amateurs (« production – création ») et éducation & formation continue.**

*Note :* Nous avons pris le parti de nous limiter à une définition plutôt restrictive de l'éducation et la formation continue, liée au « temps choisi », incluant l'enseignement non obligatoire en cursus différé, les formations artistiques, les cours de langue (si choisis par « plaisir »), ... mais excluant les cours d'alphabétisation, les formations du FOREM, ...

Les études existantes n'abordent que très peu ces sujets sous l'angle qui nous semble le plus intéressant : la formation comme temps choisi, la pratique comme activité créative, individuelle ou collective. Mise à part la pratique sportive, les autres pratiques amateurs sont globalement ignorées. Les deux seules études (excellentes) sur le sujet sont celles réalisées pour le Conseil de la Musique (par Sobemap et par Action & Survey) et le fait que celles-ci aient disparu dans les oubliettes est probablement significatif. Cette section mériterait un développement approfondi basé sur un questionnaire bien ciblé, harmonisé pour les différents sujets et faisant une large part au qualitatif.

### **Tourisme et excursions & voyages courts**

*Note :* Nous avons choisi d'analyser ici les activités de tourisme et voyages réalisés en dehors des périodes de vacances (voyages de 3 nuits maximum)

Seule l'étude de Test Achat aborde les activités de « tourisme » sous l'angle qui nous intéresse, à savoir en dehors des périodes de vacances. Le sujet est, dans son ensemble, très peu abordé selon la subdivision des activités que nous proposons d'analyser (tourisme culturel, récréatif, nature ou repos). Le public jeune est négligé et les objectifs et désirs ignorés. Un nouveau travail d'enquête est nécessaire.

**« Hobbies » :** les sujets concernés sont difficilement cernables et insuffisamment connus. Les données sont éparpillées et parfois inexistantes. Seule la pêche (qui apparaît dans plusieurs études sur l'emploi du temps, les budgets, les pratiques artistiques, ...) est un peu mieux étudiée. Une connaissance similaire devrait être visée pour l'ensemble des hobbies. Il serait également important d'étudier le vieillissement des hobbies « traditionnels » et le déplacement vers d'autres types d'activités.

**Activités sociales, d'engagement et de participation :** Ce volet rassemble des sujets très divers, difficilement quantifiables et peu étudiés. Une étude structurée, qui mettrait en parallèle les différentes activités reprises sous l'appellation de « sociales, d'engagement et de participation » et remontant aux attentes et objectifs des participants, serait bénéfique.



### **II. 3. Une synthèse de ces données secondaires : le « francophone moyen »**

Ce chapitre illustre ce qui peut être extrait des données secondaires rassemblées et analysées ci-dessus lorsque l'on tente de les présenter de manière transversale en reliant toutes les informations recueillies, et ce quel que soit le thème, à un individu dont nous verrons qu'il est (évidemment) tout hypothétique.

Ainsi, en regroupant les données statistiques les plus récentes, ce chapitre tente de dresser le **portrait type d'une personne francophone à travers l'ensemble de ses pratiques culturelles** telles qu'elles ont pu être reprises et définies dans les pages qui précèdent.

Deux remarques sont d'importance. Il est utile de clarifier les éléments qui constituent le titre de ce chapitre, c'est-à-dire l'idée d'un « francophone moyen ».

D'une part, ce portrait est parfaitement abstrait ; en effet, lorsque l'on parle de moyenne (qui est nécessairement un chiffre abstrait, compromis entre les observations effectuées), il est question d'une abstraction pour résumer (et donc appauvrir) la profusion d'informations recueillies. Évidemment aucun individu réel, fait de chair et de sang, ne peut ni ne veut prétendre correspondre à ce dessin nécessairement chimérique par la « pureté » statistique qu'il exprime. Cette reconstruction – qui donne un rythme de pratiques, qui brosse une logique de certaines consommations, qui liste une série d'activités et qui, à chaque fois, les attribue à notre concitoyen idéal-typique – souligne dans le même mouvement les principales lacunes des informations secondaires disponibles. Celles-ci portent tant sur les unités utilisées (quelle est la pertinence de parler d'activités en « minutes consacrées par jour », par exemple) que sur les objets sélectionnés eux-mêmes (comment rendre compte de la participation à des manifestations folkloriques) ou sur la transversalité des informations (le nombre moyen de postes de télévision et la fréquentation moyenne des spectacles vivants ne constituent pas le comportement d'un individu réel mais l'adjonction arbitraire de deux moyennes de la population, il est donc alors impossible de caractériser les personnes qui sont dans ou hors de cette moyenne). Ce portrait est donc présenté avec toutes les réserves analytiques d'usage ; il forme toutefois la vision la plus transversale (ramenant les pratiques et consommations à un seul individu, quelles qu'en soient les formes) qu'il soit possible de brosse à ce stade.

D'autre part, pourquoi parlons-nous du « francophone ». Le terme factuellement le plus exact serait probablement le « Wallon » ; en effet, les statistiques qui sont aujourd'hui les plus disponibles et les plus dignes de confiance sont élaborées selon des logiques nationales et en respectant, ensuite, les frontières physiques et sans ambiguïté des Régions de notre pays. C'est le cas notamment et principalement des données de l'INS telles les grosses enquêtes sur l'emploi sur temps et le budget des ménages mais aussi toutes les enquêtes et études spécifiques sur, par exemple, l'apprentissage après l'école, qui sont divisées par régions. Il n'est donc pas toujours simple de retrouver les attributs linguistiques ou de distinguer parmi les Bruxellois ceux qui seraient d'expression française et les autres (autrement qu'en appauvrissant l'information et en lui appliquant une clef de répartition qui n'aurait pas grand sens ici).

Afin de compléter et d'enrichir ce portrait, nous l'avons donc agrémenté des données concernant le « Wallon » mais aussi le « Belge », sélectionnant pour chaque activité ou pratique, les informations les plus pertinentes. Le terme de francophone est donc à retenir pour raison politique : la description visée porte sur lui.

Afin de diversifier nos points de vue, tout en tenant compte des limites des données disponibles et en tentant d'utiliser ces informations au mieux, nous avons également brossé un **rapide portrait du Belge moyen**, en nous interrogeant sur **sa satisfaction** par rapport à ses activités culturelles et l'importance de celles-ci suivant les différentes tranches d'âge. Cette dernière présentation permet également une brève comparaison à l'**Européen** tel qu'il peut être décrit dans les recherches internationales.

### II. 3.1. Le « francophone moyen » à travers ses activités culturelles

*97% des francophones possèdent une radio, ils l'écoutent environs 200 minutes par jour et ce principalement pour des programmes musicaux.*

Les données concernant le temps d'audience radio du Wallon varient considérablement d'une étude à l'autre. Selon l'enquête INS/TOR (*INS/TOR 1999*)<sup>1</sup>, le Wallon qui écoute la radio (11% de la population) le fait en moyenne 42 minutes par jour. Les études CIM et IP proposent des chiffres beaucoup plus élevés : l'étude 2005 de *CIM Radio* donne 216 minutes d'audience quotidienne moyenne pour le Sud de la Belgique les jours de semaine et 193 minutes les week-ends (*CIM Radio*, p.7) et l'étude *IP Life time* sur le Belge moyen donne un taux de pénétration de 58,8% (*IPB 1998*). Notons que nous sommes plutôt enclins à suivre les chiffres proposés par les études CIM ou IP qui sont des études marketing dont les procédés d'enquêtes ciblées et pointues sont plus propices à donner des réponses proches de la réalité que l'enquête particulièrement vaste sur l'emploi du temps d'INS/TOR.

Les jeunes Belges (12-30 ans) passent 31% de leur temps de loisirs à écouter la radio en semaine et 20 % les week-ends (*Youth 2005*, p.9).

Les programmes écoutés au sud du pays sont principalement musicaux (près de 60%), avec aussi, en nettement moindre proportion, de l'information (9%), du divertissement (8%), des magazines (7%), du service (4%) (*Radio Observer 2005*, p.15). Les programmes les plus appréciés dans cette région sont également les programmes musicaux (67%), suivis des informations (44%), de la météo (30%) et des programmes de divertissements (20%) (*RMB, Nouveautés CIM 04-05. Radio : les programmes radio*). La radio la plus écoutée est BEL RTL avec 20% des parts de marché, suivie de Radio Contact (18,8% de part de marché). A titre de comparaison, la Première atteint 4,7% des parts de marché (*CIM Radio*, p. 8).

Le Wallon dépense en moyenne un euro par an à l'achat d'appareils radio (et 3,80 € pour les hi-fi) (*INS/BM 2004*). 97% des francophones possèdent une radio et 22% sont raccordés au réseau câblé (*RMB, Nouveautés CIM 04-05. Radio : l'équipement radio des ménages*).

---

<sup>1</sup> Notons que nous avons extrait de cette étude les temps moyens pour l'ensemble de la population wallonne (12-95 ans) mais aussi les temps consacrés à l'activité par le « participant », le taux de participation étant exprimé en pourcentage. Il semble que la majorité des études consultées se réfèrent à la population « participant » à l'activité concernée (les « actifs »).

*98% des Belges possèdent au moins une **télévision** et presque tous sont reliés au câble. En Communauté française, la télévision est regardée plus de trois heures par jour avec en tête des audiences le journal télévisé de RTL. C'est cette même chaîne qui est la plus regardée, devant TF1 suivi de près par La Une.*

L'audience télévisée est un sujet relativement facile à comptabiliser et les différentes études fournissent des chiffres très similaires. Selon INS/TOR, le Wallon qui regarde la télévision (84% de la population) le fait en moyen 170 minutes par jour (*INS/TOR 1999*). L'étude de 2005 d'*Audimétrie CIM* pour le sud de la Belgique donne une audience moyenne de 185 minutes les jours de semaine et 210 minutes les samedis et dimanches (*Audimétrie CIM Sud du pays*, fourni par IPB) et selon IP, le Belge moyen, regarde la télévision pendant 210 minutes par jour, avec un taux de pénétration de plus de 86% (*IPB 1998*).

98% des ménages belges possèdent une ou plusieurs télévisions (63,1% en possèdent une, 25% deux, 6,6% trois et 2,8% en possèdent 4 ou plus) (*Annuaire de l'audiovisuel 2005. 2005, p. 105 (selon IPBelgium – CIM 03/04)*) et près de 95% sont reliés à un réseau de distribution par câble (*Television Key Facts 2005, p.2*).

Le programme le plus regardé au sud du pays est le journal de 19h de RTL (avec un ratio d'environ 20%), les autres programmes les plus regardés varient d'une semaine à l'autre (mais on retrouve souvent dans les « tops » des feuilletons tel « Desperate Housewives » ou des émissions de connaissance générale tel « Coûte que coûte » - avec environ 17% chacune) (*Étude Tactique TELEVISION : mesure de manière continue et uniforme les comportements télévisuels de la population habitant la Belgique – le CIM*). Les programmes les plus appréciés dans cette même région sont les journaux d'information (46%), suivis des films (42%), des documentaires (35%) et de la météo (34%) (*RMB, Nouveautés CIM 04-05. Télévision : Les programmes TV*).

Les jeunes (12-30 ans) consacrent environ 25% de leur temps de loisirs à la télévision (*Youth 2005, p.9*). Une étude de 1995 constate que, en moyenne, les enfants regardent alors près de deux heures de télévision par jour (les parents étant d'autant plus sélectifs dans le choix des programmes et plus restrictifs quant à la durée horaire de télévision autorisée que l'on remonte les échelons sociaux) (*ULB 2005*).

Le Wallon dépense en moyenne annuellement 21 € à l'achat d'appareils de télévision (*INS/BM 2004*). Il y avait, en 2001, plus d'1,1 millions de licences de télévision en région wallonne selon l'INS (*Nombre de licences d'appareils de radio sur véhicule et de télévision. Situation au 31 décembre 2001*). INS et IP affirment que, sur l'ensemble de la Belgique en 2004, 4,6 millions de ménages possédaient une télévision (soit 98%) et que, en 2005, 70% de la population capte 30 chaînes différentes (*Television Key Facts 2005, p.2*).

*Plus de 83% des ménages belges possèdent un magnétoscope et 23% un lecteur DVD. Le Wallon dépense au moins 26€ par an en achat ou location de **vidéo et DVD**.*

Le Wallon qui regarde des films vidéo (2,5% de la population) le fait en moyenne 95 minutes par jour (*INS/TOR 1999*) alors que le Belge moyen regarde 115 minutes quotidiennes de programmes ou films vidéo, avec un taux de pénétration de 5,4% (*IPB 1998*).

Remarquons que ces résultats sont issus d'études relativement anciennes qui ne tiennent pas encore compte des DVD: des chiffres de la FEDIS montrent qu'en 2005, 20,5 millions de films DVD ont été vendus en Belgique (*L'an dernier, le consommateur a dépensé 3% de plus en DVD, jeux et cassettes vidéo qu'en 2004. Communiqué de presse FEDIS, 6 février 2006*).

Le jeune Belge (12-30 ans) consacre 4% de son temps de loisirs les week-ends (et rien en semaine) à regarder des DVD ou vidéo (*Youth 2005, p. 9*).

Le Wallon dépense près de 15 € par an en vidéo recorder et lecteur DVD et près de 24 € par an en achat de cassettes vidéo et DVD ainsi que deux euros en location (*INS/BM 2004*).

Selon IP, en 2004, 83% des ménages belges possédaient un magnétoscope et 23% un lecteur DVD (*Television Key Facts 2005*) alors que selon l'*Annuaire de l'audiovisuel* en 2003, 31,7% des ménages possédaient un lecteur DVD (*Annuaire de l'Audiovisuel 2005, p. 523 et 536* (selon « *European Video Yearbook* » et « *Belgian Video Federation* »)).

*La Belgique compte 4,8 millions d'internautes et en 2001, plus de 22% des Wallons étaient connectés à Internet. Le Wallon passe près de 3 heures quotidiennement sur son ordinateur par « choix ».*

Le Wallon qui utilise un ordinateur le fait en moyenne deux heures par jour comme hobby (2,43 % de la population) et une heure et demie pour communiquer (1% de la population) (*INS/TOR 1999*).

Les chiffres concernant le Belge moyen sont ici presque identiques : le Belge utilise son ordinateur deux heures par jour pour des raisons non professionnelles, avec un taux de pénétration de 2,5% (*IPB 1998*).

Les jeunes belges (12-30 ans) consacrent 9% de leur temps de loisirs à l'Internet et y consacrent 2% de leur budget (*Youth 2005, p.9*).

Le Wallon dépense plus de 50 € par an en matériel informatique et environs 31 € par an en abonnements et accès rapides à Internet.

Le nombre d'internautes est difficile à comptabiliser : l'INS dénombrait, pour l'ensemble de la Belgique, 4,2 millions d'internautes en 2004 (*INS Nombre d'utilisateurs d'Internet 1997-2004*) et ISPA donne 4,8 millions pour 2005 (*Communiqué de presse BIM : 30.11.2005 : « La Belgique compte 4,8 millions d'Internautees »*). IP nous dit qu'en 2004 près de 40% des ménages et 45% des individus utilisaient Internet (*Television Key Facts 2005, p.2*).

Selon l'INS, en 2001, 22,6% des Wallons étaient connectés à Internet (contre 27% en région de Bruxelles Capitale et 31% en région flamande) (*Pénétration des GSM, des PC et d'Internet auprès des ménages. Enquête INS, 2001*).

Les Belges surfent sur Internet principalement à la recherche d'informations (sur les produits ou les marques, ou pour le travail ou l'école) pour près de 50% d'entre eux, mais également au hasard (44%), pour des opérations bancaires (35%) ou pour charger des fichiers, des programmes ou de la musique (près de 25%) (*RMB, Nouveautés CIM 04-05. Internet*).

Notons que les blogs se développent très rapidement mais ne sont pas encore quantifiés en Belgique. Ils représentent quelques 40% de la « consommation online » des adolescents aux

USA (*Blogs: en plein dans le mille*, article par Bart Lombaerts dans *Média Marketing*, MM207 / 2005). Les études françaises nous disent qu'un internaute sur 10 a déjà créé un blog et que 8 blogueurs sur 10 ont moins de 24 ans (*Internet, Blogs et gratuits: une nouvelle donne pour les journalistes et les médias* par Stephen Bunard, 2005). La participation aux forums, pourtant massive chez les jeunes, n'apparaît, elle non plus, dans aucune des études consultées. De même le podcasting, souvent cité comme un nouveau moyen de communication en plein essor, n'est pas encore étudié. Le problème est le même pour les GSM 3G ou 4G.

*6% des Wallons consacrent près de deux heures quotidiennes aux jeux d'ordinateur ou jeux vidéos.*

Le Wallon qui joue à des jeux d'ordinateur ou jeux vidéo (6% de la population) le fait en moyenne 105 minutes par jour (*INS/TOR 1999*) et il dépense plus de dix euros par an pour l'achat de ces jeux (*INS/BM 2004*).

Le jeune Belge (12-30 ans) consacre lui un peu plus de 4% de son temps de loisirs à ces occupations (*Youth 2005*, p.9).

En 1995 en Communauté française, 7,5% des familles dépensaient plus de 125 € par an pour les jeux vidéo et informatisés avec une moyenne de 30 € par ménage (*ULB 1995*). En 2004, 318.000 consoles de jeux ont été vendues en Belgique et près de 3,8 millions de jeux (*L'an dernier, le consommateur a dépensé 3% de plus en DVD, jeux et cassettes vidéo qu'en 2004. Communiqué de presse FEDIS, 6 février 2006*).

*Le Wallon passe une heure quotidiennement à la lecture de la presse. Environ la moitié de la population, en Communauté française, lit de un à cinq livres par mois. Près de la moitié de la population achète régulièrement des livres et 20% utilisent les bibliothèques publiques.*

Les études statistiques concernant la lecture sont nombreuses mais parfois difficiles à déchiffrer et confuses. Cela est dû au fait que ce sujet recouvre différents types de lectures qui, selon les études, sont regroupées sous différentes rubriques (livres, quotidiens, magazines, ...). Il est intéressant de remarquer que dans l'étude de l'*Emploi du temps* (*INS/TOR 1999*), la lecture de livres n'est pas identifiée et de même, l'étude *IP Lifetime* (*IPB 1998*) donne sous une même rubrique la lecture de livres et de bandes dessinées. Le sujet est d'autant plus complexe qu'il y a une différence entre les livres achetés (lus ou non lus) et les livres empruntés (à des proches ou à une bibliothèque). Remarquons encore que nous avons très peu d'informations sur la lecture du Wallon, nous en avons plus concernant le Belge et d'autres (mais pas les mêmes) concernant le Belge de la Communauté française.

Nous apprenons dans l'enquête de l'*Emploi du temps* que le Wallon qui lit la presse écrite (plus de 40% de la population) y consacre en moyenne une heure quotidiennement (*INS/TOR 1999*).

Après la presse quotidienne, les magazines TV sont les deuxièmes lectures des Belges ! Ainsi, le Belge qui lit des magazines TV (15,8% de la population) y consacre en moyenne 27 minutes par jour, celui qui lit des livres ou BD (9 % de la population) y consacre 87 minutes,

6,7% consacrent 32 minutes aux toutes boîtes, 5,7% consacrent 46 minutes aux magazines féminins, 2,7% consacrent une heure aux magazines spécialisés, 2,3% consacrent trois quarts d'heure aux magazines d'info (IPB 1998).

Une autre étude nous montre que le Belge de 12 à 40 ans passe environs 20 minutes par jour à la lecture (de livres, magazines ou journaux !) et que ce temps augmente avec l'âge (26 minutes de 40 à 49 ans, 37 minutes de 50 à 59 ans, 41 minutes de 60 à 69 ans et 49 minutes pour 70 ans et plus) (*Dossier Livres: De la production à la lecture dans StatInfo, INS, 2002, p. 20-21*)

En 1995, on observait qu'en Communauté française, sur un mois, environs 49% de la population avaient lu de 1 à 5 livres (8% de 6 à 10, 7% plus de 10) et 34% n'en avait lu aucun (Sobemap 1995). Une étude européenne de 2002 affirme que la Belgique est le pays d'Europe du Nord où on lit le moins puisque 58% des Belges déclaraient ne pas avoir lu de livre au cours des 12 derniers mois (*La participation des Européens aux activités culturelles. Une enquête eurobaromètre réalisée à la demande de la Commission européenne, EUROSTAT. Avril 2002, p. 5*)

Dans l'étude de 1995 sur la Communauté française, 47% de la population affirment acheter souvent des livres (28% parfois et 22% jamais); 44% n'empruntent jamais de livres à des amis (40% parfois et 13% souvent); 66% n'empruntent jamais de livres à la bibliothèque publique (20% parfois, 12% souvent) (Sobemap 1995). La même étude montre que sur une période d'un mois, 22% avaient lu de 1 à 5 BD (5% de 6 à 10, 7% plus de 10) et 65% aucune; 71% avaient lu de 1 à 5 magazines (6% de 6 à 10, 2% plus de 10) et 21% aucun; dans le courant de la dernière semaine 39% avaient lu de 1 à 5 quotidiens (23% des 6 à 10; 6% plus de 10 et 32% aucun).

Le Wallon dépense un peu plus de 80 € par an pour les journaux, périodiques et livres (INS/BM 2004).

Le jeune Belge (12-30 ans) consacre 2% de son budget à l'achat de journaux et magazines (Youth 2005, p.9).

L'étude de 1995 sur la Communauté française montre que les familles dépensent un peu moins de 70 € par an en livres (ULB 1995, p. 241). On y lit également que le nombre de volumes que comporte la bibliothèque familiale est très fortement corrélé au diplôme du chef de famille (environs 6% de bibliothèques de plus de 200 volumes chez les diplômés du primaire pour 64% chez les universitaires) mais aussi à l'activité professionnelle et au revenu.

En outre, 45% des parents avouent ne pas inciter leurs enfants à la lecture contre 54% qui prétendent le faire. Notons encore que 84% de la population en Communauté française est desservie par une bibliothèque publique fixe mais que seulement 20% de cette population en fait usage (*Les chiffres clés de la lecture publique en 2003. Les bibliothèques publiques en Communauté française de Belgique*).

*Le Wallon écoute un peu plus d'une heure et demi de **musique** par jour, principalement de la variété suivie, à parts presque égales, par le classique ou le rock. Le Wallon dépense environs 14€ par an en disques et CD. Les ventes annuelles de disques, CD, cassettes, ... sont d'environ 21 millions et les médiathèques en Communauté française enregistrent près de 3,4 millions de prêts par an.*

Le Wallon qui écoute de la musique (14% de la population) y consacre en moyenne plus de 100 minutes par jour (*INS/TOR 1999*). Ces chiffres sont proches des statistiques du Belge moyen qui écoute 112 minutes de musique quotidiennement (*IPB 1998*).

En Communauté française en 1995, 53 % de la population écoutaient souvent de la **variété** (38% parfois, 8% jamais); 29% écoutaient souvent de la musique **classique** (50% parfois, 20% jamais); 26% écoutaient souvent de musique **rock** (38% parfois, 35% jamais), ; 15% écoutaient souvent du **jazz** (46% parfois, 38% jamais) ; 15% écoutaient souvent des **musiques du monde** (49% parfois, 34% jamais) et 12% écoutaient souvent de l'**opéra** (36% parfois, 51% jamais) (*Sobemap 1995*). En 2002, le genre musical le plus écouté en Belgique était le pop et rock (65%) suivi de la variété (38%) et du classique (25%) (*Les penchants musicaux des Belges : pop/rock en numéro un, dans Info Flash n°29, 20 août 2002*).

Le jeune Belge (12-30 ans) consacre 7% de son temps de loisirs à écouter de la musique (*Youth 2005, p.9*).

Le Wallon dépense un peu plus de 7 € par an en appareils audio et près de 14 € en disques, CD (*INS/BM 2004*). En 1995 en Communauté française, moins de 8% des familles dépensaient plus de 125 € par an pour les disques, avec une moyenne annuelle de moins de 40 € par an par ménage (*ULB 1995, p.241*). La même année en Communauté française, 35% de la population achetaient plus de 10 disques, cassettes ou CD par an et 24% n'achetaient aucun (20% en achetaient 1 à 5, 19% 6 à 10) (*Sobemap 1995*). On sait aussi qu'en 2002, près de 21 millions de disques, CD, cassettes, etc. ont été vendus en Belgique (*Industrie du disque 1980-2002. Statistique INS*).

En 2005, 455.000 personnes étaient membres d'une médiathèque en Communauté française et on dénombrait environs 3,5 millions de prêts.

Notons encore que le marché de la musique enregistrée est fortement victime du piratage qui aurait fait perdre, entre 2000 et 2003, 30% du marché (*Marché du disque en Belgique : Dix hits marketings pour relancer le CD, article Trends Tendances 13 décembre 2003 par Jean-François Sacré*).

*2,8% des Belges vont au moins une fois par mois au théâtre ou au ballet et le Wallon dépense environ 7€ annuellement pour ses entrées au théâtre.*

Les chiffres de fréquentation des théâtres sont difficilement lisibles dans les études d'emploi du temps. Notons ici que les chiffres fournis par l'étude sur l'emploi du temps (*INS/TOR 1999*) concernant la fréquentation des théâtres sont largement inférieurs à ceux de l'étude Sobemap de 1995. Il nous semble que les premiers sont artificiellement bas. Ce constat est vrai pour la plupart des sujets ci-dessous. Lorsque nous disposons d'autres études que celles de l'emploi du temps, nous avons généralement choisi d'ignorer ces dernières qui nous semblaient trop loin de la réalité pour les activités qui se produisent à un rythme quotidien.

En 1995 en Communauté française, 24% de la population avaient fréquenté un théâtre professionnel entre une et cinq fois au cours de l'année écoulée et 70% aucun (4% six à dix fois et 2% plus de 11 fois) (*Sobemap 1995*). La même année, l'étude montre qu'en Communauté française les familles faisaient en moyenne 2,9 sorties au théâtre par an, 10% des familles consacrant un budget pour les sorties au théâtre, avec une moyenne d'un peu plus

de 8 € par an pour l'ensemble des familles. L'enquête PSBH de 2005 affirme que 2,8 % des Belges interrogés vont au moins une fois par mois au théâtre ou au ballet (PSBH 2005, p.22). Le Wallon dépense en moyenne annuellement un peu plus de 7 € pour les tickets et abonnements de théâtre (INS/BM 2004).

La fréquentation des spectacles de danse est mal connue. Nous savons toutefois qu'en 1995 en Communauté française, 5% de la population avaient vu de un à cinq spectacles de danse au cours de l'année écoulée (0,4% en avaient vu 6 à 10 et 0,5% 11 ou plus) et 93% aucun (Sobemap 1995).

*2,8% des Belges vont au moins une fois par mois au **concert** (ce qui est la même proportion que pour les théâtres et ballets). Les concerts les plus fréquentés sont les concerts rock, suivis (ou au même niveau, selon les études) par les concerts classiques.*

Le Wallon consacre 7 € par an en tickets et abonnements de concert et opéra (INS/BM 2004). En 1995 en Communauté française, seulement un peu plus de 4% des familles consacraient un budget aux concerts de musique classique avec une moyenne d'à peine plus de deux euros par an pour l'ensemble des familles. Si la même proportion de famille consacrait un budget pour les autres formes de concert, le budget annuel moyen qui y était consacré était bien supérieur : 25 € (ULB 1995, p.241). La même étude montre que les ménages faisaient alors en moyenne par an 0,2 sortie pour écouter un concert de musique classique et deux sorties à d'autres types de concerts. L'enquête PSBH 2005 affirme que 2,8% des Belges interrogés vont au moins une fois par mois au concert (PSBH 2005, p.22).

En 1995, la fréquentation des concerts en Communauté française est quantifiée selon les styles musicaux : classique (37% ont vu 1 à 5 concert, 58% aucun), rock (36% 1 à 5, 61% aucun), variétés-chansons (31% 1 à 5, 65% aucun), musique contemporaine (27% 1 à 5, 71% aucun), jazz (22% 1 à 5, 74% aucun) (Sobemap 1995). Une étude sur l'ensemble de la Belgique montre qu'en 2001, les concerts les plus fréquentés étaient les concerts pop - rock (près d'un million de personnes, soit 59% des fréquentations de concerts), suivis des concerts classiques (22%) puis du folk (19%) et de la variété (16%) (Les penchants musicaux des Belges : pop/rock en numéro un, dans Info Flash n°29, 20 août 2002).

Nous ne disposons pas de suffisamment d'éléments pour schématiser les sorties à des **festivals & événements ou cirques, arts forains & arts de la rue.**

*8,3% des Belges vont au moins une fois par mois au **cinéma** et le Wallon dépense annuellement près de 12 € pour ses entrées cinéma.*

En moyenne, 0,6% des Wallons vont au cinéma les jours de semaine et 1,6% les jours de week-ends (INS/TOR 1999). Ces chiffres, basés sur l'enquête relative à l'emploi du temps, semblent encore un fois partiellement peu représentatifs.

En 1995 en Communauté française, les ménages faisaient en moyenne annuellement 2,14 sorties cinéma en famille (ULB 1995, p. 251). La même étude montre que 42% des familles consacraient alors un budget aux sorties cinéma, avec une moyenne de 33 € pour l'ensemble des familles. 40% des personnes de la Communauté française interrogées en 1995 n'avaient pas été au cinéma l'année écoulée et 33% y avaient été de une à cinq fois (14% 6 à 10 fois et



12% 11 fois ou plus) (*Sobemap 1995*). L'enquête PSBH de 2005 affirme que 8,3% des Belges interrogés vont au moins une fois par mois au cinéma (*PSBH 2005, p. 22*).

Le Wallon dépense annuellement un peu moins de 12 € pour des tickets ou abonnements de cinéma (*INS/BM 2004*).

Les cinémas ont eu, en Belgique, plus de 23,7 millions de spectateurs en 2002 (*ECODATA, L'exploitation des cinémas en Belgique, Service public fédéral*) et 22,7 millions en 2003 (*Bilan de la production, de la promotion et de la diffusion cinématographiques et audiovisuelles. 2004, p. 281*). Les films vus durant la saison 2003/04 étaient très majoritairement américains (59%, contre 26% de films européens) (*même étude*).

*Plus de 3% des Belges visitent au moins une fois par mois une **exposition ou un musée** et le Wallon dépense annuellement près de cinq euros pour ses visites de musées ou d'expositions*

Près de 20% des familles consacraient un budget pour les sorties au musée ou la visite d'expositions en 1995 en Communauté française, avec un budget annuel moyen pour l'ensemble des familles d'un peu plus de 16 € (*ULB 1995, p.241*). Les ménages faisaient en moyenne, toujours selon la même étude, 1,2 sorties par an au musée ou pour visiter une exposition en famille.

L'enquête PSBH de 2005 signale que 3,3% des Belges interrogés visitent au moins une fois par mois une exposition ou un musée (*PSBH 2005, p.22*). En 1995, 37% de la population de la Communauté française avaient visité de un à cinq musées (5% de 6 à 10 et 3% 11 ou plus) et 54% n'avaient visité aucun musée l'année écoulée. Le public des galeries d'art était encore moins nombreux (69% aucune visite, 26% de 1 à 5, 3% de 6 à 10 et 1% 11 ou plus) (*Sobemap 1995*). Le Wallon dépense en moyenne un peu plus de 5 € par an pour les tickets et abonnements de musées ou expositions (*INS/BM 2004*).

Remarquons qu'en Communauté française en 1995, 32% des enfants de familles à petits revenus effectuaient des **sorties culturelles**, pour 90% des enfants de familles à très grands revenus, ces différentes activités culturelles étant très fortement corrélées au diplôme du chef de famille (*ULB 1995*).

Nous n'avons pas suffisamment d'éléments pour commenter la fréquentation des **zoos, parcs animaliers, jardins botaniques, ...** ni celle des **fêtes populaires, carnivals, folklore**.

*Presque la moitié des Wallons suivent une **formation après l'école**.*

Près de 48% des Wallons participent à au moins une activité d'apprentissage après avoir achevé leur parcours scolaire, contre moins de 40% en région flamande (*Après avoir quitté l'école, 4 Belges sur 10 continuent d'apprendre (mai 2004), communiqués de presse INS*). L'étude sur l'emploi du temps affirme que 2,3% des Wallons consacrent en moyenne 130 minutes par jour pour des cours et formation (*INS/TOR 1999*). Nous apprenons aussi que plus de 52% des Belges 18-36 ans sont décidés à suivre une formation complémentaire à l'avenir (*Elchardus & Smits, Le cours de vie des jeunes adultes 18-36, 2005, p. 28*).

*Parmi ses activités non culturelles, le Wallon sort volontiers au **café ou restaurant**, y consacrant un budget annuel de 460€ (plus de 35% des Belges sortant au moins une fois par mois au restaurant ou au café). Il sort en discothèque (plus de 4% des Belges), fréquente des manifestations sportives (17% des Belges), se promène (13% des Wallons), fait du sport (7% des Wallons font plus d'une heure de sport par jour),*  
...

Le Wallon consacre en moyenne environs 460 € par an aux sorties restaurant ou café (*INS/BM 2004*). Le jeune Belge (12-30 ans) consacre 4% de son budget à des sorties restaurant et 6% à des sorties discothèque et café (*Youth 2005, p. 12*).

L'enquête PSBH de 2005 affirme que près de 35% des Belges interrogés vont au moins une fois par mois au restaurant pour le plaisir, 38% vont au café au moins une fois par mois (*PSBH 2005, p. 22*). Par ailleurs, toujours selon la même étude, 4,5% des Belges vont en discothèque au moins une fois par mois, ce qui est loin d'être une quantité négligeable !

Le Belge moyen passe quotidiennement plus d'une heure pour des repas au restaurant ou chez des amis (avec un taux de participation de 11%) et plus de deux heures et un quart en sorties café, bar ou discothèque (avec un taux de participation de près de 12%) (*IPB 1998*).

L'enquête PSBH signale qu'en 2005 17,7% des Belges interrogés assistaient au moins une fois par mois à une manifestation sportive (*PSBH 2005, p.22*).

Le Wallon dépense une moyenne annuelle de 1,50 € pour des manifestations sportives (*INS/BM 2004*).

Le Wallon qui **se promène** (13% de la population) le fait en moyenne près d'une heure et demie quotidiennement (*INS/TOR 1999*). Les chiffres sont assez similaires pour le Belge moyen qui se promène et fait du lèche-vitrine environs 100 minutes par jour (taux de pénétration de 15%) (*IPB 1998*).

*33% des Belges pratiquent un **sport** au moins une fois par semaine.*

7% des Wallons pratiquent un sport en moyenne 1h35 les jours de semaine et 2h10 les week-ends (*INS/TOR 1999*) et le Belge moyen pratique 124 minutes de sport quotidiennement avec un taux de pénétration de 5,6% (*IPB 1998*). Nous apprenons par ailleurs que 17% des Belges de 15 ans et plus pratiquent un activité physique de loisir de manière intensive au moins 4 heures par semaine et 33% pratiquent au moins un fois par semaine (*Enquête de santé par interview, Belgique, 2001, p. 629*).

Les dépenses annuelles du Wallon liées à ses activités sportives sont d'environ 35 €. Le jeune Belge (12-30 ans) consacre 2% de son budget à la pratique de sport (*Youth 2005, p.12*). Une étude sur la Communauté française en 1995 montre que les activités sportives d'un enfant coûtent en moyenne annuellement près de 180 € par an ; cette étude montre que 46% des enfants pratiquent un sport et que la fréquence de ces activités augmente avec les revenus du ménage et le diplôme du chef de famille (*ULB 1995, pp. 243-246*).

*La pratique artistique (musique, chant, danse, théâtre, ...) concerne en général un peu moins de 10% de la population en Communauté française, sauf pour le dessin, la peinture et la sculpture qui rassemblent près de 20%.*

Selon l'enquête de la Sobemap, en 1995 en Communauté française, 8,6% de la population pratiquaient la musique et 8,9% le chant (*Sobemap 1995*).

Durant l'année académique 2002-2003, il y avait plus de 65.000 personnes inscrites à l'enseignement musical à horaire réduit en région wallonne (et près de 17.000 à Bruxelles) (*L'annuaire complet volume II 2002-2003 "Statistiques de l'enseignement à distance, artistique à horaire réduit et de promotion sociale", p. 23*). Les académies de musique recensaient 51.000 inscrits en Communauté française en 2004-2005 (*Statistiques concernant les académies. Dotations 1999-2000 à 2005-2006*).

Le Wallon dépense en moyenne plus de 3 € par an en instrument de musique (*INS/BM 2004*).

En 1995 en Communauté française près de 9% de la population pratiquaient la danse et 4% le théâtre. Cette pratique se faisait, pour 5% à l'école, 4% en académie et 9% dans un groupement, club ou autre (*Sobemap 1995*). Les académies recensaient en Communauté française en 2004-2005, un peu plus de 10.000 inscrits en section danse et 15.500 inscrits arts de la parole et du théâtre (*Statistiques concernant les académies. Dotations 1999-2000 à 2005-2006*).

En 1995 en Communauté française, 19% de la population pratiquaient le dessin, la peinture ou la sculpture et 12% l'artisanat (*Sobemap 1995*). De même, 19% des enfants pratiquaient alors un art (*ULB 1995, p. 243*).

Durant l'année académique 2002-2003, il y avait plus de 8.000 personnes inscrites à l'enseignement artistique (arts plastiques) à horaire réduit en région wallonne (et près de 5.000 à Bruxelles) (*L'annuaire complet volume II 2002-2003 "Statistiques de l'enseignement à distance, artistique à horaire réduit et de promotion sociale", p. 23*). Les académies recensaient plus de 13.000 inscrits en Communauté française en 2004-2005 dans les sections d'arts plastiques, visuels et de l'espace (*Statistiques concernant les académies. Dotations 1999-2000 à 2005-2006*).

Toujours la même année en Communauté française, 8% de la population pratiquaient le **cinéma** (et 0,5% la vidéo) et 26% la **photographie** (*Sobemap 1995*).

Le Wallon dépense en moyenne annuellement près de 22 € en appareils photographiques et optiques, et moins de deux euros en films photo et dépenses y adhérents (*INS/BM 2004*).

Le Wallon dépense annuellement plus de 7 € pour les **parcs d'attractions** (*INS/BM 2004*). Le jeune Belge (12-30 ans) consacre 2% de son budget au tourisme et aux parcs d'attraction (*Youth 2005, p. 12*). Il nous est difficile de cerner de plus près ce type d'activités qui ne sont pas souvent identifiées comme telles dans les études consultées.

*Le Wallon consacre en moyenne un vingtaine de minutes par jour à ses **hobbies**.*

Le détail montre que 3%, exclusivement féminin, des Wallons consacrent une heure et demie par jour au travail à l'aiguille ; les collections occupent près de trois heures le samedi et un peu plus d'une heure les autres jours (0,12% de participation) ; deux heures et trois quarts

sont consacrées aux hobbies techniques le dimanche et un peu plus d'une heure et demie les autres jours (0,7% de participation, avec un partage presque équitable entre homme et femme); une vingtaine de minutes sont consacrées à jouer avec les animaux domestiques (0,12% de participation) et un peu plus de trois quart d'heure quotidiennement à la promenade du chien (9% de participants); etc.

Le Wallon qui **jardine** consacre plus d'une heure et demie quotidiennement au potager (8% de participation), près d'une heure au jardin d'agrément (3%) et une heure un quart à la tonte du gazon (2,5%) (*INS/TOR 1999*).

Nous observons également que moins de 0,5% des Wallons (et exclusivement des hommes !) consacrent à la **pêche ou chasse** en moyenne 3h45 en semaine, 7h30 le samedi et 2h20 le dimanche (*INS/TOR 1999*). Le Wallon consacre une moyenne annuelle de 0,65 € en permis de chasse ou pêche (*INS/BM 2004*).

Nous apprenons par ailleurs qu'en 1995 en Communauté française 0,4% de la population pratiquait la couture, 0,2% le bricolage et 0,2% la cuisine (*Sobemap 1995*).

*80% des Wallons consacrent en moyenne une heure quotidiennement aux **contacts sociaux**.*

Nous pouvons diviser ses activités sociales en activités participatives (bénévolat, organisations culturelles, politiques, sociales, mouvements de jeunesse, pratiques religieuses, etc.) auxquelles 6% de la population consacrent environs deux heures un quart par jour et en contacts sociaux auxquels 80% consacrent environs une heure par jour (*INS/TOR 1999*)!

Un peu plus d'1% des Wallons consacrent en moyenne près d'une heure et demie quotidiennement aux cérémonies et pratiques religieuses, à quoi il faut ajouter une demie heure d'activités religieuses et prières privées, une demie heure de visite de cimetière et une heure d'enterrement.

En 1995 en Communauté française, plus de 14% des enfants fréquentaient un mouvement de jeunesse ou une association socioculturelle (*ULB 1995, p. 243*).

Le Belge moyen visite ou reçoit des parents, amis ou voisins deux heures et un quart par jour, avec un taux de participation de 25%, il s'occupe d'autrui ou fait du bénévolat durant un peu moins de deux heures par jour (avec un taux de pénétration de 1,6%) (*IPB 1998*).

Le Wallon dépense annuellement plus de dix euros pour des jeux de société (*INS/BM 2004*) (l'étude de 1995 montre que les familles dépensaient en moyenne dix euros par an en jeux de société (*ULB 1995*)).

## II. 3.2. Le Belge face à ses activités culturelles

Les données consacrées exclusivement au «Wallon » ne nous permettent pas d'étudier son profil sous des angles très variés mais les études relatives à l'ensemble de **la Belgique** nous permettent de diversifier un peu nos points de vue.

Ainsi, en ce qui concerne la **satisfaction** par rapport au temps de loisirs, l'enquête PSBH 2005 nous permet de constater que plus de 31% des Belges se disent insatisfaits du temps libre dont ils disposent (avec 45% d'insatisfaits dans les professions libérales, chefs d'entreprise et grossistes et plus de 48% parmi les petits indépendants et les agriculteurs) (PSBH 2005, p. 21). Dans la même étude, nous lisons que près de 65% des personnes interrogées disent ne pas avoir assez de temps dans une journée pour prévoir des activités personnelles ou de loisirs.

Si on structure le temps consacré aux loisirs par **tranche d'âge**, on voit que :

- ? les loisirs représentent le pôle d'activités le plus important chez les 12-30 ans qui y consacrent en moyenne 36% de leur temps (24h) en semaine et 43% les week-ends (*Youth 2005, p.9*).
- ? les 20-39 ans consacrent, par semaine, 21h53 aux loisirs (hobbies, sport, jeu, sortie, culture, télévision, ordinateur, lecture), les peu qualifiés y consacrant 5h de plus que les très qualifiés. Cette même tranche d'âge consacre aussi 9h31 aux activités sociales (*L'emploi du temps de la population selon le niveau d'enseignement dans Info Flash n°25, 25 juin 2002, p.1-3*);
- ? les 40-59 ans disposent de 25h17 minutes de loisir par semaine (*même source*).

D'une façon générale, nous lisons que les personnes peu qualifiées investissent plus de temps dans les loisirs mais que les activités telles la peinture, le dessin, l'utilisation de l'ordinateur, la course à pied ou la marche, la navigation sur le Net, le cinéma ou la fréquentation de bibliothèque sont exercées 4 à 10 fois plus par les très qualifiés (*même source*).

Si on **hiérarchise le temps consacré aux loisirs**, on constate que :

- ? Pour les jeunes Belges (12-30), la radio est la première activité de loisirs en semaine (31% du temps de loisirs) et la télévision les week-ends (25%) ; vient ensuite Internet (avec 9% du temps de loisirs). Notons que la place de la radio progresse avec l'âge, que la place de la télévision décroît de 12 à 18 ans puis remonte à partir de 28 ans alors qu'Internet occupe une place très importante pour les 15-22 ans (17%) puis diminue à partir de 28 ans. Les 12-30 ans passent aussi pas mal de temps à écouter de la musique (7% de leur temps de loisirs), à jouer sur un PC ou une console de jeux (4%) ou à pratiquer un sport (3%) (*Youth 2005, p.9*)
- ? L'activité de loisir principale du Belge moyen (de 15 ans et plus) est également la télévision (à laquelle il consacre en moyenne trois heures par jour), suivie de la radio (avec une moyenne de deux heures quotidiennes), des activités sociales (visiter ou recevoir des parents, amis, voisins, avec une moyenne de 34 minutes), des études et cours (27 minutes), des travaux de jardinage (22 minutes), des sorties café, bar et discothèque (16 minutes), du temps consacré aux journaux quotidiens (16 minutes). Ses autres activités culturelles sont, dans un ordre décroissant de temps consacré :

l'écoute de la musique (8 minutes), la lecture de livres ou BD (8 minutes), la pratique d'un sport (7 minutes), les films ou programmes vidéo (6 minutes), les jeux & hobbies (6 minutes), l'utilisation de l'ordinateur pour raisons non professionnelles (3 minutes), les excursions, le cinéma (1,2 minutes), les musées, spectacles & autres loisirs artistiques (1 minute), les manifestations sportives (0,6 minute), etc. (IPB 1998) Remarquons que les jeux d'ordinateur ou de consoles ne sont pas identifiés en tant que tels dans l'étude IP ci-dessus citée alors que l'étude de l'emploi du temps donne pour ceux-ci une pénétration de 6% pour 5 minutes quotidiennes (INS/TOR 1999).

### II. 3.3. L' Européen face à ses activités culturelles

Il est également intéressant de comparer les activités du Belge à celles de l'**Européen** : 97,6% des Européens regardent la télévision et 60% écoutent la radio tous les jours, 22,5% utilisent l'ordinateur tous les jours et 34,5% surfent sur Internet. Près de 45% des Européens ont lu des livres au cours des 12 derniers mois, 46% lisent des journaux 5 à 7 fois par semaine et 61% écoutent de la musique tous les jours. Nous apprenons également que les 6 activités culturelles le plus souvent pratiquées par les Européens sont : le cinéma (que l'Européen fréquente en moyenne 2,03 fois par an), la bibliothèque (1,67 fois par an), les monuments historiques (1,65), les événements sportifs (1,64), les visites de musée ou galerie (1,4) et les concerts (1,38). Notons que la notion d'activité culturelle telle qu'elle est retenue dans cette étude est beaucoup plus restreinte que celle que nous avons choisi de suivre (*La participation des Européens aux activités culturelles, EUROSTAT. 2002*).

## **II. 4. Guide de lecture du listing complet (repris en annexe) des données secondaires**

Au centre de notre recherche, la compilation aussi complète que possible et la classification des données statistiques disponibles sur l'ensemble des sujets étudiés forment les éléments qui structurent et sur lesquels se basent les analyses et les propositions. Ce paragraphe, qui doit être lu en parallèle avec l'annexe reprenant l'ensemble des documents structurés par champ d'activités, propose une description de son mode d'organisation.

Le listing complet des données secondaires qui est en annexe, suit scrupuleusement la structure du listing du champ d'application (voir introduction, point iii). Il propose pour chaque item la liste des enquêtes, recherches et résultats existant et en esquissant très succinctement pour chacun d'eux leur portée, leur contenu et leur valeur.

Une bibliographie générale et analytique, suivant globalement la même structure, est également reprise dans une deuxième annexe.

Dans le listing complet sont énumérées, sous chacun des sujets repris dans le listing des activités sélectionnées, toutes les études s'y rapportant. Les études qui concernent plusieurs sujets sont reprises sous chaque rubrique concernée, de sorte que chaque section soit aussi complète que possible.

Les études sont présentées par ordre d'importance qu'elles représentent pour notre recherche, les études belges apparaissant en premier lieu, suivies des études européennes puis françaises ou étrangères.

