Les publics des opérateurs culturels bruxellois et leurs pratiques de mobilité

Étude exploratoire

Rapport final 8 octobre 2019

Amandine HENRY, Mathilde DELROCQ, Thomas ERMANS, Michel HUBERT, Philippe HUYNEN, Pierre MARISSAL, Maxime TIHON et Benjamin WAYENS

Etude réalisée pour

BRUXELLES MOBILITÉ
SERVICE PUBLIC RÉGIONAL DE BRUXELLES

En collaboration avec

BRUSSELS KUNSTENOVERLEG
RESEAU DES ARTS À BRUXELLES

Remerciements

Les auteurs remercient le RAB/BKO, à l'origine de cette étude, et, plus particulièrement ses anciennes et nouvelles coordinatrices, Leen De Spiegelaere, Sophie Alexandre, Noémie Vanden Haezevelde et Lynn Cailliau, et leur collaborateur/trices Margaux Bernard et Quinten Wyns. Leur gratitude va aussi aux 10 opérateurs culturels qui ont bien voulu participer à cette étude exploratoire.

Enfin, ils sont reconnaissants à Noemi Halen (Bruxelles Mobilité), Tatiana Debroux (ULB et VUB) et Simon Debersaques (ULB) pour leur précieuse participation au comité d'accompagnement de cette étude, aux côtés des représentant.e.s du RAB/BKO.

Cette étude a été rendue possible grâce au soutien du Ministre de la mobilité de la Région de Bruxelles-Capitale, Pascal Smet.

REMERCIEMENTS 2

INTRODUCTION GENERALE 5

1. VALORISATION DES INFORMATIONS DISPONIBLES AU SUJET DES PUBLICS QUI FREQUENTENT LES OPERATEURS CULTURELS BRUXELLOIS 7

1.1. Inventaire des bonnes pratiques et obstacles rencontrés par les institutions 7
Introduction 7
1.1.1 Description de l'échantillon 7
1.1.2 Lieu de résidence des publics : données existantes et origine 8
1.1.3 Autres informations : données existantes et origine 10
1.1.4 Souhait de collecte de données, obstacles et raisons 12
1.1.5 Amélioration de l'accessibilité 14
Conclusion 15

1.2. Définition des profils des visiteurs sur base des adresses disponibles 17
Introduction 17
1.2.1 Méthodologie 17
a) Sélection des opérateurs culturels investigués 17
b) Collecte des données 18
c) Géocodage 18
1.2.3 Analyse de l'origine des visiteurs 19
a) Cartographie 19
i. Méthodologie 19
ii. Analyse cartographique 20
b) Géoprofils 33
i. Méthodologie 33
ii. Profils en termes de distances parcourues 33
iii. Profils en termes d'accessibilité des lieux de résidence en transport public 35
iv. Profils en termes de « position dans le cycle de vie » des lieux de résidence 36

1.3. Contenu et accessibilité des données de profils disponibles auprès des institutions de gestion de paiement par carte bancaire 39

2. ENQUETE EXPLORATOIRE AUPRES DES PUBLICS D'OPERATEURS CULTURELS BRUXELLOIS 41

Introduction 41

2.1. Méthodologie 41
2.2.1 Enquêtes similaires et bonnes pratiques 41
2.2.2 Méthode de sélection des OC 41
2.2.3 Elaboration du questionnaire d'enquête 42
a) Questions de recherche 42
b) Liste des variables collectées 42

2.2. Description des circonstances de l'enquête 43

2.3. Description de l'échantillon 44

2.4. Profil des visiteurs interrogés 45
2.4.1. Genre (Q12) 45
2.4.2. Age (Q13) 45

2.4.3. Niveau d'étude (Q17) 46
2.4.4. Lieu de résidence (Q16) 46
2.4.5. Fréquence des sorties culturelles (Q9) 46

2.1. Pratiques de mobilité des visiteurs interrogés 47
2.1.1. Modes de déplacement 47
a) « Comment êtes-vous arrivés ici ? » 47
b) « Etiez-vous accompagnés durant votre trajet ? » 49
c) « Comment allez-vous rentrer ? » 49
2.1.2. Accessibilité perçue par les visiteurs 51
a) « Trouvez-vous que ce lieu est facilement accessible en transport public ? » 51
b) « Trouvez-vous que ce lieu et ses alentours sont bien desservis en parking vélo ? » 51
c) « Trouvez-vous que ce lieu et ses alentours sont bien desservis en parking voiture ? » 52
2.1.3. Mode utilisé et alternative 52