Les entrées sont structurées suivant un schéma standard qui permet d'y retrouver à chaque fois les mêmes informations (tant qu'elles sont disponibles pour la source concernée).

- ? Coordonnées complète de l'étude.
- ? En retrait, un bref commentaire mettant en lumière les éléments qui nous ont été utiles.
- ? Une ligne codifiée, permettant d'identifier au premier regard, la zone géographique concernée (BE pour Belgique, EU pour Europe et FR pour France), suivie d'une indication sur la source, quand celle-ci est facilement identifiable (INS pour Institut National de Statistiques, CIM, CFWB pour Communauté française de Belgique, etc.) – voir listing explicatif en annexe.
- ? Le code que nous utilisons pour nous référer de manière claire et rapide à la recherche – voir listing explicatif en annexe.
- ? L'adresse du lien Internet pour les documents qui sont accessibles sur Internet. Nous disposons généralement d'une copie imprimée de toutes les études que nous avons consultées et qui ne sont pas accessibles sur le Net. Cette masse d'informations est archivée et disponible mais ne peut être reprise dans les annexes tant pour des raisons de taille (plusieurs milliers de pages) que de traitement (la diversité des sources les rend largement incomparables, comme nous l'avons déjà évoqué).

Nous avons également inclus dans ce listing certaines données statistiques relatives à des sujets particulièrement précis qui nous semblaient pouvoir apporter un éclairage intéressant, sans toutefois avoir une envergure suffisante pour être considérées comme de véritables études. Nous les avons introduites « à titre d'exemples », en fin de section.

Par ailleurs, dans les sections « éducation & formation continue » et « pratiques religieuses », nous avons choisi d'ajouter quelques études qui ne rentraient pas strictement dans nos définitions des sujets, mais qui pouvaient apporter quelques éclairages complémentaires intéressants. Elles apparaissent également en fin de section.



### **III. Une revue de la littérature**

*"Or, en partant du point de vue du consommateur, on découvre des problèmes que ne peut voir une sociologie des producteurs, et notamment le fait qu'aucun individu n'est définissable par une seule coordonnée le réduisant à son être-comme-membre-d'un-champ".*

Lahire, 2004:688

Malgré son intérêt et sa portée, la question des pratiques culturelles des individus ne bénéficie pas d'une littérature surabondante. Usuellement, les problèmes posés par la culture sont abordés de manière thématique – analyse de la culture de masse, réflexion sur la musique, description de la pratique muséale, etc.– sans que l'analyse transversale ne soit fréquente. La réflexion sur les politiques culturelles, quant à elle, s'est longtemps centrée sur la question de la démocratisation de l'accès à la culture pour se focaliser dans les dernières années sur le caractère intégratif des productions culturelles et sur la tolérance que la diversité permet d'introduire dans nos sociétés. De son côté, la littérature sociologique et anthropologique sur la culture est pléthorique ; toutefois, elle ne constitue pas un élément central pertinent ici puisqu'elle définit la culture de façon large comme la réponse socialisée aux besoins naturels. Face à de telles alternatives, le choix posé dans ces pages est de se concentrer sur les quelques ouvrages –pas forcément récents, nous y reviendrons– se limitant à la problématique centrale de cette recherche : la pratique culturelle des individus ou des citoyens, entendue comme une pratique à caractère transversal, un même individu ayant une pluralité de pratiques diverses qui se structurent ou se juxtaposent, et les déterminants ou invariants éventuels de ces pratiques pour un groupe, une communauté ou une classe d'individus.

En remontant à l'origine de la littérature traitant des rapports des personnes à la culture, la problématique de la pratique (et dans une moindre mesure de la consommation, qui en est une terminologie contemporaine, comme nous l'exposerons ultérieurement) culturelle s'enracine dans une sociologie de l'éducation entendue comme l'étude des mécanismes d'inscription de l'être humain dans sa communauté d'appartenance. Pour simplifier, les pratiques culturelles s'inscrivent donc dans la description d'un jugement social sur le monde et situent les personnes à l'intérieur d'un ensemble de classes sociales dont le rapport au monde culturel est distinct. Les consommations y sont donc dissemblables et constituent à chaque fois un indicateur relativement précis de la situation occupée dans la hiérarchie sociale.

Sur cette première description se greffe dans les années '60 et '70 l'analyse de la généralisation des politiques de démocratisation de la culture. Leurs logiques étaient encore très orientées par la vision de classe. La culture «cultivée», savante ou légitime devait alors être rendue accessible à tous. Cette perspective mettait en avant la valeur de l'école et de

l'apprentissage : la démocratisation supposait pour une partie de la société l'apprentissage de la culture. La logique d'éducation permanente, d'éveil et de formation aux arts s'insère naturellement dans ce volet. Cette politique qui, heureusement, n'est pas abandonnée, reste toutefois limitée. Les mêmes théories de sociologie critique en ont souligné les bornes et les obstacles ; en introduisant les personnes des classes « dominées » à la culture savante, qui n'est autre que celle des classes dominantes, la violence symbolique qui leur est faite demeure tout aussi importante.

La fin des années '90 et le début du nouveau millénaire s'inscrivent dans l'affirmation de la modernité avancée laissant à l'individu toute son autonomie. Dans ces sociétés de modernité avancée, la distinction qui sépare la culture savante de la culture populaire a perdu beaucoup de son sens, nous est-il dit. La vision fermée d'une structuration rigide définissant la place et l'action de chacun s'estompe au profit de celle qui met en avant l'aspect indéfiniment inachevé des représentations individuelles et collectives ou le bricolage approximatif du social. Les prescriptions sociales portent alors sur l'invention de soi qui conduit nécessairement à la pluralité des identités parce que chacun fait l'expérience de plusieurs mondes. Cette pluralité objective des identités s'accompagne de la pluralité subjective des pratiques, revendiquée comme le signe de la réalisation de l'idéal d'individuation. Dans un tel cadre théorique, le changement de la vision des pratiques culturelles n'est pas anodin. En effet, il n'est plus alors question de pratiques culturelles soumises à un dictat de la séparation des classes mais de pratiques qui sont assumées et librement consenties de la part de chacun. La légitimité semble alors s'ouvrir et reconnaître toutes les activités culturelles comme étant indistinctes (et donc de valeur identique).

Face à une telle et trop rapide description, il nous semble intéressant de focaliser notre revue de la littérature sur cette inversion de vision et de prendre la mesure de ses conséquences théoriques. La première vision est classiquement représentée par les travaux de Pierre Bourdieu et de son équipe. Dans son ouvrage *La distinction, critique sociale du jugement* (1979), Bourdieu pose les bases d'une théorie largement figée de la pratique culturelle, une vision qui enferme chacun dans les pratiques qui sont les siennes ; si une évolution demeure possible, l'écart entre les pratiques légitimes des classes dominantes et les pratiques largement illégitimes des autres demeure constant. La seconde vision, soulignant la place de l'individu dans la construction et la signification de ses pratiques propres, est parfaitement illustrée par le travail considérable de Bernard Lahire qui, dans *La culture des individus, dissonances culturelles et distinction de soi* (2004), renvoie à l'individu de la modernité avancée la légitimation des pratiques multiples qui sont les siennes.

Nous allons structurer notre propos en nous centrant sur ces deux grands moments, pour partie déjà plus ancien et pour l'autre très contemporain. L'exposé de l'origine de la réflexion critique puis de la vision contemporaine de cette pratique sera alimenté par des recherches qui apportent à l'argument général une nuance et des précisions importantes. Ces autres références –reprises dans les notes bibliographiques de ce document– ne forment pas l'élément central de notre revue. Elles ne sont pas investies de la même importance, ne fournissant que des éléments accessoires au tableau central brossé par les références principales. Enfin, une série de références plus large –portant sur la modernité, l'enseignement ou l'individu– vient compléter cet ensemble pour permettre au lecteur intéressé de se retrouver dans la pléthore d'outils à sa disposition.

### III. 1. L'origine de la réflexion critique sur les pratiques culturelles

Les inégalités sociales ont des conséquences sur les inégalités scolaires. Ce truisme – remis en cause par la logique du mérite dont nombre de systèmes éducatifs nationaux ont longtemps fait leur fondement – indique bien que l'école ne réduit pas les divergences d'origine, voire les accroît. L'école participe à la reproduction de la société en donnant comme repères culturels les pratiques d'une partie – la partie dominante – de la société. Ce mécanisme (qui est aussi une louable et parfois maladroite volonté de démocratiser, c'est-à-dire d'introduire toutes les composantes de la société à la culture la plus légitime, qui n'est pas nécessairement la plus utile à l'action qu'il faudra mener dans la société) a pour conséquence de permettre la réussite plus aisée des enfants des classes dominantes qui connaissent, par familiarité *a priori*, les contenus ou à tout le moins les formes de culture qui leur sont transmis par l'appareil scolaire.

Ce diagnostic, beaucoup trop rapidement croqué, est posé dès les années '60 par Pierre Bourdieu et son équipe (Passeron, Bourdieu, 1964, 1970). Il est bien question d'une vision critique qui, en décrivant le procès éducatif tel qu'il se déroule concrètement, invite à s'en distancier voire à en corriger les excès. Le concept qui résume, sous la plume de Bourdieu, ce mécanisme est celui de *violence symbolique*. Cette violence est exercée par la société à l'encontre des individus. Le processus en est relativement simple dans le cas scolaire ; objectivement, l'école transmet les contenus de savoir d'une classe ou partie spécifique de la société, cette transmission s'effectue sur le mode de l'excellence, c'est-à-dire que les enfants obtiennent les résultats que leur travail leur donne (l'idée centrale du mérite). Pourtant, ce mérite est largement mâtiné par les compétences de départ (au premier rang desquelles l'origine sociale). Subjectivement, dès lors, l'échec qui n'est principalement (c'est-à-dire statistiquement) que l'expression d'une situation sociale est vécu comme la conséquence de l'investissement personnel. De cette façon, la société transfère sur les individus (ici les enfants) la charge et la responsabilité de la sélection : alors que la société (certes réifiée) est objectivement cause de la structure sociale et de sa reproduction, elle renvoie subjectivement aux agents la responsabilité de leur condition.

La logique qui se retrouve dans l'enseignement déborde dans la culture, au sens plus large. Là également, la société qui ne rend légitime qu'une partie des cultures qui s'y déploient (la part savante ou cultivée, celle défendue et pratiquée par ses classes dominantes) réduit rapidement la notion même de culture et de pratiques culturelles à cette culture fortement légitimée. À partir de l'expérience scolaire et de l'analyse de celui-ci, Bourdieu (1979) étend son observation et son analyse à l'espace de la culture dans un sens plus large. Se basant sur un matériau très riche recensant les pratiques culturelles des Français mais également leurs préférences culturelles<sup>1</sup>, Bourdieu brosse un vaste tableau soulignant la cohérence, et dans une certaine mesure la « transférabilité », des multiples pratiques et des goûts culturels des différentes classes sociales composant la société.

---

<sup>1</sup> Les questions qui ont alors été posées aux personnes de l'échantillon portent non seulement sur les pratiques qui sont les leurs mais également sur les choix posés en termes d'ameublement, de vêtements, de loisirs, de thèmes photographiques, de peintures, de lectures, etc. L'objectif ainsi poursuivi est bien de pouvoir dresser un portrait reprenant les multiples facettes des comportements et des goûts des individus et, de cette façon, de juger statistiquement de la dépendance que pratiques objectives, choix subjectifs et position sociale pouvaient entretenir.

Le niveau d'instruction des individus, tout comme leur origine sociale, entretient une relation étroite avec les pratiques et les goûts culturels. Ainsi, la pratique du piano et du golf, la consommation de champagne et de galeries d'art, les voyages lointain, vont de pair et se retrouvent surtout dans les catégories aisées et richement dotées culturellement de la société. Au contraire, la pratique de l'accordéon et de la pétanque, la consommation de pastis et de football, la fréquentation des campings, caractérisent les franges populaires de la société.

Cette description, frisant la caricature, n'a pas d'intérêt pour la description d'une situation<sup>2</sup> mais parce que les différentes catégories sociales transforment ces dispositions en prédilections : les pratiques culturelles de ces divers classes sociales sont vécues par chacune d'entre elles comme le résultat de leur inclinaison personnelle. D'autre part, de façon apparemment paradoxale, les couches sociales populaires ou intermédiaires, celles dont l'origine sociale n'est pas élevée, sont les plus ferventes défenseurs de la culture légitime.

Ces classes sociales, de modeste extraction mais souvent instruites (à tout le moins passées par le système scolaire), défendent les formes esthétiques classiques, légitimes, transmises par l'école. À l'inverse, les couches sociales les plus élevées ne recherchent pas la légitimité dans leurs penchants culturels ; les cultures moins légitimes, innovatrices, avant-gardistes y sont naturellement valorisées. Ce constat invite à ne pas charger trop rapidement les classes supérieures de la défense de la culture légitime. Celle-ci, en effet, est une culture reconnue et, par voie de conséquence, fréquemment une culture ancienne voire dépassée. Cette culture – que l'on pourrait presque dire morte – est soutenue par les franges de la population qui l'ont découverte sur les bancs de l'école<sup>3</sup>. La question de la légitimité des pratiques se pose dès qu'elles sont mises en relation avec l'école (au sens large), qui ne promeut que les pratiques légitimes, c'est-à-dire celle des classes dominantes à un moment donné, et qu'elles s'analysent dans une perspective de démocratisation culturelle, c'est-à-dire d'ouverture de la culture « savante » ou cultivée (selon le pléonasme d'usage) à l'ensemble de la société<sup>4</sup>.

Plus loin que la cohérence, il devient possible de parler d'une logique de transfert. En effet, l'aisance de la classe dominante s'exprime autant dans sa réussite scolaire que dans son leadership culturel. Goûts culturels, compétences sociales ou sphère relationnelle se renforcent et les « gains » réalisés dans un de ces champs sont transférables dans les autres. Cette situation de prédominance sociale a son pendant dans toutes les catégories sociales : le

---

<sup>2</sup> Le capital économique, inégalement réparti, explique pour une grande partie les différences de pratiques (le golf induisant un coût supérieur à la pratique de la pétanque). L'intérêt et la finesse de l'analyse repose sur le fait que cette évidence objective est réinterprétée subjectivement par les individus en termes d'inclinaison et de goût personnels. En quelque sorte, l'adage ainsi mis en œuvre pourrait s'exprimer dans les termes "j'aime ce que mes moyens me permettent de faire".

<sup>3</sup> Il faudrait pour saisir l'ensemble du raisonnement bourdivin rappeler que, dans son analyse, la position de classe que l'on occupe est le résultat de la structure de nos capitaux ; ces capitaux (il s'agit d'une image ou d'un concept) sont de quatre ordres distincts : économique, social, culturel et symbolique. Le capital culturel s'acquiert pour une large part dans le parcours scolaire (où la culture légitime est transmise) mais ne se réduit pas à ce mode d'acquisition.

<sup>4</sup> Paradoxalement, cette démocratisation peut n'être considérée que comme une tentative d'acculturation. Ouvrir les « classes dominées » à la culture du dominant induit de les priver de leurs repères et de leur culture. Cette vision politique rencontre une opposition croissante et se voit remplacée par une idée de la démocratie culturelle (Bellavance, 2000) où toutes les cultures coexistent dans une légitimité identique. Cette seconde version, qui se plie à la fois au politiquement correct de la diversité culturelle (Rouot, Mayol, 2005) et au relativisme contemporain, se heurte pour sa part à la critique acerbe de l'indistinction : tout ne se vaut pas même si, dans la société actuelle, il n'est plus guère possible d'établir des ordres stricts de valeurs.

transfert positif existant dans les classes supérieures a pour élément complémentaire les transferts négatifs présents dans les classes dominées<sup>5</sup>. "La meilleure preuve que les principes généraux du transfert des apprentissages scolaires réside dans le fait que les pratiques [...] des individus d'une catégorie sociale ou d'un niveau d'instruction déterminé tendent à constituer un système, en sorte qu'un certain type de pratique dans un domaine quelconque de la culture est lié avec une très forte probabilité à un type de pratique équivalent dans tous les autres domaines" (Bourdieu, 1979). Cette brève citation souligne à la fois la cohérence des comportements culturels, l'équilibre des pratiques sociales en général et, aussi, le transfert qui s'effectue entre les multiples points d'encrage du « système » ainsi décrit. D'aucuns, plutôt que de montrer le caractère systémique de la relation, en soulignent la dimension politique, c'est-à-dire le poids qu'une relation de pouvoir leur imprime : disposer de la légitimité dans un domaine culturel ou social induit (statistiquement) la probabilité de s'imposer comme légitime dans d'autres domaines. Si cette seconde interprétation diverge – la puissance de la logique bourdieuse repose sur l'idée d'une aliénation sociale complète où, d'une certaine manière, le pouvoir exercé l'est à l'insu même de celui qui en est investi, ce dernier étant, comme celui sur qui le pouvoir s'exerce, le jouet d'une structure sociale aveugle – puisque une logique de conflit d'acteur se substitue à une logique structurelle anonyme, elle conserve la relation d'implication forte entre des espaces d'activités *a priori* indépendants.

En tout état de cause, la prédominance culturelle ne réside pas tant dans la maîtrise de la culture légitime que dans la capacité de rendre légitime une culture émergente. Cette aptitude demeure l'apanage des classes dominantes qui orientent les choix culturels et fondent la valeur des différentes expressions culturelles d'un moment social donné. Plus que le contenu même de l'objet culturel légitime, l'importance doit être donnée à la distinction qui se crée entre les différentes parties de la société ; il existe une structure culturelle (comme il existe une structure sociale, d'ailleurs largement similaire dans sa composition) qui assigne à chacun et à chaque catégorie sociale une place spécifique et singulière. Dans les formes, c'est-à-dire dans les objets investis de légitimité, le changement est possible ; ainsi, à titre d'exemple, ce qui est aujourd'hui la peinture reconnue n'est pas nécessairement celle qui l'était hier ou le sera demain, mais aujourd'hui comme hier et demain la même frange de la société imprime sa marque et « choisit » – le terme est entre guillemets car il n'y a pas aux yeux de Bourdieu une volonté individuelle mais seulement un effet structurel – ce qui doit être reconnu comme légitime.

Il s'agit bien, à notre estime, de la leçon essentielle de ce travail. Au-delà des formes circonstancielles de légitimité et sans interdire un dynamisme constant, les pratiques culturelles expriment une position sociale et permettent aux différentes parties de la société de se distinguer<sup>6</sup>.

Les travaux de Bourdieu, soulignant la convergence des légitimités, restent longtemps seuls, d'autant plus que, paradoxalement peut-être, ils renforcent le sens commun pour qui il est

---

<sup>5</sup> Une fois encore, la structure des capitaux évoqués ci-avant décrit ce mécanisme tout à la fois fait de transfert d'un champ à l'autre et de renforcement réciproque.

<sup>6</sup> Chez Bourdieu, le titre des ouvrages marque un génie singulier. *La distinction* (1979) souligne à loisir cet effet central de son analyse : les changements culturels ne sont que des changements de formes qui n'influencent pas la structure des positions culturelles. Pour illustrer une fois encore cette logique, le mécanisme de la mode, sorte de course poursuite où les précurseurs ne sont jamais à l'endroit qu'investissent les masses, constitue le parangon de cette stabilité structurelle (les mêmes sont toujours « devant »...) traversée d'une labilité factuelle (... avec des pratiques qui se modifient lorsque les suiveurs se rapprochent).

évidence de poser le constat d'une cohérence des pratiques culturelles. Ainsi, à la fin du siècle dernier, en esquissant la description de la cohérence des choix culturels des individus, le sociologue étasunien Herbert Gans (1999) souligne que peu de travaux empiriques portent sur les interrelations de ces choix ou des ces activités culturelles ; s'il semble certain à tous que des pratiques culturelles très diverses relevant de domaines apparemment sans lien, comme les pratiques alimentaires ou sportives, ou appartenant à des champs que l'on imagine convergents, comme les goûts musicaux et la pratique muséale sont liées par des relations de cohérence, Gans souligne leur caractère essentiellement hypothétique. S'engouffrant dans cette représentation –en quelque sorte une vision critique de position critique de Bourdieu– Lahire donne priorité aux dissonances observables dans les pratiques culturelles<sup>7</sup>.

### **III. 2 Une vision contemporaine des pratiques culturelles : du déterminisme social à « la culture des individus ».**

Les différences intra-personnelles sont aussi, voire plus, importantes que les différences interpersonnelles. Ce constat que pose Lahire dès l'introduction de son volumineux ouvrage (2004) signifie que les écarts entre les consommations culturelles d'une même personne – nous pourrions parler de la diversité importante de ces pratiques– sont d'une ampleur au moins aussi grande que les différences de consommation culturelle observées entre personnes, voire entre classes sociales différentes. À partir d'une telle constatation, Bernard Lahire affirme l'hétérogénéité des pratiques culturelles individuelles qui, à le suivre, s'inscrivent dans la perspective actuelle d'un individu qui se construit de manière largement autonome dans un monde qui le contraint moins qu'il ne lui offre des ressources pour son élaboration.

La sociologie contemporaine, à la remorque de l'idéologie dominante, souligne à loisir le poids particulièrement lourd de l'individu dans la modernité avancée (e.a. Kaufmann, 2001, 2004 ; Lahire, 1998 ; Martuccelli, 2002, 2005). Cette place dévolue à l'individu comme moteur de la modernité est analytiquement ancienne : Émile Durkheim, à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, ne disait pas autre chose lorsque, de façon prophétique, il montrait l'éclatement de la société sous la force de l'individuation croissante<sup>8</sup>. Ces analyses ne renforcent pas les idées dominantes mais en soulignent les logiques : l'individu est aujourd'hui l'aune à laquelle l'ensemble des actions doit se mesurer. Cette (idéo)logique renvoie à chacun d'entre nous la responsabilité de son devenir. L'individu a pour obligation de se construire et de se réaliser.

---

<sup>7</sup> Les exemples de départ mobilisés par Bernard Lahire demeurent toutefois sujets à caution. En effet, évoquer l'intérêt de Wittgenstein pour les cinémas populaires ou de Sartre pour le roman noir revient à affirmer la pluralité de pratiques de personnes très richement dotées culturellement. La démonstration prendra plus de poids si une personne « du plus petit peuple » pouvait être considérée comme un leader d'opinion en termes d'opéra (tout en restant, caricaturalement, amatrice de camping et de télé-réalité).

<sup>8</sup> Le concept d'*anomie*, largement central dans les écrits de Durkheim (1893), ne décrit pas autre chose. La société qui doit imprimer ses valeurs dans l'individu pour lui permettre de poser harmonieusement ses choix n'a plus dans la modernité –essentiellement en raison des mobilités physique et sociale des individus induites par leur nombre croissant– la possibilité d'orienter les choix individuels ; l'individu est alors rejeté dans un monde d'indistinction où toutes les valeurs lui sont accessibles sans hiérarchie, sans ordre ni raison. Cette situation moderne d'une trop grande présence de sens (éventuellement divergents) induit l'anomie et ses néfastes conséquences.

La logique du marché libéral constitue une expression de cette place de l'individu ; la consommation remplace les pratiques et participe à la réalisation de soi.

Certes, cette vision sommairement présentée fait violence à la nuance et l'intelligence de la théorie de Lahire, longuement exposée et illustrée dans son livre. Toutefois, la radicalité de ce propos permet de présenter clairement la différence qui l'oppose à la vision bourdivine précédemment esquissée. Alors que, traditionnellement depuis l'analyse de Bourdieu, les pratiques culturelles étaient observées dans leur homogénéité de classe –l'ensemble des choix culturels personnels ne sont pas posés au hasard mais régis par une condition sociale d'origine qui leur donne sens et cohérence (tant et si bien d'ailleurs que parler de choix dans ce cas est un abus de langage, il n'est question de *choix* que dans une rationalisation *ex post* où la nécessité se fait vertu et où les pratiques que notre condition nous impose sont vécues comme des goûts personnels)–, Lahire propose de les voir dans leur expression individuelle, alliant des pratiques culturelles très différentes et librement choisies ou réalisées.

Le propos de Lahire ne remet pas totalement la vision bourdivine en question. Sur base de ses observations (à la fois la relecture des grandes enquêtes statistiques françaises et la production d'une riche information qualitative à travers des entretiens longs et répétés), il conteste l'homogénéité des pratiques culturelles. Cette affirmation, dont il nous est indispensable de tenir compte, réaffirme en son centre le caractère légitime (et donc corollairement l'illégitimité d'autres pratiques culturelles) d'activités culturelles spécifiques. Il nous semble que cette façon de procéder radicalise même le propos de Bourdieu. Les pratiques n'ont pas de légitimité acquise une fois pour toute. Le champ culturel est dynamique et la légitimité y est changeante (sans que la catégorie qui l'imprime ne se modifie radicalement). Ainsi, Lahire parle des goûts individuels, pour en montrer la diversité ; un tel propos souligne la place individuelle sans pour autant lui donner une assise théorique franche. La « dissonance » culturelle, qui est présentée comme généralisée, n'a pourtant pas les mêmes formes selon les places sociales occupées. "[...] la guerre symbolique de tous contre tous ne signifie pas que chacun dispose de moyens équivalents de se battre et d'imposer ses vues" (Lahire, 2004). Il est indéniable qu'aujourd'hui l'hétérogénéité des pratiques a cru par rapport à la situation d'il y a encore trente ans (cette évolution sociale n'étant pas sans relation avec l'évolution technologique qui en quelques décennies a métamorphosé l'espace culturel) ; mais par delà les contenus des pratiques, l'essentiel réside dans l'argumentaire, dans le poids social qui leur est associé. À notre estime, quelle que soit la diversité actuelle, elle n'invalide pas totalement une cohérence globale des pratiques culturelles par groupe social. La partielle substitution de la consommation à la pratique autonome peut paraître rabattre les sens qui leur sont associés à un magma confus, pourtant la même activité faite dans un milieu populaire ou dans un milieu bourgeois le sera différemment, avec une « (mauvaise) conscience » différente, avec une représentation de soi divergente. L'accent mis sur cette dissonance est mis sur la pluralité de pratique. Cet élément est essentiel mais ne doit pas effacer le poids du sens ou de la manière dont la pratique est effectuée. De la même façon, l'idée de légitimité perd probablement de son importance –l'analyse sociologique qui a percolé dans les milieux sociaux, culturels et politiques a nécessairement eu un effet performatif et transformateur des réalités qui ne peuvent en ignorer les attendus– dans une société qui s'affirme tolérante et donc largement indifférente aux pratiques d'autrui. Conserver à la légitimité la place centrale qu'elle occupait dans la vision de Bourdieu ne paraît plus d'époque.

Il n'est pas question de nier l'évolution tant de la société que des pratiques culturelles qui s'y déploient. Pourtant, dans sa simplification pédagogique, la vision de Lahire trahit une partie de la réalité. Certes, les pratiques culturelles des différentes classes sociales –si tant est que les classes sociales existent encore en tant que telles– ne se différencient plus aussi radicalement qu'elles ont pu le faire. Le brassage toujours plus important des populations, l'hétérogénéité encore croissante des sociétés, la place dévolue à l'individu constructeur de son présent et de son devenir ont métamorphosé les logiques rigides de pratiques culturelles enfermant les personnes dans des catégories étanches (cette vision, elle-même caricaturale n'a d'ailleurs peut-être jamais existé). Toutefois, les pratiques des différentes parties de la société ne se confondent pas ; les contenus des pratiques (regarder la télévision, apprécier les « petits » romans, écouter de la musique populaire, etc.) peuvent être partagés par des catégories très diverses de la population d'un pays. Pour autant, l'investissement ou le sens qui est donné à cette pratique, le cadre dans lequel on l'inscrira, l'argumentaire duquel on l'habillera, constituent autant de paramètres qui transforment la pratique et la situent très clairement socialement. Rendre une consommation ou un trait culturel légitime n'est pas le fait de tous.

### III.3. Une synthèse est-elle possible ?

La légitimité n'est pas définie, à tout le moins elle ne l'est plus, *a priori*. Elle est le résultat des choix personnels de catégories sociales entières<sup>9</sup> et de l'argumentation (c'est-à-dire aussi de la manière dont la pratique elle-même se pose et se réalise<sup>10</sup>) associée à l'action. Une telle synthèse conserve donc la logique de la distinction bourdivine en la complétant des observations fines et récentes de Lahire qui montrent l'hétérogénéité individuelle des pratiques<sup>11</sup>.

La principale conclusion pratique que nous pouvons donc tirer de ce détour par la littérature consacrée aux pratiques culturelles réside dans la nécessaire prise en compte des profils sociologiques, entendus à la fois de la manière la plus vague (il n'est pas question de le définir à cet instant) et la plus englobante (il reste nécessaire d'inscrire les plus de caractéristiques dans la constitution de ces profils pour que toutes les liaisons puissent être testées), dans une enquête extensive portant sur les pratiques. En effet, sans qu'il ne soit affirmé que les

---

<sup>9</sup> Un effet paradoxal de l'individuation est la grande homogénéité des pratiques sociales dans leur ensemble. Alors que nous sommes « libres » de poser choix et actions, nous faisons globalement tous la même chose, nous posons tous rationnellement des choix identiques. Cet état de fait est évoqué à foison par la littérature sociologique des vingt-cinq dernières années.

<sup>10</sup> L'addiction à un programme de télé-réalité, par exemple, n'est pas totalement la même dans le cas où le programme est pris au pied de la lettre et dans le cas où le regard est goguenard. Dans les deux cas, les individus consomment le même programme avec la même intensité, mais lorsque le premier est dans l'incapacité de tenir un propos autre que convenu sur l'objet, le second qui en est aussi friand le décrit comme un jeu, acceptable pour tous.

<sup>11</sup> Cette hétérogénéité individuelle (la dissonance soulignant le fait que les pratiques multiples ne vont plus toutes dans le même sens de légitimité *a priori*) ne dément pas de façon crédible la cohérence des choix (et l'interprétation de ceux-ci) des ensembles d'individus. En se mettant à l'aune de l'idéologie actuelle –celle pour qui l'individuation se double d'une disparition des ensembles sociaux, alors qu'il n'est pas nécessaire pour se sentir sujet de rejeter son appartenance à une collectivité, l'idée de tributs (Maffesoli, 2005) ou de bricolage (Javeau, 2001) concourant à une telle description– les logiques collectives sont subsumées et ignorées.



pratiques soient strictement –ou mécaniquement– déterminées par les positions sociales d’origine, il paraît convaincant, au terme de ce bref exposé, de supposer qu’elles demeurent marquées par les conditions sociales du consommateur. Brosser les profils des pratiques et des « pratiquants » culturels suppose *ipso facto* de pouvoir rapporter la spécificité d’un comportement ou d’une consommation à un univers social singulier, dont il est alors question de vérifier la régularité. Même dans l’hypothèse caricaturale que nous imputons à Lahire – l’idée d’une construction individuelle des pratiques correspondante à cette vision moderne d’un individu subjectif composant son être et son rapport au monde de façon autonome –, la diversité des pratiques n’est pas homogène dans les différentes « classes sociales » et les ressources de départ conditionnent, dans une mesure non-négligeable, les consommations, et leurs modes spécifiques d’expression et de justification.

#### III.4. Références

- BELLAVANCE Guy, dir., 2000, *Démocratisation de la culture ou démocratie culturelle. Deux logiques d’action publique*, Québec, Les presses de l’Université Laval, 246 p.
- BLOCHE Patrick, GAUCHÉE Marc, PIERRAT Emmanuel, 2002, *La culture quand même ! Pour une politique culturelle contemporaine*, Paris, Mille et une nuits, 156 p.
- BOURDIEU Pierre, 1979, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Les Éditions de Minuit, 670 p.
- DONNAT Olivier, 1994, *Les Français face à la culture. De l’exclusion à l’éclectisme*, Paris, La Découverte, 368 p.
- DONNAT Olivier, 1998, *Les pratiques culturelles des Français. Enquête 1997*, Paris, La Documentation française, 359 p.
- DONNAT Olivier, TOLILA Paul, dir., 2003, *Le(s) public(s) de la culture. Politiques publiques et équipements culturels*, Paris, Presses de sciences po, 393 p.
- DURKHEIM Émile, 1893 (2004), *De la division du travail social*, Paris, Presses Universitaires de France, « Quadrige », 480 p.
- GANS Herbert, 1999, *Popular Culture and High Culture: An Analysis and Evaluation of Taste*, New York, Basic Books, 272 p.
- GROSSETTI Michel, 2004, *Sociologie de l’imprévisible. Dynamiques de l’activité et des formes sociales*, Paris, Presses Universitaires de France, 232 p.
- JAVEAU Claude, 2001, *Le bricolage du social. Un traité de sociologie*, Paris, Presses Universitaires de France, 232 p.

JUANALS Brigitte, 2003, *La culture de l'information. Du livre au numérique*, Paris, Hermès science publications – Lavoisier, 242 p.

KAUFMANN Jean-Claude, 2001, *Ego. Pour une sociologie de l'individu. Une autre vision de l'homme et de la construction du sujet*, Paris, Nathan/VUEF, 288 p.

KAUFMANN Jean-Claude, 2004, *L'invention de soi. Une théorie de l'identité*, Paris, Armand Colin, 352 p.

LAHIRE Bernard, 1998 (2005), *L'homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Paris, Armand Colin, 271 p.

LAHIRE Bernard, 2004, *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris, Éditions La Découverte, 778 p.

LEWIS Justin, INTHORN Sanna, WAHL-JORGENSEN Karin, 2005, *Citizens or Consumers? The Media and the Decline of Political Participation*, London, McGraw Hill - Open University Press, 224 p.

MAFFESOLI Michel, 2005, *Éloge de la raison sensible*, Paris, Table ronde, 280 p.

MARTUCCELLI Danilo, 1999, *Sociologies de la modernité. L'itinéraire du XXe siècle*, Paris, Éditions Gallimard, 709 p.

MARTUCCELLI Danilo, 2002, *Grammaires de l'individu*, Paris, Éditions Gallimard, 712 p.

MARTUCCELLI Danilo, 2005, "Les trois voies de l'individu sociologique.", *EspacesTemps.net*, <http://espacestemp.net/document1414.html>, consulté le 20 septembre 2005, 14 p.

MONTLIBERT Christian de, 2004, *Savoir à vendre. L'enseignement supérieur et la recherche en danger*, Paris, Éditions Raisons d'agir, 143 p.

PASSERON Jean-Claude, BOURDIEU Pierre, 1964, *Les héritiers. Les étudiants et la culture*, Paris, Les éditions de Minuit, 189 p.

PASSERON Jean-Claude, BOURDIEU Pierre, 1970, *La reproduction. Éléments pour une théorie du système d'enseignement*, Paris, Les éditions de Minuit, 279 p.

RIOUX Jean-Pierre, SIRINELLI Jean-François, dir., 2002, *La culture de masse en France. De la Belle Époque à aujourd'hui*, Paris, Fayard, 461 p.

ROUOT Claude, MAYOL Pierre, dir., 2005, "Démocratisation culturelle, diversité culturelle, cohésion sociale", *Culture & recherche*, 106-107, Paris, Ministère de la culture et de la communication, pp. 8-60.

SYLVESTRE Jean-Pierre, dir., 1997, *Hermès n° 20. Toutes les pratiques culturelles se valent-elles ? Création artistique, développement culturel et politique publique*, Paris, CNRS Éditions, 294 p.

## IV. La parole aux opérateurs

### IV. 1. L'intérêt de l'administration (synthèse des *focus groups*)

« ... pour saisir au mieux l'actualité des pratiques et consommations culturelles, l'attributaire veillera à associer dans cette réflexion la Direction générale de la Culture ainsi que le Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias . »  
(Appel d'offres de l'OPC, p.9)

Dans le but de construire une représentation aussi large que possible des différentes opinions et besoins en matière de connaissance des pratiques et consommations culturelles de l'administration, nous avons contacté, suivant en cela les *desiderata* de notre commanditaire, une sélection de personnes occupant des fonctions de responsabilité au sein des différents services de la Direction générale de la Culture et du Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias de la Communauté française. Le but de ces rencontres était de recueillir les avis et les intentions de l'administration et de ses responsables.

Trois *focus groups* ont été prévus pour prendre le pouls de l'administration. La constitution des groupes pour ces rencontres s'est faite suivant une double contrainte : d'une part, la volonté d'obtenir une représentativité suffisante des différents services concernés, c'est-à-dire que toutes les principales directions puissent être entendues, et, d'autre part, la volonté d'obtenir une diversité maximale lors des *focus groups* eux-mêmes, en présence de personnes d'horizons et de convictions différents. Sur base de ces deux éléments que sont la diversité maximale et la présence de tous les services, nous nous en sommes remis au hasard en définissant des plages horaires durant lesquelles les trois *focus groups* pouvaient se dérouler. Le choix des personnes ainsi que la prise de contact avec elles ont été laissées à l'OPC. De cette manière, treize personnes représentant la majorité des services concernés ont pu être entendus lors de deux demi-journées. Chaque *focus group* s'est déroulé sur une durée d'environ deux heures.

Les personnes suivantes ont été rassemblées lors de trois *focus groups*. Chaque rencontre a été animée par Frédéric Moens, dont le rôle était de distribuer la parole, de veiller à l'équilibre de celle-ci, de synthétiser les apports et de les proposer au débat, et a bénéficié de la collaboration de Sophie Henrard dans un rôle d'observatrice, notant le déroulement de la rencontre et l'évolution des débats.

Le premier *focus group* :

Direction du Service général d'Inspection de la Culture : Freddy Cabaraux  
Service de l'Éducation permanente : France Lebon  
Wallonie-Bruxelles-Musiques : Patrick Printz

Le second *focus group* :

Service de la Promotion des Lettres : Michel Trousson  
Direction générale du Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias : Myriam Lenoble  
Direction du Service des Arts Plastiques : Ariane Fradcourt  
Service des Arts Plastiques : Annie Luciani  
Service de la Jeunesse : Charles-Yvon Gerard

Le troisième *focus group* :

Direction du service Général des Arts de la Scène : Christine Guillaume  
Direction du Service général des Lettres et du Livre : Martine Garsou  
Service de la Danse : Jean-Philippe Van Aelbrouck  
Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias : Guy Vandembulck  
Service de la Lecture publique : Yvette Lecomte

L'objectif des *focus groups* était de faire émerger les questions, les problèmes et certaines solutions par rapport à la question qui nous est posée de l'état des lieux de la pratique culturelle en Communauté française. Cette technique d'enquête, économe dans le temps des personnes interviewées puisqu'elles sont rencontrées collectivement, pose évidemment des problèmes dans l'interférence que les différents caractères peuvent avoir entre eux. Lors de ces trois rencontres, il ne semble pas y avoir eu de tension particulière. Les échanges sont toujours restés parfaitement cordiaux et constructifs, l'écoute de chacun étant attentive et intéressée.

À chaque fois, le débat a été lancé autour de thèmes principaux qui étaient alors, selon les réactions et les commentaires, déclinés de façon spécifiques. Ces thèmes étaient (i) qu'est-ce que la demande culturelle ? (ii) Pourquoi et comment la connaître ? (iii) Y a-t-il une différence entre pratique culturelle et consommation culturelle ? (iv) Qu'en connaît-on ? et enfin (v) Que voudrait-on en connaître ?

Il convient de souligner la grande ouverture et l'intérêt exprimé par les personnes rencontrées. Les débats ont été aussi riches qu'animés.

En ce qui concerne la connaissance de la demande, plusieurs éléments importants sont ressortis des débats.

Au sein de l'administration, les demandes ne sont jamais connues à la source. Elles le sont par l'intermédiaire de l'offre, les opérateurs extérieurs faisant appel à l'administration avec des propositions d'offres qui sont supposées représenter la demande ou, tout au moins, *une certaine* demande. L'offre ne s'appuie heureusement pas toujours sur la demande. Il y existe donc un certain flou dans la connaissance qu'a l'administration de la demande culturelle. La demande telle qu'elle leur est présentée par les opérateurs extérieurs est aussi parfois « faussée » car utilisée comme argument de l'offre. Il a été évoqué dans ce sens que lorsque la chaîne télévisée ARTE, par exemple, introduit un jeu télévisé en invoquant une « demande » du public, cet argument s'avère tendancieux dans la mesure où, s'il est plausible que le

télespectateur en général soit demandeur de jeux télévisés, il semble beaucoup moins probable que le télespectateur d'ARTE partage cette aspiration !

La connaissance des demandes culturelles apparaît, dans un premier temps, comme très sectorialisée. Chacun connaît, plus ou moins bien, les demandes de son secteur et exprime les besoins de connaissance principalement au sein de celui-ci. Certains secteurs se targuent d'avoir quelques études plus ou moins récentes (c'est le cas par exemple des secteurs du livres et de l'audiovisuel) alors que d'autres expriment un réel besoin d'études chiffrées au sein de leur département (comme par exemple les arts de la scène).

Il a été exprimé que « les pratiques du grand public ne figurent pas au rang des préoccupations quotidiennes des services chargés de promouvoir les professionnels, sauf peut-être dans le secteur de l'audiovisuel ». Ce désintérêt, s'il relève du constat, a été nuancé par les participants au fil des débats.

Ainsi, si le besoin d'une vision d'ensemble sur les pratiques et consommations n'est pas spontanément exprimé par les personnes rencontrées, l'évocation d'une possible étude de ces pratiques et consommations de façon non pas sectorialisée mais transversale, suscite l'intérêt.

Les débats ont également éveillé la curiosité : les participants ont exprimé un certain intérêt pour la connaissance des pratiques des gens et ce plus particulièrement via le « non-public ». Ainsi, par exemple, le responsable de la jeunesse serait intéressé de connaître les autres activités et pratiques culturelles des personnes qui fréquentent Walibi et les responsables des arts de la scène et de la lecture aimeraient eux aussi connaître les « non-publics », découvrir leurs raisons de ne pas consommer et savoir comment les toucher.

Certaines personnes ont déploré que la connaissance du public soit liée, et donc limitée, au sein du Ministère, à une certaine « tranche d'âge ». Il y aurait, selon eux, un décalage par rapport au public jeune et au public très âgé. Notons toutefois que ce sentiment de décalage n'est pas unanimement partagé par les participants aux entretiens. Dans le même ordre d'idée, il a été suggéré que l'analyse des pratiques culturelles des décideurs pourrait mettre en évidence à quel point celles-ci se situent, ou pas, aux antipodes de la demande.

La difficulté de saisir les pratiques « émergentes », que le Ministère ne connaît pas et qui n'ont pas le poids statistique suffisant pour ressortir d'une enquête, a aussi été soulevée.

Le Ministère a une mission formatrice. Cette notion de mission est apparue dans tous les groupes, à propos de tous les secteurs. Par le passé, le Ministère n'était pas ou peu concerné par la fréquentation ou par la demande. Son seul but était de contribuer à la « civilisation », au progrès de la pensée et des arts. Il semble y avoir, de nos jours, un certain recadrage, une évolution vers une conscience politique qui reconnaît que les moyens mis en œuvre doivent avoir un écho et que l'on ne peut pas, par exemple, continuer indéfiniment à produire des films que personne ne verra... Une évolution se dessine vers plus d'ouverture, plus d'écoute, sans toutefois qu'il y ait de volonté d'adéquation à la demande. Le Ministère porte un projet « perfectionniste » qui valorise les pratiques auxquelles il octroie des subsides, plutôt que d'autres. Ce choix de « bonnes » pratiques par rapport à de « moins bonnes », est inhérent à une volonté d'éduquer.

Une politique culturelle volontariste qui vise une transformation par l'intermédiaire d'un projet socio-éducatif et/ou socio-artistique a été mise en évidence. Il faut faire la différence entre les consommations culturelles que les gens veulent et ce que les volontaires de changement veulent proposer aux consommateurs. Il est important de savoir ce que les gens

font pour pouvoir leur proposer autre chose ou pour agir sur ce qui leur est proposé et donner un niveau de culture plus élevé. La nécessité de l'enquête a donc été mise en avant.

Une contradiction a été ici relevée sachant que le Ministère veut faire accéder le plus grand nombre à la culture avec un grand « C » alors que le plus grand nombre n'a pas envie de la culture qu'on lui propose.

Le Ministère assume aussi une responsabilité : dans sa dimension d'éducation permanente, il est censé développer l'épanouissement individuel et collectif via, notamment, la pratique artistique et culturelle. Il a aussi une responsabilité par rapport à la diversité de la production et des acteurs, ainsi que dans l'identification de la « relève » de la création.

Un autre sujet est revenu dans plusieurs groupes : l'identification d'une création culturelle forte en regard d'une demande stagnante. La surabondance de l'offre accroît-elle ou non la demande ? Le débat a été lancé et la nécessité d'une enquête s'est exprimée afin de fournir un éclairage sur un sujet potentiellement polémique.

Un lien a été établi entre certains phénomènes de société et les pratiques et consommations culturelles. On relève parfois un vécu de la pratique musicale, par exemple, comme une échappatoire face à des problèmes de société tels que le chômage. Les consommations évoluent vers des consommations individuelles, immédiates. La logique d'individualisation des pratiques observées chez le blogueur tout comme chez le téléspectateur de *reality show*, a été débattue, mettant en évidence le caractère « exhibitionniste » de ces pratiques.

Un décloisonnement des pratiques et une évolution vers des pratiques plus transversales a également été souligné et appuyé par la création, au sein du Ministère, d'une commission des transversalités.

#### Demandes concrètes par rapport à une éventuelle future enquête

Les personnes que nous avons rencontrées sont rentrées, au fur et à mesure des débats, dans l'idée d'une nouvelle enquête. Ils en sont venus à exprimer des demandes concrètes quant à la direction que prendrait celle-ci.

Le besoin d'une vision évolutive des pratiques a été exprimé à plusieurs reprises. L'évolution des technologies de l'information et de la communication a été fulgurante ces dernières années. On observe, en parallèle, une évolution des pratiques liée à de nouvelles attitudes, à de nouveaux outils.

L'intérêt d'étudier l'évolution de pratiques a été clairement exprimé. L'enquête devrait apporter des informations concrètes sur ces différents types d'évolutions dans les pratiques : dépendance à un équipement technologique de plus en plus sophistiqué mais aussi de plus en plus accessible, évolution de pratiques collectives vers des pratiques individuelles, de pratiques hors domicile vers des pratiques à domicile, etc.

La périodicité des enquêtes a été débattue et la majorité de participants opterait pour un cycle quinquennal.

Par ailleurs, la question du contenu de la pratique ou de la consommation culturelle est revenue à plusieurs reprises, qu'il s'agisse de la lecture (de toute boîte, de journaux ou de

littérature), de l'audience télévisée (de la télé-réalité aux émissions d'information) ou du théâtre (du vaudeville aux avant-gardes).

La fonction recherchée par la pratique, la perspective dans laquelle on fait quelque chose, retient également l'attention. Ainsi, l'intérêt pour une approche qualitative, et non pas seulement quantitative, a été exprimé.

La question de la gratuité a été abordée plusieurs fois. Les participants aimeraient savoir en quoi cela influence ou non les pratiques.

### Quelques sujets annexes

On nous a exprimé l'intérêt d'inclure les pratiques religieuses dans le champ d'application. En effet, pour certaines communautés, ces pratiques occupent souvent une partie des «loisirs». Les sectes ont été mentionnées. Les pratiques sexuelles (échangisme, ...) et illicites (consommation de drogues, ...) ont aussi été évoquées.

Le thème de la censure a été relevé dans le domaine du livre et de la lecture. Ce sujet semble resurgir que ce soit en liaison avec l'interculturalité, ou en lien avec des questions plus «morales». Cette dimension «morale» ressort aussi des débats concernant les émissions de télévision.

Certaines pratiques amateurs ont été mises en avant comme les ateliers d'écriture qui traduisent un retour vers soi typique de notre société. De même, les pratiques et créations individuelles (musique ou écriture) optimisées par de nouvelles technologies suscitent un intérêt certain au sein de l'administration. Enfin, les pratiques d'improvisation ont aussi été mises en avant (Slam, chant, contes, ...).

En conclusion, les entretiens collectifs par *focus groups* au sein de l'administration mettent en lumière à la fois une multiplicité d'attentes quant à une éventuelle enquête de grande envergure, de nombreux points de convergence par delà les domaines d'expertise et les champs de responsabilité, et une conscience forte de la connaissance parcellaire et incomplète dont les autorités de la Communauté française doivent le plus souvent s'accommoder.

## **IV. 2. L'ouverture des prescripteurs**

En réponse à la demande de la Communauté française de comprendre l'actualité des pratiques et consommations culturelles, nous avons proposé une enquête qualitative auprès de prescripteurs et producteurs culturels. Nous avons donc dressé une liste, en concertation avec le Comité d'accompagnement de l'étude, d'une dizaine d'organismes d'activités culturelles.

Par manque de temps et de disponibilité de leur part, toutes les personnes sélectionnées n'ont pu être interrogées. Nous avons cependant veillé à ce que nos prescripteurs couvrent un maximum de champs culturels et gardent une crédibilité par rapport à la représentativité des différents secteurs.

Partant d'une grille de questions qui nous a permis de guider nos entretiens, nous avons laissé une large place à la parole de nos interlocuteurs, préférant ne pas trop les enfermer dans des questions qui pouvaient les frustrer, et observer la direction qu'ils voulaient donner à l'entretien. Chaque interview est donc très personnalisée selon le secteur couvert et l'éloquence de l'interlocuteur. D'une façon générale, nous avons pu constater que nos interlocuteurs étaient très impliqués, professionnels et désireux de vouloir nous fournir des informations optimisées pour nous aider dans notre projet.

Nous avons rencontré les prescripteurs culturels suivants :

**Fabrice Lamproye**, propriétaire de la SoundStation et de l'Escalier.

Cette salle et ce café-concert liégeois se sont distingués ces dernières années par une prise de position ferme face au quasi-monopole de l'agence de placement d'artistes « Clear Channel ». Leur localisation hors de Bruxelles ainsi que leur position anti-Clear Channel font de ces lieux des endroits atypiques, loin des attitudes convenues.

**Jérôme Colin**, ancien animateur radio RTBF, animateur du podcast VOX.

L'animateur enregistre chez lui une émission de radio et la met à disposition du public sur son site internet. L'auditeur télécharge l'émission quand bon lui semble sur son ordinateur et/ou son lecteur mp3 et l'écoute de manière différée. C'est le podcast. Celui de Jérôme Colin s'appelle VOX et est hebdomadaire.

Le regard de Jérôme Colin sur son ancien employeur, le service public, ainsi que son utilisation actuelle des nouvelles technologies pour exercer son métier vers le plus grand nombre, font de lui un membre doublement inévitable de la cyber-communauté.

**Eric Russon**, journaliste culturel à Télé Bruxelles.

Journaliste radio mais surtout journaliste pour une télévision locale, cette position lui confère un statut particulier qui est celui de relais de l'information culturelle dans un contexte de proximité. De plus, il a une connaissance globale du milieu culturel.



**Serge Alhadeff**, employé au service communication de la Fnac.

La Fnac est un acteur incontournable de notre enquête. D'abord pour son approche purement commerciale de la culture mais aussi pour la couverture presque totale du chemin de l'objet culturel. On peut y acheter un support mais également l'objet permettant de lire ce support. En termes de spectacles, la Fnac occupe le terrain via son service de billetterie mais est également organisatrice de ses propres événements grâce à l'accueil dans ses «forums» de séances de dédicaces ou de mini concerts.

**Alain Schmitz**, Directeur du festival de Chassepierre.

Le festival de Chassepierre est un festival des arts de la rue. C'est son caractère non urbain et l'originalité des arts qu'il représente qui nous ont motivés à le sélectionner pour ces interviews individuelles. Alain Schmitz occupe aussi le poste de Directeur du Centre d'Art contemporain du Luxembourg belge.

**Catherine de Braekeleer**, Directrice du Centre de la Gravure et de l'Image imprimée de La Louvière.

Musée jeune en constante évolution, le Centre de la Gravure et de l'Image imprimée a la particularité d'être urbain mais loin des grands classiques bruxellois. Situé dans une commune peu reconnue pour son dynamisme culturel, le point de vue de sa directrice ne pouvait nous apporter qu'un regard inédit sur les pratiques culturelles.

**Jean-Louis Colinet**, Directeur du Théâtre National

Incontournable parmi les incontournables, sa présence était nécessaire au milieu des plus petits producteurs et diffuseurs pour assurer une diversité maximale dans notre liste de témoins privilégiés.

### Synthèse des entretiens

L'une des grandes tendances qui se dégage, étonnamment, est qu'une nouvelle étude grand public sur les pratiques culturelles ne suscite qu'un intérêt relatif et poli. Aucun des prescripteurs n'a dit qu'il changerait sa programmation ou le contenu de son information en fonction des résultats obtenus. Tout au plus, changeraient-ils la façon de présenter leur offre. Changer l'enveloppe plutôt que le contenu.

Ils veulent proposer des spectacles qui ne sont pas nécessairement en lien avec les demandes explicites du public. Il faut trouver les attentes potentielles, celle auxquelles le public n'avait pas pensé, proposer de nouvelles choses. L'offre ne peut donc pas être dépendante de la demande. En d'autres termes, la notion de «marketing culturel» ne rencontre pas un franc succès dans le secteur.

La Fnac, qui se détache de tous nos autres prescripteurs par son approche commerciale de la culture, n'a pas d'intérêt pour la demande culturelle. Elle est marchande de produits culturels

et cherche avant tout à provoquer de nouvelles envies. Ses choix sont basés sur les propositions de ses distributeurs, l'actualité, les campagnes marketing de ses fournisseurs et les échos dans les médias spécialisés.

Une étude quantitative n'étant pas suffisamment représentative -pour le quantitatif, il existe les chiffres des rapports financiers remis à la Communauté Française chaque année-, nos prescripteurs insistent sur l'importance de la dimension qualitative dans l'interprétation des résultats d'une étude de telle ampleur.

Nos prescripteurs ont une connaissance de leur public qui leur semble évidente. Souvent, elle n'est pas nourrie par des enquêtes mais par les simples contacts quotidiens et la proximité. Leur but premier est la préservation de l'acquis : ne pas perdre de public. L'idéal serait évidemment de l'élargir et de mélanger les différents types de publics, pour des raisons économiques mais aussi pour la richesse de faire se rencontrer des gens d'horizons différents sur un même spectacle. Il y a une nécessité d'élargir le spectre social.

L'intérêt, dans l'éventualité de la réalisation d'une nouvelle étude grand public sur les pratiques culturelles, s'est plutôt porté sur des questions leur permettant de savoir comment le public a été informé de l'existence de la manifestation culturelle.

D'un point de vue géographique, l'offre culturelle doit se manifester partout, pas seulement dans les grands centres urbains. Considéré comme une minorité, le public rural se doit d'être défendu comme tel.

Certains s'insurgent contre les termes «demande » et «offre », habituellement appliqués au secteur commercial. Certes, les lois de l'économie libérale ne peuvent s'appliquer au domaine culturel. La culture n'est pas là pour faire de la plus-value et créer de l'emploi. C'est un domaine de création où les sensibilités s'expriment. Ce n'est pas uniquement en regardant les chiffres de fréquentation et les bénéfices engrangés que l'on peut juger de la qualité d'un spectacle. La cohabitation de la culture de masse et de la culture dite émergente, et donc moins fréquentée, est l'une des grandes richesses du secteur qu'il est primordial de conserver.

Les médias jouent un rôle très important, et notamment celui de passeur de l'information et de l'explication. A ce sujet, il ressort qu'en Belgique francophone, la notion de service public s'estompe, jusqu'à disparaître. Mangé par les dictats du profit et de l'audience, le service public ne semble plus remplir ses missions et principalement celle d'éducation permanente. Délaissé par le service public, frustré par des chaînes privées ostensiblement commerciales, le public se tourne vers les nouvelles technologies, et donc vers le web, pour trouver ce qu'il ne trouve plus dans les médias traditionnels

Cette démarche est beaucoup plus active et donc qualitative, et confère à la personne en recherche le sentiment de faire partie d'une communauté. Pour beaucoup, le web est un média d'avenir et ceci pour deux raisons majeures. La première est que le public peut y trouver à peu près tout ce qu'il recherche. La deuxième concerne les diffuseurs qui peuvent émettre à moindres coûts et sans les restrictions d'attribution de bande de fréquence. Il s'agit donc de ne pas négliger le pouvoir des nouvelles technologies (sms, internet), elles font désormais partie intégrante du paysage culturel qui peut aussi l'utiliser des pour avoir un feedback du public, pour communiquer l'information ou pour la pré-vente des tickets.

Beaucoup de subsides sont accordés à la production. Mais la carence des lieux de diffusion induit un manque de logique dans la continuité production-diffusion. A quoi cela sert-il d'aider les artistes à produire leur œuvre s'ils sont les seuls à pouvoir en profiter ?

Pour la retransmission audiovisuelle, le service public est sensé tenir le rôle de diffuseur, mais il diffuse très peu les artistes subsidiés par la Communauté française. On nous a fait remarquer l'absurdité de faire un « Place Royale » bis sur les ondes de la RTBF, alors que ce temps d'antenne et l'argent investi dans sa production pouvaient profiter à la diffusion de spectacles culturels.

Les médias ne sont bien sûr pas les seuls vecteurs de diffusion, le sentiment de rareté de salles de spectacle de différentes capacités et techniquement adaptées à chaque type de représentation, fait aussi l'unanimité. Beaucoup d'argent a été investi dans l'aménagement des centres culturels. Pourtant, ils ne sont décemment employables que par une petite partie du monde culturel.

Il faut une meilleure connaissance du terrain de la part de la Communauté française. Le fossé creusé entre les bureaucrates et les acteurs quotidiens de la culture doit se combler. On déplore notamment l'absence des fonctionnaires attribuant les subsides dans les salles de spectacle. La Communauté française doit aussi être plus rapide à réagir à une dynamique ambiante sans quoi les acteurs de cette dynamique se sentent vite découragés.

L'amélioration du dialogue entre les prescripteurs et la Communauté française doit aussi passer par une mise au clair des critères de sélection des lieux subventionnés et la mise à disposition publique des raisons d'augmentation et de diminution des subsides accordés.

Dans un pays aussi administrativement compliqué et divisé que la Belgique, la Communauté française devrait avoir un rôle plus fédérateur. Et ceci autant pour la communication que pour les différentes sources de subsides et aides diverses accordées par la région ou la commune. Beaucoup d'initiatives sont éparpillées sans trouver une plate-forme commune où en faire profiter le plus grand nombre. La Communauté française peut être cette plate-forme.

Même si l'offre est étoffée et de qualité, les prescripteurs ont besoin d'un public plus réceptif à la culture. Pour cela il faut éduquer les gens à être curieux dès l'enfance, à l'école. Il faut générer le désir du public dès le plus jeune âge. Ce n'est pas une démarche à entreprendre par les artistes eux-mêmes. Il faut inscrire la culture dans les habitudes de vie. Les programmes scolaires sont peut-être à revoir en ce sens.

### **IV. 3. Synthèse des convergences et divergences**

On est sans conteste en droit de s'étonner devant les réactions opposées des deux catégories d'opérateurs (l'administration d'une part et les prescripteurs culturels d'autre part) à la proposition d'entreprendre une enquête grand public sur les pratiques et consommations culturelles.

Si dans un premier temps, peu d'intérêt spontané a été marqué par les deux parties, l'administration a vite entrevu les possibilités d'utilité de cette enquête. Les prescripteurs, quant à eux, ont maintenu que leur intérêt était relatif.

Il ressort cependant qu'en cas d'enquête, les deux pôles soulignent l'importance d'une partie qualitative, sans quoi une partie quantitative serait moins signifiante.

La liste des intérêts communs ne s'arrête pas là et nous avons pu relever une sectorisation de la connaissance de la demande dans des domaines précis tant au sein l'administration qu'auprès des prescripteurs culturels. On remarque donc la nécessité d'une plus grande transversalité de la connaissance à la fois des publics, de leur demande et de leurs pratiques en dehors d'un secteur culturel particulier.

Dans les deux cas, une meilleure connaissance de la demande n'induirait pas automatiquement une volonté d'adéquation de l'offre à celle-ci. En effet, tant l'administration que les prescripteurs trouvent important de proposer de nouvelles choses et de coupler la démocratisation de la culture à une élévation de la qualité de celle-ci.

Les prescripteurs attirent l'attention de l'administration sur le fait que les critères de sélection en vue d'une subsidiation restent encore trop flous. Il serait donc bienvenu, pour rétablir un climat de confiance, de travailler avec une grille de sélection plus transparente.

Quant à la vocation formatrice de la culture et à sa dimension d'éducation permanente, nos interviewés sont unanimes : c'est aux pouvoirs publics d'assumer ces rôles, tant par une meilleure éducation à la culture via l'école que par une incitation à diversifier l'offre.

Les deux parties ont souligné l'importance de voir apparaître dans l'étude un large chapitre consacré aux nouvelles technologies. Alors que l'administration se pose encore beaucoup de questions sur ce secteur qu'elle avoue peu connaître, les prescripteurs profitent déjà au maximum des nombreux avantages amenés par celles-ci (pré-vente de tickets, réservation par SMS, diffusion d'une production culturelle, dialogue avec le public...). L'un veut découvrir les nouvelles attitudes liées aux nouvelles technologies, l'autre veut savoir comment améliorer ses services. Des motivations différentes pour une demande commune.

L'administration semble reconnaître d'elle-même deux des reproches principaux des prescripteurs : une relative méconnaissance du terrain et une sous-estimation des pratiques dites « émergentes ». On note un réel besoin de « voir davantage les responsables de l'administration dans les salles ». Sur ce plan, le dialogue semble donc ouvert. La conception et l'administration de la future enquête devront dès lors œuvrer dans le sens d'une vision plus précise de la situation sur le terrain par l'administration.

Outre ces grandes lignes communes, nous pouvons souligner que les personnes interrogées au sein des différents services de la Communauté française n'ont pas abordé, à l'inverse des prescripteurs, les problèmes éventuels de communication, de leur rôle fédérateur, des lacunes en terme de lieux de diffusion et de l'inadéquation de l'application de lois commerciales au domaine culturel.

L'administration fait remarquer une création culturelle forte pour une demande stagnante. Ce point de vue est plus nuancé chez les prescripteurs qui circonscrivent majoritairement ce phénomène de stagnation au secteur du livre en Belgique.

Il est probable qu'une nouvelle enquête de grande envergure permettrait de clarifier la situation.

**En résumé :**

Points relevés	Prescripteurs culturels	Administration
Pas d'intérêt spontané (après réflexion, intérêt de l'administration)	X	X
Importance d'un éclairage amené par une partie qualitative	X	X
Sectorisation de la connaissance de la demande ↪ nécessité d'une plus grande transversalité	X	X
Pas de volonté d'adéquation de l'offre à la demande	X	X
Privilégier les « bonnes » pratiques culturelles		X
Mission formatrice et d'éducation permanente des pouvoirs publics	X	X
Importance d'un chapitre sur les nouvelles technologies (pour des raisons différentes)	X	X
Donner une image réaliste de la situation sur le terrain	X	X
Prendre en compte les pratiques émergentes	X	X
Problème de communication vers le public	X	
Rôle fédérateur de la Communauté française	X	
Manque de lieux de diffusion	X	
Inadéquation de l'application des lois commerciales au domaine culturel	X	
Création forte pour une demande stagnante		X

## V. Recommandations et conclusions

### V. 1. Vers une enquête extensive

#### V. 1.1. Raison d'être

Comme précisé dans l'appel d'offres de l'OPC, la dernière et unique enquête générale sur les pratiques culturelles en Communauté française de Belgique date d'il y a plus de 20 ans (*Les Pratiques culturelles dans la Communauté française*, 1985 - 1986).

Depuis cette étude globale sur les temps libres et les pratiques culturelles, nous ne disposons que d'enquêtes et d'études sectorielles ou partielles (que nous avons développées dans la première partie de la présente recherche). Pour rappel, il est incontestable que les données secondaires récoltées ne permettent pas une vision d'ensemble ni une réelle connaissance des pratiques et consommations culturelles dont l'importance, soulignée par Bourdieu et Lahire, n'est plus à démontrer

En 20 ans, la société a énormément évolué dans ses pratiques culturelles. Non seulement, les pratiques culturelles paraissent se caractériser par une grande labilité et une transformabilité importante de leurs contenus, mais en plus, en quelque vingt ans, les nouvelles technologies ont envahi la scène et sont partiellement responsables de la production massive de nouveaux comportements. La globalisation que nous vivons est aussi source de transformation des comportements. La lecture de l'enquête de 1985-1986, sans porter aucun jugement sur les comportements de l'époque, semble exprimer à travers les questions une civilisation perdue, « exotique », aux activités obsolètes et coupée de ce qui fait l'essentiel des pratiques culturelles de la majorité de nos contemporains.

Si différentes théories, influencées par le marketing, ont tenté d'affirmer qu'il ne servait à rien de chercher à connaître les profils des publics car ceux-ci n'existaient pas, nous restons convaincus de l'intérêt de cette connaissance. Les pratiques des gens sont parfois identiques tout en revêtant un sens différent. Saisir à la fois *qui fait quoi*, mais également *quel est le sens de ce qui est fait*, paraît constituer le noyau d'une recherche future et les bases nécessaires à la mise en œuvre d'une politique culturelle mieux informée.

A l'inverse de ce que dit Lahire (Lahire, 2004) qui affirme que tout le monde a des pratiques très dissonantes, que tous les membres de la société, quelle que soit la place qu'ils y occupent, développent des pratiques à la carte, selon leur inclinaison personnelle, nous pensons qu'une enquête doit permettre de retracer le profil d'un individu par rapport à ses pratiques. En effet, si, pour caricaturer, un bourgeois fréquente les stades de football, lit Kierkegaard et Proust, apprécie les ballets de Anne-Theresa De Kersmaker, aime la série *Lost* et ne manque aucun numéro de la *Star Academy*, le mélange ainsi constitué revêt pour lui un sens qu'il est nécessaire de faire émerger pour le comparer aux pratiques du chômeur allant également au foot et regardant les mêmes choses à la télévision. L'acte lui-même ne peut, nous semble-t-il, être séparé, arraché du sens dont l'investit le pratiquant.

Par ailleurs, la société actuelle est bien moins cohérente qu'à l'époque de Bourdieu (Bourdieu, 1979) ou de la dernière enquête. Les variables doivent donc être redéfinies.

Il nous semble dès lors que le moment est venu d'envisager une nouvelle enquête générale.

Ce qui, selon nous, serait le plus porteur et le plus intéressant, serait une enquête extensive sur un échantillon représentatif de la population francophone, dans la lignée des enquêtes commanditées par le Ministère français de la Culture sur “Les pratiques culturelles des Français”.

Ce type d’enquête présenterait le double avantage de permettre une comparaison avec la première enquête mais aussi une comparaison internationale.

Au volet quantitatif s’ajouterait idéalement un volet qualitatif. Quelques publics ou quelques communautés particulières pourraient être sélectionnés dans une démarche plus compréhensive. Cette sélection permettrait une investigation plus qualitative avec pour but d’obtenir des résultats plus forts dans leur contenu et plus différenciés.

### V.1.2. Champs d’application

Une nouvelle enquête devrait impérativement prendre en considération les notions essentielles suivantes : le quantitatif, la transversalité, le qualitatif et la comparabilité.

#### **Le quantitatif**

L’échantillon sur lequel se baserait l’enquête devrait être représentatif. Nous privilégierions un échantillon de la plus grande taille possible. L’hétérogénéité des pratiques exige un échantillon relativement important. En effet, si l’on veut pouvoir dresser le portrait sociologique le plus fin, même à propos des pratiques les plus marginales, il faut que celles-ci soient présentes de manière quantitativement importante. De plus, si l’on veut que les comportements les plus marginaux ou minoritaires apparaissent suffisamment pour que l’on puisse les caractériser, il faut élargir l’échantillon. 1600 personnes représenteraient selon nous un échantillon minimum.

#### **La transversalité**

La transversalité est l’élément qui fait le plus défaut dans les enquêtes et études antérieures. Sans transversalité, la lisibilité des données reste très limitée. Pour dresser un portrait compréhensif et représentatif des pratiques et consommations culturelles, il est indispensable d’aborder celles-ci dans une approche plus large et ouverte, en introduisant des questions croisées, en mettant en relation un type d’activité avec un autre et en analysant la complémentarité ou la concurrence des activités. Une pratique culturelle doit aussi être rapportée aux alternatives qui s’offrent à ceux qui ont opté pour elle (le nombre d’heures de consommation télévisée n’a pas la même signification dans une zone où aucun équipement collectif sportif et culturel n’est disponible et dans une zone où l’offre est variée et aisément accessible).

#### **Le qualitatif**

Il nous semble essentiel, comme nous l’avons déjà argumenté, d’aller au-delà de la « forme » des pratiques pour en étudier le contenu. Ainsi, par exemple, dans la lecture de la presse, il est important de connaître le type de presse lue et la fréquence de lecture. Mais il est également instructif d’aller plus en profondeur pour identifier ce qui est lu à l’intérieur de cette presse et le pourquoi de ce choix.

### **La comparabilité**

Si, d'une part il nous semble essentiel d'introduire une série importante de nouveaux thèmes et de nouvelles questions liées à la société contemporaine, il nous paraît tout aussi indispensable de maintenir un corps central de sujets qui pourront être comparés avec les résultats de la dernière enquête.

1. Nous pensons qu'une grande enquête qui suivrait ces différentes orientations devrait fournir, dans un premier temps, une bonne base pour la connaissance des pratiques et consommations culturelles. Cette connaissance serait avantageusement enrichie par une série d'études qualitatives approfondies.

2. Dans un avenir plus lointain, il nous paraît indispensable d'envisager la répétitivité de ce type d'enquête. Une répétition trop rapprochée fausserait la lisibilité des résultats, c'est pourquoi nous suggérons un rythme de 5 à 7 ans.

3. Entre les enquêtes de grande envergure, il nous paraît important de prévoir des « coups de sonde » réguliers qui permettraient de prendre le pouls. Le contact avec le terrain semble être, dans l'état actuel des choses, la faiblesse principale de l'administration. Il serait intéressant de développer une formule qui lui permette de tester régulièrement sa connaissance des pratiques réelles des gens.

4. Dans cette même optique et afin de conserver une base de données à jour et d'avoir des images constantes de la pratique à moindre frais, nous proposons que toutes les enquêtes et données statistiques qui parviennent au ministère de la part des institutions subsidiées comprennent une rubrique identifiant les consommateurs (nous entendons par là les personnes se rendant aux activités). Cette identification comprendrait un profil sociologique (éducation, profession, profession paternelle et maternelle, nationalité propre, des parents, âge, code postal de résidence, etc.) mais aussi une brève description des pratiques culturelles (avec quelques questions centrées sur : le type de lecture, l'usage de la télévision, des DVD, de l'ordinateur, de la radio, la fréquentation des théâtres, musées, spectacles, les sorties, etc.).

#### V. 1.3. Pistes de questions

1. Le questionnaire devrait être construit suivant **deux axes principaux** : il devrait d'une part suivre la structure proposée dans le listing du champ d'application et d'activités sélectionnées et d'autre part rejoindre, du moins partiellement, la structure du questionnaire de la première enquête.

2. Une première remarque concerne l'étendue du questionnaire. Dans la société actuelle, les nouvelles technologies n'ont pas chassé les anciennes et les alternatives sont de plus en plus nombreuses. Pour qu'il conserve une taille maîtrisable, le questionnaire ne pourra pas couvrir l'ensemble des sujets. Le choix sélectif et les priorités à suivre devraient faire l'objet de



négociations avec le commanditaire. Le travail préliminaire que nous avons réalisé ici ne permet pas de formuler des recommandations qui relèvent plutôt d'un choix politique. (Ainsi, les critères de rejets de certains sujets pourraient être liés au fait que l'administration ne dispose pas de budget pour ce secteur).

3. Une seconde remarque concerne la définition géographique ou linguistique de l'étendue de l'enquête. Les frontières de la Communauté française ne sont pas faciles à délimiter et il serait important que celles-ci soient clairement définies.

4. Le questionnaire devrait comprendre une série de questions permettant l'identification de la personne interrogée. Parmi celles-ci se retrouveront au minimum des questions sur le niveau d'instruction de la personne interrogée et de son père, son statut professionnel et celui de son père, son lieu de naissance et sa nationalité ainsi que celle de son père.

5. Les questions de fond qui sont encore d'actualité et encore pertinentes seront extraites du premier questionnaire. De nouvelles questions et de nouvelles orientations s'y ajouteront. Une série de questions sur les nouvelles technologies devrait être introduite. Il serait intéressant que ces questions abordent, notamment, la relation à l'équipement et la démarche qui accompagne cette relation (l'équipement est-il acheté, déjà disponible à domicile, utilisé à l'extérieur, d'usage partagé en famille...).

6. Des questions orientées vers les aspirations aux pratiques culturelles devraient permettre une approche des non-pratiques.

7. Nous suggérons aussi d'aborder le biais par lequel les gens arrivent à l'expression artistique ou à la pratique culturelle (par quel média, par quel réseau d'influence, par quel opérateur ou quelle structure) et l'influence de l'école. Dans ce même ordre d'idées, il serait intéressant d'identifier les éléments catalyseurs (effet d'entraînement, notion de passeur ; notion de confiance par rapport à un choix, effet de groupe, ...) et de questionner la socialisation des comportements.

8. Plusieurs questions devraient être construites de façon à pouvoir aborder la transversalité des pratiques. Il serait, dans le même ordre d'idée et à titre d'exemple, intéressant de demander si l'accumulation de différentes pratiques favorise l'accès ou la demande vers les disciplines artistiques ou culturelles plus minoritaires.

9. Le prix de la culture et son influence sur les comportements devraient faire l'objet de questions ciblées.

10. L'idée de participation (que ce soit, par exemple, à des forums, du chat sur Internet, des jeux d'improvisation ou des ateliers d'écriture) devrait faire, elle aussi, l'objet de questions particulières.

11. La (sur)production et son influence sur la demande devraient être (indirectement) abordées et, dans cette section, il serait intéressant d'introduire des questions telles que :

☞ en voulant susciter la création auprès des publics non professionnels, induit-on ou non des pratiques culturelles plus diversifiées d'une part et plus étendues d'autre part ?

- ✍ ou, au contraire, ces publics se contentent-ils de se limiter à l'art qu'ils ont découvert à travers un atelier, à l'école ou ailleurs ?
- ✍ etc.

12. Il serait également intéressant de situer les pratiques culturelles par rapport aux étapes de la vie. On pourrait, par exemple, aborder la problématique suivante : va-t-on au théâtre uniquement si l'on y est obligé par l'école, pour ne plus y aller du tout une fois sorti de la scolarité obligatoire, comme le soutiendrait Bourdieu ? S'il y a réellement rupture après la période d' « obligation » scolaire, combien de temps dure cette rupture ? Cela permettrait de voir qui a abandonné une certaine pratique, durant combien de temps et pourquoi.

En ce qui concerne le développement pratique de l'enquête, nous suggérons les recommandations suivantes.

13. Pour avoir un minimum de valeur, l'enquête devra se dérouler dans un délai relativement bref, compris entre six et dix semaines.

Nous préconisons une enquête en face à face. Une enquête « papier » permet généralement un meilleur contact avec la personne interrogée mais elle présente l'inconvénient d'un encodage lent et laborieux. Une enquête administrée par ordinateur permet quant à elle un traitement immédiat de l'information. Elle a cependant l'inconvénient d'influencer les personnes interrogées qui se sentent parfois « écrasées » par la technologie.

14. Afin d'ajouter une dimension plus approfondie à cette enquête, nous suggérons qu'une série de manifestations soient enquêtées de façon autonome. Ainsi par exemple pourrait être réalisée, selon des échantillons par quota, l'enquête auprès de publics d'événements culturels tel que : *Printemps des Musées, Concours Reine Elizabeth, KunstenFestivaldesArts, Festival du Film fantastique, Festival international du Film d'Amour, Ars Musica, Printemps baroque, Torhout Wechter, Les Journées du Patrimoine, Francofolies, Festival Couleurs Café, Festival de Dour, Namur en Mai...* (une sélection devrait évidemment être faite parmi ceux-ci). Cela permettrait d'obtenir une image des "gros" pratiquants, de saisir des comportements autres et d'y associer des profils spécifiques.

## V.2. Mise en perspective finale

Au terme de cette étude sur les pratiques et consommations culturelles en Communauté française de Belgique, il convient de remettre en lumière les principaux éléments identifiés et les observations essentielles que nous avons pu formuler, afin de les replacer dans la perspective d'une éventuelle enquête d'envergure comparable à celle de 1985-1986.

La récolte des données secondaires telles que les enquêtes et études menées tant par les organismes d'utilité publique que par des opérateurs privés fait clairement ressortir qu'en dépit d'une profusion d'informations, les profils et tendances susceptibles de s'en dégager ne permettent pas une approche transversale du consommateur culturel en Communauté française. Ses pratiques sont bien analysées dans les limites d'un secteur d'activité déterminé comme la lecture, mais elles ne sont jamais croisées avec les autres pratiques de ce même consommateur, comme par exemple sa fréquentation des salles de concert ou ses programmes télévisés préférés.

Partant, l'exercice consistant à profiler, vaille que vaille, le « francophone moyen » dans ses habitudes, ses pratiques, ses préférences ou ses consommations culturelles ne pouvait qu'aboutir à des constatations certes éclairantes, mais pétries d'incomplétude et relativement peu exploitables à des fins de redéploiement des politiques culturelles.

En revanche, certains phénomènes apparaissent plus nettement, en lien avec les récentes mutations technologiques. En effet, si certaines pratiques semblent tomber dans l'obsolescence, à l'instar de la tanderie, d'autres émergent et se redéfinissent à un rythme soutenu, portées par le développement accéléré des technologies de l'information et de la communication. On y associera les activités dites « de prosommation » telles que le *podcasting* ou les *weblogs*, par exemple.

Une revue de la littérature scientifique sur les pratiques culturelles met au jour un champ d'investigation relativement peu couvert et une dualité d'approches, essentiellement cristallisées sur les visions plus socioculturellement déterminées de Bourdieu (1979) et celles, plus récentes et plus individualisées, de Lahire (2004).

Des entretiens menés collectivement, par *focus groups*, auprès de l'administration de la Communauté française, il ressort qu'une nouvelle enquête de grande envergure, si elle n'a pas été explicitement réclamée en amont de la présente étude, répondrait à un besoin réel et viendrait pallier le manque de vision transversale des pratiques et consommations culturelles aujourd'hui.

Cet intérêt n'est pas partagé par les prescripteurs culturels, qu'ils appartiennent à la sphère publique ou privée. Ceux-ci ne ressentent pas le besoin de profiler mieux ou différemment leurs publics. Ils voient davantage dans une éventuelle grande enquête l'occasion de rapprocher les autorités de la Communauté française de la réalité du terrain.

Des points de convergence n'en sont pas pour autant absents. Les deux parties tiennent à affirmer leur défiance par rapport à une offre culturelle par trop calquée sur la demande exprimée par les consommateurs et soulignent leur attachement au rôle d'éducation afférent à la culture.

Enfin, la présente étude se termine sur un faisceau de recommandations opérationnelles en vue d'une future enquête.

Ces recommandations ont trait aux champs à couvrir, afin de compléter les résultats de l'enquête de 1985-1986, au type de questions à poser, à la taille de l'échantillon, à la périodicité de l'opération, ainsi qu'aux modalités d'administration du questionnaire.

Un souci majeur sous-tend ces recommandations : il importe que l'enquête à venir débouche sur des données comparables à celles que l'enquête précédente avait fait ressortir, mais aussi à celles que des enquêtes similaires ont mis au jour hors de nos frontières, notamment en France.

Parallèlement, l'intérêt d'affiner l'étude de certaines pratiques culturelles émergentes, versatiles ou plus marginales par un travail plus qualitatif a également été évoqué.

Aux yeux de ceux qui ont œuvré à la présente étude, la nécessité de réaliser une nouvelle enquête de grande envergure s'impose comme une évidence, car elle permettrait de construire une vision plus complète et cohérente des pratiques culturelles en Communauté française telles qu'elles sont vécues par les consommateurs. Elle fournirait, en outre, un outil très précieux d'aide à la décision en matière de politiques culturelles.

**Les pratiques et consommations culturelles en  
Communauté française.  
Un état des lieux.**

Annexes.  
Mai 2006.

**Recherche menée par**

Le Groupe de Recherche Sociologique-Action-Sens (GReSAS),  
Les Facultés universitaires catholiques de Mons (FUCaM)

Le Centre de Sociologie de l'Éducation, Université libre de Bruxelles (ULB)

IHECS Formation, Institut des hautes Etudes des Communications sociales,  
Haute Ecole Galilée (Département social)

**et dirigée par**

Frédéric Moens, sociologue

## i. Abréviations

### i. Liste des codes abrégés utilisés dans le texte

#### *CIM Télé*

**Audience des télévisions en Belgique.** Etudes d'audimétrie publiées sur le site Internet de GfK, sur base des données de CIM (Centre d'information sur les médias).

#### *INS/BM 2004*

**Enquête sur le budget des ménages 2004 de l'INS.**

Les résultats de l'enquête nous ont été fournis par l'Institut National de Statistique.

#### *INS/TOR 1999*

Hondt, Hans d' (édité par): **Emploi du temps et loisirs. Enquête sur l'emploi du temps.** 1999. INS, Bruxelles, 2002 (Tome A et Tome B ). Recherche coordonnée par Ignace Glorieux et Jessie Vandeweyer (Département Sociologie, équipe de recherche TOR, VUB)

#### *IPB 1998*

**La Belgique à mille temps: Le Belge moyen, les clichés, les osmoses** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998

#### *PSBH 2005*

**Aperçu des résultats de l'enquête «familles» juin 2005 alimentés par les données du PSBH**, par Riet Bulckens et autres. Université de Liège et Universiteit Antwerpen, 2005

#### *Sobemap 1995*

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.** Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

#### *Test Achats 2003*

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs Test Achats

#### *ULB 1995*

Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

#### *Youth 2005*

**Time for Youth 2005.** RMB, en collaboration avec TNS Media, 2005

## ii. Codification des sources

- ✍ BIM = Rapport « Belgian Internet Mapping » réalisé par la société *Insites*
- ✍ Bruxelles = Observatoire du Tourisme à Bruxelles
- ✍ Cetelem = Multinationale *Cetelem*, filiale du Groupe *BNP Paribas*
- ✍ CIM = Centre d'information sur les médias (asbl)
- ✍ CRIOC = Centre de recherche et d'information des organisations de consommateurs
- ✍ CRISP = Centre de recherche et d'information socio-politiques
- ✍ Eurofound = Fondation européenne pour l'Amélioration des Conditions de Vie et de Travail
- ✍ Eurostat = Base de données et études statistiques de la Commission européenne
- ✍ Fédéral = Département dépendant du gouvernement fédéral
- ✍ FEDIS = Fédération belge de la grande distribution
- ✍ INS = Institut National de Statistiques
- ✍ IPB = Section belge de la régie publicitaire IP
- ✍ ISPA = Internet Service Providers Association, Belgium
- ✍ LENTIC = Laboratoire d'Etude sur les nouvelles Technologies, l'Innovation et le Changement (Université de Liège)
- ✍ MM = Magazine mensuel *Média Marketing*
- ✍ OPC = Observatoire des Politiques Culturelles
- ✍ PSBH = "Panel Study on Belgian Households" ou Panel démographique familiale
- ✍ RMB = Régie publicitaire pluri-médias
- ✍ Test Achats = Association de consommateurs
- ✍ TNS Sofres = Institut français d'études de marché et de sondages d'opinion
- ✍ Trends Tendances = Magazine hebdomadaire
- ✍ UNESCO = Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
- ✍ Wallonie = Observatoire du Tourisme wallon

## ii. Relevé analytique complet des données secondaires

### 1. Temps et budget consacrés à la culture:

Etudes CIM: «**Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements** » qui fait partie de l'étude « **Produits-Attitudes** ».

Avec une bonne section sur « vos loisirs ; vos vacances ; le bricolage, jardinage, les animaux domestiques ; les nouvelles technologies, le téléphone, l'informatique ; la presse, la radio ; la radio, le télétexte ; l'Internet, le cinéma, la télévision ; **vosre emploi du temps** ». Cette étude est réalisée annuellement.

BE- CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Les premières questions concernent le temps consacré au temps libre et aux différentes activités de loisir. Avec un chapitre concernant les attentes quant au rôle d'une organisation de consommateurs dans le domaine des activités de loisirs & temps libres. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et loisirs. Enquête sur l'emploi du temps.** 1999.

INS, Bruxelles, 2002 (Tome A = 480 et Tome B = 566 pages) Par Ignace Glorieux et Jessie Vandeweyer (Département Sociologie, équipe de recherche TOR, VUB)

Très détaillé : Tome A: selon la région, l'âge, le contexte et le sexe / Tome B: selon niveau d'instruction, la situation au regard de l'emploi, la situation familiale et le sexe. Chaque section est reprise dans la rubrique concernée ci-dessous.

BE – INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

[/http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999b\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999b_fr.pdf)

Voir aussi, d'après cette même étude :

Études statistiques n° 110 : "**24 heures à la belge : une analyse sur l'emploi du temps des Belges**".

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/pub/d0/p008n110\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d0/p008n110_fr.pdf)

**C'est du belge ... l'emploi du temps en Wallonie, en Flandre et à Bruxelles** par Ignace Glorieux et Jessie Vandeweyer, TOR 2001.

BE - INS

[http://www.statbel.fgov.be/press/tus1999\\_fr.doc](http://www.statbel.fgov.be/press/tus1999_fr.doc)



**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time* '98, décembre 1998

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à : excursion (ville, parc d'attraction), TV, radio, cinéma, manifestation sportive, travaux de jardin, loisirs artistiques (musées, spectacles, ...) sortir (café / bar/ discothèque), visiter ou recevoir (parents / amis / voisins), jeux / hobbies, pratiquer un sport / exercice physique, utiliser l'ordinateur (non professionnel), petit bricolage (tricot, entretien), vidéo, s'occuper d'autrui / bénévolat, musique, se promener / balader (et lèche-vitrines), lire ou feuilleter (subdiviser en différents types de livres ou magazines), aller à l'office religieux / prier, etc. L'étude fournit, pour chaque activité, la durée moyenne de chaque activité, le taux de pénétration et le temps moyen consacré. Elle met aussi en parallèle les jours de semaines et les samedis et dimanches, les années nonante et les années quatre-vingt, le nord et le sud du pays, les actifs et les inactifs, les hommes et les femmes. Chaque section est reprise dans la rubrique concernée ci-dessous.

BE – IPB

*IPB 1998*

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Time for Youth 2005.** RMB, en collaboration avec TNS Media, 2005

Fournit d'intéressantes données sur l'emploi du temps et la répartition des loisirs des jeunes de 12-30 ans. Détaille aussi leurs dépenses.

BE – RMB

*Youth 2005*

<http://www.rmb.be/mediavillage/cases/TFY2005/pdf/time-for-youth-fr.pdf>

**L'emploi du temps selon le niveau d'enseignement** dans *Info Flash* n°25, 25 juin 2002 (6 pages)

Quantifie les heures passées aux diverses activités - dont un point « activités sociales » (participation à des activités et contacts sociaux) et un point « loisirs » (hobby, sport, jeu, sortir, culture, regarder la télé, utiliser l'ordinateur, lire) - suivant les tranches d'âge et les niveaux de qualification, avec des tableaux comparatifs. Mais les chiffres à l'origine de cette étude sont issus de l'étude INS/TOR (ci-dessus) !

BE – INS

[http://statbel.fgov.be/press/flash25\\_fr.rtf](http://statbel.fgov.be/press/flash25_fr.rtf)

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.** Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession : les activités considérées comme artistiques, l'importance des distractions culturelles, leur rôle dans l'épanouissement + différentes questions concernant « l'opinion sur l'art et la culture » : activités appréciées, en danger aujourd'hui dans notre pays, devraient avoir plus de place dans les programmes scolaires, ... Dans « activités appréciées », on retrouve : chant, danse, théâtre, dessin / peinture/ sculpture, cinéma, photographie, artisanat, écriture (textes, poésies). Cette étude fournit aussi des statistiques sur : la fréquence des sorties cinéma, théâtre, spectacles de danse (amateur ou professionnel), spectacles variétés (amateur ou professionnel), opéra (amateur ou professionnel), concert (rock, classique, musique contemporaine, jazz, variétés – chansons, autres) & les sources d'information et motivations de fréquentation ou de non fréquentation ; la fréquence d'écoute de : musique classique, rock, jazz, variétés-chansons, opéra, opérette, comédies musicales, musiques du monde (folklore, ethnique, musique de danse, de film et mode d'écoute ; le nombre de disques, cassettes ou CD achetés ; l'équipement magnétophone, location, enregistrement ou achat de cassettes vidéos ; les programmes écoutés à la radio : musique (classique, jazz, chansons), journal parlé, feuilletons, théâtre, jeux, magazines culturels, dialogues avec les auditeurs, magazines scientifiques ; le nombre de livres, BD, magazines, journaux quotidiens, lus. Nombre de livres achetés, empruntés à un ami, à une bibliothèque ; la fréquence des visites (payantes ou non) de musées, galeries

d'art, conférences, expositions ; les disciplines artistiques pratiquées : musique, chant, danse, théâtre, dessin / peinture / sculpture, cinéma, photographie, artisanat, écriture (textes, poésies) ; sport, jardinage, vidéo, couture, pêche, lecture, bricolage, cuisine, musique / chant, décoration d'intérieur ; le type d'instrument joué, en amateur ou professionnel, le type de chant, de danse ou de théâtre pratiqué ; le cadre de ces pratiques : individuelle, en famille, entre amis, à l'école, à l'académie, en club, ...ou dans le cadre d'une formation : raison du choix, temps consacré, durée de la formation, satisfaction ; les activités pratiquées dans la famille, l'initiation reçue à l'école. Chaque section est reprise dans la rubrique concernée ci-dessous.

BE –

*Sobemap 1995*

**Aperçu des résultats de l'enquête «familles» juin 2005 alimentés par les données du PSBH**, par Riet Bulckens et autres. Université de Liège et Universiteit Antwerpen, 2005.

Dans le chapitre «Articulation vie privée/vie professionnelle : satisfaction du travail et de la vie privée» : plusieurs questions sur la satisfaction par rapport à la répartition du temps de travail et privé et le temps libre disponible ; quantifie, selon la situation professionnelle, le pourcentage de personnes pratiquant différentes activités « sociales » (cinéma, rencontres sportives, café, restaurant pour le plaisir, dancing / discothèque, bowling / snooker / billard, théâtre ou ballet, concert, exposition ou musée, conférence, sortie en ville le soir).

BE – PSBH

*PSBH 2005*

<http://www.lesfamilles.be/2005/doc/2005.12/egf.enquetes.resultats.fr.pdf>

**Rapport réalisé par La Ligue des Familles sur la gestion des temps sociaux**, à la demande de Mme Onkelinx, Ministre de l'Emploi en 2003.

La troisième partie présente les résultats d'une enquête réalisée auprès des membres de la *Ligue des Familles* sur l'articulation des temps. Il s'agit de l'enquête « conciliation des temps », avec un chapitre sur l'aménagement du temps de travail en fonction de la charge parentale (avec l'articulation entre vie familiale et horaires de travail).

BE –

**Stijlen verschillen**, article par Gerry Meeuwssen dans *Knack*, 30 juillet 2003.

Sur base d'une grande enquête "lifestyle" de *GfK Ad Hod Research Worldwide*, fournit des informations internationales mais aussi pour la Belgique suivant des critères plus spécifiques sur: le temps travail par rapport au temps privé et selon le niveau d'études, la fréquence des sorties restaurant selon la région d'origine, le budget dépensé en restaurant selon le statut par rapport à l'emploi, l'occupation de loisir préférée (théâtre / concert / spectacle ; cinéma, restaurant / café, détente à domicile (TV, musique, lecture, Internet), spectacle sportif, bricolage / jardinage, pratique sportive) selon le sexe et l'âge.

BE –

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Version très détaillée. Chiffres donnés pour le Royaume et pour chaque région – même enquête disponible annuellement. Avec une bonne section : « culture, loisirs et enseignement ». Chaque sous-section est reprise dans la rubrique concernée ci-dessous. Nous disposons également de l'enquête de 1995-96.

BE – INS

*INS/BM 2004*

**Dépenses des ménages (1978/79 - 2004).** Niveau de vie - consommation de biens et services.

Donne une vision évolutive des rubriques : culture et loisirs, horeca, voyages, ...

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/figures/d323\\_fr.asp](http://statbel.fgov.be/figures/d323_fr.asp)

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles** dans *Faits & Gestes*, 1, Septembre 2000.

Fournit de nombreux chiffres sur : le pourcentage d'activités artistiques, sportives ou socioculturelles selon les revenus des parents, le budget des ménages pour les différentes dépenses culturelles (activités sportives, artistiques, achat de jeux de société, achat de livres, de disques, sorties cinéma, achat de jeux vidéo et informatisés, locations (vidéo, biblio- et médiathèque), sorties musées et expositions, sorties théâtre, sorties concert classique), l'influence du milieu (éducation et revenu) dans l'accès aux pratiques artistiques et sportives et sur le nombre d'heures que les enfants passent devant la télévision, le lien entre l'incitation des parents à la lecture, les pratiques de lectures des parents et le patrimoine bibliophilique de la famille et les activités des enfants.

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)

L'étude complète ayant mené à ces résultats =

Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

BE –

ULB 1995

**Media Generation: Tout savoir sur les jeunes d'aujourd'hui (Presse)** dans *Backstage N°5*, décembre 1998.

Etudie ce qui intéresse le jeune (6-18 ans), la gradation de ses dépenses, la fréquence et raison d'utilisation de l'ordinateur, la couverture des médias (TV, magazines, quotidiens, radios, cinémas) suivant les âges, les tops magazines.

BE – IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_86.PDF](http://www.ipb.be/upload/album/AP_86.PDF)

**Comparable time use statistics - National tables from 10 European countries.** Document de travail Eurostat.

Présente des statistiques comparables sur l'emploi du temps pour 10 pays européens (Belgique, Allemagne, Estonie, France, Hongrie, Slovaquie, Finlande, Suède, Royaume-Uni et Norvège).

Pour la Belgique : 15 tableaux dont « Time use by Age & Sexe, time use by life cycle & sexe, time use by employment, time use by level of education & sexe + same in percentage of time. !! MAIS ces données sont alimentées par des informations fournies par l'INS! Intéressant uniquement comme comparaison.

EU – Eurostat

[http://epp.eurostat.ec.eu.int/portal/page?\\_pageid=1073,46587259&\\_dad=portal&\\_schema=P-ORTAL&p\\_product\\_code=KS-CC-05-001](http://epp.eurostat.ec.eu.int/portal/page?_pageid=1073,46587259&_dad=portal&_schema=P-ORTAL&p_product_code=KS-CC-05-001)

**La Participation des Européens aux activités culturelles.** Une enquête eurobaromètre réalisée à la demande de la Commission Européenne, EUROSTAT. Avril 2002

Divisé en 6 chapitres : radio et télévision, ordinateur et Internet, lecture, musique, activités culturelles et activités artistiques. Sans divisions nationales !

EU - Eurostat

[http://europa.eu.int/comm/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_158\\_fr.pdf](http://europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/ebs/ebs_158_fr.pdf)

### **Les Européens et la culture : principaux résultats d'un sondage Eurobaromètre.**

Référence: IP/02/667 Date: 07/05/2002

Avec les sections suivantes : livres, journaux, magazines, cinéma, photo et danse, ordinateur, Internet, télévision, musique. Quelques données nationales mais rien pour la Belgique.

EU - Eurostat

<http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/02/667&format=HTML&age d=1&language=FR&guiLanguage=fr>

### **Quality of life in Europe. First European Quality of Life Survey 2003.**

par Jens Alber et autres, coordonné par Eurofound. 2004 (117 pages)

Avec notamment les chapitres suivants : Internet Usage, Education and training over the life course, contacts with parents, children or friends and satisfaction with family life, Work - life balance, Subjective well-being, Perceived quality of society. Donne des chiffres par pays, dont la Belgique.

EU - Eurofound

<http://www.eurofound.eu.int/publications/files/EF04105EN.pdf>

### **How Europeans spend their time - Everyday life of women and men - Data 1998 – 2002.**

Publication Eurostat (140 pages)

Fournit des informations sur les possibilités de concilier la vie professionnelle et familiale... Les sources statistiques pour cette publication sont les enquêtes nationales sur l'utilisation du temps menées dans plusieurs pays européens : Belgique, Allemagne, Estonie, France, Hongrie, Slovaquie, Finlande, Suède, Royaume-Uni et Norvège.

EU - Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?\\_pageid=1073,46587259&\\_dad=portal&\\_schema=P ORTAL&p\\_product\\_code=KS-58-04-998](http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?_pageid=1073,46587259&_dad=portal&_schema=P ORTAL&p_product_code=KS-58-04-998)

voir aussi résumé : Communiqué de presse EUROSTAT, 93/2004 - 27 juillet 2004

Donne des statistiques pour la ventilation des activités temps libre chez l'homme et la femme (20-74 ans) divisé en : télévision et vidéo, socialisation, lecture, sport et exercice, repos, hobbies et jeux, travail bénévole et aides, divertissement et culture, autres activités de temps libre.

EU - Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_PUBLIC/3-27072004-AP/FR/3-27072004-AP-FR.HTML](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_PUBLIC/3-27072004-AP/FR/3-27072004-AP-FR.HTML)

### **L'Observateur Cetelem 2006. Le baromètre européen: L'état d'esprit général des Européens.**

Données européennes, y compris pour la Belgique (2004 et 2005) sur les intentions d'achat en pourcentages pour (entre autres) : loisirs/voyages. Etudes similaires existent annuellement depuis 2001.

FR- Cetelem

<http://www.observateur-Cetelem.com/observateur/>

### **Comment les hommes et les femmes utilisent leur temps. Résultats de 13 pays européens** par Christel Aliaga et Karin Winqvist, *Statistiques en bref*, Thème 3, 12/2003.

Répartition du travail rémunéré et travail domestique / heures de temps libre / heures de sommeil et heures de temps libre / différence suivant la présence ou non d'enfants dans le ménage. Les données belges sont basées sur les données INS/TOR ! Intéressant uniquement pour les données comparatives.

EU – Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-NK-03-012/FR/KS-NK-03-012-FR.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-NK-03-012/FR/KS-NK-03-012-FR.PDF)

**Changes in Consumer Prices for Goods and Services: All Items vs Recreation and Culture, August 2005 / 2004 and 2003 / 2004 + Prices for Selected Popular Cultural Goods and Services, December 2005 - January 2006.**

Donne des chiffres globaux, pour l'Europe et pour différents pays dont la Belgique, sur l'évolution des prix de la culture et des loisirs par rapports aux autres prix de la consommation (entre 1996 et 2004) + quelques exemples comparatifs entre plusieurs pays (dont la Belgique) pour les prix d'un CD, d'un livre, d'un ticket de cinéma, de l'entrée d'un musée national d'art moderne, d'une heure de cours particulier de piano et d'un ticket pour un opéra dans la capitale (en 2005).

EU -

<http://www.culturalpolicies.net/>

## **2. Loisirs médiatiques :**

### **2.1. Radio**

#### **2.1.1. L'écoute**

#### **The Radio Observer 2005.** Bruxelles, IP Marketing.

Analyse de la programmation (musique, info, magazines, divertissement, service, animation, autre) et des styles musicaux (popular, dance, rock, black, other) pour l'ensemble des radios du sud du pays et pour 13 stations spécifiques. Même information (à peu près) disponible pour 1998 (épuisé), 2000 et 2002.

BE- IPB

#### **Étude CIM Radio Studie** publiée par IP Marketing, 2006.

Donne l'audience en pourcentages et en heures pour les 13 mêmes radio suivant les jours (semaine ou WE) ainsi que les parts de marché pour différentes tranches d'âge. Courbes d'audience suivant les heures de la journée, les tranches d'âge. Population atteinte en chiffres et pourcentages, suivant l'âge, le sexe, la situation familiale, le travail, les enfants. Tous ces chiffres avec division nord et sud du pays.

BE - CIM

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_4081.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_4081.pdf)

#### **Étude Tactique RADIO : mesure d'audience – CIM.**

Les chiffres sont divisés en national + nord du Pays et sud du pays. Donne, pour 18 stations, les minutes d'écoute pour un jour moyen, l'équivalent en pourcentages et la part de marché.

BE – CIM

<http://www.cim.be/base/fr/m/mr.html>

#### **RMB, Nouveautés CIM 04-05. Radio : Les programmes radio.**

Donne, pour l'ensemble, le nord et le sud du pays, les degrés de satisfactions (en pourcentages) pour les différents programmes.

BE – CIM

<http://www.rmb.be/cim2005/fr/radio.cfm>

**Annuaire de l'Audiovisuel 2005.** Bruxelles : Communauté française de Belgique, Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias, 2005. 2 volumes.

Dans Section 4 : Radio-télévision - Chaînes et réseaux. Une section sur la RTBF Radio analyse l'offre + le profil du public suivant sexe, âge et groupes sociaux, ainsi que par Province, en 2004. Même analyse pour 8 radios privées : offre et profil du public. Cet annuaire est publié régulièrement (environs tous les 2 ans. 1986 = première année, 2005 = 10<sup>ème</sup> année).

BE - CFWB

**Annuaire de l'Audiovisuel 2003.** Bruxelles : Communauté française de Belgique, Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias, 2003. 2 volumes.

Intéressant pour données comparatives avec édition 2005.

BE – CFWB

<http://www.cfwb.be/av/Doctel/points%20fortsannuaire03.pdf>

**Radio Key Fact 2002.** Etude du groupe IP.

Contient des statistiques pour 22 pays + USA. La Belgique est divisée en nord et sud du pays. Donne une vision globale de l'offre radio en Belgique et des équipements. Donne aussi: mesure d'audience suivant la tranche d'âge (à partir de 15 ans), le lieu d'écoute, le type de programme et le type de radio. Les deux sources principales utilisées (*Radiométrie* et *CIM Radio*) sont mises en parallèle dans un tableau comparatif.

BE -IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_1427.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_1427.pdf)

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.** Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes, et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession : les programmes écoutés à la radio : musique (classique, jazz, chansons), journal parlé, feuillets – théâtre, jeux, magazines culturels, dialogues avec les auditeurs, magazines scientifiques.

BE –

*Sobemap 1995*

**Media Generation: tout savoir sur les jeunes d'aujourd'hui (Presse)** dans *Backstage N°5*, décembre 1998

Ce qui intéresse le jeune (6-18 ans), la couverture des médias (TV, magazines, quotidiens, radios, cinémas) suivant les âges.

BE – IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_86.PDF](http://www.ipb.be/upload/album/AP_86.PDF)

**La radio et la presse magazine sous l'angle de la sémiométrie 2004** dans *Backstage 21*, Décembre 2005.

Analyse sous un angle socioculturel (les valeurs) des publics cibles.

BE - IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_3960.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_3960.pdf)

**La Sémiométrie, une approche spécifique.** Numéro spécial *Backstage*, décembre 2001.

Avec une section sur les médias électroniques : radio, télévision, Internet (angle socioculturel – les valeurs - des publics cibles).

BE – IPB

[http://www.ipb.be/Article.asp?ID=354&language\\_ID=1#4920](http://www.ipb.be/Article.asp?ID=354&language_ID=1#4920)

**Médiascopie : focus sur l'affinité des auditeurs avec le média radio**, dans *Backstage 15*, Mars 2003.

Données « qualitatives » concernant les auditeurs radio : leur attitude et satisfaction.

BE -IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_2237.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_2237.pdf)

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « écouter la radio ».

BE-INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Les médias : les médias électroniques (TV, radio) et la presse**, dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Complémentarité TV/radio, variantes socio-économiques, suivant l'heure de la journée, écoute radio suivant l'âge.

BE - IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

Etudes CIM: **“Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements »**.

Avec une section « la presse, la radio » comportant les questions suivantes : combien d'appareils radio possédez-vous, raccordés au câble ou avec réception DAB (digitale), quel genre de radio appréciez-vous (musique, journaux d'information, divertissement, météo/job/info route, magazines, sport), quelle station écoutez-vous et à quelle fréquence. Etude réalisée annuellement.

BE - CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose**s dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps et le budget consacré à : écouter la radio.

BE - IPB

*IPB 1998*

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Cinéma, TV and radio in the EU. Statistics on audiovisual services**. Data 1980- 2002. Dans *Theme 4*, Industry, trade and services, édition 2003.

Avec un chapitre sur “Radio market » : fournit des données chiffrées pour de nombreux pays de l'Europe des 15 (dont la Belgique fait parfois partie mais avec des données très incomplètes) pour la diffusion des radios privées comparativement aux radios publiques, avec l'évolution de 1980 à 2001 sur le nombre de radios nationales publiques et privées, à distribution locale et régionale ou nationale et le nombre de Web-radios européenne écoutées sur internet.

EU – Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF)

2.1.2. L'achat d'équipement :

**Données chiffrées – audiovisuel** dans *États généraux de la culture*, 2005.

Équipement des foyers belges en pourcentages (2003) : les radios. Les données ne sont pas originales.  
BE – CFWB  
[http://www.forumculture.be/chiffres\\_audiovisuel.htm](http://www.forumculture.be/chiffres_audiovisuel.htm)

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Avec une ligne: appareils radio. Même enquête disponible annuellement. Nous disposons aussi de l'enquête 1995-96.  
BE – INS  
*INS/BM 2004*

**RMB, Nouveautés CIM 04-05. Radio : L'équipement radio des ménages, les programmes radio.**

Donne le nombre et la proportion des Belges (pour l'ensemble, le nord et le sud du pays) qui possèdent une radio, la quantité de radios possédées, le raccordement par câble et l'équipement DAB (digital audio broadcasting).  
BE – CIM  
<http://www.rmb.be/cim2005/fr/radio.cfm>

**Nombre de licences d'appareils de radio sur véhicule et de télévision.** Situation au 31 décembre 2001 (enquête annuelle disponible – derniers résultats 2001).

Donne le nombre de licences d'appareils radio sur véhicules pour le pays, les régions et les arrondissements (et aussi les communes), annuellement depuis 1995 jusqu'en 2001.  
BE – INS  
[http://statbel.fgov.be/pub/d7/p750y2001\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d7/p750y2001_fr.pdf)

**Les décisions dans le couple en Belgique : La haute fidélité** (la chaîne Hi-Fi, la caméscope, les cassettes, le magnétoscope) dans *MVConsult.be*

Statistiques datant de décembre 2002, concernant uniquement la décision conjointe ou non d'achat.  
BE -  
[http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/C\\_hifi.htm](http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/C_hifi.htm)

**Critère de choix et de fréquentation d'un commerce.** Taux de fréquentation en fonction des produits + critère de choix en fonction des produits : les électroménagers, la Hi-Fi et le matériel informatique, dans *MVConsult.be*

Statistiques datant de décembre 2002 divisant les achats de Hi-Fi en « magasins spécialisés, hypermarchés, détaillants spécialisés » et hiérarchisant les critères d'achat (service après vente, qualité, conseils, ...).  
BE -  
[http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/COM\\_05.htm](http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/COM_05.htm) +  
[http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/COM\\_09.htm](http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/COM_09.htm)



## 2.2. Télévision

### 2.2.1. L'audience :

**Étude Tactique TELEVISION :** mesure de manière continue et uniforme les comportements télévisuels de la population habitant la Belgique. CIM

Seules des données partielles (audiométrie : top 20 de la semaine précédente, top 100 pour 2005) sont accessibles en ligne. Pour le reste, il faut être membre !

BE - CIM

<http://www.cim.be/base/fr/m/mt.html>

#### **Audience des télévisions en Belgique.**

Données issues de CIM mais GfK fournit en ligne plus que CIM : données sont divisées en nord et sud du pays : temps d'écoute par mois, téléspectateurs par mois, parts de marché par chaîne, temps d'écoute par chaîne (données disponibles toutes les semaines / tous les ans).

BE – CIM

*CIM Télé*

<http://www.audimetrie.be/audiences/S-audiences.htm>

#### **Données d'audiométrie 2005 fournies par IPB.**

IPB nous a fourni une autre partie des données d'audiométrie CIM : temps moyen d'audience en semaine et les week-ends (pour les 12-54 et pour les 4 ans et +), pourcentages annuels, de 1997 à 2005, pour les parts de marché des différentes chaînes francophones et la couverture quotidienne suivant les tranches d'âge et le sexe. Plus de statistiques sont accessibles sur demande.

BE - IPB

#### **RMB, Nouveautés CIM 04-05. Télévision : Les programmes TV.**

Pour l'ensemble, le nord et le sud du pays : degré de satisfactions pour les différents programmes.

BE – CIM

<http://www.rmb.be/cim2005/fr/television.cfm>

#### **Television Key Facts 2004. Etude du groupe IP.**

Contient des statistiques pour plus de 47 pays. La Belgique est divisée en nord et sud du pays. Donne une vision globale de l'offre télévisée en Belgique, des équipements et raccordements aux canaux de distribution + pour le sud : mesure d'audience suivant la tranche d'âge (dont la tranche 4-14 ans) et responsabilité d'achat, les jours de la semaine, les chaînes et les programmes. Même information disponible pour 2003. La source principale (unique ?) de ces informations est le CIM.

BE - IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_3315.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_3315.pdf)

#### **Television Key Facts 2005. Etude du groupe IP.**

Nouvelle étude, fraîchement publiée (mars 2006) donnant les plus récentes statistiques.

BE – IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_4078.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_4078.pdf)

#### **Etudes CIM: «Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Avec une section : « la télévision », posant des questions sur le genre de programmes appréciés, les chaînes de télévision regardées et à quelle rythme + « WE activities : reading, TV, music ».

Etude réalisée annuellement.

BE- CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l'enquête  
“Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Chiffres pour les sections suivantes : « WE activities : reading, TV, music », divisés par sexe, âge, classe sociale. Résultats fournis à titre d'exemple !

BE – CIM

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999.  
INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « regarder la télévision ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Time for Youth 2005**. RMB, en collaboration avec TNS Media, 2005.

Donne le pourcentage du temps de loisirs que le jeune Belge (12-30 ans) consacre à regarder la télévision, en semaine et les jours de week-end.

BE – RMB

*Youth 2005*

<http://www.rmb.be/mediavillage/cases/TFY2005/pdf/time-for-youth-fr.pdf>

**Annuaire de l'Audiovisuel 2005**. Bruxelles : Communauté française de Belgique, Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias, 2005. 2 volumes.

Section 4: Radio-télévision : Chaînes et réseaux = donne des informations très détaillées sur les télévisions de service public (RTBF, télévisions locales, TV5), les télévisions privées (RTL-TVI, YTV, BeTV, MCM Belgique, LibertyTV et Canal Z) et les chaînes étrangères autorisées en Communauté française, avec audience et structure des programmes pour les principales chaînes.

BE - CFWB

**Annuaire de l'Audiovisuel 2003**. Bruxelles : Communauté française de Belgique, Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias, 2003. 2 volumes.

Intéressant pour données comparatives avec l'édition 2005.

BE – CFWB

<http://www.cfwb.be/av/Doctel/points%20fortsannuaire03.pdf>

**L'audience des télévisions en Communauté française** dans *Faits & Gestes*, 5, Janvier/Février/Mars 2002.

Données sorties de l'annuaire de l'audiovisuel 2001 !

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2002/faits\\_&\\_gestes\\_5.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2002/faits_&_gestes_5.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre**. Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre «TV & films vidéo » : heures consacrées quotidiennement, type de réseau et raison de ce choix, nombre de chaînes payantes ou non, choix des chaînes et programmes et jugement de valeur sur ceux-ci. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**Media Generation: Tout savoir sur les jeunes d'aujourd'hui (Presse)** dans *Backstage* N°5, décembre 1998.

Ce qui intéresse le jeune (6-18 ans), couverture des médias (TV, magazines, quotidiens, radios, cinémas) suivant les âges.

BE – IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_86.PDF](http://www.ipb.be/upload/album/AP_86.PDF)

**Les médias : les médias électroniques (TV, radio) et la presse**, dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Audience en fonction de la complémentarité TV/radio, en fonction des autres activités, suivant les variantes socio-économiques, suivant l'heure de la journée.

BE - IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à : regarder la télé.

BE - IPB

IPB 1998

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Le cinéophile reste un « téléphile »**, dans *Backstage* N°17, décembre 2003.

Avec « préférence en terme de type de programme » : consommation de la télévision.

BE – IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_2534.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_2534.pdf)

**Les kids et la télévision**, dans *Backstage* 11, septembre 2001.

Avec notoriété des chaînes, programmes et émissions préférées, perception des chaînes.

BE - IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_145.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_145.pdf)

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles** dans *Faits & Gestes*, 1, Septembre 2000.

Donne, entre autres, l'influence du milieu (éducation et revenu) sur le nombre d'heures que les enfants passent devant la télévision.

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)

L'étude complète ayant mené à ces résultats =

Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

Etablit un lien entre le niveau social et la durée d'heures de télévision autorisées aux enfants et le choix des programmes. Même lien avec le niveau de diplôme.

BE-

ULB 1995

**La sémiométrie, une approche spécifique.** Numéro spécial *Backstage*, décembre 2001.

Avec une section sur les médias électroniques dont télévision (angle socioculturel - valeurs - publics cibles).

BE – IPB

[http://www.ipb.be/Article.asp?ID=354&language\\_ID=1#4920](http://www.ipb.be/Article.asp?ID=354&language_ID=1#4920)

**Télespectateur et petite lucarne : toujours la magie** dans *Backstage N°8*, novembre 1999.

Donne l'évolution de l'audience de 1988 à 1999, suivant les chaînes, le genre, heure de midi, soirée, kids, évolution de la couverture, de la durée de vision, ...

BE -IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_108.PDF](http://www.ipb.be/upload/album/AP_108.PDF)

**Les décisions dans le couple en Belgique : Les loisirs** (acquisition d'un animal de compagnie (chien, chat), sélection d'un film au cinéma, d'un programme TV dans *MVConsult.be*

Donne pour 2002, la proportion de décisions partagées ou non au sein du couple pour le choix de programme cinéma.

BE -

[http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/C\\_loisirs.htm](http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/C_loisirs.htm)

**Les télévisions locales en Communauté française. Portrait sectoriel portant sur la période 1985-2003**, recherche menée par l'Université de Liège, Institut des Sciences humaines et sociales avec la coordination scientifique de Madame Marie-Thérèse Casman – recherche non encore approuvées par le Comité d'accompagnement ad hoc.

Fournit des informations sur les télévisions locales en Communauté française concernant : leur notoriété (chiffres relatifs aux années 1998 -1999) et leur audience (1984 – 2004).

BE- OPC

**Cinema, TV and radio in the EU. Statistics on audiovisual services.** Data 1980- 2002. Dans *Theme 4*, Industry, trade and services, édition 2003.

Avec un chapitre sur "TV broadcasting market" : fournit des données européennes (2000) pour la répartition de la diffusion de TV publiques et privées, les sources de revenus et les financements publics, les 25 entreprises de télévision dominantes. Fournit également des données nationales (2001) pour la plupart des pays de l'Europe des 15 (données fournies pour la Belgique) pour le nombre de ménages possédant une TV, avec la distinction entre la réception par satellite, câble ou terrestre; le nombre de ménages avec TV digitales, connexion par câble, par satellite. Donne l'évolution de 1980 à 2001 pour les ménages possédant une TV (en nombre et pourcentage de population); le nombre de licence TV et le coût de ces licences; le turnover de TV nationales d'origine publique ou privée; les financements publics et les revenus commerciaux; le nombre de chaînes de TV et celui des chaînes nationales publiques ou privées; le total d'heures quotidiennes de vision; le nombre de ménages connectés par câble (en nombre et en pourcentage de population); le nombre d'opérateur de câble; le nombre de ménages possédant une TV digitale, une TV satellite (en nombre et en pourcentage de population).

EU – Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF)

**Les tout-petits et la télévision. Rapports.** Baby'bus, Juillet 2004. Enquête du magazine *Parents* et TNS Sofres.

Analyse quels enfants regardent la TV, quelles sont les raisons des non audiences, les demandes, les moments d'audience, la compagnie et les programmes choisis. Enquête française mais en l'absence d'étude similaire pour la Communauté française, ces données nous ont semblées intéressantes.

FR-

[http://www.tns-sofres.com/etudes/consumer/170904\\_bebestv.pdf](http://www.tns-sofres.com/etudes/consumer/170904_bebestv.pdf)

2.2.2. L'achat d'équipement et raccordement:

**Données chiffrées – audiovisuel** dans *États généraux de la culture*, 2005

Équipement des foyers belges en pourcentages (2003), la consommation TV en moyenne quotidienne en pourcentages (2002), ... Mais ces données ne sont pas originales !

BE – CFWB

[http://www.forumculture.be/chiffres\\_audiovisuel.htm](http://www.forumculture.be/chiffres_audiovisuel.htm)

**Nombre de licences d'appareils de radio sur véhicule et de télévision.** Situation au 31 décembre 2001 (enquête annuelle disponible – derniers résultats 2001).

Donne le nombre de licences d'appareils radio sur véhicules et de télévisions noir et blanc et couleur, pour le pays, les régions et les arrondissements (et aussi les communes) annuellement depuis 1995 jusqu'en 2001.

BE – INS

[http://statbel.fgov.be/pub/d7/p750y2001\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d7/p750y2001_fr.pdf)

**Télédistribution : nombre d'abonnés (de 1997 à 2001).**

Chiffres bruts.

BE – INS

[http://statbel.fgov.be/figures/d75\\_fr.asp#12](http://statbel.fgov.be/figures/d75_fr.asp#12)

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Avec les lignes suivantes : appareil de télévision ; antenne parabolique ; abonnement et raccordement télédistribution ; redevance. Même enquête disponible annuellement.

BE – INS

*INS/BM 2004*

**Enquête sur le budget des ménages - confort ménager (1997-1998).**

Donne des chiffres en pourcentages pour 1995-1998, au niveau national et divisés par région avec les sections suivantes : raccordement à la télévision payante, à la télédistribution, antenne parabolique, TV noir et blanc, TV couleur (1998 derniers chiffres disponibles – mêmes données mais en euro dépensés, disponibles dans les enquêtes sur le budget des ménages).

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/downloads/hbs1998c\\_fr.xls](http://statbel.fgov.be/downloads/hbs1998c_fr.xls)

Études CIM: «**Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements**».

Avec une section : achat d'équipement de maison et votre équipement électroménager.  
Étude réalisée annuellement.

BE - CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « TV & films vidéo » : nombre de chaînes payantes (combien), budget dépensé pour l'infrastructure et les services TV, nombre de TV possédées, opinion sur les meilleures et plus mauvaises chaînes suivant différents types de programme. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**L'Observateur Cetelem. Les marchés européens : la consommation des ménages sur les grands marchés européens. 2006.**

Avec un chapitre sur « le marché de la TV, Hi Fi, Vidéo » qui donne, pour l'ensemble: le marché (en euro pour 2003), le budget moyen par ménage et l'évolution des intentions d'achat 2005 – 2006, pour les principaux pays européens dont la Belgique. Etudes similaires existent annuellement depuis 2001.

EU – Cetelem

[http://www.observateur-Cetelem.com/observateur/2006/pdf/ctlmobs\\_marches\\_06.pdf](http://www.observateur-Cetelem.com/observateur/2006/pdf/ctlmobs_marches_06.pdf)

**Le marché européen de la télédiffusion. Les chiffres clés du marché de la télévision dans l'UE et aux Etats-Unis en 2000** par DEISS Richard. *Statistiques en bref*, Thème 4, 24/2002.

Donne des comparaisons générales à l'intérieur de l'Europe (différents pays dont la Belgique, pour 1996-2000) et au travers des 5 continents (1970 à 1997) + études européennes comparatives : mode de réception TV, temps moyen par jour, équipement numérique, chiffres d'affaires et financements, couverture et production des services publics.

EU - Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-NP-02-024/FR/KS-NP-02-024-FR.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-NP-02-024/FR/KS-NP-02-024-FR.PDF)

2.3. DVD, vidéo
-----------------

2.3.1. l'utilisation
----------------------

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps. 1999.** INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « regarder un film vidéo ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmoses** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à : regarder programme ou film vidéo.

BE - IPB

*IPB 1998*

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Time for Youth 2005.** RMB, en collaboration avec TNS Media, 2005.

Pourcentage du temps de loisirs que le jeune Belge (12-30 ans) consacre à regarder des DVD ou vidéos.

BE – RMB

*Youth 2005*

<http://www.rmb.be/mediavillage/cases/TFY2005/pdf/time-for-youth-fr.pdf>

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**. Seul le questionnaire est disponible.

Avec dans le chapitre « TV & films vidéo » : nombre de films vidéo ou DVD regardés.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

2.3.1. l'achat d'équipement

**Annuaire de l'Audiovisuel 2005.** Bruxelles : Communauté française de Belgique, Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias, 2005. 2 volumes.

Section 9 : le marché de la vidéo commerciale. Donne pour les années 1995 à 2003, le nombre de foyer équipé d'un magnétoscope, les statistiques de ventes unitaires et les prix moyens des magnétoscopes.

De même pour les lecteurs et graveurs de DVD.

BE - CFWB

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Avec les données suivantes : vidéo-recorder (pour cassette vidéo), lecteur DVD. Même enquête disponible annuellement.

BE – INS

*INS/BM 2004*

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans chapitre «TV & films vidéo» : nombre de magnétoscopes, lecteurs DVD et lecteurs & enregistreurs DVD possédés. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**Le cinéphile reste un « téléphile »,** dans *Backstage* N°17, décembre 2003.

Evolution de la part d'audience de vidéo et DVD de 1993 à 2002, accessoires disponibles, acquéreurs et utilisateurs (avec profil d'âge).

BE – IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_2534.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_2534.pdf)

**Cinema, TV and radio in the EU. Statistics on audiovisual services.** Data 1980- 2002.

Dans *Theme 4*, Industry, trade and services, édition 2003.

Avec un chapitre sur «DVD & Video market». Fournit de nombreux chiffres pour les principaux pays européens (dont la Belgique) pour 2001 sur : les ménages possédant un lecteur DVD, les dépenses des ménages pour l'achat du lecteur ; de même pour les lecteurs vidéo. Ces mêmes statistiques sont reprises pour les années 1980 à 2001 (les données pour la Belgique ne sont complètes qu'à partir de 1990).

EU – Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF)

**Statistiques sur les vidéos et les DVD. Croissance rapide des ventes et locations de DVD entre 1999 et 2000** par Richard Deiss. *Statistiques en bref*, Thème 4, 21/2002.

Donne des chiffres pour l'ensemble de l'Europe et par pays (dont la Belgique) pour la pénétration des magnétoscopes et lecteurs DVD. Une partie des informations est issue du *European Video Yearbook*.

EU - Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-NP-02-021/FR/KS-NP-02-021-FR.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-NP-02-021/FR/KS-NP-02-021-FR.PDF)

**Les décisions dans le couple en Belgique : La haute fidélité** (la chaîne Hi-Fi, la caméscope, les cassettes, le magnétoscope) dans *MVConsult.be*

Statistiques datant de décembre 2002, concernant uniquement la décision conjointe ou non d'achat.

BE -

[http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/C\\_hifi.htm](http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/C_hifi.htm)

2.3.2. l'achat ou la location de DVD, vidéo (médiathèque)

**Annuaire de l'Audiovisuel 2005.** Bruxelles : Communauté française de Belgique, Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias, 2005. 2 volumes.

Section 9 : le marché de la vidéo commerciale. Donne pour les années 1995 à 2003, des statistiques de ventes unitaires et les prix moyens pour des vidéocassettes vierges et préenregistrées, des statistiques de location. De même pour les DVD vierges et préenregistrés. Petit chapitre sur la piraterie.

+ Section 10 : la médiathèque de la Communauté française. Donne des chiffres (1995 à 2003) pour les collections et prêts de vidéocassettes de fiction et musicales, de même pour les documentaires et les collections et prêts de DVD. Section 6 fournit quelques données sur le peer to peer et piratage avec notamment le pourcentage de fichiers vidéo téléchargés et le type de programme (en 2003).

BE - CFWB

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Avec les données suivantes : cassettes, vidéo, DVD enregistrés ou vierges, jeux vidéo. Même enquête disponible annuellement

BE – INS

*INS/BM 2004*

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps.** 1999.

INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « aller à la bibliothèque ou vidéothèque ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association de s Consommateurs **Test Achats.**

Avec dans le chapitre « TV & films vidéo » : nombre de films vidéo achetés ou loués et budgets. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**Le cinéphile reste un « téléphile »,** dans *Backstage* N°17, décembre 2003

Evolution de la part d'audience de vidéo et DVD de 1993 à 2002, accessoires disponibles, acquéreurs et utilisateurs (avec profil d'âge).

BE – IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_2534.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_2534.pdf)

**Les cinémas multiplexes et les mutations de l'exploitation cinématographique : débats et recherches en Communauté française Wallonie-Bruxelles.** *Faits et Gestes* numéros 2bis, avril 2001.

Compare l'évolution de la consommation cinématographique en salles et en vidéo (de 1970 à 1999).

BE – CFWB

**Statistiques de l'industrie vidéo en 1996** par BVF – IVIP, dans *Bulletin d'information des Fédérations Belges de l'Industrie Phonographique et Vidéo.*

Statistiques de location et vente de 1990 à 1997, par unités vendues, prix moyens et chiffres d'affaires.

BE –

<http://users.skynet.be/sky38852/ifpi97/fr/page3fr.htm>



**La Médiathèque de la Communauté française de Belgique. Rapport du Conseil d'Administration. Données statistiques. 2004/2005.**

Fournit de nombreuses données sur: la répartition des collections audiovisuelles par titres et par supports, l'évolution des prêts de VHS et DVD, documentaires et fiction ( de 1996/1997 à 2004/2005).  
BE – CFWB

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles dans *Faits & Gestes*, 1, Septembre 2000.**

Fournit des chiffres sur: le budget des ménages pour les différentes dépenses culturelles dont les locations (vidéo, biblio- et médiathèque).  
BE – CFWB  
[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)

L'étude complète ayant mené à ces résultats =  
Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.  
Etablit un lien entre le niveau de revenus et de diplôme, et la location de vidéos éducatives.  
BE –  
ULB 1995

**L'an dernier, le consommateur a dépensé 3% de plus en DVD, jeux et cassettes vidéo qu'en 2004.** Communiqué de presse FEDIS, 6 février 2006.

Fournit pour 2005: le nombre de films vendus, la croissance et le prix moyen (source : étude GfK).  
BE - FEDIS  
<http://www.fedis.be/default.asp?id=3311&lng=fr>

**The European Video Yearbook 2000/2001.** Published by Screen Digest, November 2000

Fournit notamment des données sur les consommateurs de vidéos et de DVD (budgets, unités achetées, prix). Disponible uniquement à la vente – 250\$ !  
EU -  
<http://www.marketresearch.com/product/display.asp?productid=1141367&xs=r&SID=58122004-345214050-400905078&curr=USD&kw=&view=toc>

**Cinema, TV and radio in the EU. Statistics on audiovisual services.** Data 1980- 2002. Dans *Thème 4*, Industry, trade and services, édition 2003.

Avec un chapitre sur «DVD & Video market». Fournit de nombreux chiffres pour les principaux pays européens (dont la Belgique) pour 2001 sur : les ménages possédant un lecteur DVD, les dépenses des ménages pour l'achat ou location de DVD, les prix moyens et le nombre de points de location ou de vente ; de même pour les vidéo cassettes. Ces mêmes statistiques sont reprises pour les années 1980 à 2001 (les données pour la Belgique ne sont complètes qu'à partir de 1990).  
EU – Eurostat  
[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF)

**Statistiques sur les vidéos et les DVD. Croissance rapide des ventes et locations de DVD entre 1999 et 2000** par Richard Deiss. *Statistiques en bref*, Thème 4, 21/2002.

Donne des chiffres pour l'ensemble de l'Europe et par pays (dont le Belgique) pour les ventes et locations de cassettes et DVD. Une partie des informations est issue du *European Video Yearbook*.  
EU - Eurostat  
[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-NP-02-021/FR/KS-NP-02-021-FR.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-NP-02-021/FR/KS-NP-02-021-FR.PDF)

**Services audiovisuels - Ventes de cassettes vidéo et de DVD en hausse et locations de cassettes vidéo en baisse. Tendances 1990-1998** par Richard Deiss. *Statistiques en bref*, Thème 4, 3/2001.

Mêmes informations que précédent (« Statistiques sur les vidéos et les DVD ») pour les années 1990-1998.

EU - Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-NP-01-003/FR/KS-NP-01-003-FR.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-NP-01-003/FR/KS-NP-01-003-FR.PDF)

**Les décisions dans le couple en Belgique : La haute fidélité** (la chaîne Hi-Fi, la caméscope, les cassettes, le magnétoscope) dans *MVConsult.be*

Statistiques datant de décembre 2002, concernant uniquement la décision conjointe ou non d'achat.

BE -

[http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/C\\_hifi.htm](http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/C_hifi.htm)

**La Médiathèque de la Communauté française de Belgique. Statistiques, médias en collection et revue de presse. Exercice 2004-2005.** Rapport du conseil d'administration à l'Assemblée générale du 24 novembre 2004.

Donne, par centre et par région, les résultats de l'exercice 2004-2005 pour :vidéocassettes documentaires et vidéocassettes fiction et musicales ainsi que DVD, en collection et en prêt.

BE – CFWB

**Les Français et le téléchargement.** Etude TNS Sofres, 15 février 2006.

Données sur le téléchargement de musique et de films : selon le type de téléchargement (peer-to-peer ou payant), le profil des intéressés (âge, moyens financiers, catégorie sociale). Enquête française mais en l'absence d'étude similaire pour la Communauté française, ces données nous ont semblé intéressantes.

FR –

[http://www.tns-sofres.com/etudes/pol/150206\\_telechargement.htm](http://www.tns-sofres.com/etudes/pol/150206_telechargement.htm)

## 2.4. Internet

### 2.4.1. l'utilisation

#### 2.4.1.1. utilisation (tout)

**Belgian Internet Mapping 14**, novembre 2005 (BIM).

Etude très détaillée sur la pénétration d'Internet dans la population mais aussi le profil des utilisateurs, des acheteurs et les différentes activités et utilisations. Disponible à la vente 1,000euro !

BE- BIM

[http://www.insites.be/emagiC\\_mailForm/main.asp?pageId=284](http://www.insites.be/emagiC_mailForm/main.asp?pageId=284)

Publie des Communiqués de presse – Voir par exemple :

07.02.2006 « **La moitié des internautes belges pratiquent le online banking** »

30.11.2005 : « **La Belgique compte 4,8 millions d'Internautes** »

**INTERNET - Mesure du Trafic – MetriWeb, CIM** (outil de mesure du trafic des sites)

Publie des rapports mensuels consultables uniquement par souscription.

BE - CIM

<http://www.cim.be/base/fr/m/mi.html>

**Internet Key Facts 2002.** Etude du groupe IP.

Contient des études statistiques pour 20 pays européens (dont la Belgique – pas divisée) et les USA, sur la pénétration du Net, la fréquence et durée d'utilisation, la situation de la broadband, l'évolution des prix d'accès, les investissements publicitaires, etc. Pour la Belgique, propose des statistiques sur: la fréquence de l'usage (de 1999 à 2002), la localisation (maison, travail, école/université, lieu public, parents ou amis), le type d'activité en ligne (dont « downloading music »), le profil de l'utilisateur (sexe, âge, revenu, niveau d'éducation), le trafic suivant les heures de la journée, le nombre de visiteurs par fournisseurs d'accès, les domaines les plus fréquentés, le type de produit ou service acheté en ligne.

Les seules données régionales (Wallonie et Bruxelles) sont : pourcentage de pénétration d'Internet.

BE - IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_1441.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_1441.pdf)

**Hondt, Hans d': Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps.** 1999.

INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur: temps utilisé pour « nouveaux médias : l'ordinateur pour communiquer, l'ordinateur comme hobby, jeux sur ordinateur ou vidéo».

BE – INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Time for Youth 2005.** RMB, en collaboration avec TNS Media, 2005.

Donne la proportion de temps libre que les jeunes (12-30 ans) consacrent à Internet en semaine et les jours de week-end, de même que la proportion de leur budget qu'ils y consacrent.

BE – RMB

*Youth 2005*

<http://www.rmb.be/mediavillage/cases/TFY2005/pdf/time-for-youth-fr.pdf>

**RMB, Nouveautés CIM 04-05. Internet : Audiences Internet, profil du surfeur, fréquence de consultation, lieu du surf, activité sur le net.**

Donne le profil du surfeur belge (selon le sexe, l'âge, le statut par rapport à l'emploi, ...), le type d'activité, la fréquence de ses consultations et le lieux de celles-ci. Les audiences sont données au niveaux « universel ».

BE – CIM

<http://www.rmb.be/cim2005/fr/internet.cfm>

**Annuaire de l'Audiovisuel 2005.** Bruxelles : Communauté française de Belgique, Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias, 2005. 2 volumes.

Section 6 : Les nouvelles technologies. La partie « Internet » fournit des chiffres pour la Belgique (pas divisée) sur la durée et le type d'usage (en Wallonie), sur le type de fichiers téléchargés (vidéo, audio et autres), sur l'audience de quelques sites belges.

BE - CFWB

**Youth Online (4 age segmented target groups: 0-5, 6-11, 12-17, 18-24),** dec 2004 (BIM).

Suivant différents groupes d'âge, l'étude propose les profils et types d'activités des jeunes surfeurs belges (pas de division régionale). Disponible à la vente 2,500 euro! Etude similaire publiée en 1999.

BE- BIM

[http://www.insites.be/emagiC\\_mailForm/main.asp?pageId=284](http://www.insites.be/emagiC_mailForm/main.asp?pageId=284)

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à : utiliser l'ordinateur (non professionnel).

BE - IPB

IPB 1998

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Publication des dernières statistiques de l'ISPA : résultats de l'enquête 22 pour le troisième trimestre 2004.**

Tous les quatre mois depuis novembre 1998, ISPA (*Internet Service Providers Association, Belgium*) publie les statistiques d'utilisation de l'Internet en Belgique (pas divisée). Les communiqués de presse analysent aussi le profil global de l'internaute (âge, sexe) et les types d'utilisation (informations vacances, actualité, musique cinéma, ...)

BE – ISPA

[http://www.ispa.be/web/fr/?n=1&e=1&s=1&ref\\_id=40](http://www.ispa.be/web/fr/?n=1&e=1&s=1&ref_id=40)

**Média Compendium. Société de l'information. Publication semestrielle n°2. 2001.**

Donne l'évolution des nombres de noms de domaines.be de 1995 à 2000.

BE – INS

[http://statbel.fgov.be/pub/d7/p751y2001s2\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d7/p751y2001s2_fr.pdf)

**Noms de domaine.be (1994-2005) et Nombre d'utilisateurs d'Internet (1997-2004).**

Donne le nombre de noms de domaines.be de 1994 à 2005 avec les nouveaux enregistrements, l'ensemble des enregistrements et le nombre de hosts ; le nombre d'utilisateurs d'Internet et le nombre par 100 habitants (pour la Belgique et d'autres pays européens et non européen); le pourcentage des ménages avec connexion Internet pour le 15 pays d'Europe (dont la Belgique) de 1998 à 2001.

BE – INS

[http://statbel.fgov.be/figures/d75\\_fr.asp#6](http://statbel.fgov.be/figures/d75_fr.asp#6)

**Données chiffrées – audiovisuel dans États généraux de la culture, 2005.**

Comprend une section sur Internet – pas données originales !

BE – CFWB

[http://www.forumculture.be/chiffres\\_audiovisuel.htm](http://www.forumculture.be/chiffres_audiovisuel.htm)

**NET Café, e-Travel. Zoom sur le secteur des voyages. IAB (Interactive Advertising Bureau) Working Group : « Barometry »: Travel, 2004.**

Donne, entre autres, de nombreuses statistiques sur la pénétration d'Internet ces 10 dernières années, le profile des internautes (âge, sexe, province (1 seul tableau), classe sociale) et de leurs recherches sur Internet + cite ses sources (CIM, Insites,...). En partant de l'analyse du secteur des voyages, cette étude approche les différents moyens utilisés (banners, pop-up, emails, ...). Donne aussi des statistiques de lecture de journaux en ligne (sexe, âge, type d'information recherchée).

BE + EU

<http://www.iab-belgium.be/Media/pdf/04nc12barofr.pdf>

**La Belgique des Internaute** dans *MVConsult.be*, Les Belges, comportements et attitudes

Les données générales se basent sur *Belgian Internet Mapping* et fournit quelques chiffres (originaux ? – pas de source citée) pour 2003 sur la fréquentation des sites automobiles et les buts de ces visites.

BE -

<http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/belgique/BEL2.htm>

**Media Generation: Tout savoir sur les jeunes d'aujourd'hui (Presse)** dans *Backstage* N°5, décembre 1998.

Ce qui intéresse le jeune (6-18 ans), la gradation de ses dépenses, fréquence et raison d'utilisation de l'ordinateur, suivant les âges.

BE – IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_86.PDF](http://www.ipb.be/upload/album/AP_86.PDF)

**La sémiométrie, une approche spécifique.** Numéro spécial *Backstage*, décembre 2001.

Avec une section sur les médias électroniques : radio, télévision, Internet (angle socioculturel, les valeurs, les publics cibles).

BE – IPB

[http://www.ipb.be/Article.asp?ID=354&language\\_ID=1#4920](http://www.ipb.be/Article.asp?ID=354&language_ID=1#4920)

**Hommes, femmes et Internet** dans *Info Flash* n°60, 9 mai 2005.

Données sur la fréquence, le lieu, le type d'utilisation d'Internet suivant le genre ; les recherches les plus fréquentes (actualités et nouvelles en tête pour les 2 genres), le type d'activité (courrier, banque, ...)

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/press/fl060\\_fr.asp](http://statbel.fgov.be/press/fl060_fr.asp)

**L'Observateur Cetelem 2006. Le baromètre européen: L'état d'esprit général des Européens.**

Données européennes, y compris pour la Belgique (2004 et 2005) sur les intentions d'achat sur Internet, en pourcentages pour (entre autres): loisirs/voyages, équipement pour bricoler ou jardiner, équipement de sport, TV / Hi-Fi Vidéo, micro-ordinateurs. Etudes similaires existent annuellement depuis 2001.

FR - Cetelem

<http://www.observateur-Cetelem.com/observateur/>

**Statistiques sur la Société de l'Information. Utilisation de l'Internet et du téléphone mobile dans l'Union Européenne : la croissance se poursuit en 2001** par Richard Deiss. *Statistiques en bref*, Thème 4, 8/2002.

Intéressantes données comparatives au niveau mondial, statistiques par pays (dont la Belgique) pour la possession de PC (pour 1990-2000), les hôtes Internet (1995-2000), les internautes (1997-2000) et les marchés de technologie de l'information (1998-2000).

EU - Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-NP-02-008/FR/KS-NP-02-008-FR.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-NP-02-008/FR/KS-NP-02-008-FR.PDF)

**Activités sur l'Internet dans l'Union européenne** par Ch. Demunter, *Statistiques en Bref*, Numéro 40/2005.

Fournit des indications sur les diverses catégories d'internautes et les services utilisés dans différents pays européens mais très peu de données pour la Belgique : uniquement comme comparaison.

EU – Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-NP-05-040/FR/KS-NP-05-040-FR.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-NP-05-040/FR/KS-NP-05-040-FR.PDF)

**La fracture numérique en Europe : en 2004, 85% des étudiants ont utilisé Internet mais seulement 13% des retraités.** Communiqué de presse EUROSTAT, 143/2005 – 10 Novembre 2005.

Aucune donnée pour la Belgique. Intéressant uniquement comme comparaison.

EU - Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/pls/portal/docs/PAGE/PGP\\_PRD\\_CAT\\_PREREL/PGE\\_CAT\\_P\\_REREL\\_YEAR\\_2005/PGE\\_CAT\\_PREREL\\_YEAR\\_2005\\_MONTH\\_11/4-10112005-FR-AP.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/pls/portal/docs/PAGE/PGP_PRD_CAT_PREREL/PGE_CAT_P_REREL_YEAR_2005/PGE_CAT_PREREL_YEAR_2005_MONTH_11/4-10112005-FR-AP.PDF)

#### 2.4.1.2. blogs

**Internet, Blogs et gratuits : une nouvelle donne pour les journalistes et les médias** par Stephen Bunard, 2005.

Données très globales (ou françaises) sur la percée des blogs (notoriété et consultation ; créateurs ; principales plateformes ; quantité de blogs). Cite ses sources.

EU –

**Blogs: en plein dans le mille**, article par Bart Lombaerts dans *Média Marketing*, MM207 / 2005.

Donne des chiffres globaux sur les blogs et les internautes qui les créent et les fréquentent. Cerne la situation pour la Belgique.

BE –MM

<http://www.mm.be/fr/archives.php?id=263&page=3>

#### 2.4.1.3. consultation de journaux et news

**NET Café, e-Travel. Zoom sur le secteur des voyages.** IAB (*Interactive Advertising Bureau*) Working Group : « Barometry »: Travel, 2004.

En partant de l'analyse du secteur des voyages, cette étude donne, entre autres, des statistiques de lecture de journaux en ligne (chiffres issus de l'étude *Net Observer*).

BE + EU

<http://www.iab-belgium.be/Media/pdf/04nc12barofr.pdf>

**RMB, Nouveautés CIM 04-05. Internet : Audiences Internet, profil du surfeur, fréquence de consultation, lieu du surf, activité sur le Net.**

Cite le pourcentage de la population belge de + de 12 ans en général, de 12-24 ans et de 25-44 ans qui utilisent Internet pour lire un journal.

BE – CIM

<http://www.rmb.be/cim2005/fr/internet.cfm>

**Internet, Blogs et gratuits : une nouvelle donne pour les journalistes et les médias** par Stephen Bunard, 2005.

Données très globales (ou françaises) mais intéressantes sur la fréquentation d'Internet, la perception et fréquentation des médias en ligne, sur la fréquentation de la presse en ligne. Cite ses sources.

EU –

#### 2.4.1.4. forum & podcast

**The Digital Music Report 2006 - Facts and Figures.** Publié par IFPI, Londres, Janvier 2006

Etude au niveau mondial, avec une petite section sur « digital radio & podcasting ».

International

<http://www.ifpi.org/site-content/library/digital-music-report-2006.pdf>

2.4.2. l'achat d'équipement et raccordement:

2.4.2.1. raccordement

**Pénétration des GSM, des PC et d'Internet auprès des ménages.** Enquête 2001 –

Résultats détaillés en pourcentages par région, province, arrondissement et commune pour détention de PC et connexion Internet + pourcentage de PC connectés à Internet. Ces données apparaissent pour la première fois dans l'enquête socio-économique réalisée tous les 10 ans – la prochaine enquête similaire est prévue pour 2011 et développera sans doute ces données différemment ( responsable : Corinne Lacroix (tél.02.548.65.41)

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/census/localres01\\_fr.asp](http://statbel.fgov.be/census/localres01_fr.asp)

**Publication des dernières statistiques de l'ISPA : résultats de l'enquête 22 pour le troisième trimestre 2004.**

Tous les quatre mois depuis novembre 1998, ISPA (*Internet Service Providers Association, Belgium*) publie les statistiques d'utilisation de l'Internet en Belgique (pas divisée). Ces études fournissent les chiffres trimestriels des connexions particulières : gratuites, payantes PSTN et RNIS et connexions large bande et connexions de sociétés : connexions PC (individuelles et large bande) , connexions LAN (PSTN et RNIS, large bande et lignes louées). Statistiques reprises par l'INS.

BE – ISPA

[http://www.ispa.be/web/fr/?n=1&e=1&s=1&ref\\_id=40](http://www.ispa.be/web/fr/?n=1&e=1&s=1&ref_id=40)

**Belgian Internet Mapping 14**, novembre 2005 (BIM).

Etude très détaillée sur la pénétration d'Internet dans la population, les types de connexion.

Disponible à la vente 1.000euro !

BE- BIM

[http://www.insites.be/emagiC\\_mailForm/main.asp?pageId=284](http://www.insites.be/emagiC_mailForm/main.asp?pageId=284)

**Confort ménager (1995/1996 - 2001).** Dans Enquête 2001 - Niveau de vie - patrimoine et équipement des ménages.

Comprend des statistiques (en pourcentages globaux pour la Belgique) sur : possession de TV , Hi Fi, Lecteur CD, ordinateur, parabole, abonnement TV et /ou Internet, vélo, ...

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/figures/d322\\_fr.asp#2](http://statbel.fgov.be/figures/d322_fr.asp#2)

**Ordinateurs et connexions Internet : la fracture digitale ?** Dans Enquête 2001 - résultats concernant les logements.

Donne les résultats (très succincts) en quantités par région et pour quelques grandes villes (Bruxelles, Charleroi, Liège) – résultats issus de l'enquête sur le confort ménager ! pas original !

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/census/results4\\_fr.asp?q=20c\\_20d](http://statbel.fgov.be/census/results4_fr.asp?q=20c_20d)

**Annuaire de l'Audiovisuel 2005.** Bruxelles : Communauté française de Belgique, Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias, 2005. 2 volumes.

Section 6 : Les nouvelles technologies. La partie « Internet » fournit des chiffres pour la Belgique (pas divisée) sur les connexions (2001 à 2004).

BE - CFWB

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « Jeux vidéo / d'ordinateur & internet » : connexion internet à domicile, fournisseur d'accès et budget consacré. Seul le questionnaire est disponible

BE – Tests Achats

*Test Achats 2003*

2.4.2.2. Ordinateur

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Version très détaillée. Chiffres donnés pour le Royaume et pour chaque région. Même enquête disponible annuellement. Avec une section : matériel de traitement de l'information avec PC et hardware, software, lecteur et graveur CD et DVC, imprimante, disquettes, ...

BE – INS

*INS/BM 2004*

**Pénétration des GSM, des PC et d'Internet auprès des ménages.** Enquête 2001.

Résultats détaillés en pourcentages par région, province, arrondissement et commune pour détention de PC et connexion Internet et pourcentage de PC connectés à Internet. Ces données apparaissent pour la première fois dans l'enquête socio-économique réalisée tous les 10 ans – la prochaine enquête similaire est prévue pour 2011 et développera sans doute ces données différemment (responsable : Corinne Lacroix - tél. 02.548.65.41)

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/census/localres01\\_fr.asp](http://statbel.fgov.be/census/localres01_fr.asp)

**Nombre de PC (1990-2004). Statistiques INS.**

Donne de 1990 à 2004 (annuellement à partir de 1998) le nombre de PC en nombre et par habitant (ce dernier uniquement pour 2004) pour la Belgique et d'autres pays (européens et non européens).

BE – INS

[http://statbel.fgov.be/figures/d75\\_fr.asp#6](http://statbel.fgov.be/figures/d75_fr.asp#6)

**Time for Youth 2005.** RMB, en collaboration avec TNS Media, 2005.

Fournit le pourcentage de jeunes belges (12 – 30 ans) disposant d'un équipement informatique et le pourcentage de leur budget qu'ils consacrent à Internet.

BE – RMB

*Youth 2005*

<http://www.rmb.be/mediavillage/cases/TFY2005/pdf/time-for-youth-fr.pdf>

**Confort ménager (1995/1996 - 2001).** Dans Enquête 2001 - Niveau de vie - patrimoine et équipement des ménages.

Comprend des statistiques (en pourcentages globaux pour la Belgique) sur : possession de TV , Hi Fi, Lecteur CD, ordinateur, parabole, abonnement TV et /ou Internet, vélo, ...

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/figures/d322\\_fr.asp#2](http://statbel.fgov.be/figures/d322_fr.asp#2)

**Média. Compendium. Société de l'information.** Publication semestrielle n°2. 2001.

Donne le taux de pénétration des PC et dépenses pour les PC (hardware et périphérique / software) par quartile de revenu (pour 1997/98 et 1999).

BE – INS

[http://statbel.fgov.be/pub/d7/p751y2001s2\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d7/p751y2001s2_fr.pdf)



Etudes CIM: **«Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements»**.

Avec une section : «nouvelles technologies, téléphone et Internet» avec des questions sur l'attitude, l'équipement (ordinateur portable, fixe, Webcam, imprimante, ...), les raisons d'utilisation (achat, chat, banking, musique, ...). Etude réalisée annuellement.

BE - CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**Les principaux prix psychologiques. Le prix de différents produits : l'habitation, ordinateur, appareil photo digital, GSM dans *MVConsult.be***

Donne l'évaluation d'un marché potentiel suivant les tranches de prix proposées pour un ordinateur portabl. Données très limitées, les sources ne sont pas citées.

BE –

[http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/PP\\_05.htm](http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/PP_05.htm)

**Critère de choix et de fréquentation d'un commerce.** Taux de fréquentation en fonction des produits + critère de choix en fonction des produits : les électroménagers, la Hi-Fi et le matériel informatique, dans *MVConsult.be*

Statistiques datant de décembre 2002 divisant les achats de matériel informatique en «magasins spécialisés, détaillants spécialisés, hypermarchés» et hiérarchisant les critères d'achat (service après vente, conseils, qualité, ...)

BE -

[http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/COM\\_05.htm](http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/COM_05.htm) +

[http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/COM\\_09.htm](http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/COM_09.htm)

**L'Observateur Cetelem 2006. Le baromètre européen: L'état d'esprit général des Européens.**

Données européennes, y compris pour la Belgique (2004 et 2005) sur les intentions d'achat en pourcentages pour (entre autres): micro-ordinateurs; taux d'accès à Internet, utilisation comme source d'information avant achat, achats et intentions d'achat. Etudes similaires existent annuellement depuis 2001.

FR- Cetelem

<http://www.observateur-Cetelem.com/observateur/>

**L'Observateur Cetelem. Les marchés européens : la consommation des ménages sur les grands marchés européens. 2006.**

Avec un chapitre sur « Le marché de la micro-informatique» qui donne : le marché (en euro de 2003 à 2005), le budget moyen par ménage et l'évolution des intentions d'achat 2005 – 2006, pour les principaux pays européens dont la Belgique (qui se situe dans les 2 premiers pays de tête pour le budget des ménages !). Etudes similaires existent annuellement depuis 2001.

EU – Cetelem

[http://www.observateur-Cetelem.com/observateur/2006/pdf/ctlmobs\\_marches\\_06.pdf](http://www.observateur-Cetelem.com/observateur/2006/pdf/ctlmobs_marches_06.pdf)

**2.4.2.3. GSM 3G, 4G**

**Pénétration des GSM, des PC et d'Internet auprès des ménages.** Enquête 2001 –

Ces enquêtes ne fournissent PAS d'information détaillée sur le type de GSM : la possession de GSM, de quelque sorte qu'il soit, rentre dans une seule catégorie !

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/census/localres01\\_fr.asp](http://statbel.fgov.be/census/localres01_fr.asp)

**The Digital Music Report 2006 - Facts and Figures.** Publié par IFPI, Londres, Janvier 2006

Avec un chapitre « mobile music shows its potential » fournissant des estimations au niveau mondial et européen sur la pénétration des « music drives » 3G et analyse les différents types d'appareil disponibles. Donne aussi l'évolution des souscriptions GSM 3G en Europe de 2004 à 2005.

International

<http://www.ifpi.org/site-content/library/digital-music-report-2006.pdf>

**3G : le marché est-il mûr ?** IIIème Forum Européen des Télécommunications des Echos, 16 juin 2004 + article TNS Sofres.

Fournit des chiffres sur la progression de l'intérêt global pour la 3G (2002 & 2004) et l'intérêt variable suivant les services utilisés. Enquête française mais en l'absence d'étude similaire pour la Communauté française, ces données nous ont semblé intéressantes.

FR – TNS Sofres

[http://www.tns-sofres.com/etudes/telecoms/031204\\_3G.pdf](http://www.tns-sofres.com/etudes/telecoms/031204_3G.pdf)

**Les jeunes, un levier de développement pour la 3G ?** article d'Alain Imbert, département Télécoms de TNS Sofres, paru dans *Telecom Business Life*, mai 2003 + résultats de l'enquête

Etude au niveau européen donnant l'intérêt suivant les tranches d'âge et la confiance des consommateurs en la capacité des opérateurs à déployer des offres fiables.

EU- TNS Sofres

[http://www.tns-sofres.com/etudes/telecoms/120603\\_jeuneset3G.pdf](http://www.tns-sofres.com/etudes/telecoms/120603_jeuneset3G.pdf)

2.5. console de jeux, jeux vidéo et jeux Internet
---

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « jeux vidéo / d'ordinateur & Internet » : jours par semaine utilisés pour des jeux vidéo/d'ordinateur, jeux préférés, jeux achetés ou loués et copies faites, budget consacré et degré de satisfaction. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps** . 1999.  
INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur le temps utilisé pour « nouveaux médias : l'ordinateur pour communiquer, l'ordinateur comme hobby, jeux sur ordinateur ou vidéo ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**L'an dernier, le consommateur a dépensé 3% de plus en DVD, jeux et cassettes vidéo qu'en 2004.** Communiqué de presse FEDIS (Fédération belge de la grande distribution), 6 février 2006.

Fournit : tableau sur l'évolution des équipements électroniques (1987 à 2006), nombre de consoles et de jeux (pour PC et pour consoles) de 2002 à 2005 ; cite les chiffres d'affaires des consoles et jeux en 2005 et prix moyen des jeux (source : étude GfK).

BE - FEDIS

<http://www.fedis.be/default.asp?id=3311&lng=fr>

**RMB, Nouveautés CIM 04-05. Internet : Audiences Internet, profil du surfeur, fréquence de consultation, lieu du surf, activité sur le Net.**

Cite le pourcentage de la population belge de + de 12 ans en général, de 12-24 ans et de 25-44 ans qui utilisent Internet pour des jeux on-line.

BE – CIM

<http://www.rmb.be/cim2005/fr/internet.cfm>

**Time for Youth 2005.** RMB, en collaboration avec TNS Media, 2005.

Fournit le pourcentage de jeunes belges (12- 30 ans) qui possèdent des jeux de PC et consoles de jeux ainsi que le pourcentage du temps de loisirs que ceux-ci consacrent, en semaine et les week-ends, à des jeux sur PC ou console.

BE – RMB

*Youth 2005*

<http://www.rmb.be/mediavillage/cases/TFY2005/pdf/time-for-youth-fr.pdf>

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles dans *Faits & Gestes*, 1, Septembre 2000.**

Fournit des chiffres sur : le budget des ménages pour les différentes dépenses culturelles (dont achat de jeux vidéo et informatisés).

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)

L'étude complète ayant mené à ces résultats =

Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

Donne la moyenne annuelle dépensée par les ménages pour les jeux vidéos et informatisés, avec le pourcentage de ménages dépensant plus de 120€/an. Etablit un lien entre les revenus et les achats ou locations de jeux.

BE -

*ULB 1995*

**Annuaire de l'Audiovisuel 2005.** Bruxelles : Communauté française de Belgique, Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias, 2005. 2 volumes.

Section 10 : la médiathèque de la Communauté française. Donne des chiffres (1995 à 2003) pour les collections et prêts de CD-ROM documentaires et jeux. La section 6 « Les nouvelles technologies » donne aussi des données sur les marchés des différents types de jeux vidéo en 2003 (jeux sur console ou sur PC).

BE - CFWB

**La Médiathèque de la Communauté française de Belgique. Rapport du Conseil d'Administration. Données statistiques. 2004/2005.**

Fournit de nombreuses données sur : l'évolution des prêts de jeux (cédéroms et PS2), de 96/97 à 04/05.

BE – CFWB

**La Médiathèque de la Communauté française de Belgique. Statistiques, Médias en collection et revue de presse. Exercice 2004-2005.** Rapport du conseil d'administration à l'Assemblée générale du 24 novembre 2004.

Donne par centre et par région, les résultats de l'exercice 2004-2005 pour : CD-Rom documentaires et CD-Rom de jeux, en collection et en prêt.

BE – CFWB

**Youth Online (4 age segmented target groups: 0-5, 6-11, 12-17, 18-24),** December 2004 (BIM).

Suivant différents groupes d'âge, l'étude propose les profils et type d'activités des jeunes surfeurs belges (pas de division régionale) dont probablement l'utilisation de jeux.

Disponible à la vente 2,500 euro! Etude similaire publiée en 1999.

BE- BIM

[http://www.insites.be/emagiC\\_mailForm/main.asp?pageId=284](http://www.insites.be/emagiC_mailForm/main.asp?pageId=284)

**Cinema, TV and radio in the EU. Statistics on audiovisual services.** Data 1980- 2002.

Dans *Theme 4*, Industry, trade and services, édition 2003.

Avec un chapitre sur " video games market ». Donne, pour l'ensemble de l'Europe des 15 et pour quelques pays (avec des chiffres globaux pour le Benelux), le turnover et le nombre d'unités vendues en 2001 pour les consoles de jeux (hardware et logiciels, avec une division 32/64 bit, 128 bit et handheld). Une évolution de 1998 à 2001 est fournie pour quelques pays européens (données très partielles pour la Belgique seule mais complètes pour Benelux) pour les mêmes informations. Donne aussi les tops éditeurs de jeux vidéo dans le monde et en Europe et les tops développeurs en Europe.

EU – Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF)

**Jeux vidéo et multimédia. Des choix familiaux partagés.** Article par Véronique Calon dans « *Enquête Conso* » de LSA, 14 novembre 2002, N°1790.

Intéressante étude qui quantifie : la proportion d'enfants jouant, les personnes avec qui ils jouent (seuls, parents, copains), les types de jeux (action / violence, sport, stimulation / stratégie, éveil), le temps hebdomadaire consacré, le type de matériel et compare les attentes des parents et des enfants.

FR –

**Le marché français des jeux vidéo auprès des adolescents et des adultes.** Etude TNS Sofres, 2004.

Donne le type de joueur, le temps qu'il y passe, les types de jeux préférés et les plateformes. Enquête française mais en l'absence d'étude similaire pour la Communauté française, ces données nous ont semblé intéressantes.

FR – TNS Sofres

[http://www.tns-sofres.com/etudes/it/181104\\_jeuxvideo\\_n.htm](http://www.tns-sofres.com/etudes/it/181104_jeuxvideo_n.htm)

2.6. lecture :
----------------

2.6.1. lecture et achat de livres
-----------------------------------

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps.** 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « arts littéraires, jeux et lecture non scolaire avec les enfants, lire de la presse écrite ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Pratiques et attitudes face à la lecture**, dans *Les Cahiers du C.L.P.C.F.*, décembre 2002.

Avec un chapitre « analyse des pratiques de la lecture » comprenant : livres et ouvrages lus ou consultés, lieux de lecture, diversité des pratiques de lecture, évolution du parcours du lecteur & données comparatives entre achats, emprunts et consultation de livre.

BE – CFWB

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à : lire ou feuilletter livre, BD.

BE - IPB

*IPB 1998*

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre**. Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « Lecture » : combien de jours par semaine lisez-vous, combien de livres lus les 4 dernières semaines, styles préférés, combien de livres achetez-vous, budget et degré de satisfaction. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**Dossier Livres: De la production à la lecture** dans *StatInfo*, INS, 2002.

Etude détaillée qui fournit des données sur : la production de livres (divisés par sujets, de 1975 à 1991) journaux (quotidiens ou non, de 1970 à 1996); l'évolution du nombre d'éditeurs et de commerces de détail en livres, journaux et papeterie (de 1996 à 2000) et la progression des ventes de 200 à 2001 ; le temps consacré à la lecture selon la tranche d'âge, le moment de la semaine, le sexe (en temps et degré de participation); le budget consacré aux livres par région de 1996 à 1999 et les dépenses moyennes pour journaux & périodiques et livres, par région en 1999.

BE – INS

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française**. Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté Française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession : nombre de livres, BD, magazines, journaux quotidiens, lus. Nombre de livres achetés, empruntés à un ami, à une bibliothèque.

BE – Sobemap 1995

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles** dans *Faits & Gestes*, 1, Septembre 2000

Fournit des chiffres sur : le budget des ménages pour les différentes dépenses culturelles (dont achat de livres), le lien entre l'incitation des parents à la lecture, les pratiques de lectures des parents et le patrimoine bibliophilique de la famille et les activités des enfants.

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)

L'étude complète ayant mené à ces résultats =

Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

Donne la moyenne annuelle dépensée par les ménages pour l'achat de livres, avec le pourcentage de familles dépensant plus de 120€/an. Etablit un lien entre le nombre et le type de livres dans la bibliothèque familiale et le niveau d'étude, la profession et les revenus, de même pour le lien entre l'incitation des enfants à la lecture.

BE -  
ULB 1995

#### **Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Chiffres donnés pour le Royaume et pour chaque région. Même enquête disponible annuellement. Comprend : « achats de livres : livres, livres pour enfants, bandes dessinées ».

BE – INS  
INS/BM 2004

#### **Le marché du Livre de langue française en Belgique. Données 2003.** Etude réalisée pour le service de «Promotion des Lettres » de la Direction générale de la Culture, Ministère de la Communauté française, LENTIC, 2004.

Cette étude montre : l'évolution du chiffre d'affaires du livre de langue française en Belgique de 1998 à 2003 et la part des éditeurs étrangers dans le marché belge (+ la part d'exportation pour les éditeurs belges), l'évolution des ventes par catégorie éditoriale (chiffre d'affaires et progression en pourcentages) et la ventilation des canaux de commercialisation. Une même étude a été publiée en 1998 et une étude évolutive publiée en 2001 donne l' « évolution 1996-2000 ».

BE – LENTIC

#### **Le Livre s'est déjà porté mieux**, dans *Info Flash* N°48, 6 mai 2004.

Analyse: l'évolution du volume des publications par nombre de titres (divisés en publications périodiques et non périodiques) déposés à la Bibliothèque royale de Belgique jusque 2003 (données pour 1970, 1980, 1990, 2000 puis annuellement); la division des publications(cataloguées !) par sujets de 1985 à 2003; l'évolution du chiffre d'affaire des publications francophones par genre (livres scolaires, sciences humaines, livres jeunesse, bandes dessinées, livres pratiques).

BE – INS  
[http://statbel.fgov.be/press/fl048\\_fr.asp](http://statbel.fgov.be/press/fl048_fr.asp)

#### **Une année de Bandes Dessinées sur le territoire francophone européen : 2005, l'année de la « Mangalisation »** (Association des critiques et journalistes de bande dessinée), documentation accompagnant l'article « Mangas et BD en Belgique », *Trends Tendances eXtra*, 9 février 2006.

Nombre de publications annuelles depuis 2000, et mensuelles en 2005, comparant l'ensemble des publications (nouveau, rééditions, illustrations et essais) avec les BD (mangas, comics, indépendants et gros éditeurs).

BE – Trends Tendances  
<http://www.trends.be/attachmentstendances/extras2006/w6/RapportACBD2005.pdf>

#### **Gillerot, Dominique, Didier Platteau et Marc Minon : Enjeux et perspectives du secteur privé de l'édition de livres en Communauté française.** Etude pilotée par l'Observatoire des politiques culturelles et réalisée par la société CAIRN, 2005.

Fournit et commente le chiffre d'affaires des différents secteurs du livre (livre scolaire, livre universitaire, littérature générale (roman / théâtre / poésie et bande dessinée) et des principales maisons d'édition et quantifie les aides publiques. Cette étude est alimentée par des commentaires qualitatifs issus d'entretiens avec des éditeurs et libraires.

BE - OPC  
<http://www.opc.cfwb.be/pdf/LivreSynthFinal.pdf>

**Mesure du profil des visiteurs de la foire du livre et évaluations de cette foire.** Etude réalisée pour « Foire du livre de Bruxelles », Mars 2005, par VO communication.

Etude les visiteurs de la foire du livre : identification du public (région, sexe, âge et niveau d'étude), habitudes de lecture (nombre de livres lus/mois, dépenses mensuelles, nombre moyen de livres achetés, fréquence des visites en librairie).

BE –

**Le marché du livre en 2004.** Enquête TNS Sofres.

Etude sommaire qui donne le pourcentage de Français ayant acheté au moins un livre cette année, le nombre moyen de livres par acheteur, la somme moyenne dépensée, la part des « gros acheteurs » et la répartition par sexe. Intéressant comme données comparatives.

FR – TNS Sofres

[http://www.tns-sofres.com/etudes/consumer/180305\\_livres.htm](http://www.tns-sofres.com/etudes/consumer/180305_livres.htm)

---

2.6.2. bibliothèques

**Les chiffres clés de la lecture publique en 2003.** Les bibliothèques publiques en Communauté française de Belgique.

Donne le nombre des usagers de bibliothèque et le pourcentage de la population que cela représente, le nombre de prêts et le nombre de documents disponibles. Ces chiffres sont disponibles annuellement.

BE - CFWB

<http://www.bibliotheques.be/fr/enchiffres/>

**Le Réseau public de lecture en Communauté française. Évolution en 2002 + Évolution en 2003.** *Les Cahiers du C.L.P.C.F.*, hors-serie. Bruxelles, Ministère de la Communauté française, Direction Générale de la Culture, Service général des Lettres et du Livre, Service de la Lecture publique, 2004/5.

Donne de nombreux chiffres sur les usagers, la fréquentation, les réseaux, les financements, ... Existe annuellement !

BE- CFWB

**Pratiques et attitudes face à la lecture**, dans *Les Cahiers du C.L.P.C.F.*, décembre 2002.

Avec un chapitre : « analyse du phénomène des bibliothèques publiques » avec les taux de fréquentation, les buts, les opinions, le profil des publics.

BE – CFWB

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Chiffres donnés pour le Royaume et pour chaque région – même enquête disponible annuellement. Comprend : « inscriptions bibliothèques, location de livres ».

BE – INS *INS/BM 2004*

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles** dans *Faits & Gestes*, 1, Septembre 2000.

Fournit des chiffres sur le budget des ménages pour les différentes dépenses culturelles dont : locations (vidéo, biblio- et médiathèque).

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)

L'étude complète ayant mené à ces résultats =  
Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

Donne la moyenne annuelle dépensée par les ménages pour la fréquentation des médiathèques, bibliothèques et vidéothèques.

BE -  
ULB 1995

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999.  
INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « aller à la bibliothèque ou vidéothèque ».

BE - INS  
*INS/TOR 1999*  
[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « lecture » : emprunt de livres à une bibliothèque et degré de satisfaction. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats  
*Test Achats 2003*

Defourny, Jacques et M. Marée : **Le secteur non marchand en Belgique. Analyse conceptuelle et statistique.** Bruxelles, Fondation Roi Baudouin, 2001.

Donne des informations chiffrées complémentaires venant d'enquêtes auprès des bibliothèques, d'articles de presse, ... sur le nombre et la fréquentation des bibliothèques, et l'emploi dans ceux-ci, avec des données pour les bibliothèques publiques, mixtes et privées.

BE –  
<http://www.kbs-frb.be/files/db/fr/PUB%5F1231%5FAnalyse%5Fconceptuelle%5Fet%5Fstatistiques.pdf>

**Dossier Livres : De la production à la lecture** dans *StatInfo*, INS, 2002.

Etude détaillée qui fournit des données sur : les bibliothèques publiques, nationales et d'établissements d'enseignement supérieur ou scolaires avec le nombre de points de services et de volumes, des années 1980 à 1997 (utilise des données de l'UNESCO).

BE – INS

**Mesure du profil des visiteurs de la foire du livre et évaluations de cette Foire.** Etude réalisée pour « Foire du livre de Bruxelles », Mars 2005, par VO communication.

Etude les visiteurs de la foire du livre : identification du public (région, sexe, âge et niveau d'étude), fréquence des visites en librairie et en bibliothèque.

BE –

**Mesure des copies d'œuvres protégées auprès des Organisations publiques et privées et auprès des Particuliers. Analyse et synthèse.** Bruxelles, INRA : 2003

Prend en considération les copies faites – principalement par des organisations – pour les livres, magazines et périodiques, journaux... Subdivise les textes : en journalistiques, littéraires, éducatifs et scientifiques, à orientation pratique, œuvres musicales, photos, artistiques, techniques.

BE-  
<http://www.reprobel.be/fr/repro/index.htm>



**Bibliothèques nationales: collections, usagers inscrits, documents prêtés au-dehors, personnel.** Statistiques de l'UNESCO.

Fourni des statistiques au niveau mondial.

Pour la Belgique : nombre d'unités administratives, de points de services, nombre de volumes, de microcopies, autre matériel de bibliothèque, usagers inscrits, acquisitions annuelles, nombre de prêts aux usagers, personnel de bibliothèque diplômés ou formés sur le tas, pour 1995, 1996 et 1997 (certains autres pays ont des chiffres jusqu'en 1999).

UNESCO

<http://stats.uis.unesco.org/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=13>

2.7. presse :

**Étude Tactique PRESSE 2004/2005. Le CIM (étude d'audience presse).**

Il faut être membre pour accéder aux résultats!

BE - CIM

<http://www.cim.be/audi/fr/index.html>

**Statistiques d'audience de magazines et presse hebdomadaire fournies par IPB** (issues de CIM).

Donne, pour 1999 à 2005, l'audience en chiffres et en pourcentages de population (+ de 12 ans francophones) pour les magazines francophones.

BE – CIM

**Statistiques d'audience de presse quotidienne fournies par IPB** (issues de CIM).

Donne, pour 2001 à 2005, l'audience en chiffres et en pourcentages de population (+ de 12 ans francophones) pour 7 quotidiens francophones.

BE – CIM

**CIM Press.** Média Marketing publie des communiqués analysant les statistiques CIM sur leur *site Internet* : Les derniers communiqués datent du 16.09.2005 (existent annuellement).

Donne les audiences comparées pour les différents titres de la presse quotidienne et presse hebdomadaire subdivisée en : presse féminine ; presse TV ; presse santé – bien être / déco ; magazines pour hommes et assimilés ; news, familiaux, life style, etc. ; presse gratuite ; magazines associatifs.

BE - CIM

<http://www.mm.be/fr/cim.php>

**Etudes CIM: «Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements »**

Avec une section : «la presse, la radio ». Donne les thèmes et sujets appréciés dans la lecture des journaux et magazines. Etude réalisée annuellement.

BE - CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**CIM Presse-Cinéma 2005.** Etude «space », eXtra en complément à l'article *L'étude CIM, l'EPO de la presse quotidienne* dans le *Trends-Tendances* du 22 septembre 2005.

Etude, de 2002 à 2004, l'évolution de l'audience des différents quotidiens, hebdomadaires, bimensuels et mensuels et de la presse gratuite, avec, entre autres, des données concernant la circulation et le nombre de lecteurs.

BE - CIM

<http://www.trends.be/attachmentstendances/extras2005/w38/CIMspace.doc>

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « lire la presse écrite ».

BE – INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à : lire ou feuilleter des magazines jeunes, des magazines spécialisés, le journal (quotidien), des magazines féminins, des toutes-boîtes, des magazines TV.

BE - IPB

*IPB 1998*

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre**. Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Dans le chapitre « lecture » : combien de jours par semaine lisez-vous des journaux ou magazines, combien en avez-vous lus les 4 dernières semaines, avec un jugement de valeur sur les journaux et magazines, le budget consacré et le degré de satisfaction. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**Time for Youth 2005**. RMB, en collaboration avec TNS Media, 2005.

Donne le pourcentage de son budget que le jeune (12-30 ans) consacre aux journaux et magazines.

BE – RMB

*Youth 2005*

<http://www.rmb.be/mediavillage/cases/TFY2005/pdf/time-for-youth-fr.pdf>

**Données chiffrées – audiovisuel** dans *États généraux de la culture*, 2005.

Avec une petite section sur « la presse écrite quotidienne » donnant quelques chiffres de tirage de journaux francophones (peu d'information).

BE - CFWB

[http://www.forumculture.be/chiffres\\_audiovisuel.htm](http://www.forumculture.be/chiffres_audiovisuel.htm)

**Les médias : les médias électroniques (TV, radio) et la presse**, dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Étudie le temps consacré suivant la diversité des types de presse, le moment de la journée choisi suivant le type de presse : quotidien, magazine, toutes-boîtes. Avec subdivisions : magazines TV, d'information, à thème, pour les jeunes.

BE - IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Media Generation: Tout savoir sur les jeunes d'aujourd'hui (Presse)** dans *Backstage N°5*, décembre 1998.

Ce qui intéresse le jeune (6-18 ans), la gradation de ses dépenses, couverture des médias (TV, magazines, quotidiens, radios, cinémas) suivant les âges, tops magazines.

BE – IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_86.PDF](http://www.ipb.be/upload/album/AP_86.PDF)

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Chiffres donnés pour le Royaume et pour chaque région. Même enquête disponible annuellement. Avec une section : « journaux achetés séparément, périodiques et périodiques pour enfants, abonnement journaux, abonnement périodiques, journaux et hebdomadaires ».

BE – INS

*INS/BM 2004*

**Statistiques sur la presse quotidienne belge.** Source : l'Association belge des Editeurs de Journaux (ABEJ).

Comprend de 1998 à 2004: nombre de sociétés de presse, nombre de titres quotidiens, éditions régionales, tirages des journaux (avec division francophones et néerlandophones – reconnus ou non par CMI), nombre de lecteurs (même division) , tranches d'âge, sexe, profession.

BE –

**Dossier livres: de la production à la lecture** dans *StatInfo*, INS, 2002.

Etude détaillée qui fournit des données sur : la production de journaux (quotidiens ou non, de 1970 à 1996) et les dépenses moyennes pour journaux & périodiques et livres, par région (en 1999).

BE – INS

**Pratiques et attitudes face à la lecture**, dans *Les Cahiers du C.L.P.C.F.*, décembre 2002.

Avec un chapitre « analyse des pratiques de la lecture » comprenant : revues et magazines lus et consultés.

BE – CFWB

**La presse jeune, miroir des 6-18 ans...** dans *Backstage N°8*, novembre 1999.

Avec : ce que les jeunes apprécient dans les magazines, les centres d'intérêt.

BE – IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_109.PDF](http://www.ipb.be/upload/album/AP_109.PDF)

**Modèle de valeurs et comportement d'achat des PRA.** Approche sémiométrique des Principaux Responsables des Achats, dans *Backstage N°17*, décembre 2003.

Étudie les “valeurs” des lecteurs de magazines TV et familiaux et féminins.

BE – IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_2536.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_2536.pdf)

**La sémiométrie, une approche spécifique.** Numéro spécial *Backstage*, décembre 2001.

Avec une section sur la presse : presse magazine et presse quotidienne (angle socioculturel, valeurs, publics cibles).

BE – IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_137.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_137.pdf)

**Questionnaire international sur les statistiques relatives aux journaux.** UIS/CC/P/2005

« Le Questionnaire sur les statistiques relatives aux journaux a pour but de surveiller les tendances récentes dans certains domaines de l'industrie de la presse parmi les États Membres. Il est prévu que l'enquête se tienne périodiquement et que les données collectées par le biais du questionnaire soient publiées dans des rapports internationaux et dans des publications de l'UNESCO ». Le questionnaire est disponible en ligne, les résultats devraient être diffusés en 2006.

UNESCO

[http://www.uis.unesco.org/ev.php?ID=5831\\_201&ID2=DO\\_TOPIC](http://www.uis.unesco.org/ev.php?ID=5831_201&ID2=DO_TOPIC)

## **Journaux (quotidiens et non quotidiens): nombre et diffusion. Statistiques de l'UNESCO.**

Fournit des statistiques au niveau mondial et pour chaque pays (dont la Belgique), pour les années 1997-2000, sur le nombre de journaux quotidiens et la diffusion moyenne totale (ou le tirage moyen total) pour 1000 habitants.

UNESCO

[http://www.uis.unesco.org/TEMPLATE/html/Exceltables/culture/Press\\_fr.xls](http://www.uis.unesco.org/TEMPLATE/html/Exceltables/culture/Press_fr.xls)

### 2.8. musique :

#### 2.8.1. Ecoute

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « écouter de la musique ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à écouter de la musique (cassette, CD, disques).

BE - IPB

*IPB 1998*

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Les penchants musicaux des Belges : pop/rock en numéro un**, dans *Info Flash* n°29, 20 août 2002.

Donne, en chiffres absolus et en pourcentages, les styles de musique écoutés par les Belges de + de 15 ans (division en 12 styles).

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/press/fl029\\_fr.asp](http://statbel.fgov.be/press/fl029_fr.asp)

**The Radio Observer 2005**. Bruxelles, IP Marketing.

Analyse de la programmation (musique, info, magazines, divertissement, service, animation, autre) et des styles musicaux (popular, dance, rock, black, other) pour l'ensemble des radios du sud du pays et pour 13 stations spécifiques. Même information (à peu près) disponible pour 1998 (publication épuisée), 2000 et 2002.

BE - IPB

**CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l'enquête «Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Propose des chiffres pour les sections suivantes : « WE activités : reading, TV, music », divisés par sexe, âge, classe sociale. Résultats fournis à titre d'exemple !

BE – CIM

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre «Musique» fréquence des écoutes selon les différents supports (radio, CD, vinyle, cassette), styles musicaux préférés. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.** Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession, la fréquence d'écoute de : musique classique, rock, jazz, variétés-chansons, opéra, opérette, comédies musicales, musiques du monde (folklore, ethnique, ...), musique de danse, de film et mode d'écoute.

BE –

*Sobemap 1995*

**Time for Youth 2005.** RMB, en collaboration avec TNS Media, 2005.

Donne le pourcentage de son temps de loisir que le jeune (12-30 ans) consacre à écouter de la musique.

BE – RMB

*Youth 2005*

<http://www.rmb.be/mediavillage/cases/TFY2005/pdf/time-for-youth-fr.pdf>

**Les Français et la musique : « votre vie en musique ».** Une enquête TNS Sofres / SACEM sur le rapport des Français à la musique. Juin 2005 par Anne-Hélène Mangin.

Donne : l'importance de la musique par rapport aux autres arts ; l'importance de la musique suivant la catégorie sociale, l'âge et le sexe ; le type de rapport à la musique (plaisir, passion, passe-temps, ...) ; le rapport à la chanson : à quelle fréquence chantent-ils, quand et où ; les styles préférés de musique suivant la catégorie sociale, l'âge et le sexe ; les aspects importants d'une chanson (mélodie, paroles, ...) ; les supports d'écoute ; la durée d'écoute quotidienne ; le nombre de concerts visités et le type de concerts ; le téléchargement de musique sur Internet (payant ou gratuit) et le téléchargement de sonneries musicales. Enquête française mais en l'absence d'étude similaire pour la Communauté française, ces données nous ont semblé intéressantes.

FR – TNS Sofres

[http://www.tns-sofres.com/etudes/pol/270605\\_musique.pdf](http://www.tns-sofres.com/etudes/pol/270605_musique.pdf)

2.8.2. achat d'équipement
---------------------------

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Avec les lignes suivantes: tourne-disque ; lecteur CD ; graveur de CD audio ; chaîne hi-fi ; enregistreurs à cassettes. Même enquête disponible annuellement.

BE – INS

*INS/BM 2004*

**Statistiques sur des enregistrements sonores - Stagnation de marché des enregistrements sonores en 2000** par Richard Deiss. *Statistiques en bref*, Thème 4, 18/2002.

Donne des chiffres pour la pénétration des lecteurs CD dans les ménages, dans chacun des 15 pays d'Europe en 2000 (dont la Belgique).

EU - Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-NP-02-018/FR/KS-NP-02-018-FR.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-NP-02-018/FR/KS-NP-02-018-FR.PDF)

**Annuaire de l'Audiovisuel 2005.** Bruxelles : Communauté française de Belgique, Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias, 2005. 2 volumes.

Section 7: le marché de la musique enregistrée. Avec (pour 1995 à 2003): évolution du chiffre d'affaires des ventes de phonogrammes.

BE – CFWB

### 2.8.3. achat (support ou téléchargement payant) ou téléchargement en peer to peer

**La musique en Belgique. Unités vendues et chiffre d'affaires pour 1996 et 1997 suivant les styles musicaux** dans *Bulletin d'information des Fédérations belges de l'Industrie Phonographique et Video*.

Chiffres de vente pour singles (vinyles et CD) & maxi's et albums (musicassette et CD) pour variétés & pop, classique, avec une section « produits belges pop », pour 1996 et 1997.

BE -

<http://users.skynet.be/sky38852/ifpi97/fr/page2fr.htm>

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Avec les lignes suivantes: disques, CD, etc. enregistrés ; cassettes et CD audio vierges. Même enquête disponible annuellement.

BE – INS

*INS/BM 2004*

**Annuaire de l'Audiovisuel 2005.** Bruxelles : Communauté française de Belgique, Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias, 2005. 2 volumes.

Section 7: le marché de la musique enregistrée. Avec (pour 1995 à 2003): évolution du chiffre d'affaires des singles et des albums par type de support, répartition des genres musicaux dans le chiffre d'affaires des ventes d'albums CD et place de la musique classique, les produits belges de musique de variétés, évolution du nombre d'albums publiés et vendus. Comprend aussi une section sur les aides de la Communauté française. Section 6, «Nouvelles technologies », fournit quelques données sur le peer to peer et piratage : pourcentage de fichiers téléchargés en 2003 selon les types (audio, vidéo et autres) de programmes téléchargés.

BE - CFWB

**Industrie du disque (1980-2002). Statistique INS.**

Donne les valeurs des ventes et les exemplaires vendus (pour 1980, 1990, 1995, 2000, 2001, 2002) pour les singles (vinyle, disque compact) et les albums (LP ; cassette audio ; disque compact ; DCC, minidisque et cartridge) et pour 2003 et 2003 fournit les chiffres du commerce de gros pour les valeurs de ventes : CD audio (albums et singles), DVD musicaux, super Audio CD ; et pour le nombre total d'exemplaires vendus.

BE – INS

[http://statbel.fgov.be/figures/d75\\_fr.asp#6](http://statbel.fgov.be/figures/d75_fr.asp#6)

**Marché du disque en Belgique : dix hits marketings pour relancer le CD**, article *Trends Tendances* 13 décembre 2003 par Jean-François Sacré + **eXtra**.

L'article cite le coût annuel du piratage. Les documents *eXtra* donnent les ventes de CD, Vinyles, musicassettes et DVD audio (singles et albums) en chiffre d'affaires et unités vendues pour 2001 et 2002 et les ventes et les sorties par style de musique (multi-artists, pop Belge, européen et international et classique). Statistique issues de IFPI Belgium (Fédération Belge de l'Industrie Phonographique).

BE – Trends Tendances

[http://www.trends.be/attachmentstendances/extras/w51/music\\_2002\\_ifpi.xls](http://www.trends.be/attachmentstendances/extras/w51/music_2002_ifpi.xls)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « musique » : combien de CD / vinyles / cassettes achetez-vous (en général et ces 2 derniers mois), combien de copies de CD musicaux faites-vous (en général et ces 2 derniers mois), les montants dépensés. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**L'an dernier, le consommateur a dépensé 3% de plus en DVD, jeux et cassettes vidéo qu'en 2004.** Communiqué de presse FEDIS, 6 février 2006.

Fournit pour 2005: le nombre de DVD de musique vendu, la croissance et le prix moyen (source : étude GfK).

BE - FEDIS

<http://www.fedis.be/default.asp?id=3311&lng=fr>

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles** dans *Faits & Gestes*, 1, Septembre 2000.

Fournit des chiffres sur le budget des ménages pour les différentes dépenses culturelles dont l'achat de disques.

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)

L'étude complète ayant mené à ces résultats =

Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

Donne le budget annuel moyen des ménages pour l'achat de disques et le pourcentage de ménages dépensant plus de 120€/an.

BE -

*ULB 1995*

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.** Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession : nombre de disques, cassettes ou CD achetés.

BE –

*Sobemap 1995*

**Statistiques sur des enregistrements sonores - Stagnation de marché des enregistrements sonores en 2000** par Richard Deiss, *Statistiques en bref*, Thème 4, 18/2002.

Donne des chiffres pour: les ventes d'enregistrements sonores en Europe, USA et Japon ; divise les ventes en CD, cassettes et disques pour chacun des 15 pays d'Europe (dont la Belgique) de 1980 à 2000 ; les dépenses par habitants en 2000 ; les types de musique (nationale, internationale et classique) ; la part de la musique nationale.

EU - Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-NP-02-018/FR/KS-NP-02-018-FR.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-NP-02-018/FR/KS-NP-02-018-FR.PDF)

**The Digital Music Report 2006 - Facts and Figures.** Publié par IFPI, Londres, Janvier 2006

Données internationales sur la progression de 2004 à 2005 pour les différents types de marchés de musique digitale (Broadband lines, Single tracks downloaded, Song catalogue, Subscription services users) ; étudie les statistiques disponibles sur les téléchargements légaux ou non, la concurrence avec les CD.

International -

<http://www.ifpi.org/site-content/library/digital-music-report-2006.pdf>

**Rapport E.P.M. (Federazione contro la pirateria musicale) : Year end piracy statistics 2005.**

Fournit des chiffres globaux sur le nombre de CD, graveurs CD et personnes arrêtées dans le cadre de piratage.

International -

**La mort lente du CD** par Robert van Apeldoorn, dans *Trends Tendances*, 2 juin 2005.

Quantité de ventes (singles et albums, vinyle et CD), mis en relation avec les ventes en ligne et les téléchargements.

International -

**Cinema, TV and radio in the EU. Statistics on audiovisual services.** Data 1980- 2002.

Dans *Theme 4*, Industry, trade and services, édition 2003.

Avec un chapitre sur « Sound recordings market ». Donne des statistiques pour les pays européens (dont la Belgique) sur : le nombre de CDs vendus (2001 et 2002), le nombre d'enregistrements vendus selon le format (2002), selon l'origine de la musique (nationale, internationale ou classique). Détaille de 1980 à 2002 les ventes d'enregistrements en euro et en nombre, pour les singles, musicassettes, LP et CDs, en nombre et en pourcentages des enregistrements vendus.

EU – Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF)

**Internet Key Facts 2002.** Etude du groupe IP.

Propose, pour la Belgique, des statistiques sur le type d'activité en ligne dont « downloading music ».

BE - IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_1441.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_1441.pdf)

**Les Français et le téléchargement.** Etude TNS Sofres.

Données sur le téléchargement de musique et de films : selon le type de téléchargement (peer to peer ou payant), le profil des intéressés (âge, moyens financiers, catégorie sociale). Enquête française mais en l'absence d'étude similaire pour la Communauté française, ces données nous ont semblé intéressantes.

FR – TNS Sofres

[http://www.tns-sofres.com/etudes/pol/150206\\_telechargement.htm](http://www.tns-sofres.com/etudes/pol/150206_telechargement.htm)

**Les pirates. Des consommateurs difficiles à éduquer.** Article par Sylvie Lavabre et Olivier Marbot, dans « *Enquête Conso* » de LSA, 18 décembre 2003, N°1841.

Donne les proportions de population ayant téléchargé ou utilisé un réseau peer to peer et cerne le profil du « pirate » (sexe, âge, situation professionnelle).

FR -



**Les Français et la musique : « votre vie en musique ».** Une enquête TNS SOFRES / SACEM sur le rapport des Français à la musique. Juin 2005 par Anne-Hélène Mangin.

Donne le téléchargement de musique sur Internet (payant ou gratuit) et le téléchargement de sonneries musicales. Enquête française mais en l'absence d'étude similaire pour la Communauté française, ces données nous ont semblé intéressantes.

FR – TNS Sofres

[http://www.tns-sofres.com/etudes/pol/270605\\_musique.pdf](http://www.tns-sofres.com/etudes/pol/270605_musique.pdf)

**Cinema, TV and radio in the EU. Statistics on audiovisual services.** Data 1980- 2002.

Dans *Theme 4*, Industry, trade and services, edition 2003.

Avec un chapitre sur "Sound recordings market ».

EU – Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF)

2.8.4. médiathèque
--------------------

**Annuaire de l'Audiovisuel 2005.** Bruxelles : Communauté française de Belgique, Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias, 2005. 2 volumes.

Section 10 : La Médiathèque de la Communauté française. Donne des chiffres (de 1995 à 2003) sur les réseaux de prêt, les membres, les collections et prêts de CD, les collections et prêts de vinyles et de musicassettes.

BE - CFWB

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Avec une ligne pour : location de disques, CD, etc. Même enquête disponible annuellement.

BE – INS

*INS/BM 2004*

**La Médiathèque de la Communauté française de Belgique. Rapport du Conseil d'Administration. Données statistiques. 2004/2005.**

Fournit de nombreuses données sur : évolution globale du prêt (96/97 à 04/05) + évolution des prêts de CD audio et DVD audio, répartition des collections par catégories et genres, répartition des collections musicales par titres et par supports, et par région et centre.

BE – CFWB

**La Médiathèque de la Communauté française de Belgique. Statistiques, médias en collection et revue de presse. Exercice 2004-2005.** Rapport du conseil d'administration à l'Assemblée générale du 24 novembre 2004.

Donne, par centre et par région, les résultats de l'exercice 2004-2005 pour : CD audio, disques LP et musicassettes en collection et en prêt.

BE – CFWB

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « musique » : empruntez-vous des enregistrements à une médiathèque et, degré de satisfaction. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles** dans *Faits & Gestes*, 1, Septembre 2000.

Fournit de nombreux chiffres sur : le budget des ménages pour les différentes dépenses culturelles dont locations (vidéo, biblio- et médiathèque)

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)

L'étude complète ayant mené à ces résultats =

Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

BE -

ULB 1995

### 3. Sorties

#### 3.1. spectacles vivants

##### 3.1.1. théâtre

Minne, Guido et Antoine Pickels (rédacteurs) : **Regards croisés sur les arts du spectacle à Bruxelles**. Une étude qualitative et transversale. Bruxelles, Maison du Spectacle – la Bellone et Ville de Bruxelles, 2003.

Très bien documenté. Etude concentrée sur les arts de la scène (à savoir : théâtre, mime, café-théâtre, théâtre jeunes publics, théâtre musical, art lyrique, danse, théâtre de rue, théâtre action, cirque, performance et autre) entre 1999 et 2001. Fournit : des opinions des professionnels sur leurs problèmes et leurs besoins, des statistiques sur les représentations (avec des données pour 1999, 2000 et 2001, en nombre et en pourcentages, pour les créations, reprises et représentations concernant la danse, le théâtre et les jeunes publics) et les subventions, des analyses concernant le public (suivant âge, niveau d'études, professions, langue) désiré et/ou rencontré.

BE –

#### **Enquête sur les publics des arts de la scène à Bruxelles.** Nancy Guilmain.

Etude dirigée par La Maison du spectacle – La Bellone et le Vlaams Theater Instituut. Questionnaires distribués aux spectateurs depuis octobre 2005, résultats prévus pour juin 2006.

BE –

Enquête en cours – article du journal *Le Soir*, 15 mars 2006 + questionnaire disponible

#### **Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Avec une ligne : « tickets et abonnements au théâtre ». Même enquête disponible annuellement.

BE – INS

INS/BM 2004

Etudes CIM: «**Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements** » qui fait partie de l'étude « **Produits-Attitudes** ».

Avec « à quelle fréquence assistez-vous à des pièces de théâtre, des concerts classiques, des opéras, ... ». Cette étude est réalisée annuellement.

BE- CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l'enquête «Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Propose des chiffres pour les sections suivantes : « théâtre/classique, concert/opéra », divisés par sexe, âge, classe sociale ! Même information que paragraphe ci-dessus.

BE – CIM

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « Cinéma, théâtre & musées » : fréquence des spectacles de théâtre visionnés, désir d'augmenter celle-ci et raisons des restrictions, budget consacré et degré de satisfaction. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**La mobilité gâche le plaisir des loisirs. Enquête sur le temps libre dans *Test-achats*, N°478, Juillet-août 2004, pp. 38-39.**

Article court donnant un aperçu des résultats de l'enquête ci-dessus. Propose quelques statistiques sur la fréquentation des Belges au théâtre et les raisons pour lesquelles ils ne le fréquentent pas ou pas d'avantage.

BE – Test Achats

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps.** 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « théâtre ou concert ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.** Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne et de son père) et la profession : fréquence des sorties théâtre + les sources d'information et motivations de fréquentation ou de non fréquentation. Quantifie les activités appréciées dont le théâtre.

BE –

*Sobemap 1995*

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles dans *Faits & Gestes*, 1, Septembre 2000.**

Fournit de nombreux chiffres sur : le budget des ménages pour les différentes dépenses culturelles dont les sorties théâtre.

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)

L'étude complète ayant mené à ces résultats =

Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

Donne la moyenne annuelle dépensée par les ménages pour les sorties théâtre et la fréquence moyenne des sorties théâtre par ménage et le lien avec le diplôme.

BE -

*ULB 1995*

**La diffusion dans les Petits Lieux.** Qu'est-ce qu'une petite structure culturelle ? Quels sont les besoins, les difficultés ... ? Asspropro (Association des Programmateurs Professionnels) asbl (2000).

Etudie la manière de fonctionner des petites structures (centres culturels, cafés-théâtres, salles de spectacles, etc.), leur public, leurs finances, leurs besoins.

BE -

**Les résultats financiers des théâtres. Evolution 1983-2000,** dans *Faits & Gestes*, 4, Juillet/Août/Septembre 2001.

Aborde le problème du déficit des théâtres, des aides publiques, des résultats financiers des théâtres.

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2001/faits\\_&\\_gestes\\_4.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2001/faits_&_gestes_4.pdf)

**Commission consultative d'aide aux projets théâtraux. Rapport d'activité 2003-2004.**

Ministère de la Communauté française.

Donne des chiffres sur les projets ayant demandé et ayant ou non obtenu une aide (1998 à 2004), sur le nombre d'auteurs (belges ou non) soutenus, suivant leur catégorie et les projets soutenus, suivant qu'il s'agisse de reprises, premiers projets ou autres projet.

BE – CFWB

**Conseil supérieur de l'art dramatique. Service théâtre.** Rapport d'activité couvrant l'année 2003 et le premier semestre 2004.

Analyse les contrats-programme et les conventions, des demandes de contrats introduites et la répartition du budget total sur cette période.

BE - CFWB

**Rapport d'activité du Conseil du Théâtre pour l'Enfance et la Jeunesse.** Période de septembre 2002 à 2004.

Analyse les contrats et demandes de contrats sur cette période.

BE - CFWB

Paque, Régine et Michel Jaumain: **Évolution des dépenses culturelles de la Communauté française. 1981-2001.** Ministère de la Communauté française, Observatoire des Politiques Culturelles, 2003.

Avec un chapitre « Promotion des arts de la scène » : théâtre, musique, arts de la danse, arts du cirque, arts forains et de la rue.

BE – CFWB

### **A titre d'exemple :**

**Chiffres sur la fréquentation des spectacles et le nombre de représentations .**

La Communauté française dispose de données fournies chaque année ou chaque saison, par les troupes de théâtres participant aux «contrats-programme ». Des centaines de fiches sont collectées par la Communauté française (et disponibles à l'OPC) mais elles ne sont ni contrôlées, ni traitées + à consulter uniquement sur place !

BE – CFWB

3.1.2. danse

Minne, Guido et Antoine Pickels (rédacteurs) : **Regards croisés sur les arts du spectacle à Bruxelles**. Une étude qualitative et transversale. Bruxelles, Maison du Spectacle – la Bellone et Ville de Bruxelles, 2003.

La danse est incluse dans les résultats globaux des arts de la scène étudiés ici pour les années 1999 et 2001 (proportionnellement, environ 13% des activités considérées). Fournit : des opinions des professionnels sur leurs problèmes et leurs besoins, des statistiques sur les représentations (avec données pour 1999, 2000 et 2001, en nombre et en pourcentages, pour les créations, reprises et représentations concernant la danse, le théâtre et les jeunes publics) et les subventions, des analyses concernant le public (suivant âge, niveau d'études, professions, langue) désiré et/ou rencontré. Evoque brièvement les problèmes spécifiques à la danse (principalement point de vue budgétaire).

BE –

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française**. Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession : fréquence des sorties spectacles de danse (amateurs ou professionnels) et les sources d'information et motivations de fréquentation ou de non fréquentation. Quantifie les activités appréciées dont la danse.

BE –

*Sobemap 1995*

**Les aides aux projets 2003-2004 / Les aides aux projets en 2005**. Service général des arts de la scène, Communauté française.

Listes des chorégraphes et compagnies bénéficiaires d'une aide au projet et le montant des aides

BE - CFWB

<http://www.artscene.cfwb.be/WAS/Site/Pages/Danse/Aidesauxprojets2005/projets.html>

Les compagnies bénéficiant de « contrats-programme » ou de « convention » de la Communauté française sont tenus de rendre des statistiques sur les représentations et leur audience. Ces statistiques ne sont pas toujours fournies à la Communauté française ou ne le sont que partiellement. La Communauté française accumule ces données sans avoir les moyens et /ou le temps de les traiter. Quelques tableaux nous ont été fournis :

Chiffres sur le nombre de spectacles et spectateurs fournis par la Communauté française pour la **Compagnie Matteo Moles (CMM)** - convention - , **Compagnie Mossoux-Bonté (2001, 2003)** - CP-, **THOR asbl**- CP-, **COMPAGNIE MICHÈLE NOIRET / Tandem asbl (2001-2003)** - CP-, **IDEA asbl** - **Cie José Besprosvany (2003, 2004)** - convention -

BE – CFWB

Chiffres sur le nombre de spectacles et spectateurs fournis par la Communauté française pour la **Companie Pierre Droulers**- CP-, **Dame de Pic asbl / Cie Karine Ponties** - convention -, **Divers, Parcours asbl** - convention -

BE – CFWB

3.1.3. concerts

Etudes CIM: **«Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements»** qui fait partie de l'étude **« Produits-Attitudes »**.

Avec « à quelle fréquence assistez-vous à concerts pop, festivals, ou autres types de concert ».

BE- CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l'enquête «Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements».**

Propose des chiffres pour les sections suivantes : « Popconcert / Festivals », divisés par sexe, âge, classe sociale. Résultats fournis à titre d'exemple !

BE – CIM

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Avec une ligne : « tickets et abonnements concerts et opéras ». Même enquête disponible annuellement.

BE – INS

*INS/BM 2004*

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps.** 1999.

INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « théâtre ou concert ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Les penchants musicaux des Belges : pop/rock en numéro un,** dans *Info Flash* n°29, 20 août 2002

Donne en chiffres absolus et en pourcentages, les styles musicaux des concerts fréquentés par les Belges de + de 15 ans (division en 12 styles).

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/press/fl029\\_fr.asp](http://statbel.fgov.be/press/fl029_fr.asp)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**

Avec dans le chapitre « musique » : à quelle fréquence assistez-vous à des concerts (subdivision pour différents types), opéras, comédies musicales et autres spectacles musicaux, désir d'augmenter ces sorties et raisons des restrictions, degré de satisfaction, budget consacré. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.** Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en CF. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne et de son père) et la profession : fréquence des sorties spectacles variétés (amateurs ou professionnels), opéra (amateur ou professionnel), concert (rock, classique, musique contemporaine, jazz, variétés – chansons, autres) et les sources d'information et motivations de fréquentation ou de non fréquentation.

BE –

*Sobemap 1995*

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles** dans *Faits & Gestes*, 1, Septembre 2000.

Fournit de nombreux chiffres sur : le budget des ménages pour les différentes dépenses culturelles dont sorties concert classique.

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)

L'étude complète ayant mené à ces résultats =

Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

Donne la moyenne annuelle dépensée par les ménages pour les concerts classiques ou autres avec le pourcentage des ménages dépensant plus de 250€/an. Donne la fréquence moyenne des sorties concerts classiques et autres types de concert, par ménage et le lien avec le diplôme.

BE -

ULB 1995

**Les festivals de l'été. Enquête Festatis 2003.** Etude statistique. Rapport par Pambu Kita-Phambu. Une enquête du Conseil de la Musique.

Donne des statistiques sur les budgets annuels consacrés aux concerts, suivant les tranches d'âge.

BE -

Résumé : <http://www.conseildelamusique.be/docs/festatis%20%20synthese.doc>

**Aperçu des résultats de l'enquête «familles» juin 2005 alimentés par les données du PSBH**, par Riet Bulckens et autres. Université de Liège et Universiteit Antwerpen, 2005.

Dans le chapitre «Articulation vie privée/vie professionnelle : satisfaction du travail et de la vie privée» : quantifie, selon la situation professionnelle, le pourcentage de personne pratiquant différentes activités « sociales » dont les concerts.

BE – PSBH

PSBH 2005

<http://www.lesfamilles.be/2005/doc/2005.12/egf.enquetes.resultats.fr.pdf>

**Enquête Court-Circuit 2005.**

L'asbl Court-Circuit a fait circuler un questionnaire aux organisateurs et programmeurs indépendants de musiques non classiques visant « un public jeune au sein ou en dehors et/ou en collaboration avec une ou des associations culturelles locales et régionales ». Malheureusement ce questionnaire n'a pas reçu suffisamment de réponses et l'enquête a été abandonnée. Questionnaire disponible.

BE -

**Les Français et la musique : « votre vie en musique ».** Une enquête TNS SOFRES / SACEM sur le rapport des Français à la musique. Juin 2005 par Anne-Hélène Mangin.

Donne le nombre de concerts visités et le type de concerts.

Enquête française mais en l'absence d'étude similaire pour la Communauté française, ces données nous ont semblé intéressantes.

FR – TNS Sofres

[http://www.tns-sofres.com/etudes/pol/270605\\_musique.pdf](http://www.tns-sofres.com/etudes/pol/270605_musique.pdf)

3.1.4. festivals, évènements

**Les festivals de l'été. Enquête Festatis 2003.** Etude statistique. Rapport par Pambu Kita-Phambu. Une enquête du Conseil de la Musique.

Etudie les **spectateurs** suivant leur tranche d'âge, leur type d'emploi ou situation par rapport à l'emploi, leur origine géographique (par province), leur sexe, le budget qu'ils consacrent, le type de fréquentation (entre amis, en famille, combinaison), la source d'information (amis, médias, affiches), la raison du choix (ambiance, genre musical, ...), leur opinion par rapport au prix et par rapport aux composantes d'un festival (ambiance, infrastructure, programmation, ...), le nombre de festivals fréquentés et la fidélisation selon les festivals. Donne aussi des statistiques suivant que les spectateurs pensent ou non que les festivals sont subsidiés ou devraient l'être.

BE –

**Enquête «Partenaris ». Fête de la Musique 2004.** Etude statistique. Rapport final. Une enquête du Conseil de la Musique.

Etudie les **spectateurs** suivant leur tranche d'âge, leur situation par rapport à l'emploi, leur sexe, la fidélisation, le type de fréquentation (entre amis, en famille, combinaison), suivant la source d'information (amis, médias, affiches), la raison du choix (ambiance, genre musical, ...), leur opinion par rapport aux composantes d'un festival (ambiance, facilité d'accès, sécurité ...).

BE –

**Caractérisation et retombées socio-économiques des festivals en province de Luxembourg.** Etude de la division Économique de la Province de Luxembourg, RIEA (Réseau Interdisciplinaire d'Études et d'Analyses de la province de Luxembourg), 2006.

Étude très récente qui donne un inventaire des 46 festivals répertoriés en province de Luxembourg et subdivisés selon leur genre (genre de festival et genre musical pour les festivals musicaux) et leur ancienneté, avec de nombreuses informations chiffrées concernant les recettes et les dépenses, avec une section sur les attentes et besoins exprimés par les organisateurs. Les publics sont également étudiés : âge, provenance, état civil, profession, distance parcourue, le nombre de festivals qu'ils fréquentent par année, l'impacte du prix d'entrée, le mode d'information, la satisfaction et le désir de revenir.

BE –

Etudes CIM: **«Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements »** qui fait partie de l'étude **« Produits-Attitudes »**.

Avec « à quelle fréquence assistez-vous à concerts pop, festivals, ou autres types de concert ».

BE- CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l'enquête «Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Propose des chiffres pour les sections suivantes : « Popconcert / Festivals », divisés par sexe, âge, classe sociale. Même information que paragraphe ci-dessus ! Résultats fournis à titre d'exemple.

BE – CIM

**Les événements estivaux au cœur du branding**, par Wouter Temmerman. Article de *Média Marketing*, MM209/2005.

Analyse ce nouveau phénomène des « brand events ». Approche théorique, ne donne des chiffres que pour les festivals de Dour et Pukkelpop.

BE – MM

<http://www.mm.be/fr/archives.php?id=275&page=2>



**Rapport annuel 2004. Observatoire du Tourisme à Bruxelles. Bruxelles : 2005.**

Statistiques pour Bruxelles uniquement. Donne la fréquentation pour 2004 de quelques festivals bruxellois (Couleur Café, Nuits du Botanique, festival du Film Fantastique, ...)

BE - Bruxelles

**3.1.5. cirques, arts forains et arts de la rue**

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999.

INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « cirque ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

Minne, Guido et Antoine Pickels (rédacteurs) : **Regards croisés sur les arts du spectacle à Bruxelles**. Une étude qualitative et transversale. Bruxelles, Maison du Spectacle – la Bellone et Ville de Bruxelles, 2003.

Le cirque fait partie des arts du spectacle considérés ici (en faible proportion); évoque brièvement les problèmes spécifiques au cirque, théâtre de rue et art forain (principalement point de vue budgétaire).

BE –

**Caractérisation et retombées socio-économiques des festivals en province de Luxembourg**. Etude de la division Économique de la Province de Luxembourg, RIEA (Réseau Interdisciplinaire d'Études et d'Analyses de la province de Luxembourg), 2006.

Parmi les festivals répertoriés en province de Luxembourg, il y a de nombreux festivals d'art de la rue (dont Chassepierre). L'étude donne de nombreuses informations chiffrées concernant les recettes et les dépenses, avec une section sur les attentes et besoins exprimés par les organisateurs. Les publics sont également étudiés : âge, provenance, état civil, profession, distance parcourue, le nombre de festivals qu'ils fréquentent par année, l'impacte du prix d'entrée, le mode d'information, la satisfaction et le désir de revenir.

BE –

**A titre d'exemple :**

Espace Catastrophe : **Enquête sur le public**. Festival « Pistes de Lancement », 6<sup>e</sup> édition, Mars 2004.

Donne le nombre de visiteurs, avec qui ils sont venus (amis, famille, mixte), leur tranche d'âge, leur domaine d'activité, le dernier spectacle qu'ils ont fréquenté.

BE-

**3.2. cinéma**

**Étude Tactique CINEMA 2004/2005. Le CIM (étude d'audience).**

Fournit, entre autres, l'audience totale (l'audience de l'année écoulée de toutes les salles confondues; audience ville par ville; fréquence de visite) et l'audience dernière période (7 derniers jours).

BE - CIM

**Annuaire de l'Audiovisuel 2005.** Bruxelles : Communauté française de Belgique, Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias, 2005. 2 volumes.

Section 8 : L'activité cinématographique – très riche !

Fournit des chiffres pour 1995 à 2004 sur: **la production** (avec les employeurs, les travailleurs, les longs et courts métrages (belges francophones), les coûts, la participation belge dans les coproductions); **la distribution** (avec les employeurs, les travailleurs, les recettes – en Belgique et par provinces – avec plus de détails pour Bruxelles donnant le nombre de films à l'affiche et les résultats, la part de marché suivant la nationalité des distributeurs); **l'exploitation** (avec la répartition des salles de cinémas : principaux groupes, répartition suivant le nombre d'écrans, évolution du nombre de salles et de leur capacité, répartition géographique, répartition selon l'importance des communes, les recettes – avec plus de détails pour Bruxelles : répartition suivant la nationalité des films, les meilleures recettes, les longs métrages belges, les employeurs et les travailleurs); **la demande** est analysée par le biais de la fréquentation (volume d'entrées et fréquentation moyenne par habitant, sa répartition géographique, sa répartition au fil des saisons) et du public (pour 2002/3 et 2003/4, suivant la fréquence des visites, le profil du spectateur (âge, groupe social, profession, instruction, habitat), le lieu de fréquentation); **les interventions** de la Communauté française.

BE - CFWB

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « cinéma, théâtre & musées » : fréquence des visions, désir d'augmenter celles-ci et raisons des restrictions, budget consacré et degré de satisfaction.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**La mobilité gâche le plaisir des loisirs. Enquête sur le temps libre dans *Test-achats*, N°478, Juillet-août 2004, pp. 38-39.**

Article court donnant un aperçu des résultats de l'enquête ci-dessus. Propose quelques statistiques sur la fréquentation des Belges au cinéma et les raisons pour lesquelles ils ne le fréquentent pas ou pas d'avantage.

BE – Test Achats

**Aperçu des résultats de l'enquête «familles» juin 2005 alimentés par les données du PSBH,** par Riet Bulckens et autres. Université de Liège et Universiteit Antwerpen, 2005.

Dans le chapitre «Articulation vie privée/vie professionnelle : satisfaction du travail et de la vie privée» : quantifie, selon la situation professionnelle, le pourcentage de personne pratiquant différentes activités « sociales » dont le cinéma.

BE - PSBH

*PSBH 2005*

<http://www.lesfamilles.be/2005/doc/2005.12/egf.enquetes.resultats.fr.pdf>

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.** Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession : fréquence des sorties cinéma et les sources d'information et motivations de fréquentation ou de non fréquentation. Quantifie les activités appréciées dont le cinéma.

BE –

*Sobemap 1995*

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles** dans *Faits & Gestes*, 1, Septembre 2000.

Fournit des chiffres sur le budget des ménages pour les différentes dépenses culturelles, dont les sorties cinéma.

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)

L'étude complète ayant mené à ces résultats =

Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

Donne la moyenne annuelle dépensée par les ménages pour les sorties cinéma avec le pourcentage de ménages dépensant plus de 30€an. Donne le nombre moyen de sorties cinéma, par an en famille et établit un lien entre ces activités et le niveau d'études.

BE -

ULB 1995

**Données chiffrées – audiovisuel** dans *États généraux de la culture*, 2005.

Le cinéma – pas de données originales !

BE - CFWB

[http://www.forumculture.be/chiffres\\_audiovisuel.htm](http://www.forumculture.be/chiffres_audiovisuel.htm)

**Exploitation des salles de cinéma – films de 35mm et plus. Statistiques INS.**

Fournit, pour 1998 à 2004, le nombre de salles, de places, de spectateurs, les recettes et le prix moyen des places.

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/figures/d75\\_fr.asp#12](http://statbel.fgov.be/figures/d75_fr.asp#12)

**ECODATA, l'exploitation des cinémas.**

Informations annuelles de 1973 à 2002 sur: nombre de salles, nombre de places, recettes brutes, recettes nettes, nombre de spectateurs payants, nombre de spectateurs gratuits.

BE - INS

<http://ecodata.mineco.fgov.be/mdf/Cinemas.jsp>

**Les cinémas multiplexes et les mutations de l'exploitation cinématographique** dans *Faits & Gestes*, 2, Janvier/Février/Mars 2001.

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2001/faits\\_&\\_gestes\\_2.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2001/faits_&_gestes_2.pdf)

**Les cinémas multiplexes et les mutations de l'exploitation cinématographique : débats et recherches en Communauté française Wallonie-Bruxelles.** *Faits et Gestes* numéros 2bis, avril 2001.

Etudie les 8 multiplexes de la Communauté française : date d'ouverture, nombre de salles, de sièges, d'entrées annuelles, leur place par rapport aux autres cinémas, aux villes et communes ; analyse la zone de chalandise de Kinépolis, en dissociant le public néerlandophone et francophone. Cite l'évolution de la fréquentation cinématographique en Province du Hainaut et de Liège de 1983 à 1998 ; étudie les films distribués selon leur nationalité et en comparaison avec les autres cinémas ; compare l'évolution de la consommation cinématographique en salles et en vidéo (de 1970 à 1999).

BE – CFWB

**Bilan de la production, de la promotion et de la diffusion cinématographiques et audiovisuelles. 2004.** Bruxelles, Ministère de la Communauté française de Belgique, Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias.

Le chapitre « exploitation » (dans les annexes) fournit des données chiffrées sur : sorties des films belges dans les salles en Europe (1996 à 2003) ; films belges francophones sortis en Belgique et en France (2004) ; top films en Belgique ; top films belges en Belgique, à Bruxelles, en France et en Europe ; résultats économiques des productions.

BE – CFWB

**Le documentaire en Communauté française, 1997-2003** par Guy Vandembulcke. 2003.

Donne des statistiques sur la production indépendante (1997/98 à 2003/2004), les aides publiques, le nombre de contrats de ventes et de locations, les recettes brutes et la diffusion dans les festivals (1995 à 2003) avec une division « centre de l'audiovision à Bruxelles » (CBA) et « Wallonie image production » (WIP). Exploitation à Bruxelles des longs métrages documentaires belges et leurs recettes.

BE – CFWB

**La sémiométrie, une approche spécifique.** Numéro spécial *Backstage*, décembre 2001.

Avec une section sur le cinéma : angle socioculturel (les valeurs) des publics suivant les tranches d'âge.

BE – IPB

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_138.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_138.pdf)

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à aller au cinéma.

BE - IPB

*IPB 1998*

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Etudes CIM: «Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements** » qui fait partie de l'étude « **Produits-Attitudes** ».

Avec dans la section « comment passez-vous vos week-ends » : « aller au cinéma, au théâtre, au restaurant ». Cette étude est réalisée annuellement.

BE- CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l'enquête «Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements** ».

Donne des chiffres pour les sections suivantes : « WE activities : cinema/theatre/resto », divisés par sexe, âge, classe sociale. Résultats fournis à titre d'exemple. Même information que paragraphe ci-dessus!

BE – CIM

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Avec une ligne: « tickets et abonnements cinéma ». Même enquête disponible annuellement.

BE – INS

*INS/BM 2004*

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur le temps utilisé pour « cinéma ».

BE – INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Les décisions dans le couple en Belgique : Les loisirs (sélection d'un film au cinéma)** dans *MVConsult.be*

Statistiques datant de décembre 2002, concernant uniquement la décision conjointe ou non de programme de cinéma.

BE -

[http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/C\\_loisirs.htm](http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/C_loisirs.htm)

**Annuaire 2005. Cinéma, télévision, vidéo et multimédia en Europe**. 5 volumes. Conseil de l'Europe – section média. Disponible à la vente 285 euro ou consultable en ligne 470 euro.

Les données belges sont communes à l'annuaire de l'Audiotvisuel de la Communauté française, à l'exception de la base de « données lumières » qui concerne les films nationaux à l'étranger.

EU-

[http://www.obs.coe.int/oea\\_publ/yb/index.html.fr](http://www.obs.coe.int/oea_publ/yb/index.html.fr)

**Fréquentation du cinéma + Groupe d'âge et caractéristiques cinéspectateurs**. Chiffres fournis par Screenvion – issus de INS et CIM.

Donne la fréquentation, de 1995 à 2005, le groupe d'âge et quelques caractéristiques (étudiants, actifs, cadres, enseignements supérieur, ...)

BE – INS/CIM

[http://212.37.214.31/annexes/Why/Market/bfr/bioscoopbezoek\\_fr\\_2.pdf](http://212.37.214.31/annexes/Why/Market/bfr/bioscoopbezoek_fr_2.pdf)

[http://212.37.214.31/annexes/Why/Market/bfr/karakteristieken\\_bioscoopbezoeker\\_fr.pdf](http://212.37.214.31/annexes/Why/Market/bfr/karakteristieken_bioscoopbezoeker_fr.pdf)

**Cinema, TV and radio in the EU. Statistics on audiovisual services**. Data 1980- 2002. Dans *Theme 4, Industry, trade and services*, édition 2003.

Avec un chapitre sur « Cinema market ». Après quelques intéressantes considérations comparatives sur la situation actuelle (2001), l'étude fournit des données de 1980 à 2002 pour les différents pays européens (les données pour la Belgique sont presque complètes) pour : la production de films (nationaux et co-production); le nombre d'entrées cinéma (en nombre et en pourcentages de population); les rentrées (en euro et en pourcentages pour les films nationaux et étrangers); le nombre de cinémas, d'écrans, de sièges par habitants ; le prix moyen du ticket ; le nombre de nouvelles sorties et la part des films nationaux

EU – Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-BT-03-001/EN/KS-BT-03-001-EN.PDF)

**L'industrie européenne du cinéma en 2001**. Les Irlandais vont trois fois plus souvent au cinéma que les Grecs et les Finlandais. La fréquentation des salles en hausse de 10% dans l'UE en 2001. *Communiqué de presse EUROSTAT*, 36/2003 - 21 mars 2003

Entrées et recettes guichet en 2000 et 2001 pour l'Europe des 15 et pour chaque pays : les entrées en nombre, en pourcentages par habitant et en pourcentages de provenance nationale ; les recettes guichets en euro, par habitant et selon la provenance nationale ou non des films.

EU - Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_PUBLIC/4-21032003-AP/FR/4-21032003-AP-FR.HTML](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_PUBLIC/4-21032003-AP/FR/4-21032003-AP-FR.HTML)

**Statistiques sur les cinémas: La croissance importante de la fréquentation des salles de cinéma se poursuit en 2000 et 2001** par R. Deiss, *Statistiques en bref*, Thème 4, 4/2002.

Entrées et recettes guichet en 1999 et 2000 (2000 = déjà fourni ci-dessus) pour l'Europe des 15 et pour chaque pays : les entrées en nombre, en pourcentages par habitant et en pourcentages de provenance nationale ; les recettes guichet en euro, par habitant et selon la provenance nationale ou non des films. Recettes guichet par habitant (2000) ; prix moyen du billet ; nombre de cinémas, d'écrans, de sièges ; l'origine des nouveaux films et production. Information présente dans « Data 1980-2002 » d' Eurostat.

EU - Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-NP-02-004/FR/KS-NP-02-004-FR.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-NP-02-004/FR/KS-NP-02-004-FR.PDF)

3.3. expositions, musées et patrimoine culturel

3.3.1. expositions temporaires (artistiques / historiques / didactiques)

**Rapport annuel 2004. Observatoire du Tourisme à Bruxelles.** Bruxelles : 2005.

Statistiques pour Bruxelles uniquement. Le chapitre « Services culturels touristiques » fournit le nombre de visiteurs pour les expositions temporaires en 2004 (nombres bruts, sans subdivision).

BE – Bruxelles

**Enquête des visiteurs à l'exposition Fernand Khnopff. Rapport final.** Etude de l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles/Institut Arthur Haulot. 2004.

Etude détaillée du profil des visiteurs : âge, pays de résidence et nationalité (avec une division par arrondissements pour la Belgique), niveau d'étude occupation, statut, attentes par rapport à la visite, motif, accompagnement, visite des collections permanentes, moyen de transport, ...

BE - Bruxelles

<http://www.obs.irisnet.be/default2.htm>

**Le profil des visiteurs à l'exposition F. Khnopff des MRBAB et comparaison avec les rétrospectives Magritte et Ensor.** Observatoire du Tourisme à Bruxelles. *Lettre de l'Obs* n°16.

Met en parallèle les profils des visiteurs de ses trois expositions : pays de résidence, âge moyen, niveau d'étude, moyen de transport, autres activités pendant la journée, source d'information et satisfaction.

BE - Bruxelles

<http://www.obs.irisnet.be/default2.htm>

**Le profil des visiteurs à l'exposition Jacques Brel "le droit de rêver",** par l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles/Sonecom.

Etude le profil des visiteurs suivant les mêmes critères que l'étude précédente.

BE - Bruxelles

[http://www.obs.irisnet.be/rapport\\_brel.pdf](http://www.obs.irisnet.be/rapport_brel.pdf)

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Comprend : « tickets et abonnements musées, galeries d'art, ... » (pas subdivisés).

BE – INS

INS/BM 2004

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999.  
INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « exposition ou musée ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.**  
Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté Française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession : la fréquence des visites (payantes ou non) de musées, galeries d'art, conférences, expositions.

BE -

*Sobemap 1995*

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles** dans *Faits & Gestes*, 1, Septembre 2000.

Fournit de nombreux chiffres sur le budget des ménages pour les différentes dépenses culturelles dont sorties musées et expositions.

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)

L'étude complète ayant mené à ces résultats =

Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

Donne la moyenne annuelle dépensée par les ménages pour les sorties musée ou exposition, avec le pourcentage de ménages dépensant plus de 15€an. Donne le nombre moyen de sorties musée ou exposition, par an et établit un lien entre ces activités et le niveau d'études.

BE -

*ULB 1995*

### 3.3.2. musées (art / sciences et histoire naturelle / histoire)

**Les institutions muséales en Communauté française** dans *Faits & Gestes*, 17, 3<sup>o</sup> trimestre 2005.

Fournit : la répartition des musées selon leur «sujet», l'âge des musées, le pourcentage de pièces exposées, l'état des collections (exposées et non exposées), la propriété des collections, le nombre de jours et d'heures d'ouverture ; la fréquentation annuelle ; la catégorie et l'origine des visiteurs ; les employés.

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2005/faits\\_&\\_gestes\\_17.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2005/faits_&_gestes_17.pdf)

Paindavoine, Isabelle et Pierre Francaux : **Portrait socioéconomique du secteur muséal en Communauté française.** Etude réalisée pour le compte de l'Observatoire de politiques culturelles, par la société COMASE Management Consulting. (Rapport final ; questionnaire ; guide de l'utilisateur ; bibliographie commentée).

Avec un chapitre très détaillé sur les visiteurs des musées de la Communauté française et leur profil, pour 2002 et 2003. Donne : le nombre total de visiteurs, avec la moyenne par musée et le nombre de musées visités par visiteur ; le type de visite (groupe scolaire, senior ou autre, individus) ; la provenance

géographique des visiteurs ; le but de la visite (culturelle, scolaire ou touristique); le nombre de visiteurs selon la taille du musée et l'accès payant ou non et comparaisons sommaires avec visiteurs au Québec et Etats-Unis + questions aux musées concernant les catégories que les musées souhaiteraient toucher davantage; les activités : expositions, renouvellement expo permanentes, prêts, activités pédagogiques, stages, visites guidées, publications, services, tarifs, outils de communication, superficie et zones d'affectation, propriétaire du bâtiment, des collections, pourcentage de pièces exposées, personnels, ...

BE - OPC

[http://www.opc.cfwb.be/pdf/Musee\\_rapport.pdf](http://www.opc.cfwb.be/pdf/Musee_rapport.pdf)

**Le secteur muséal en Communauté française. Essai de portrait socio-économique.** Documents du Patrimoine Culturel, n°1. Bruxelles, Ministère de la Communauté française, 2005.

Donne des chiffres pour la répartition géographique, services disponibles, dépenses, recettes, subventions, personnels et bénévoles, ... Informations issues de l'étude ci-dessus ?

BE – CFWB

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Comprend : « tickets et abonnements musées, galeries d'art, ... » (pas subdivisés).

BE – INS

*INS/BM 2004*

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps.** 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur le temps utilisé pour « exposition ou musée».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.** Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession : la fréquence des visites (payantes ou non) de musées, galeries d'art, conférences, expositions.

BE –

*Sobemap 1995*

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré aux loisirs artistiques : musées, spectacles.

BE – IPB - *IPB 1998*

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles** dans *Faits & Gestes*, 1, Septembre 2000

Fournit des chiffres sur le budget des ménages pour les différentes dépenses culturelles dont les sorties musées et expositions.

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)



L'étude complète ayant mené à ces résultats =

Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

Donne la moyenne annuelle dépensée par les ménages pour les sorties musée ou exposition, avec le pourcentage de ménages dépensant plus de 15€an. Donne le nombre moyen de sorties musée ou exposition, par an et établit un lien entre ces activités et le niveau d'études.

BE –  
*ULB 1995*

Defourny, Jacques et M. Marée: **Le secteur non marchand en Belgique. Analyse conceptuelle et statistique**. Bruxelles, Fondation Roi Baudouin, 2001.

Recense les musées en Wallonie et à Bruxelles selon le type d'institution.

BE –  
<http://www.kbs-frb.be/files/db/fr/PUB%5F1231%5FAnalyse%5Fconceptuelle%5Fet%5Fstatistiques.pdf>

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre**. Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « Cinéma, théâtre & musées » : fréquence des visites des musées et galeries d'art, désir d'augmenter celles-ci et raisons des restrictions, budget consacré et degré de satisfaction. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats  
*Test Achats 2003*

**La mobilité gâche le plaisir des loisirs. Enquête sur le temps libre** dans *Test-achats*, N°478, Juillet-août 2004, pp. 38-39.

Article court donnant un aperçu des résultats de l'enquête ci-dessus. Propose quelques statistiques sur la fréquentation des Belges aux musées et les raisons pour lesquelles ils ne les fréquentent pas ou pas d'avantage.

BE – Test Achats

**Aperçu des résultats de l'enquête « familles » juin 2005 alimentés par les données du PSBH**, par Riet Bulckens et autres. Université de Liège et Universiteit Antwerpen, 2005

Dans le chapitre «Articulation vie privée/vie professionnelle : satisfaction du travail et de la vie privée » : quantifie, selon la situation professionnelle, le pourcentage de personnes pratiquant différentes activités « sociales » dont expositions ou musées.

BE - PSBH  
*PSBH 2005*  
<http://www.lesfamilles.be/2005/doc/2005.12/egf.enquetes.resultats.fr.pdf>

**Baromètre touristique mensuel** (disponible d'avril 2002 jusqu'avril 2004). Observatoire du Tourisme à Bruxelles.

Comprend une section sur le « nombre de visiteurs dans les musées et attractions à Bruxelles », avec une évolution sur les trois dernières années.

BE – Bruxelles  
<http://www.obs.irisnet.be/default2.htm>

**Rapport annuel 2004. Observatoire du Tourisme à Bruxelles. Bruxelles : 2005.**

Statistiques pour Bruxelles uniquement. Le chapitre « Services culturels touristiques » fournit la fréquentation des musées et attractions touristiques, la répartition des musées et attractions selon leur nombre de visiteurs. Etudie le profil (âge, catégorie socioprofessionnelle, nationalité et lieu de résidence) et la satisfaction des clients de l'ARAU (*Atelier de Recherche et d'Action Urbaine*).

BE - Bruxelles

**Enquête sur les publics dans les musées bruxellois 2001.** Conférence de presse février 2002

Classifie les musées étudiés selon leur taille et type (Art, Histoire, Sciences et Technique) et les visiteurs selon leur âge, leur région d'origine, le fait que la visite se fait en famille ou pas, combinée avec d'autres visites ou activités ou pas, leur niveau de formation et d'emploi, leur connaissance des autres musées bruxellois.

BE – Bruxelles

**Une Belge sur quatre a déjà visité un musée fédéral** dans *Science Connection* (Magazine de la politique scientifique fédérale) n° 4, décembre 2004.

Donne la fréquence à laquelle les Belges (avec division par région) visitent des musées ou souhaiteraient en visiter et sonde leur conscience de la place de cette activité dans l'éducation des enfants; fournit un profil général du public des musées fédéraux; les services appréciés (transports et parkings, visites guidées, heures d'ouverture, cafétaria, ...); la notoriété et l'appréciation.

BE - Fédéral

[http://www.belspo.be/belspo/home/publ/pub\\_ostc/sciencecon/04sc1\\_fr.pdf](http://www.belspo.be/belspo/home/publ/pub_ostc/sciencecon/04sc1_fr.pdf)

**Enquête sur la fréquentation des musées belges** (Bruxelles, Communauté flamande et niveau fédéral). En cours.

Enquête réalisée en 2004 par Service d'information scientifique et technique. Pascale Van Dinter (tél: 02 519 56 42 ou 02 511 31 91; E-mail: [Pascale.Vandinter@stis.fgov.be](mailto:Pascale.Vandinter@stis.fgov.be)) est la responsable et elle nous communiquera les résultats dès que possible (ceux-ci sont retardés à Juin 2006 !).

BE – Fédéral

Etudes CIM: «**Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements** » qui fait partie de l'étude «**Produits-Attitudes** ».

Avec une question : « à quelle fréquence visitez-vous des expositions et des musées », même rubrique dans « WE activities », divisées par sexe, âge, classe sociale. Cette étude est réalisée annuellement.

BE- CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l'enquête «Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Propose des chiffres pour «Museum + WE activities : exposition », divisés par sexe, âge, classe sociale. Résultats fournis à titre d'exemple.

BE – CIM

**A titre d'exemple :**

**Nombres de visiteurs dans les musées suivants :** Cinquantenaire (collection permanente + expo temporaires), MIM (collection et expo), Tour japonaise et Pavillon chinois, Porte de Hal (expo), pour 2002, 2003 et 2004.

Fournit des nombres bruts, sans aucune identification des visiteurs (nationalité, ...)

Informations fournies par Bart Suys, Musées Royaux d'Art et d'Histoire, le 10.02.2006

BE – Bruxelles

---

**Impact économique des politiques culturelles. Le cas du musée de la photographie de Charleroi** par Frédéric Keppers. Mons : FUCAM, 2002-2003.

Fournit quelques statistiques sur les visiteurs de ce musée : origine géographique, fréquence des visites, visite de l'exposition permanente et/ou temporaire, visite des environs, intention de revenir au musée, amateur de musée, raison de la visite, type de visite (seul, entre amis, couple, famille, groupe), source d'information, impression globale, âge.

BE –

**Impact économique des politiques culturelles. Le cas du musée international du carnaval et du masque de Binche** par Sophie Lavolle. Mons : FUCAM, 2002-2003.

Fournit quelques statistiques sur les visiteurs de ce musée: origine géographique, fréquence des visites, visite des environs, intention de revenir sur le site, amateur d'art, raison de la visite, type de visite (seul, entre amis, couple, famille, groupe), source d'information, impression globale, âge.

BE-

3.3.3. galeries et salons (à caractère « marchand »)

**Rapport annuel 2004. Observatoire du Tourisme à Bruxelles.** Bruxelles : 2005.

Statistiques pour Bruxelles uniquement. Fournit, pour quelques foires et salons bruxellois (Ars Brussels, Eurantica, Artbrussels), le nombre de visiteurs (nombres bruts, sans subdivision).

BE - Bruxelles

Etudes CIM: «**Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements** ».

Avec une question : « à quelle fréquence visitez-vous des foires, des salons ». Etude réalisée annuellement.

BE - CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « cinéma, théâtre & musées » : fréquence des visites des musées et galeries d'art, désir d'augmenter celles-ci et raisons des restrictions, budget consacré et degré de satisfaction. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**A titre d'exemple :**

**Statistiques des visiteurs belges à l'une des plus importantes foires d'antiquités en Europe (TEFAF Maastricht) et proportion des acheteurs.**

Message envoyé par l'attaché de presse (février 2006) donnant pour les années 2002 à 2005, le nombre de visiteurs, le pourcentage de belges et le pourcentage d'acheteurs.

BE –

3.3.4. Patrimoine culturel (visite de monuments / itinéraires architecturaux / parcs et jardins)

**Rapport annuel 2004. Observatoire du Tourisme à Bruxelles.** Bruxelles : 2005

Statistiques pour Bruxelles uniquement. Etudie notamment le profil (âge, catégorie socioprofessionnelle, nationalité et lieu de résidence) et la satisfaction des clients de l'ARAU (*Atelier de Recherche et d'Action Urbaine*) et fournit les chiffres de fréquentation, en 2004, de quelques lieux bruxellois (Palais Royal et Serres Royales)

BE - Bruxelles

Paque, Régine et Michel Jaumain : **Évolution des dépenses culturelles de la Communauté française. 1981-2001.** Ministère de la Communauté française, Observatoire des politiques culturelles, 2003.

Avec une section « Patrimoine et Arts plastiques ».

BE- OPC

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats.**

Avec dans le chapitre «Tourisme & excursion d'un jour (différant des voyages réalisés lors des périodes de vacances)» : fréquence des visites de jardins publics (parcs urbains, etc.), désir d'augmenter ces visites et raisons des restrictions, degré de satisfaction. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**Les institutions muséales en Communauté française** dans *Faits & Gestes*, 17, 3<sup>o</sup> trimestre 2005.

Prend en considération les « Monuments et Sites » (2%).

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2005/faits\\_&\\_gestes\\_17.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2005/faits_&_gestes_17.pdf)

**La Belgique et son patrimoine mondial**, dans *Info Flash* n°43, 23 octobre 2003.

Recense les sites belges reconnus comme patrimoine mondial, avec une étude comparative du nombre de sites par km<sup>2</sup> et par habitants.

BE – INS

[http://statbel.fgov.be/press/fl043\\_fr.asp](http://statbel.fgov.be/press/fl043_fr.asp)

### **A titre d'exemple :**

**Impact économique des politiques culturelles. Le cas du site historique du Grand Hornu** par Gilles Barbera. Mons : FUCAM, 2002-2003.

Fournit quelques statistiques sur les visiteurs de ce site : origine géographique, fréquence des visites, visite du site et/ou de l'exposition temporaire, visite des environs, intention de revenir sur le site, amateur de musée, raison de la visite, type de visite (seul, entre amis, couple, famille, groupe), source d'information, impression globale, âge.

BE -

---

### 3.4. zoos, parcs animaliers, jardins botaniques, ...

---

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps.** 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « zoo ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre «tourisme & excursion d'un jour» (différant des voyages réalisés lors des périodes de vacances): fréquence des visites de parcs privés ou parcs d'attraction (zoo, aquariums, parcs pour enfants, etc.), désir d'augmenter ces visites et raisons des restrictions, degré de satisfaction. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

Etudes CIM: **“Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Avec dans la section « vos vacances » comprenant une section sur les séjours de courte durée (entre 1 et 4 nuits): fréquence des visites au zoo, parc d'attractions et parc de loisirs. Etude réalisée annuellement.

BE - CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

A titre d'exemple:

**Rapport annuel du Zoo d'Anvers et Planckendael** : Koninklijke Maatschappij voor Dierkunde van Antwerpen vzw. JAARVERSLAG 2004. De KMDA in vogelvlucht doorheen 2004 + **Une ‘vachement’ bonne année pour le Zoo et Planckendael** = article sur le site Internet [http://www.zooantwerpen.be/fr/park/fs\\_park.asp?NewsID=870&ID=100](http://www.zooantwerpen.be/fr/park/fs_park.asp?NewsID=870&ID=100)

Donne des chiffres de visiteurs pour ces 2 parcs, pour 2004 et 2005.

BE –

3.5. fêtes populaires, carnivals, folklore

Néant

3.6. sorties « non culturelles »

3.6.1. restaurants, cafés, bars à vin, ...

Etudes CIM: **“Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Avec une question : « à quelle fréquence allez-vous au restaurant » + dans les activités du WE: « aller au cinéma, au théâtre, au restaurant ». Etude réalisée annuellement.

BE - CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l'enquête “Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Donne des chiffres pour les sujets suivants : « visite fast-food, visite restaurant, go to pub + in WE activities : cinema/theatre/resto », divisés par sexe, âge, classe sociale. Résultats fournis à titre d'exemple !

BE – CIM

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Avec une section « restaurants et cafés » qui différencie les fast-food, restaurants italiens, asiatiques, arabes, grecs et autres cuisines étrangères, gastronomie (française ou belge); boissons sans repas, consommations divers hors domicile, ...

BE – INS

*INS/BM 2004*

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à: sortir / café / bar/ discothèque.

BE - IPB

*IPB 1998*

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « restaurant & vie nocturne » : fréquence des sorties restaurant, et cafés et discothèques, type de restaurant choisi, désir d'augmenter ces sorties et raisons des restrictions, budget consacré et degré de satisfaction. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**La mobilité gâche le plaisir des loisirs. Enquête sur le temps libre** dans *Test-achats*, N°478, Juillet-août 2004, pp. 38-39.

Article court donnant un aperçu des résultats de l'enquête ci-dessus. Propose quelques statistiques sur la fréquentation des Belges aux restaurants et les raisons pour lesquelles ils ne les fréquentent pas ou pas d'avantage.

BE – Test Achats

**Time for Youth 2005.** RMB, en collaboration avec TNS Media, 2005.

Donne le pourcentage du temps de loisirs que le jeune Belge (12-30 ans) consacre aux sorties restaurants et cafés, de même que la proportion de son budget.

BE – RMB

*Youth 2005*

<http://www.rmb.be/mediavillage/cases/TFY2005/pdf/time-for-youth-fr.pdf>

**Stijlen verschillen**, article par Gerry Meeuwssen dans *Knack*, 30 juillet 2003.

Sur base d'une grande enquête "lifestyle" de *GfK Ad Hod Research Worldwide*, fournit des informations internationales mais aussi pour la Belgique sur la fréquence des sorties restaurant, selon la région d'origine, le budget dépensé en restaurant et selon le statut d'emploi.

BE –

**Aperçu des résultats de l'enquête « familles » juin 2005 alimentés par les données du PSBH**, par Riet Bulckens et autres. Université de Liège et Universiteit Antwerpen, 2005.

Dans le chapitre « Articulation vie privée/vie professionnelle : satisfaction du travail et de la vie privée » : quantifie, selon la situation professionnelle, le pourcentage de personne pratiquant différentes activités « sociales » dont café, restaurant pour le plaisir.

BE - PSBH

*PSBH 2005*

<http://www.lesfamilles.be/2005/doc/2005.12/egf.enquetes.resultats.fr.pdf>

**Horeca en chiffres. Edition 2005.** Fédération Ho.Re.Ca Bruxelles.

Donne, pour la Belgique, Bruxelles et la Wallonie, le nombre d'emplois, de salariés et d'indépendants dans les secteurs de : restaurants, cafés, hôtels. Donne aussi le nombre d'établissements pour les mêmes secteurs.

BE –

**3.6.2. boîtes de nuit et sorties nocturnes**

Etudes CIM: **“Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Avec une question : « à quelle fréquence sortez-vous en discothèque, dans des dancings » + dans comment passez-vous vos week-ends : « danser, sortir, vivre la nuit ». Etude réalisée annuellement.

BE - CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l'enquête “Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Propose des chiffres pour les sections suivantes : « disco/dancing + in WE activités : dancing », divisés par sexe, âge, classe sociale. Résultats fournis à titre d'exemple !

BE – CIM

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps.** 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « bal, dancing ou discothèque »

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats.**

Avec dans le chapitre « restaurant & vie nocturne » : fréquence des sorties cafés, discothèques, etc., désir d'augmenter ces sorties et raisons des restrictions, budget consacré et degré de satisfaction. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**La mobilité gêne le plaisir des loisirs. Enquête sur le temps libre dans *Test-achats*, N°478, Juillet-août 2004, pp. 38-39.**

Article court donnant un aperçu des résultats de l'enquête ci-dessus. Propose quelques statistiques sur la fréquentation des Belges aux bars et discothèques et les raisons pour lesquelles ils ne les fréquentent pas ou pas d'avantage.

BE – Test Achats

**Aperçu des résultats de l'enquête « familles » juin 2005 alimentés par les données du PSBH,** par Riet Bulckens et autres. Université de Liège et Universiteit Antwerpen, 2005.

Dans le chapitre « Articulation vie privée/vie professionnelle : satisfaction du travail et de la vie privée » : quantifie, selon la situation professionnelle, le pourcentage de personne pratiquant différentes activités « sociales » dont dancing / discothèque, sortie en ville le soir.

BE - PSBH

*PSBH 2005*

<http://www.lesfamilles.be/2005/doc/2005.12/egf.enquetes.resultats.fr.pdf>

Il existe un « Observatoire de la nuit » à Bruxelles, mais il ne possède aucune donnée chiffrée !

<http://www.brusselsinternational.be/wabxlint/press/contentlist.jsp?affback=1&nid=8161&cid=P.BXLCHIF.RAPOBS&c=3>

### 3.6.3. jeux d'argent

#### **Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Comprend : « jeux automatiques, pronostics, loterie, loto, jeux et paris ».

BE – INS

INS/BM 2004

#### Etudes CIM: “**Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements** ».

Avec une petite section : « jeux de hasard, de loterie, à gratter ou pronostics ».

Etude réalisée annuellement

BE - CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

#### Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999.

INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur le temps utilisé pour « jeux de hasards (loto, pronostics, tiercé, tombola)»

BE - INS

INS/TOR 1999

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

#### **Les Français et les jeux d'argent.** Résultats d'une étude réalisée pour le *Magazine Pèlerin*, 9 juin 2005.

Donne des statistiques pour l'année 2005 sur la fréquence, les raisons et le jugement moral sur les jeux d'argent. Etude française mais intéressante en l'absence d'étude similaire pour la Communauté française.

FR – TNS Sofres

[http://www.tns-sofres.com/etudes/pol/090605\\_jeuxdargent\\_r.htm](http://www.tns-sofres.com/etudes/pol/090605_jeuxdargent_r.htm)

### 3.6.4. spectacles sportifs payants

#### Etudes CIM: “**Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements** ».

Comprend la question suivante : « à quelle fréquence assistez-vous à des manifestations sportives ».

Etude réalisée annuellement.

BE - CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

#### **CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l'enquête “Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements”.**

Propose des chiffres pour les sections suivantes : « sports manifestation », divisés par sexe, âge, classe sociale. Résultats fournis à titre d'exemple.

BE - CIM



**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Comprend : « entrées aux matchs de football, aux manifestations sportive, abonnements».

BE - INS

*INS/BM 2004*

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps** . 1999.

INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur: temps utilisé pour « spectateur aux manifestations sportives », divisé en différents sports.

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à : assister à une manifestation sportive.

BE - IPB

*IPB 1998*

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre**. Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « Sports » : fréquence du suivi d'un sport, type de sport, désir d'augmenter ces suivis et raisons des restrictions, budget dépensé, degré de satisfaction. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**Aperçu des résultats de l'enquête «familles» juin 2005 alimentés par les données du PSBH**, par Riet Bulckens et autres. Université de Liège et Universiteit Antwerpen, 2005.

Dans le chapitre «Articulation vie privée/vie professionnelle : satisfaction du travail et de la vie privée » : quantifie, selon la situation professionnelle, le pourcentage de personne pratiquant différentes activités « sociales » dont les rencontres sportives.

BE - PSBH

*PSBH 2005*

<http://www.lesfamilles.be/2005/doc/2005.12/egf.enquetes.resultats.fr.pdf>

**Statistiques de fréquentation des matchs de football de 1996 à 2005.**

Fourni par Nicolas Cornut, attaché de presse à l'Union Royale Belge des Sociétés de Football.

Fournit le nombre de spectateurs payants par club et par année, avec subdivision pour Division 1, 2 et 3 et par province.

BE –

### 3.6.5. promenade en ville et shopping

Etudes CIM: **“Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements”**.

Avec la ligne suivante : « Comment passez-vous habituellement vos W-E : faire des courses et visiter des magasins ».

BE - CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agma/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agma/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l’enquête “Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements”**.

Propose des chiffres pour les sections suivantes : « WE activities : shopping », divisés par sexe, âge, classe sociale. Même sujet que ci-dessus. Résultats fournis à titre d’exemple !

BE – CIM

### 3.6.6. activités « plein air »

Colson, V. : **doctorat (en cours) sur la fonction récréative des massifs forestiers wallons** (analyse la demande du public en matière d'activités récréatives et de détente en forêt).

« Pour ce faire, j'ai réalisé une enquête téléphonique auprès de 1005 personnes de Wallonie et Bruxelles pour connaître la proportion de la population qui se rend en forêt, les activités pratiquées etc. Je suis en train de terminer les traitements et une première publication des résultats devrait se faire en avril 2006 (mais ils ont été retardés) » Vincent Colson [colson.v@fsagx.ac.be]. En cours

BE –

**CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l’enquête “Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements”**.

Propose des chiffres pour les sections suivantes : « WE activities : walk », divisés par sexe, âge, classe sociale. Résultats fournis à titre d’exemple !

BE – CIM

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l’emploi du temps**. 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « promenades, promenades avec le chien »

BE - INS

INS/TOR 1999

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à : excursion (ville, parc d’attraction), se promener /balader (et lèche-vitrines).

BE - IPB

IPB 1998

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**A titre d’exemple :**

Chiffres donné par Léon Wouét, Président des **Cercles des Naturalistes de Belgique**.

Donne la situation actuelle : nombre de membres et d’activités.

BE –

**Statistique de fréquentation de DNF** (Division Nature et Forêt) et **asbl Haute Ardenne** (région de Malmédy) + activités, fourni par Marlène van Hoek de l'asbl Haute Ardenne - Univ de Liège - Amis de la Fagne.

Donne le nombre de visiteurs francophones (Bruxelles/Wallonie) par mois depuis juin 1999, jusque janvier 2006.

BE –

#### 4. pratiques amateurs (« production – création ») et éducation & formation continue

##### 4.1. éducation & formation continue

*Note : Nous avons choisi de nous limiter à une définition plutôt restrictive de l'éducation et la formation continue, liée au « temps choisi », incluant l'enseignement non obligatoire en cursus différé, les formations artistiques, cours de langue (si choisis par « plaisir »), etc. mais excluant les cours d'alphabétisation, les formations du FOREM, etc.*

*Nous citerons toutefois les études de la Communauté française dont la définition est beaucoup plus large.*

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur le temps utilisé pour « cours et formation » comprenant : formation professionnelle payée par l'employeur, cours de langue, cours du soir et occasionnels, études personnelles, cours non spécialisées, autres cours.

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre**. Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « Activités éducatives de loisirs » les questions suivantes: suivez-vous des cours en tant que hobby, pourquoi, description et évaluation des cours, degré de difficulté à trouver un institut ou centre. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

Elchardus, Mark et Wendy Smits : **Le cours de vie des jeunes adultes de 18 à 36 ans. Les jeunes parlent de leur carrière, de l'éthique du travail, de la formation continue et du crédit temps**. VUB (Vrije Universiteit Brussel), groupe TOR, 2005.

Etude particulièrement récente qui propose un chapitre concernant l'attitude des jeunes Belges (18 à 36 ans) face la formation continue et au crédit-temps (précédemment appelé « interruption de carrière »).

BE –

<http://www.vub.ac.be/TOR/cgi-bin/navigatie.cgi?Command=Frame&item=publicaties>

**Service de l'Education permanente. Bilans 1998-1999-2000**. Collection Culture – Education Permanente, N°3. Bruxelles, Ministère de la Communauté française, Direction Générale de la Culture, Service de la Jeunesse et de l'Education permanente, 2001.

Donne une définition des domaines couverts et des chiffres concernant les subventions.

BE- CFWB

Paque, Régine et Michel Jaumain : **Évolution des dépenses culturelles de la Communauté française. 1981-2001.** Ministère de la Communauté française, Observatoire des politiques culturelles, 2003.

Avec des sections sur les budgets consacrés à « Jeunesse et éducation permanente », « Enseignement artistique » et « Académie royale des Sciences, des Lettres et des Beaux-Arts de Belgique »

BE- OPC

L'annuaire complet volume II 2002-2003 "**Statistiques de l'enseignement à distance, artistique à horaire réduit et de promotion sociale**".

Pour l'enseignement à distance, donne : nombre d'inscrits (entre 1990 et 2002) ; nombre de nouveaux élèves, nouveaux cours ; le taux d'activité des élèves ; les inscriptions par province (1999 à 2002) ; les types de formation choisis.

Pour l'enseignement artistique à horaire réduit, donne : la répartition géographique des établissements et des étudiants pour les sections Musique et Arts Plastiques (par région, province et arrondissement).

Pour l'enseignement de promotion sociale, donne : l'évolution du nombre d'étudiants de 1993-94 à 2002-03, le profil des étudiants (sexe, pays d'origine, âge), le type d'études suivies (secondaire ou supérieur, avec différentes sections) ; étudie la répartition géographique des établissements (selon le niveau d'études) et des étudiants (niveau et section suivis, sexe, nationalité, âge).

BE - CFWB

[http://www.statistiques.cfwb.be/publications/pub0011/2002/documents/FR\\_Annuaire\\_Volume\\_II\\_PromSoc.PDF](http://www.statistiques.cfwb.be/publications/pub0011/2002/documents/FR_Annuaire_Volume_II_PromSoc.PDF)

**Bruxelles Formation : Rapport annuel 2004.**

Avec un tableau récapitulatif des heures de cours donnés suivant les pôles d'activité et la personne qui suit les cours (demandeur d'emploi ou travailleur).

BE -

Defourny, Jacques et M. Marée : **Le secteur non marchand en Belgique. Analyse conceptuelle et statistique.** Bruxelles, Fondation Roi Baudouin, 2001.

La section « autres formations » du chapitre sur l'éducation comprend notamment l'enseignement de promotion sociale, artistique à horaire réduit, enseignement à distance. Cette section fournit des statistiques par région et divisées en public et privé, sur les utilisateurs, les emplois et les financements. Le chapitre culture donne des informations chiffrées complémentaires sur les centres d'éducation permanente subventionnés par la COCOF.

BE –

<http://www.kbs-frb.be/files/db/fr/PUB%5F1231%5FAnalyse%5Fconceptuelle%5Fet%5Fstatistiques.pdf>

**Le point sur l'éducation et la formation tout au long de la vie à l'approche d'une nouvelle concertation interprofessionnelle.** CEFORA, 2002.

Donne des statistiques de 1990 à 2001 sur le nombre d'actifs ayant bénéficié d'une formation, le nombre d'entreprises de « formation » dans différents pays d'Europe (dont la Belgique) pour 1993 et 1999.

BE –

N'entrent pas dans notre définition ?!

**Enseignement de promotion sociale.** Promotion sociale 2003-2004. Statistiques fournies par l'ETNIC.

Nombre de personnes inscrites par niveau (inférieur, secondaire supérieur, supérieur), réseau, province, arrondissement et sexe; évolution sur 10 ans du nombre de personnes et des inscriptions; certificats et diplômes, par niveau et catégorie.

BE - CFWB

<http://www.statistiques.cfwb.be/publicationsDetails.php>

**CEFORA – Rapport annuel 2004.**

Donne les chiffres annuels des personnes formées par CEFORA, groupe d'âges, situation sociale... Le CEFORA est le centre de formation de la CPNAE (Commission Paritaire Nationale Auxiliaire pour Employés). Sa mission consiste principalement à améliorer les qualifications des employés des entreprises.

BE -

[http://www.cefora.be/module/module\\_news/images/pdf/Rapport\\_annuel\\_2004.pdf](http://www.cefora.be/module/module_news/images/pdf/Rapport_annuel_2004.pdf)

#### 4.2. Sport : individuel et collectif ; pratique et formation

Etudes CIM: **«Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements»**.

Avec une bonne section sur les activités sportives, divisée en différents types de sport (d'équipe ; moteurs ; d'hiver ou d'altitude ; nautiques ; détente / nature ; individuels), chaque section ayant des subdivisions précises. Etude réalisée annuellement.

BE - CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l'enquête «Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements»**.

Propose des chiffres pour les sections suivantes : «WE activités : sport», divisés par sexe, âge, classe sociale. Résultats fournis à titre d'exemple.

BE – CIM

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999.

INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur le temps utilisé pour le «sport» subdivisé en sous sections très précises : jogging ou courir ; cyclisme ; sports d'hiver ; patinage à roulette (skating) ; sports de balle non spécifiés ; football ; tennis ; squash ; badminton ; tennis de table ; basket-ball et volley-ball ; autres jeux de ballon ; gymnastique, aérobic et fitness ; sports nautiques ; équitation ; haltérophilie et body-building ; athlétisme (sauf courir) ; autres sports.

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Avec les lignes suivantes: dépenses fitness, squash, tennis, sports équestres, bowling, entrées bassins de natation et location de cours de tennis, leçons de sport et abonnement clubs sportifs, cotisation aux organisations sportives et biens durables pour le sport nautique, chevaux de monte. Même enquête disponible annuellement.

BE – INS

*INS/BM 2004*

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles** dans *Faits & Gestes*, 1, Septembre 2000.

Fournit des chiffres sur : le pourcentage d'activités sportives suivant les revenus des parents, le budget des ménages pour les différentes dépenses culturelles (dont activités sportives), l'influence du milieu (éducation et revenu) dans l'accès aux pratiques sportives.

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)

L'étude complète ayant mené à ces résultats =

Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

Etablit un lien entre la pratique d'un sport et celle d'activités artistiques ou socioculturelles. Met également en relation : le niveau de revenus, le diplôme du chef de famille et la sensibilité idéologique et la pratique d'activités sportives.

BE –

ULB 1995

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à pratiquer un sport / exercice physique.

BE - IPB

IPB 1998

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « sports » : fréquence des activités, type de sport, désir d'augmenter ces activités et raisons des restrictions, budget dépensé, degré de satisfaction.

BE – Test Achats

Test Achats 2003

**Time for Youth 2005.** RMB, en collaboration avec TNS Media, 2005.

Donne le pourcentage du temps de loisirs que le jeune Belge (12-30 ans) consacre à la pratique sportive, ainsi que le pourcentage de son budget.

BE – RMB

Youth 2005

<http://www.rmb.be/mediavillage/cases/TFY2005/pdf/time-for-youth-fr.pdf>

**Femmes et sport en Communauté française.** Rapport final de l'étude réalisée par le groupe d'étude pluridisciplinaire *Sport et Société* de l'Université libre de Bruxelles (GEPSS-ULB) , Sous la direction de Jean-Michel De Waele, pas de date (circa 2000).

Quantifie les hommes et les femmes pratiquant un sport suivant les tranches d'âge, donne le pourcentage d'affiliations féminines dans les fédérations sportives, le nombre d'affiliations suivant les type de sport.

BE – CFWB

<http://www.femmesetsport.cybernet.be/pages/etude.htm>

**La condition physique des jeunes** dans *Faits & Gestes*, 16, Janvier/Février/Mars 2005.

Donne pour les 10-18 ans, la progression des affiliations à des clubs sportifs, la répartition du nombre d'heures de pratique sportive suivant le sexe, suivant la filière d'enseignement.

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2005/faits\\_&\\_gestes\\_16.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2005/faits_&_gestes_16.pdf)

basé sur :

**Le baromètre de la condition physique. 1<sup>o</sup> Rapport, édition 2004** par Christian Heyres et Thierry Marique. ADEPS et Ministère de la Communauté française, Direction générale du Sport (même étude existe pour 1994).

BE –

**Evolution du marché du fitness**, dans *eXtra* accompagnant l'article «Le Fitness monte en puissance » par Jean-Michel Lalieu dans *Trends Tendances* du 10 avril 2003.

Cite des études menées par *Passage Fitness* sur l'évolution de la population fréquentant les salles, du nombre de salles (1990 à 2003), d'inscriptions (2000 à 2002) et du chiffre d'affaires ; donne des tableaux montrant l'évolution du nombre de membres et de Clubs de 1990 à 2003 au Benelux.

BE – Trends Tendances

<http://www.trends.be/CMArticles/ShowArticleExtraTendances.asp?articleID=34436&SectionID=1131>

**Pratique sportive. Infographie**, dans *Le Soir*, 9 septembre 2004 (dans article : *Santé : Les jeunes minés par la sédentarité* par Christophe Schoune).

Donne l'évolution des pratiques sportives en club, par province et par sexe entre 1994 et 2004, avec la gradation par âge entre 10 et 18 ans.

BE –

**ADEPS – Monsieur Arpigny** (responsable de la Gestion administrative au Ministère de la Communauté française) communiquera dès que possible les résultats des stages sportifs et le bilan annuel.

Les chiffres des participants aux stages organisés par l'ADEPS existent depuis 2003. D'autres données existent concernant les Fédérations mais ces données ne sont pas traitées. En attente.

BE – CFWB

Defourny, Jacques et M. Marée : **Le secteur non marchand en Belgique. Analyse conceptuelle et statistique**. Bruxelles, Fondation Roi Baudouin, 2001.

Donne des informations chiffrées venant de la COCOF et de la Direction générale du Sport du Ministère de la Communauté française sur le nombre et la fréquentation des centres et clubs sportifs, et l'emploi dans ceux-ci.

BE –

<http://www.kbs-frb.be/files/db/fr/PUB%5F1231%5FAnalyse%5Fconceptuelle%5Fet%5Fstatistiques.pdf>

**Enquête de Santé par Interview, Belgique, 2001. Livre 3 : Style de Vie, section 1 : activités physiques**. Service d'Epidémiologie, 2002; Bruxelles, Institut Scientifique de Santé Publique, *IPH/EPI REPORTS* N° 2002 – 22, Numéro de dépôt: D/2002/2505/39.

Donne, pour l'ensemble de la Belgique, la Flandre, Bruxelles et la Wallonie, la distribution de la population en fonction du niveau d'activité physique (avec division hommes / femmes et avec des statistiques plus précises sur les activités faisant transpirer, la dépense d'énergie par semaine et l'impacte sur la santé). Pour les mêmes régions et suivant le sexe, le groupe d'âge, le niveau d'instruction, le niveau d'urbanisation, des chiffres sont fournis pour : l'intensité de l'activité physique; la distribution de la population suivant qu'elle pratique ou non une activité physique au moins une fois

par semaine ; la dépense moyenne en énergie par semaine ; la distribution de la population en fonction de la pratique ou non d'une activité physique suffisante pour avoir un impact positif sur la santé.

BE -

<http://www.iph.fgov.be/epidemiolo/epifr/crospfr/hisfr/his01fr/his21fr.pdf>

Piéron, Maurice et Paul De Knop : **Gestion et organisation du sport en Belgique. Société & Sport**. Bruxelles, Rapport de la Fondation Roi Baudouin, 2000.

Donne quelques chiffres (peu) sur la pratique sportive et sur les budgets alloués.

BE -

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.**

Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession : les disciplines artistiques pratiquées dont le sport & le cadre dans lequel le sport est pratiqué : individuel, famille, amis, école, académie, club, ...ou dans le cadre d'une formation : raison du choix, temps consacré, durée de la formation, satisfaction.

BE -

*Sobemap 1995*

**Aperçu des résultats de l'enquête «familles» juin 2005 alimentés par les données du PSBH**, par Riet Bulckens et autres. Université de Liège et Universiteit Antwerpen, 2005.

Dans le chapitre «Articulation vie privée/vie professionnelle : satisfaction du travail et de la vie privée» : quantifie, selon la situation professionnelle, le pourcentage de personnes pratiquant différentes activités « sociales » dont : bowling / snooker / billard.

BE - PSBH

*PSBH 2005*

<http://www.lesfamilles.be/2005/doc/2005.12/egf.enquetes.resultats.fr.pdf>

**L'Observateur Cetelem 2006. Le baromètre européen: L'état d'esprit général des Européens.**

Données européennes, y compris pour la Belgique (2004 et 2005) sur les intentions d'achat en pourcentages pour (entre autres) : équipement de sport. Etudes similaires existent annuellement depuis 2001.

FR- Cetelem

<http://www.observateur-Cetelem.com/observateur/>

### A titre d'exemple :

**Chiffres sur la pratique des sport motocyclistes.** Statistiques fournies par la Fédération Motocycliste Belge, Mr Stijn Rentmeesters, FMB-BMB.

Donne des statistiques de fréquentation à différents événements et le nombre de licences trial, enduro, supermoto et motocross, de 2002 à 2005 ainsi que l'évolution des événements moto vitesse, enduro, trial, supermoto et motocross, de 1993 à 2002.

BE -

**Chiffres du Club Espace Sport**, club de sports de loisirs et stages sportifs, culture, actions sociales fournis par son président Bernard Delforge, le 17.02.06

Donne le nombre approximatif de membres par catégorie sportive, la fréquence des activités et la moyenne d'âge.

BE -



**Chiffres sur la pratique du Bowling**, fournis par la Fédération Sportive Belge de Bowling.

Donne des statistiques de membres des clubs pour 1999-2000, 2003-2004, 2004-2005, avec les divisions suivantes : hommes/femmes, junior/seniors, par province.

BE –

**Chiffres sur la pratique du golf**, fournis par la Royal Belgian Golf Federation.

Donne le nombre de golfeurs par région et par année, de 2000 à 2005.

BE –

4.3. musique et chant
-----------------------

4.3.1. pratique (individuelle – collective) - musique et chant
--

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999.  
INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur : temps utilisé pour « musique ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Avec une ligne pour « instrument de musique ». Même enquête disponible annuellement.

BE – INS

*INS/BM 2004*

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre « musique » : jouez-vous d'un instrument, lequel, possédez-vous un instrument.  
Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

Wangermée, R (dir) : **Guide du Chant choral en Wallonie et à Bruxelles**. Mardaga, 2003.

Donne le nombre global de chorales en Wallonie et à Bruxelles.

BE -

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.**  
Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession : les activités appréciées dont la musique & le chant et les disciplines artistiques pratiquées dont musique et chant + l'instrument et le type de musique ou de chant pratiqué et le cadre dans lequel celui-ci est pratiqué (individuel, famille, amis, école, académie, club...).

BE –

*Sobemap 1995*

#### 4.3.2. formation - musique et chant

**Enquête sur l'apprentissage artistique en Communauté française dans les académies.** Rapport de recherche. Conseil de la Musique de la Communauté française. Survey & Action, Janvier 1997.

Profil des élèves (pour musique, danse, art de la parole): donne le niveau d'éducation du chef de ménage (avec une comparaison pour l'ensemble de la population de la CF), le niveau d'intérêt de la famille à la musique, au théâtre et à la danse, la raison du choix des cours, l'influence des parents dans ce choix, nombre d'années de cours, âge de début des cours, autres cours ou stages suivis, temps consacré au cours et au « suivi », raison de la limitation de ce temps, absentéisme, perspectives d'avenir, influence des cours sur les autres activités pratiquées + quelques points sur la satisfaction par rapport à l'académie, cours collectifs ou individuels, les budgets consacrés, profil socioculturel détaillé des élèves.

BE –

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.** Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession, des chiffres sur la pratique artistique (dont la musique et le chant) dans le cadre d'une formation, raison du choix, temps consacré, durée de la formation, satisfaction.

BE –

*Sobemap 1995*

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section « cours et formation » : cours de musique.

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Statistiques concernant les académies. Dotations 1999-2000 à 2005-2006.**

Des tableaux annuels fournissent pour les 4 sections (dont la musique), pour chaque établissement et pour l'ensemble de la Communauté française: le nombre d'élèves (du préparatoire et du secondaire) et la dotation. Nous disposons de 7 tableaux couvrant les années académiques 1998-1999 à 2004-2005 (= dotation 2005-2006).

BE – CFWB

#### 4.4. danse, art dramatique, ...

##### 4.4.1. pratique - danse, art dramatique, ...

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur le temps utilisé pour « ballet ou danse, arts littéraires, autres arts du spectacle ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

### **Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.**

Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession : les activités appréciées dont la danse et les disciplines artistiques pratiquées dont la danse et théâtre + le type de danse ou théâtre pratiqué et le cadre dans lequel celui-ci est pratiqué: individuel, famille, amis, école, académie, club, ...ou dans le cadre d'une formation : raison du choix, temps consacré, durée de la formation, satisfaction.

BE –

*Sobemap 1995*

#### **A titre d'exemple :**

**Chiffres des membres de L'Association Francophone de Danse Sportive et de Loisirs,**  
donné par M. Pauchet, secrétaire

BE –

#### 4.4.2. formation - danse, art dramatique, ...

### **Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.**

Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession, des chiffres sur la pratique de la danse ou du théâtre dans le cadre d'une formation : raison du choix, temps consacré, durée de la formation, satisfaction.

BE –

*Sobemap 1995*

### **Enquête sur l'apprentissage artistique en Communauté française dans les académies.**

Rapport de recherche. Conseil de la Musique de la Communauté française. Survey & Action, Janvier 1997.

Profil des élèves (pour musique, danse, art de la parole) : donne le niveau d'éducation du chef de ménage (avec une comparaison pour l'ensemble de la population de la Communauté française), le niveau d'intérêt de la famille pour la musique, pour le théâtre et pour la danse, raison du choix des cours, l'influence des parents dans ce choix, nombre d'années de cours, âge de début des cours, autres cours ou stages suivis, temps consacré au cours et au « suivi », raison de la limitation de ce temps, absentéisme, perspectives d'avenir, influence des cours sur les autres activités pratiquées + quelques points sur la satisfaction par rapport à l'académie, cours collectifs ou individuels, les budgets consacrés, profil socioculturel détaillé des élèves.

BE –

### **Statistiques concernant les académies. Dotations 1999-2000 à 2005-2006.**

Des tableaux annuels fournissent pour les 4 sections (dont la danse), pour chaque établissement et pour l'ensemble de la Communauté française: le nombre d'élèves (du préparatoire et du secondaire) et la dotation. Nous disposons de 7 tableaux couvrant les années académiques 1998-1999 à 2004-2005 (= dotation 2005-2006)

BE – CFWB

4.5. art et artisanat

4.5.1. pratique - art et artisanat

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps** . 1999.  
INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur le temps utilisé pour « peinture, dessin & graphisme, sculpture, céramique, autres arts plastiques ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre**. Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec une question concernant le temps consacré et le degré de satisfaction des activités « peinture / dessin ». Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française**. Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession : les activités appréciées dont le dessin, la peinture et la sculpture, l'artisanat et les disciplines artistiques pratiquées (dont les mêmes disciplines) et le cadre de ces pratiques : individuel, famille, amis, école, académie, club, ...ou dans le cadre d'une formation : raison du choix, temps consacré, durée de la formation, satisfaction.

BE –

*Sobemap 1995*

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles dans *Faits & Gestes***, 1, Septembre 2000.

Fournit des chiffres sur : le pourcentage d'activités artistiques suivant les revenus des parents, le budget des ménages pour les différentes dépenses culturelles (dont artistiques), l'influence du milieu (éducation et revenu) dans l'accès aux pratiques artistiques.

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)

L'étude complète ayant mené à ces résultats =

Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

Etablit un lien entre la pratique d'activités artistiques et la pratique de sport ou d'activités associatives ou socioculturelles. Met également en relation, le niveau de revenus, le diplôme du chef de famille, la sensibilité idéologique et les pratiques artistiques.

BE -

*ULB 1995*

4.5.2. formation - art et artisanat

L'annuaire complet volume II 2002-2003 "**Statistiques de l'enseignement à distance, artistique à horaire réduit et de promotion sociale**".

Pour l'enseignement artistique à horaire réduit, donne : la répartition géographique des établissements et des étudiants pour les sections Musique et Arts Plastiques (par région, province et arrondissement).

BE - CFWB

[http://www.statistiques.cfwb.be/publications/pub0011/2002/documents/FR\\_Annuaire\\_Volume\\_II\\_PromSoc.PDF](http://www.statistiques.cfwb.be/publications/pub0011/2002/documents/FR_Annuaire_Volume_II_PromSoc.PDF)

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.** Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession, des chiffres sur la pratique du dessin, de la peinture et de la sculpture, l'artisanat dans le cadre d'une formation, raison du choix, temps consacré, durée de la formation, satisfaction.

BE –

*Sobemap 1995*

**Enquête sur l'apprentissage artistique en Communauté française dans les académies et écoles d'Arts plastiques.** Rapport de recherche. Conseil de la Musique de la Communauté française. Survey & Action, Septembre 1998.

Etude structurée exactement comme la précédente étude mais pour les cours d'arts plastiques : recherches graphiques et picturales, formation pluridisciplinaire, histoire de l'art, volumes (sculpture et céramique sculpturale), arts du feu, ...

BE –

**Statistiques concernant les académies. Dotations 1999-2000 à 2005-2006.**

Des tableaux annuels fournissent pour les 4 sections (dont les arts plastiques, visuels et de l'espace), pour chaque établissement et pour l'ensemble de la Communauté française : le nombre d'élèves (du préparatoire et du secondaire) et la dotation. Nous disposons de 7 tableaux couvrant les années académiques 1998-1999 à 2004-2005 (= dotation 2005-2006).

BE – CFWB

Defourny, Jacques et M. Marée : **Le secteur non marchand en Belgique. Analyse conceptuelle et statistique.** Bruxelles, Fondation Roi Baudouin, 2001

Le chapitre «autres formations» de l'éducation comprend notamment l'enseignement artistique à horaire réduit. Il donne des statistiques par région et divisées en public et privé, sur les utilisateurs, les emplois et financements. Le chapitre culture donne des informations chiffrées complémentaires sur les centres d'éducation permanente subventionnés par la COCOF.

BE –

<http://www.kbs-frb.be/files/db/fr/PUB%5F1231%5FAnalyse%5Fconceptuelle%5Fet%5Fstatistiques.pdf>

4.6. photographie et film

4.6.1. pratique - photographie et film

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Avec les lignes suivantes : « appareil photo non digital et accessoires ; appareil photo digital et accessoires ; caméra vidéo ; appareil optique, projecteur pour films et diapositives et accessoires ; films et dépenses y afférentes ». Même enquête disponible annuellement.

BE – INS

*INS/BM 2004*

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps.** 1999.

INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur le temps utilisé pour « film, photographie et vidéo ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats.**

Avec dans le chapitre « vidéo & photographie » : à quelle fréquence vous occupez-vous de vidéo / photographie durant vos loisirs, désir d'augmenter le temps consacré et raison des restrictions, budget dépensé et degré de satisfaction. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.**

Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession des statistiques sur les activités appréciées (dont la photographie) et les disciplines artistiques pratiquées (dont la photographie, le cinéma, la vidéo) + le cadre dans lequel ces activités sont pratiquées: individuel, famille, amis, école, académie, club, ...ou dans le cadre d'une formation : raison du choix, temps consacré, durée de la formation, satisfaction.

BE –

*Sobemap 1995*

**Les principaux prix psychologiques. Le prix de différents produits :** l'habitation, ordinateur, appareil photo digital, GSM. dans *MVConsult.be*

Donne l'évaluation d'un marché potentiel suivant les tranches de prix proposées pour un appareil photo numérique. Données très limitées dont les sources ne sont pas (données originales ?).

BE –

[http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/PP\\_05.htm](http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/PP_05.htm)

**Les décisions dans le couple en Belgique : La haute fidélité** (la chaîne Hi-Fi, la caméscope, les cassettes, le magnétoscope) dans *MVConsult.be*

Statistiques datant de décembre 2002, concernent la décision conjointe ou non d'achat d'une caméscope.

BE -

[http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/C\\_hifi.htm](http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/C_hifi.htm)

**A titre d'exemple :**

**Chiffres sur les membres de Clubs Photo** donnés par A.J. Baudoux, Co-Président de la Fédération Belge des Photographes, [baudoux.godart@skynet.be](mailto:baudoux.godart@skynet.be)  
BE –

4.6.2. formation - photographie et film

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.** Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession, des statistiques sur la pratique de la photographie, du cinéma, de la vidéo dans le cadre d'une formation, raison du choix, temps consacré, durée de la formation, satisfaction.

BE –

*Sobemap 1995*

4.7. Ecriture: ateliers d'écriture, ...

Néant

4.8. Cours de langue, informatique, ... et autres cours à horaires décalés

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps.** 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur le temps utilisé pour « cours et formation » comprenant : cours de langue, cours du soir et occasionnels, cours non spécialisés, autres cours.

BE – INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Après avoir quitté l'école, 4 Belges sur 10 continuent d'apprendre (mai 2004),** dans communiqués de presse INS.

Donne pour 2003, par région et par situation par rapport à l'emploi (occupé, chômeur, inactif), le taux de population ayant suivi un enseignement régulier ou participé à d'autres activités d'apprentissage avec différentes subdivisions selon les types d'enseignement ou d'activités et selon les sujets choisis.

Donne le pourcentage de la population (selon la région et la situation par rapport à l'emploi) ayant suivi : cours / séminaires / conférences, ..., auto-apprentissage, participé à un enseignement régulier.

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/press/pr080\\_fr.asp](http://statbel.fgov.be/press/pr080_fr.asp)

4.9. université des aînés, conférences, séminaires, ...

**Après avoir quitté l'école, 4 Belges sur 10 continuent d'apprendre (mai 2004)**, dans communiqués de presse INS.

Donne pour 2003, par région et par situation par rapport à l'emploi (occupé, chômeur, inactif), le taux de population ayant suivi un enseignement régulier ou participé à d'autres activités d'apprentissage avec différentes subdivisions selon les types d'enseignement ou d'activités et selon les sujets choisis.

Donne le pourcentage de la population (selon la région et la situation par rapport à l'emploi) ayant suivi : cours / séminaires / conférences, ...

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/press/pr080\\_fr.asp](http://statbel.fgov.be/press/pr080_fr.asp)

**Aperçu des résultats de l'enquête «familles» juin 2005 alimentés par les données du PSBH**, par Riet Bulckens et autres. Université de Liège et Universiteit Antwerpen, 2005.

Dans le chapitre «Articulation vie privée/vie professionnelle : satisfaction du travail et de la vie privée» : quantifie, selon la situation professionnelle, le pourcentage de personnes pratiquant différentes activités « sociales » dont des conférences.

BE - PSBH

PSBH 2005

<http://www.lesfamilles.be/2005/doc/2005.12/egf.enquetes.resultats.fr.pdf>

**A titre d'exemple :**

**L'Université des aînés, statistiques de fréquentation de 2000 à 2004.**

Information fournie par Mathias LEFEVRE, Coordonnateur (Avenue de l'Assomption, 73 1200 Bruxelles).

Donne le nombre d'inscriptions annuelles selon le sexe.

BE –

4.10. auto-apprentissage, enseignement à distance

**Après avoir quitté l'école, 4 Belges sur 10 continuent d'apprendre (mai 2004)**, dans communiqués de presse INS.

Donne pour 2003, par région et par situation par rapport à l'emploi (occupé, chômeur, inactif), le taux de population ayant suivi un enseignement régulier ou participé à d'autres activités d'apprentissage avec différentes subdivisions selon les types d'enseignement ou d'activités et selon les sujets choisis.

Donne le pourcentage de la population (selon la région et la situation par rapport à l'emploi) ayant suivi de l'auto-apprentissage.

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/press/pr080\\_fr.asp](http://statbel.fgov.be/press/pr080_fr.asp)

L'annuaire complet volume II 2002-2003 "**Statistiques de l'enseignement à distance, artistique à horaire réduit et de promotion sociale**".

Pour l'enseignement à distance, donne: nombre d'inscrits (entre 1990 et 2002) ; nombre de nouveaux élèves, nouveaux cours ; le taux d'activité des élèves ; les inscriptions par province (1999 à 2002); les types de formation choisis.

BE - CFWB

[http://www.statistiques.cfwb.be/publications/pub0011/2002/documents/FR\\_Annuaire\\_Volume\\_II\\_PromSoc.PDF](http://www.statistiques.cfwb.be/publications/pub0011/2002/documents/FR_Annuaire_Volume_II_PromSoc.PDF)



Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999.  
INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur le temps utilisé pour « cours et formation » comprenant : les études personnelles.

BE - INS

INS/TOR 1999

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

Defourny, Jacques et M. Marée : **Le secteur non marchand en Belgique. Analyse conceptuelle et statistique**. Bruxelles, Fondation Roi Baudouin, 2001.

La section « autres formations » du chapitre sur l'éducation comprend notamment l'enseignement à distance. Elle fournit des statistiques par région et divisées en public et privé, sur les utilisateurs, les emplois et financements. Le chapitre culture donne des informations chiffrées complémentaires sur les centres d'éducation permanente subventionnés par la COCOF.

BE –

<http://www.kbs->

[fr.be/files/db/fr/PUB%5F1231%5FAnalyse%5Fconceptuelle%5Fet%5Fstatistiques.pdf](http://www.kbs-fr.be/files/db/fr/PUB%5F1231%5FAnalyse%5Fconceptuelle%5Fet%5Fstatistiques.pdf)

## 5. Tourisme et excursions & voyages courts

*Note : Nous avons choisi d'analyser ici les activités de tourisme et voyages réalisés en dehors des périodes de vacances (voyages de 3 nuits maximum).*

### 5.1. tourisme « indifférencié »

#### **Tourisme. Enquête voyage, 2004.** (enquête annuelle)

Fournit des données sur la durée ( 1 à 3 nuits ou plus) et le motif des voyages (vacances ou affaires), la destination (à l'intérieur du pays ou à l'étranger – EU et hors EU - et durant les différents mois de l'année), le type d'hébergement (hôtel, camping, centre de vacances, logement loué, résidence secondaire, etc.), le moyen de transport et le mode d'organisation (réservation directe, voyage forfaitaire, collectif ou autre) ainsi que la provenance régionale, la classe d'âge, le sexe des voyageurs et la proportion de vacanciers par rapport à la population par région. Donne aussi une vision évolutive de 2001 à 2004.

BE – INS

[http://statbel.fgov.be/pub/d7/p731y2004\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d7/p731y2004_fr.pdf)

#### **Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Comprend une section « voyages et tourisme » divisée en : hôtel et service logement analogue en Belgique (camping, location d'habitation/vacances); voyage touristique tout compris et excursion d'un jour en Belgique ; voyages tout compris à l'étranger. Ne prend pas en compte la durée du séjour !  
Même enquête disponible annuellement.

BE – INS

INS/BM 2004

#### **Etudes CIM: “Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Avec une section « vos vacances » comprenant une section sur les séjours de courte durée (entre 1 et 4 nuits): fréquence et destination (Belgique ou étranger), type de logement (dont « résidence secondaire »), moyen de transport. Etude réalisée annuellement.

BE - CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**Time for Youth 2005.** RMB, en collaboration avec TNS Media, 2005.

Donne le pourcentage de son budget que le jeune Belge (12-30 ans) consacre au tourisme, parcs d'attractions, ...

BE – RMB

*Youth 2005*

<http://www.rmb.be/mediavillage/cases/TFY2005/pdf/time-for-youth-fr.pdf>

**Synthèse des enquêtes sur les profils des touristes dans les attractions à Bruxelles et en Wallonie (1997, 1998 et 1999),** par le GT4, en collaboration avec Attractions & Tourisme asbl. Observatoire du tourisme à Bruxelles.

Etude pour la Wallonie et Bruxelles : l'appréciation des services offerts et des différents éléments des attractions ; le profil du visiteur en fonction de sa région d'origine : satisfaction, taille du groupe, pourcentage de nouveaux visiteurs, budget, motivations et source d'information, 5 activités préférées (patrimoine culturel, patrimoine architectural, parc/jardins/réserves naturelles, découverte d'une ville, shopping, parc d'attractions, zoos, gastronomie et produits du terroir) ; le profil du visiteur selon la catégorie d'attraction visitée : culturelle, récréative ou naturelle ; profil du visiteur selon la localisation de l'attraction : âge, niveau d'études, occupation, revenu moyen et composition du ménage + appréciation, taille du groupe, budget et durée du séjour. Données moyennes, synthèse de 3 années d'étude. Enquête unique ! Ne prend pas en compte la durée du séjour !

BE –

[http://www.obs.irisnet.be/visiteurs\\_attractions\\_bxl\\_wallonie.pdf](http://www.obs.irisnet.be/visiteurs_attractions_bxl_wallonie.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec dans le chapitre «tourisme & excursions d'un jour (différant des voyages réalisés lors des périodes de vacances)» : fréquence des excursions (à la mer, dans des jardins publics, dans des parcs d'attraction, pour de courtes excursions (visites d'une ville, etc.), pour des excursions d'un week-end ou d'autres excursions) ; désir d'en augmenter la fréquence et raisons des restrictions ; budget suivant les activités et degré de satisfaction. Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**La mobilité gâche le plaisir des loisirs. Enquête sur le temps libre dans *Test-achats*, N°478, Juillet-août 2004, pp. 38-39.**

Article court donnant un aperçu des résultats de l'enquête ci-dessus. Propose quelques statistiques sur la participation des Belges à des mini-trips ou week-ends et les raisons pour lesquelles ils ne le font pas ou pas d'avantage.

BE – Test Achats

**Le tourisme en Région wallonne : les chiffres 2002,** dans Observatoire du tourisme wallon.

Une section reprend, par région, pour 2001 et 2002, selon le pays d'origine de la clientèle (dont la Belgique), la fréquentation des différents types d'hébergement et le but du séjour. Mêmes analyses reprises par province. ! Ne prend pas en compte la durée du séjour !

BE - Wallonie

[http://observatoire.tourisme.wallonie.be/apps/spip/IMG/pdf/les\\_chiffres\\_2002.pdf](http://observatoire.tourisme.wallonie.be/apps/spip/IMG/pdf/les_chiffres_2002.pdf)

**Tendances du tourisme durant la saison d'hiver 2004/2005 - Statistiques en Bref, Numéro 43/2005.**

La publication annuelle donne pour 2003 et 2004, le nombre de nuitées par résident et non résident, dans les hôtels et établissements assimilés dans les différents pays de l'Union européenne (dont la Belgique). ! Ne prend pas en compte la durée du séjour ! Des études plus anciennes existent !

EU - Eurostat

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-NP-05-043/FR/KS-NP-05-043-FR.PDF](http://epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-NP-05-043/FR/KS-NP-05-043-FR.PDF)

5.1. tourisme culturel

**Les attractions touristiques : offre et fréquentation**, dans Observatoire du tourisme wallon. Chiffres pour 2000.

Donne le nombre d'attractions touristiques par province et le type d'attractions (dont châteaux et citadelles, demeures et monuments historiques, musées); la fréquentation de celles-ci (en nombre et pourcentages): par province et par type d'attractions; la région d'origine des visiteurs; l'évolution des fréquentations de 2000 à 2004. ! Ne prend pas en compte la durée du séjour !

BE - Wallonie

[http://observatoire.tourisme.wallonie.be/apps/spip/article.php3?id\\_article=20](http://observatoire.tourisme.wallonie.be/apps/spip/article.php3?id_article=20) (offre)

[http://observatoire.tourisme.wallonie.be/apps/spip/IMG/pdf/La\\_frequentation\\_des\\_attractions\\_touristiques.pdf](http://observatoire.tourisme.wallonie.be/apps/spip/IMG/pdf/La_frequentation_des_attractions_touristiques.pdf) (fréquentation)

**Le rapport 2003 de l'Observatoire du Tourisme**, Bureau de Tourisme et du MICE de Bruxelles. Observatoire du tourisme à Bruxelles.

Chapitre « les services culturels » : quantifie les visites guidées (selon la langue et selon qu'elles se font en groupe ou individuellement) et les fréquentations cumulées de musées et attractions touristiques, étudie le profil du visiteur selon région d'origine, âge, niveau d'étude, taille du groupe, source d'information, type d'hébergement et transport, activités lors du séjour (restaurant, tour de ville, rien, shopping, autres musées), satisfaction. ! Ne prend pas en compte la durée du séjour !

BE – Bruxelles

[http://www.brusselsdiscovery.com/newsimages/3761/rapportannuel2003\\_fr.pdf](http://www.brusselsdiscovery.com/newsimages/3761/rapportannuel2003_fr.pdf)

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur le temps utilisé pour « parc d'attractions, excursions et circuits touristiques ».

BE – INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

5.2. tourisme récréatif : parcs d'attractions, ...

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Comprend : « tickets et abonnements parcs d'attractions » pour le royaume et par région.

Même enquête disponible annuellement.

BE – INS

*INS/BM 2004*

**Les attractions touristiques : offre et fréquentation**, dans Observatoire du tourisme wallon. Chiffres pour 2000.

Donne le nombre d'attractions touristiques par province et le type d'attractions (dont centres récréatifs et parcs d'attractions); la fréquentation de celles-ci (en nombre et pourcentages): par province et par type d'attractions ; la région d'origine des visiteurs ; l'évolution des fréquentations de 2000 à 2004. ! Ne prend pas en compte la durée du séjour !

BE - Wallonie

[http://observatoire.tourisme.wallonie.be/apps/spip/article.php3?id\\_article=20](http://observatoire.tourisme.wallonie.be/apps/spip/article.php3?id_article=20) (offre)

[http://observatoire.tourisme.wallonie.be/apps/spip/IMG/pdf/La\\_frequentation\\_des\\_attractions\\_touristiques.pdf](http://observatoire.tourisme.wallonie.be/apps/spip/IMG/pdf/La_frequentation_des_attractions_touristiques.pdf) (fréquentation)

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999.

INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur : temps utilisé pour « parc d'attractions, excursions et circuits touristiques »

BE - INS

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à : excursion (ville, parc d'attraction).

IPB 1998

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

5.3. tourisme « nature » ou « repos », stations balnéaires, ...

**Les attractions touristiques : offre et fréquentation**, dans Observatoire du tourisme wallon. Chiffres pour 2000.

Donne le nombre d'attractions touristiques par province et le type d'attractions (dont nature, nautique,); la fréquentation de celles-ci (en nombre et pourcentages): par province et par type d'attractions ; la région d'origine des visiteurs ; l'évolution des fréquentations de 2000 à 2004. ! Ne prend pas en compte la durée du séjour !

BE - Wallonie

[http://observatoire.tourisme.wallonie.be/apps/spip/article.php3?id\\_article=20](http://observatoire.tourisme.wallonie.be/apps/spip/article.php3?id_article=20) (offre)

[http://observatoire.tourisme.wallonie.be/apps/spip/IMG/pdf/La\\_frequentation\\_des\\_attractions\\_touristiques.pdf](http://observatoire.tourisme.wallonie.be/apps/spip/IMG/pdf/La_frequentation_des_attractions_touristiques.pdf) (fréquentation)

**La mobilité gâche le plaisir des loisirs. Enquête sur le temps libre** dans *Test-achats*, N°478, Juillet-août 2004, pp. 38-39.

Article court donnant un aperçu des résultats de l'enquête Test-Achats. Propose quelques statistiques sur la fréquentation des Belges aux parcs de loisirs et les raisons pour lesquelles ils n'en fréquentent pas ou pas d'avantage.

BE – Test Achats

5.4. résidence secondaire

**Tourisme. Enquête voyage, 2004.** (enquête annuelle)

Donne en pourcentages l'évolution de l'hébergement en résidence secondaire de 2000 à 2004.

BE – INS

[http://statbel.fgov.be/pub/d7/p731y2004\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d7/p731y2004_fr.pdf)

### Enquête sur le budget des ménages - confort ménager (1997-1998).

Donne des chiffres pour 1997-1998, au niveau national et divisés par région avec une section pour les dépenses suivantes : « résidence secondaire en Belgique, à l'étranger, mobilhome ».

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/downloads/hbs1998c\\_fr.xls](http://statbel.fgov.be/downloads/hbs1998c_fr.xls)

### Etudes CIM: «Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».

Avec une section : « vos vacances » comprenant une section sur les séjours de courte durée (entre 1 et 4 nuits): fréquence et destination (Belgique ou étranger), type de logement (dont « résidence secondaire »), moyen de transport. Etude réalisée annuellement.

BE - CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

## 6. « Hobbies »

### CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l'enquête «Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».

Donne des chiffres pour les sections suivantes : « WE activities : hobbies », divisés par sexe, âge, classe sociale. Résultats fournis à titre d'exemple.

BE – CIM

#### 6.1. collections : philatélie, ...

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999.

INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur le temps utilisé pour «collectionner ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

#### A titre d'exemple :

Interview téléphonique de Mr Schittecatte, Président de la **Chambre Professionnelle des négociants en Timbres postes (CPN NTP)**.

BE -

Lister d'autres sujets de collection:

- |                    |                             |
|--------------------|-----------------------------|
| ? Numismatique     | ? Musique                   |
| ? Télécartes       | ? Jeux et jouets            |
| ? Livres et revues | ? Parfums / beauté          |
| ? BD               | ? Objets publicitaires      |
| ? Militarias       | ? Objets liés au tabac      |
| ? Vieux papiers    | ? Tout et n'importe quoi... |

Sites de collectionneurs : <http://www.multicollec.net/> ; <http://www.lecollectionneur.net/>

6.2. collections comme investissements : œuvres d'art, voitures de collection , ...

A titre d'exemple:

**Statistiques des visiteurs belges à l'une des plus importantes foires d'antiquité en Europe (TEFAF Maastricht) et proportion des acheteurs.**

Message envoyé par l'attaché de presse (février 2006) donnant pour les années 2002 à 2005, le nombre de visiteurs, le pourcentage de Belges et le pourcentage d'acheteurs.

BE -

**International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1998-2003. UNESCO Institute for Statistics: Montreal, 2005.**

Dans le chapitre "Imports & exports of core cultural goods", donne, par pays (dont la Belgique), la valeur totale des biens culturels importés (dont « heritage goods » et « visual art »).

UNESCO

[http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/IntlFlows\\_EN.pdf](http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/IntlFlows_EN.pdf)

6.3. brocantes, marchés, foires...

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps** . 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur : temps utilisé pour « kermesse ou foire ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

6.4. pêche, chasse, colombophilie, ...

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps** . 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur le temps utilisé pour « pêche ou chasse ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Comprend : « permis de pêche et de chasse » pour le royaume et par région.

BE – INS

*INS/BM 2004*

**Enquête sur la pêche et sur la gestion piscicole au sein de la Fédération des Sociétés de Pêche de l'Est et du Sud de la Belgique. 1994**

Donne, pour 1994, la répartition des pêcheurs en région wallonne selon leur profession, les caractéristiques du pêcheur moyen (âge, sexe, profession, expérience de pêche), le lieu, le moment, le temps et les dépenses consacrés (en permis, matériel et déplacements) et les raisons du choix de cette activité. Sonde l'opinion des pêcheurs sur cette activité et des sujets annexes.

BE-

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.**  
Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en CF. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession : les disciplines artistiques pratiquées dont la pêche.

BE –

*Sobemap 1995*

**Rapport sur la situation de la pêche intérieure en Belgique.** 1994

Mentionne le nombre d'adeptes de pêche récréative en eaux publiques et dans les étangs privés et suit l'évolution du nombre de pêcheurs depuis 1970, avec la répartition entre régions wallonne et flamande.

BE-

**Les permis de pêche en 2004 : vers les profondeurs abyssales ?** par Noël-Hubert Balzat dans *Le Pêcheur Belge*, Juin 2005.

Donne, pour la région wallonne, le nombre de petits permis (pêche du bord uniquement) et gros permis (en barque ou en entrant dans l'eau) pour 2004 (chiffres de la Direction Générale des Ressources Naturelles et de l'Environnement) et trace l'évolution du nombre de permis depuis 1986.

BE –

**A titre d'exemple :**

**Chiffres fournis par Royale Fédération Colombophile Belge pour 2004/2005**  
(Responsable de Coördination f.f., Patrick Marsille)

Fournit principalement le nombre de membres affiliés par province en 2004.

BE –

---

6.5. cuisine

---

**CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l'enquête «Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Donne des chiffres pour les sections suivantes : « WE activities : kitchen », divisés par sexe, âge, classe sociale. Résultats fournis à titre d'exemple !

BE – CIM

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec une question concernant le temps consacré et le degré de satisfaction des activités « cuisine ». Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.**  
Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession, les disciplines artistiques pratiquées dont la cuisine.

BE –

*Sobemap 1995*

6.6. bricolage, jardinage

Etudes CIM: **«Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Avec une petite section : « bricolage, jardinage et animaux domestiques ».

Etude réalisée annuellement

BE- CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l'enquête «Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Propose des chiffres pour les sections suivantes : « WE activities : gardening », divisés par sexe, âge, classe sociale. Même éléments que ci-dessus. Résultats fournis à titre d'exemple

BE – CIM

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps.** 1999.

INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur le temps utilisé pour « autres hobbies techniques, jardinage au potager, soigner plantes de jardin tondre, ...

BE - INS

INS/TOR 1999

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose dans *Backstage special Life Time* '98,** décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à : travaux de jardin (et plantes de balcons), petit bricolage (tricot, entretien).

BE - IPB

IPB 1998

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats.**

Avec une question concernant le temps consacré et le degré de satisfaction des activités « jardinage, bricolage, etc. ». Seul le questionnaire est disponible.

BE – Test Achats

*Test Achats 2003*

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.** Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillées d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne interrogée et de son père) et la profession, les disciplines artistiques pratiquées dont le bricolage et la décoration d'intérieur.

BE –

*Sobemap 1995*



**L'Observateur Cetelem 2006. Le baromètre européen: L'état d'esprit général des Européens.**

Données européennes, y compris pour la Belgique (2004 et 2005) sur les intentions d'achat en pourcentages pour (entre autres): équipement pour bricoler ou jardiner. Etudes similaires existent annuellement depuis 2001.

FR- Cetelem

<http://www.observateur-Cetelem.com/observateur/>

**L'Observateur Cetelem. Les marchés européens : la consommation des ménages sur les grands marchés européens. 2006.**

Avec un chapitre sur « le marché du bricolage » qui donne : le marché (en euro pour 2003), le budget moyen par ménage et l'évolution des intentions d'achat 2005 – 2006, pour les principaux pays européens dont la Belgique. Etudes similaires existent annuellement depuis 2001.

EU – Cetelem

[http://www.observateur-Cetelem.com/observateur/2006/pdf/ctlmobs\\_marches\\_06.pdf](http://www.observateur-Cetelem.com/observateur/2006/pdf/ctlmobs_marches_06.pdf)

6.7. couture, tricot, ...

**Hondt, Hans d': Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps. 1999.**

INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur le temps utilisé pour « travail à l'aiguille (tricot, crochet) ».

BE – INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Les pratiques culturelles et l'apprentissage artistique en Communauté française.**

Listings, grand public – Ventilation 2. Sobemap Marketing, Décembre 1995.

Résultats très détaillés d'une enquête (nous disposons aussi du questionnaire) sur les opinions, les attentes et les pratiques artistiques en Communauté française. Donne, selon le niveau d'instruction (de la personne et de son père) et la profession, les disciplines artistiques pratiquées dont la couture.

BE –

*Sobemap 1995*

**Loisirs créatifs. Des pratiques à la portée de tous.** Article de Marianne Bailly dans *LSA*, 15 janvier 2004, N°1843

Cite la consommation de produits de loisirs créatifs divisés en produits pour : beaux-arts, encadrement et cartonnage, activités manuelles et décoratives, travail d'aiguille, tissus et patchwork, écriture et dessin, et l'évolution de cette consommation de 2000 à 2002.

FR –

6.8. animaux domestiques

**La Belgique des chiens et des chats + Update 2001. Nombre de chiens et de chats dans les ménages** dans *Info Flash* n°37, 9 avril 2003.

Donne, pour 2001, par région : le nombre de chiens et de chats + une moyenne par habitant et le pourcentage de ménages en possédant ; les dépenses moyennes par ménage (voir enquête sur les budgets !)

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/press/fl037b\\_fr.asp](http://statbel.fgov.be/press/fl037b_fr.asp)

**Les animaux de compagnie.** Etude CRIOC, 2006.

Fournit le taux de possession (en pourcentages) et le nombre d'animaux domestiques possédés par région, par tranche d'âge, par taille du ménage, en fonction du lieu de résidence (petite localité, commune rurale, ville), par groupe social et région linguistique; le profil des personnes ; le type d'animal ; ces différents critères sont repris pour la possession de chien, chat, rongeur ; donne le chiffre d'affaires global du marché des produits pour animaux de compagnie en Belgique.

BE - CRIOC

<http://www.oivo-crioc.org/textes/pdf/1631.pdf>

Etudes CIM: **«Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements ».**

Avec une petite section : « bricolage, jardinage et animaux domestiques (divisé en chiens et chats)».  
Etude réalisée annuellement.

BE - CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Comprend : « animaux domestiques, d'agrément, nourriture pour, accessoires pour, promenade avec le chien...», pour le royaume et par région.

BE – INS

*INS/BM 2004*

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999.

INS, Bruxelles, 2002

Avec une ligne sur le temps utilisé pour « jouer avec les animaux domestiques ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Les décisions dans le couple en Belgique :** Les loisirs (acquisition d'un animal de compagnie (chien, chat), sélection d'un film au cinéma, d'un programme TV dans *MVConsult.be*

Statistiques datant de décembre 2002, concernant uniquement la décision conjointe ou non de posséder un chien ou un chat.

BE -

[http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/C\\_loisirs.htm](http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/C_loisirs.htm)

6.9. mots croisés et autres jeux solitaires
---

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999.

INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur le temps utilisé pour « mots croisés, jeux cartes solitaires, jeux solitaires puzzle, ... »

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**A titre d'exemple :**

Informations données par la **Royal Association Belge des Cruciverbistes.**

Donne le nombre de membres, leur sexe, âge, ... Voir aussi <http://www.mots-croises.be/club.php>

BE –

6.10. fans clubs et supporter actifs

Néant !

7. Activités sociales, d'engagement et de participation :

7.1. activités « sociales »

7.1.1. rendre visite à / recevoir des parents, amis, ...

**Enquête de Santé par Interview, Belgique, 2001. Livre 6. 5: Santé et société, 5.5. Santé Sociale.** Service d'Epidémiologie, 2002; Bruxelles, Institut Scientifique de Santé Publique, IPH/EPI REPORTS N° 2002 – 22, Numéro de dépôt: D/2002/2505/39.

Les indicateurs suivants sont retenus: la satisfaction vis-à-vis des contacts sociaux; la fréquence des contacts sociaux; la taille du réseau relationnel; la disponibilité d'un support social instrumental (aide concrète en cas de besoin) et la qualité du support social fonctionnel (entourage assurant plusieurs types de soutien). Avec subdivisions homme/femme, pour le royaume et par région.

BE -

<http://www.iph.fgov.be/epidemio/epifr/crospfr/hisfr/his01fr/his55fr.pdf>

Etudes CIM: «**Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements** » qui fait partie de l'étude « **Produits-Attitudes** ».

Avec une question sur la fréquence pour : recevoir des amis ou être invité chez des amis pour un repas.

BE- CIM

Questionnaire = [http://www.cim.be/agora/trek/cim\\_QAA\\_2004\\_fr.pdf](http://www.cim.be/agora/trek/cim_QAA_2004_fr.pdf)

**CIM – Activités 2005 : résultats partiels de la section LOISIRS de l'enquête «**Votre style de vie, vos habitudes de consommation, vos équipements** ».**

Propose des chiffres pour les sections suivantes : « receive / invite friends », divisés par sexe, âge, classe sociale. Même information que dans l'étude précédente. Résultats fournis à titre d'exemple !

BE – CIM

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur le temps utilisé pour « contacts sociaux, mariages, anniversaires, fêtes de famille, fêtes avec des amis, parler / discuter, téléphoner, écrire, boire quelque chose ensemble, ... ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à : visiter ou recevoir parents / amis / voisins.

BE - IPB

*IPB 1998*

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**La Belgique des fêtes et des cadeaux de Noël** dans *MVConsult.be*, Les Belges, comportements et attitudes.

Données très partielles pour 2002, sur les occasions de fête en Belgique (Noël, nouvel an, anniversaires.. et soirées entre amis) et la proportion de la population fêtant Noël en famille.

BE -

<http://www.mvconsult.be/Marketing/RecMar/Studies/etudes/belgique/BEL3.htm>

**Onze ans de vie en Belgique. Analyses socio-économiques à partir du Panel Démographique Familial** par René Doutrelepon, Dimitri Mortelmans et Marie-Thérèse Casman. ULg et Universiteit Antwerpen, Academia Press, 2004.

Dans la section Société, le chapitre sur les « déterminants sociologiques des relations intergénérationnelles », fournit des données sur : la fréquence des visites intergénérationnelles au sein des familles selon le sexe, l'âge, le niveau d'étude, la situation conjugale et la situation professionnelle et étudie le lien de ces visites avec : les rencontres avec le voisinage, avec des amis, les autres activités (sportives ou créatives).

BE –

**Rapport réalisé par La Ligue des Famille sur la gestion des temps sociaux**, à la demande de Mme Onkelinx, Ministre de l'Emploi en 2003.

La troisième partie présente les résultats d'une enquête réalisée auprès des membres de la *Ligue des Familles* sur l'articulation des temps : enquête conciliation des temps, avec un chapitre sur l'aménagement du temps de travail en fonction de la charge parentale (avec l'articulation entre vie familiale et horaires de travail) et la satisfaction par rapport à cette répartition du temps.

BE –

#### 7.1.2. jeux de société et jeux de rôles

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur le temps utilisé pour « hobby et jeux, jeux non spécialisés, jeux de société pour enfants, autres jeux pour enfants, jeux de cartes en société ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Enquête Budgets des ménages 2001. Répartition des dépenses des ménages par région.**

Comprend : « jouets, jeux de société », pour le royaume et par région.

BE - INS

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p322y2001\\_fr.xls](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p322y2001_fr.xls)

**Les investissements éducatifs (scolaires, culturels et sportifs) des familles** dans *Faits & Gestes*, 1, Septembre 2000.

Fournit de nombreux chiffres sur le budget des ménages pour les différentes dépenses culturelles (dont achat de jeux de société).

BE – CFWB

[http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG\\_2000/faits\\_&\\_gestes\\_1.pdf](http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2000/faits_&_gestes_1.pdf)

L'étude complète ayant mené à ces résultats =

Daniel vander Gucht : **Les investissements éducatifs des familles en Communauté française** dans *Revue de l'Institut de Sociologie*, ULB, 1995/ 3-4, pp.223-273.

Donne la moyenne annuelle dépensée par les ménages pour les jeux de société avec le pourcentage de ménages dépensant plus de 120€/an. Etablit un lien entre les revenus et diplômés et les parents qui jouent avec leurs enfants.

BE -

ULB 1995

### **A titre d'exemple :**

**Chiffres concernant le Bridge**, donnés par la Fédération Nationale de Bridge, Janine Ropsy Secrétaire FBB, Janine Ropsy, 14.02.06

Donne le nombre de membres (francophones et néerlandophones), sexe, tranche d'âge et nombre d'activités.

BE –

7.2. mouvements de jeunesse
-----------------------------

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999.

INS, Bruxelles, 2002.

Avec une ligne sur le temps utilisé pour « réunions et manifestations d'une organisation de jeunesse».

BE - INS

INS/TOR 1999

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

### **A titre d'exemple :**

**Quelques chiffres** fournis par Géraldine Godart, Présidente fédérale, **Fédération Nationale des Patros Féminins**.

Donne, au 1<sup>er</sup> janvier 2006, le nombre de groupes locaux, de membres, d'activité et le budget annuel (avec division pour filles / garçons).

BE –

**Quelques chiffres** fournis par Hélène Malaise, Observatoire des Unités, **Guides catholiques** de Belgique.

Donne les chiffres annuels de 2001 à 2005, par région, pour le nombre de membres (suivant les groupe d'âge) et de staff.

BE –

**Quelques chiffres** fournis par Stéphane Boulanger, Chargé de relations, **Les Scouts**.

Donne le nombre de membres en 2006 et 10 ans plus tôt. Dispose de plus de statistiques qu'il peut fournir sur demandes « précises ».

BE –

---

7.3. vie associative / Bénévolat

7.3.1. associations/activités à finalité sociale, humanitaire, de solidarité quotidienne ou « citoyenne »

Defourny, Jacques et Patrick Develtere : **Le Secteur associatif en Belgique : Une analyse quantitative et qualitative**. Centre économique et social de l'Université de Liège et Hoger Instituut voor de Arbeid Katholieke Universiteit Leuven, 2005. Publié par la Fondation Roi Baudouin.

Fournit le nombre d'ASBL avec bénévolat, la contribution des bénévoles, la répartition des associations suivant secteurs d'activité, l'apport volontaire des ménages en dons et en bénévolat.

BE –

<http://www.kbs-frb.be/files/db/fr/PUB%5F1562%5FAssociatif%5Fanalyse.pdf>

Hondt, Hans d' : **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur le temps utilisé pour « activités sociales » comprenant dans « activités participatives » : bénévolat non spécifié, membre d'un comité, travail administratif ou comptabilité, préparation ou aide liée à des activités, etc., soins à des personnes âgées, malades ou invalides, etc.

Activités pour organisation de protection de l'environnement, de protection des animaux.

BE - INS

INS/TOR 1999

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à s'occuper d'autrui / bénévolat.

BE - IPB

IPB 1998

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Capital Social et bénévolat** par Paul-Marie Boulanger et Philippe Defeyt dans *Indicateurs pour un développement durable*, N°2004-4 (septembre – octobre 2004).

Etude de 2004 donnant le nombre d'heures / an d'engagement social par région, selon le sexe, la situation par rapport à l'emploi, le niveau d'étude, l'âge ; la division de l'engagement social en bénévolat et militance par région, selon le sexe, la situation par rapport à l'emploi, le niveau d'étude. Subdivision des activités bénévoles en organisation de jeunesse, service de personnes, organisation sociale, ...

BE –

<http://www.iddweb.be/>

**Le volontariat, un continent méconnu** par Christian Van Rompaey, dans *En Marche, le journal de la mutualité chrétienne*, 20 Janvier 2005.

Cite le nombre de volontaires actifs en Belgique francophone et leur désir d'accroître leur activité ainsi que le nombre de personnes qui envisagent de le devenir.

BE –

**Enquête 2003 sur les activités de loisirs & de temps libre.** Enquête réalisée par l'Association des Consommateurs **Test Achats**.

Avec une question concernant le temps consacré et le degré de satisfaction des activités « voisinage / collectivités ». Seul le questionnaire est disponible.

BE – Tests Achats

*Test Achats 2003*

Defourny, Jacques et M. Marée: **Le secteur non marchand en Belgique. Analyse conceptuelle et statistique.** Bruxelles, Fondation Roi Baudouin, 2001.

Avec une bonne information chiffrée sur les établissements du secteur de l'action sociale (par région et divisé en public et privé) : leur offre, les utilisateurs et les financements.

BE –

<http://www.kbs->

[frb.be/files/db/fr/PUB%5F1231%5FAnalyse%5Fconceptuelle%5Fet%5Fstatistiques.pdf](http://frb.be/files/db/fr/PUB%5F1231%5FAnalyse%5Fconceptuelle%5Fet%5Fstatistiques.pdf)

**Listing des ASBL par INS.**

Divisé par secteur activité et nombre d'employés, pour la Belgique et par région (lecture difficile : la majorité des ASBL sont classées « sans activités » (26.574 sur 36.062 !)

BE- INS

---

7.3.2. réunions/activités syndicales et politiques

---

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps.** 1999. INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur le temps utilisé pour « activités sociales » comprenant dans « activités participatives » : réunions et manifestations d'une organisation politique.

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**Le taux global de syndicalisation**, extrait de :

Arcq, E et Aussems, M. : **Implantation syndicale et taux de syndicalisation (1992-2000).** Bruxelles, CRISP, 2002

Donne l'évolution du taux global de syndicalisation (de 1992 à 2000), sans faire mention des activités syndicales.

BE – CRISP

**Enquête sur le budget des ménages 2004.**

Donne une ligne pour « cotisation aux syndicats, partis politiques ».

BE - INS

*INS/BM 2004*

7.4. pratiques religieuses

Hondt, Hans d': **Emploi du temps et les loisirs. Enquête sur l'emploi du temps**. 1999.  
INS, Bruxelles, 2002.

Avec une section sur le temps utilisé pour « cérémonies et pratiques religieuses, activités religieuses et prières privées, visites au cimetière, enterrement ».

BE - INS

*INS/TOR 1999*

[http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a\\_fr.pdf](http://statbel.fgov.be/pub/d3/p341y1999a_fr.pdf)

**La Belgique à mille temps : Le Belge moyen, les clichés, les osmose** dans *Backstage special Life Time '98*, décembre 1998.

Le Belge moyen à travers 51 activités, les différences Nord/Sud, homme/femme, actif/inactif, typologie comportementale. Donne notamment le temps (du lundi au vendredi) et le budget consacré à aller à l'office religieux / prier.

BE - IPB

*IPB 1998*

[http://www.ipb.be/upload/album/AP\\_148.pdf](http://www.ipb.be/upload/album/AP_148.pdf)

**Etudes relevant d'un sentiment d'appartenance religieuse mais ne fournissant pas un taux d'activité !**

**Sentiment d'appartenance religieuse en Wallonie et A Bruxelles.** Sondages «Dedicated Research» pour *Le Soir* (avril 2005) et Sonecom pour *La Libre Belgique/Dimanche* (novembre 2005) - article *Le Soir* 11/12 février 2006.

BE -

Voir chiffres de « **The Europa World Year Book 2000** ». 2 vols .

Donne des chiffres pour chaque religion en Belgique en 1997.

BE -

**Relevé des statistiques religieuses** concernant la pratique dominicale, les baptêmes, les mariages religieux et les enterrements religieux en Belgique entre 1983 et 1998.

Service Interdiocésain d'Information & de Presse (SIPI).

Avec division Bruxelles, Wallonie et Flandre.

BE -

**Info approximatives fournies par téléphone par le Porte-parole de l'Eglise Protestante Unie de Belgique** (Mars 2006).

Nombre de membres des églises réformées et églises évangéliques.

BE -



### iii. Bibliographie sélective

Divisée suivant :

1. Ouvrages généraux
  - 1.1. La culture
  - 1.2. La culture en Belgique
  - 1.3. La culture en France
  - 1.4. La culture au Canada
  - 1.5. La culture en Suisse
  - 1.6. La culture dans le monde anglo-saxon
2. Loisirs médiatiques et domestiques
  - 2.1. Radio, télévision, Internet, consoles de jeux
  - 2.2. Lecture
  - 2.3. Presse
  - 2.4. Musique
3. Sorties
4. Pratiques amateurs et éducation & formation continue
5. Tourisme
6. Hobbies
7. Activités sociales, d'engagement et de participation

#### 1. Ouvrages généraux

Gauthy-Sinechal, Martine & Marc Vandercammen: **Etudes de marchés. Méthodes et outils.** Paris/Bruxelles, De Boeck Université, Coll. "Perspectives Marketing", 1998, 448 p.

Grunig, James E. : **Managing Public Relations.** Holt : Rinehart and Winston Inc, 1984.

Vandercammen, Marc et Martine Gauthy-Sinechal: **Recherche marketing. Outil fondamental du marketing.** Paris/Bruxelles, De Boeck Université, Coll. "Perspectives Marketing", 1999, 482 p.

Vandercammen, Marc : **Quelle est la responsabilité du consommateur** dans *Du Côté des Consommateurs*, numéro 127, 2003.

1.1. La culture

Batz, Jean-Claude : **La culture est un enjeu de civilisation**. Analyse PAC (Présence et action culturelles), 2005.

Beaucamp, Sabine : **Les seniors et la culture : habitudes, plaisirs et dépendances**. Analyse PAC (Présence et action culturelle), 2005

Bellavancece, Guy (dir.) : **Démocratisation de la culture ou démocratie culturelle. Deux logiques d'action publique**. Québec, Les presses de l'Université Laval, 2000.

Bloche, Patrick, Gauchée, Marc et Emmanuel Pierrat : **La culture quand même ! Pour une politique culturelle contemporaine**. Paris, Mille et une nuits, 2002.

Bourdieu, Pierre : **La distinction. Critique sociale du jugement**. Paris, Les Éditions de Minuit, 1979.

Broek, A. Van den et J. de Haan: **Cultuur tussen competentie en competitie : contouren van het cultuurbereik in 2030**. Amsterdam: Boekmanstudies/Sociaal en cultureel Planbureau, 2000.

Coorebyte, V. de : **Le pacte culturel**. Bruxelles, CRISP, 2003, 98p.

Coulangeon, Philippe : **Sociologie des pratiques culturelles**. Paris, La découverte, 2005.

Coulangeon, Philippe: **Le rôle de l'école dans la démocratisation de l'accès aux arts**, dans *Revue de l'OFCE (Observatoire français des conjonctures économiques)*, numéro 86, 2003.

**Culture et émancipation sociale**. Actes du colloque du 10 juin 1998, Centre Culturel d'Auderghem.

Donnat, Olivier: **Regards croisés sur les pratiques culturelles**. Paris, La documentation française, 2003.

Donnat, Olivier et Paul Tolila (dir.) : **Le(s) public(s) de la culture. Politiques publiques et équipements culturels**, Paris, Presses de Sciences Politique, 2003.

Donnat, Olivier : **La féminisation des pratiques culturelles** dans *Développement culturel, Bulletin du département des études, de la prospective et des statistiques*. Numéro 147, Juin 2005.

Eijck, K. Van , J. de Haan & W. Knulst: **Snobisme hoeft niet meer. De interesse voor hoge cultuur in een smaakdemocratie**, dans *Mens & Maatschappij*, numéro 77 (2), Amsterdam, 2002, pp.153-177.

Évrard, Yves : **Comprendre le comportement de consommation culturelle**. Groupe HEC. Dans Colloque : *Les statistiques face aux défis de la diversité culturelle dans un contexte de globalisation*, Paris, Montréal, Octobre 2002.

Fabiani, J.-L. : **Peut-on encore parler de légitimité culturelle ?** Papier présenté au colloque : *Le(s) Public(s). Politiques publiques et équipements culturels*, Paris, 28-30 novembre 2002. Publié dans *Les publics de la culture. Politiques publiques et équipements culturels*, Donnat, O. et Tolila, P. (dirs). Presses de la Fondation des Sciences Politiques, 2003.

Galland, O. : **Individualisation des mœurs et choix culturels**, dans *Les publics de la culture. Politiques publiques et équipements culturels*, par Donnat, O. et Tolila, P. (dirs). Presses de la Fondation des Sciences Politiques, 2003.

Gans, Herbert: **Popular Culture and High Culture: An Analysis and Evaluation of Taste**, New York, Basic Books, 1999.

Jaumain, Michel : **Élaboration de statistiques et indicateurs culturels au sein d'un État fédéral : le cas de la Belgique**. Dans Colloque : *Les statistiques face aux défis de la diversité culturelle dans un contexte de globalisation*, Paris, Montréal, Octobre 2002.

Juanals, Brigitte : **La culture de l'information. Du livre au numérique**, Paris, Hermès science publications – Lavoisier, 2003.

**La culture et ses publics. Regard sur les thèses de Bernard Lahire et sur nos politiques culturelles**. Actes du colloque organisé par la DG Culture à Bruxelles le 14 octobre 2004.

Lahire, Bernard : **L'homme pluriel. Les ressorts de l'action**. Paris, Arman Colin, 1998 (2005).

Lahire, Bernard : **La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi**. Paris, La Découverte, 2004.

Lebon, France, Michel Guérin et Dominique Nalpas (intro) : **Culture et citoyenneté. Pour un développement culturel durable**. Collection Culture, Education Permanente, N°6. Bruxelles, Ministère de la Communauté française, 2002.

Lewis, Justin, Sanna Inthorn et Karin Wahl-Jorgensen: **Citizens or Consumers? The Media and the Decline of Political Participation**. London, McGraw Hill - Open University Press, 2005

Lucchini, F. : **La culture au service des villes**. Collection Ville, Anthropos, 2002.

Luna, Eric : **Connaître et évaluer les publics de la culture**. Stics Asbl, Bruxelles 2004.

Matarasso, François : **Recognising Culture. A series of briefing papers on culture and development**. London : Published in partnership by Comedia, the Department of Canadian Heritage and UNESCO with support from the World Bank, 2001.

**Nouvelles technologies et culture**. *Les Cahiers de l'éducation permanente de PAC* (Présence et action culturelle) N°05, 1998.

Octobre, Sylvie : **Les loisirs culturels des 6-14 ans**. Ministère de la culture, 2004.

**Participation culturelle et sportive : moyen d'épanouissement social. Nouvel horizon pour les CPAS.** Actes du colloque, 27 avril 2004, Bruxelles, Culture et Démocratie.

Pronovost, G : **Médias et pratiques culturelles.** Grenoble, PUG, 1999.

Rees, K. Van, J. Vermunt & M. Verboord : **Cultural classifications under discussion. Latent class analysis of highbrow and lowbrow reading**, dans *Poetics*, 26, 1999. pp. 349-365.

Rioux, Jean-Pierre et Jean-François Sirinelli (dir.) : **La culture de masse en France. De la Belle Époque à aujourd'hui.** Paris, Fayard, 2002.

Ronsse, Jean-Michel : **Média marketing.** Editions De Boeck, 1992.

Rouot, Claude et Pierre Mayol (dir.) : **Démocratisation culturelle, diversité culturelle, cohésion sociale**, dans *Culture & recherche*, 106-107, 2005. Paris, Ministère de la culture et de la communication, pp. 8-60.

Sylvestre, Jean-Pierre : **Toutes les pratiques culturelles se valent-elles ?** dans *Hermès - Cognition, communication, politique*, numéro 20 (1 septembre 1998), CNRS.

Thoveron, G. : **Temps libre et pratiques culturelles.** Liège, Mardaga, 1995.

Toffler, Alvin : **La troisième vague.** Denoel, 1980.

Vandercammen, Marc et Martine Gauthy Sinéchal: **Recherche marketing. Outil fondamental du marketing.** De Boeck Université, 1998.

Vincent, A. et M. Wunderle : **Les acteurs économiques de la culture.** Bruxelles, CRISP : 2002, 136p.

Voorpostel, M. & T. van der Lippe : **Jongeren en cultuur. Een verklaring voor verschillen in deelname aan elitaire en populaire cultuur**, dans *Mens & Maatschappij*, 76 (3), Amsterdam, 2001. pp.202-220.

Wasseige, Alain de et Guillaume Dendreau: **Enjeux de la créativité : réflexions et perspectives.** Bruxelles, Communauté française, Direction générale de la culture, 2003.

## 1.2. La culture en Belgique

**Annuaire de l'Audiovisuel 2005.** Bruxelles : Communauté française de Belgique, Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias, 2005. 2 volumes.

**Belge toujours. Fidélité, stabilité, tolérance. Les valeurs des Belges en l'an 2000.** Bruxelles, Fondation Roi Baudoin, 2000.

Bouillin-Darteville, R. et autres : **Temps libre et pratiques culturelles dans la Communauté française de Belgique**. Liège, Mardaga, 1991.

Champs, Guy du : **Détente & loisirs en Belgique**. Bruxelles, Reader's Digest, 1990.

Collectif : **Loisirs actifs en Belgique**. Tielt, Lannoo, 2005.

Delruelle-Vosswinkel, Nicole : **Les pratiques culturelles: quels devenir ?** Octobre 1987.

Direction générale de la culture: **Guide culture de la Communauté française de Belgique**. Bruxelles, Ministère de la Communauté française, 2002.

Lahaye, Martine (dir.) : **La culture dans la Communauté française. Les politiques culturelles développées par la Direction générale de la Culture**. Bruxelles, Ministère de la Communauté française de Belgique, 2004.

**Les Pratiques culturelles dans la Communauté française. Principaux résultats de l'enquête quantitative**. Etude réalisée à la demande de la Communauté française par l'Institut de Sociologie de l'Université Libre de Bruxelles et par l'Unité de Recherches Sociologiques de l'Université Catholique de Louvain, 1985.

**Les Pratiques culturelles dans la Communauté française. Quelques analyses approfondies**. Etude réalisée à la demande de la Communauté française par l'Institut de Sociologie de l'Université Libre de Bruxelles. 2 volumes, 1986.

Nicolas, Bruno : **Les pratiques culturelles dans la Communauté française. Du général au particulier : analyse de certains milieux spécifiques, les foyers culturels** (MEM T11677), Mémoire ULB, 1988.

**Rapport réalisé par La Ligue des Famille sur la gestion des temps sociaux**, à la demande de Mme Onkelinx, Ministre de l'Emploi en 2003.

Remoortere, Julien Van: **Le guide Ippa des loisirs en Belgique**. Tielt, Lannoo, 1993.

Stichele, Alexander Vander et Rudi Laermans : **Cultuurparticipatie in Vlaanderen: een toetsing van de these van de culturele omnivoor**, in *Tijdschrift voor sociologie*, volume 25, nr 2, 2004.

**3de dag van de cultuurcommunicatie**: "Publiek in beeld" par Bart Decoster, 13/12/05, Gent.

### 1.3. La culture en France

Donnat, Olivier : **Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme.** Paris, La Découverte, 1994.

Donnat, Olivier : **Les pratiques culturelles des Français: Enquête 1997.** Paris, La Documentation française, 1998.

Dumartin, Sylvie : **Loisirs culturels 1999-2002 : indicateurs sociaux annuels / INSEE.** Paris, 2004.

Hersent, Jean-François : **Les pratiques culturelles adolescentes. France, début du troisième millénaire.** Dossier *Les adolescents*, BBF 2003 - Paris, t. 48, n° 3.

**Enquête - Livres, CD, films : l'industrie culturelle est dans le rouge.** Article paru dans *Le Monde*, 16.02.2006

### 1.4. La culture au Canada

Berger, Jean du : **Grille des pratiques culturelles.** Québec, Septentrion, 1999.

Baillargeon, Jean-Paul: **Les Pratiques Culturelles des Québécois: Une autre image de nous-mêmes.** Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1986.

Footé, John : **La consommation et la participation culturelles.** Ministère du Patrimoine canadien, Recherche et analyse stratégiques, Québec, 2002.

Garon, Rosaire et Micheline Collin : **Les pratiques culturelles des Québécoises et des Québécois. Dossier statistique.** Québec, Ministère de la Culture et des Communications, 2000.

Garon, Rosaire : **Transformation des pratiques culturelles et questionnement des politiques culturelles.** Gatineau (Québec), Ministère de la Culture et des Communications, 2003.

Macé, Marielle: **Pratiques culturelles et classes populaires.** Information publiée le 11 février 2005 dans *Globe*.

### 1.5. La culture en Suisse

**Enquête sur les pratiques culturelles dans le canton de Genève.** Réalisée pour le Département de l'instruction publique, l'Association des Communes genevoises, Genève et le Département des affaires Culturelles, Genève, par l'Institut M.I.S. Trend SA, Lausanne, 2004.

### 1.6. La culture dans le monde anglo-saxon

Collectif: **La consommation culturelle dans le monde anglo-saxon.** Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2000, 493 p.

Rittau, Andreas : **Interaction Allemagne-France, les habitudes culturelles d'aujourd'hui en question.** Paris, L'Harmattan, 2003.

## 2. Loisirs médiatiques et domestiques

### 2.1. Radio, télévision, Internet, consoles de jeux

Abramowicz, Edouard : **Vingt ans de consommation en Belgique au travers du CIM multimédia-produits, 1993-1994.** Mémoire IHECS.

Balle, Francis : **Médias et Sociétés – De Gutenberg à Internet. Presse, Edition, Cinéma, Radio, télévision, télécommunication, CD-Roms, Internet, Réseaux multimédias.** Montchrestein, E.J.A., 1997, 8<sup>o</sup> édition, 821p.

Chéruy, Claude: **Média Compedium. Société d'information.** INS, Bruxelles, 2001.

Dumont, Hugues et Alain Strowel (dir.) : **Politique culturelle et droit de la radio-télévision.** Bruxelles, Facultés Universitaires Saint-Louis, 1998.

**La télévision ADSL s'annonce,** dans *Backstage* N°19, décembre 2004.

**Le magnétoscope numérique : future star de Noël ?** dans *Backstage* N°19, décembre 2004.

Marinho Goncalves, Naàlia : **L'éducation aux médias en Communauté française de Belgique : l'opération « ouvrir mon quotidien ».** Mémoire ULB (MEM T26101), 2004.

Peeters, Olivier : **Etude comparative des initiatives d'éducation aux médias en Communauté française de Belgique et en France.** Mémoire ULB (MEM T26094), 2004.

Vangénéberg, Anne : **Télévision, jeux vidéo et lecture : pratiques culturelles et enfance.** Mémoire UCL (L 29928), 1998.

## 2.2. Lecture

Baudelot, Christian, Marie Cartier et Christine Detrez : **Et pourtant, ils lisent...** Seuil, 1999.

Lecomte, Yvette et autres : **Dossier : évaluer une bibliothèque. Le projet de la Communauté française**, dans *Lectures, La revue des bibliothèques*, 143, Nov- Décembre 2005.

Lentzen, E. : **Le livre dans la Communauté française**. Bruxelles, CRISP, 1990, 23p.

**Les adolescents, la lecture et le roman**, dans *Les cahiers du CLPCF*, N°7, 2004

**Lire ou ne pas lire : état de la question**, dans *Les cahiers du CLPCF*, N°4, 2003.

**Pratiques et attitudes face à la lecture** dans *Les cahiers du CLPCF*, N°3, 2002.

## 2.3. Presse

Lentzen, E. : **La presse hebdomadaire francophone**. Bruxelles, CRISP, 1996, 28p.

Lentzen, E. : **La presse quotidienne francophone**. Bruxelles, CRISP, 1996, 53p.

## 2.4. Musique

Bueken, Grégory : **Promotion de la musique traditionnelle par le biais de la Médiathèque de la Communauté française de Belgique : étude qualitative**. Mémoire UCL (L 34531/v.1 / L 34531/v.2), 2004.

Eijck, K. Van : **Social differentiation in musical taste patterns**, dans *Social Forces*, numéro 79 (3), 2001, pp 1163-1185.

Seys, Pascal : **Acces ; Quels publics pour la musique classique?** Sprimont, Pierre Mardaga, 2003. Colloque international 6-9 juin 2002, Bruxelles, 302 pp.

## 3. Sorties

Beumier, M. et N. Brynaert : **Les établissements scientifiques fédéraux**. Bruxelles, CRISP, 2004, 84p.

Bogen, Michel et Isabelle Collard : **Situation du théâtre francophone en Région bruxelloise**. Bruxelles, Théâtre Le Public, 1996.

**Crise du théâtre et théâtre en crise**. Ouvrage collectif. Bruxelles, éditions ARC et Labor, 2000.



Campion, Xavier : **Mémoire sur le théâtre à Bruxelles** – IHECS, 2000.

Dubois, Nancy et Dominique Dewind : **Annuaire du spectacle de la Communauté française de Belgique 2002-2003**. Bruxelles, Archives et Musée de la Littérature, 2004.

**Calendriers des fêtes de fin d'année et des carnivals 2005-2006**. Office Promotion Tourisme, Wallonie / Bruxelles, 2005.

**Etats généraux de la culture – Secteur de la danse – Séance du 18 janvier 2005** dans *États généraux de la culture*, Support au débat, secteur de la danse.

Fraikin, Jean (dir.) : **Le Colloque de Stavelot. Folklore vivant et identité collective**, dans *Tradition Wallonne*, numéro 21. Bruxelles, Ministère de la Communauté française de Belgique : 2004.

Guy, Jean-Michel, Florianne Gabert et Marc Legrain : **Enquête sur un public du théâtre de rue et théâtre forain**. Eunetstar - Culture 2000. Promotion des arts forains. Observatoire des politiques culturelles, 2004.

Jaumain, M. : **La régulation publiques des arts de la scène**, 1980-1997. Bruxelles, CRISP : 1997, 60p.

Jaumain, M. et JC Declerck : **Les théâtres en Communauté française. Données socio-économiques, 1984-1989**. Bruxelles, CRISP, 1990.

**Le Nomade. Guide des arts de la rue, arts du cirque et arts forains en Communauté Wallonie-Bruxelles** (Belgique francophone). Edition 2006-2007. Bruxelles, Olé Olé, 2005.

**Les activités récréatives en forêt : entre initiative des acteurs locaux et mise en place d'une politique régionale**. Journée d'étude : Gembloux, Espace Senghor, 16 septembre 2005, 66p.

**Les parcs naturels, naturellement**, dans *Les Cahiers de l'éducation permanente de PAC* (Présence et action culturelles), N°17, 2002.

Mairesse, F. : **La politique des musées en Communauté française**. Bruxelles, CRISP, 1999.

Mairesse, F. : **Le droit d'entrée au Musée**. Edition Labor, 2005.

#### 4. Pratiques amateurs et éducation & formation continue

Arcq, E. et P. Blaise : **L'éducation permanente en Communauté française**. Bruxelles, CRISP, 1996, 27p.

**Clé pour ... Le congé-éducation payé**. Bruxelles, Direction générale Emploi et Marché du travail, 2005.

Cloes, Marc et John Vincke : **Développer les liens, améliorer l'accès. Une exploration de l'impact social du sport.** Rapport. *Société & Sport*. Bruxelles, Fondation Roi Baudouin, 2004.

Corijn, Eric : **Sport : de l'équilibre entre travail et temps libre au 20ème siècle** ; Synthèse en français de 'Vrijetijd werkt ook'. Rapport. *Société & Sport*. Bruxelles, Fondation Roi Baudouin, 2000.

Jouert, Patrick : **Société et sport. Sport et environnement.** Atelier 50, Fondation Roi Baudouin, Bruxelles, 2000.

**Le point sur l'éducation et la formation tout au long de la vie à l'approche d'une nouvelle concertation interprofessionnelle.** Bruxelles, CEFORA, 2002.

Piéron, Maurice et Paul De Knop : **Gestion et organisation du sport en Belgique.** Rapport. *Société & Sport*. Bruxelles, Fondation Roi Baudouin, 2001.

**Pratiques d'amateurs, création en milieu populaire et éducation permanente.** Actes du Colloque 19 novembre 1993. Namur, Editions Equipes populaires, 1993.

Présence et Action Culturelles (PAC) : **Questions autour du nouveau décret,** dans *Cahier* 26, 2005.

Thibaut, A. : **Les politiques du sport dans la Belgique fédérale.** Bruxelles, CRISP : 2000, 45p.

Vanfraechem-Raway, Renée et Hélène Levarlet-Joye : **Sport et volontariat.** Rapport. *Société & Sport*. Bruxelles, Fondation Roi Baudouin, 2000.

Vanreusel, Bart et Jeroen Scheerder : **Sport: Culture en Mouvement. A la découverte des tendances culturelles du sport.** Rapport. *Société & Sport*. Bruxelles, Fondation Roi Baudouin, 2000.

## 5. Tourisme et voyages

**Synergies, tourisme et patrimoine** dans *Les Cahiers de l'éducation permanente de PAC* (Présence et actions culturelles), N°7, 1999.

## 6. « Hobbies »

Delwasse, Caroline : **La chasse.** Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du grade d'ingénieur de gestion à l'Ecole de commerce Solvay (à reçu le prix 2004 de la délégation belge du conseil international de la chasse), ULB, 2004.

**Tatouages et piercings, quoi de neuf** par Ariane Van Cutsem CRIOC, *Du Côté des Consommateurs*, numéro 195, 15-02-2006.

7. Activités sociales, d'engagement et de participation

Arcq, E et M. Aussems : **Implantation syndicale et taux de syndicalisation (1992-2000)**. Bruxelles, CRISP, 2002, 36p.

Arcq, E. et P. Blaise : **Les syndicats en Belgique**. Bruxelles, CRISP, 1999.

Backer, B. De : **Bouddhisme en Belgique**. Bruxelles, CRISP, 2002, 70p.

Blaise, Pierre : **Les associations sans but lucratif**. Bruxelles, CRISP, 2004, 78p.

Blaise, Pierre et Marc Swyngedouw : **Monde politique et secteur associatif en Belgique**. Une première exploration du paysage politique et de la traduction des points de vue en présence dans les accords de gouvernement. Bruxelles, Fondation Roi Baudouin, 2005.

Defourny, Jacques et M. Marée : **Le secteur non marchand en Belgique. Analyse conceptuelle et statistique**. Bruxelles, Fondation Roi Baudouin, 2001.

Defourny, Jacques et Patrick Develtere: **Le Secteur associatif en Belgique : Une analyse quantitative et qualitative**. Bruxelles, Fondation Roi Baudouin (Centre économique et social de l'Université de Liège et Hoger), 2005.

**Éléments pour une politique du volontariat**. Rapport. Bruxelles : Fondation Roi Baudouin, 2001.

**Etat et Associations : entente cordiale ?** Bruxelles, 6 Décembre 2005. Instituut voor de Arbeid Katholieke Universiteit Leuven, 2005. Publié par la Fondation Roi Baudouin.

Husson, J.F. : **Le financement public des cultes, de la laïcité et des cours philosophiques**. Bruxelles, CRISP, 2000, 90p.

**Les protestants en Belgique**. Bruxelles, CRISP : 1994, 66p.

Mayné, E. : **Syndicalisme et économie sociale**. Bruxelles, Editions Luc Pire : 1999, 61p.

Sägesser, C. et V. de Coorebyter: **Cultes et laïcité en Belgique**. Bruxelles, CRISP, 2000, 32p.

Sägesser, C. : **Les structures du monde juif en Belgique**. Bruxelles, CRISP, 1998 (28p)

Sägesser, C. et J.F. Husson : **La reconnaissance et le financement de la laïcité (I) et (II)**. Bruxelles, CRISP, 2002.

Simon, M. : **Le volontariat en Europe. Le cas de la Belgique francophone. Etude organisationnelle du volontariat dans le secteur social**. Liège, Centre d'Economie Sociale, Université de Liège, 1994, 88p.

Voyé, L. et K. Dobbelaere : **Des transformations du catholicisme en Belgique. Pratiques et valeurs**. Bruxelles, CRISP : 1997, 42p.