CONCLUSIONS GENERALES 57

Enseignements méthodologiques 57

Analyses et pistes d'action 59

BIBLIOGRAPHIE 63

ANNEXES 64

Annexe 1 – Liste des opérateurs culturels contactés (membres du RAB/BKO qui accueillent des publics) 65

Annexe 2 – Questionnaire d'enquête auprès des opérateurs culturels 66

Annexe 3 – Questionnaire d'enquête auprès des publics 68

Annexe 4 – Planning des enquêtes réalisées 78

Introduction générale

En juin 2016, le Réseau des Arts à Bruxelles / Brussels Kunstenoverleg (RAB/BKO) mettait sur pied un groupe de travail sur la problématique de la mobilité en Région de Bruxelles-Capitale et des défis que celle-ci représente pour le secteur culturel. A cette occasion, trois actions furent identifiées comme prioritaires : (1) mener une enquête auprès des publics quant à leurs pratiques de déplacements, (2) concevoir un dispositif afin d'aider les opérateurs culturels à évaluer et définir une politique de mobilité, et (3) renforcer la collaboration du secteur culturel avec les opérateurs publics de mobilité.

Quelques mois plus tard, les opérateurs culturels membres du RAB/BKO signaient une lettre ouverte adressée au Ministre bruxellois de la mobilité, Pascal Smet. Dans cette lettre, le RAB/BKO demandait principalement un soutien pour le développement des actions prioritaires précitées afin d'identifier les habitudes, obstacles et besoins du public culturel bruxellois et de les intégrer dans les orientations des futures politiques de mobilité.

C'est donc avec le soutien financier de la Région de Bruxelles-Capitale (Bruxelles Mobilité) et le soutien scientifique du *Brussels Studies Institute* (BSI), et plus particulièrement de deux de ses centres de recherche membres – le Centre d'études sociologiques (CES) de l'Université Saint-Louis - Bruxelles (USL-B) et l'Institut de Gestion de l'Environnement d'Aménagement du Territoire (IGEAT) – que cette étude sur l'accessibilité des opérateurs culturels bruxellois, leurs publics et leurs pratiques de mobilité a pu être menée à bien.

Il s'agit toutefois d'une étude exploratoire ou pilote dans la mesure où l'objectif premier est avant tout de mettre au point, avec des opérateurs volontaires représentant une diversité de situations, une méthodologie qui pourra, par la suite, être étendue à d'autres et/ou répliquée à intervalles réguliers. Les conclusions auxquelles nous aboutirons ne peuvent dès lors prétendre ni à la représentativité ni à l'exhaustivité. Elles ouvrent cependant des pistes de réflexion et d'action susceptibles d'intéresser tout le secteur culturel.

L'étude s'est déroulée en trois phases : premièrement, un bilan des connaissances et ressources existantes ; deuxièmement, la valorisation des ressources disponibles ; troisièmement, la mise en œuvre d'enquêtes complémentaires auprès des publics.

La première phase a permis de dresser un état des lieux dans les différentes institutions en matière de connaissance de leurs publics, d'obstacles rencontrés dans la production de cette connaissance et d'initiatives pour améliorer l'accessibilité.

Ensuite, dans une deuxième phase et pour une sélection d'institutions représentant au mieux la diversité du secteur, il s'est agi d'exploiter les ressources disponibles en leur sein, en particulier les données de localisation résidentielle des publics. L'objectif était ici de dresser un profil socio-spatial des publics sur base des adresses disponibles et d'identifier les éventuelles barrières physiques, sociologiques et linguistiques qui modulent l'intensité du recrutement de ces institutions.

La phase d'enquête auprès des publics, qui complète les deux premières, avait pour objectif d'obtenir une information sur les profils et modes de déplacements associés utilisés par les visiteurs, ainsi que sur les freins et barrières auxquels ceux-ci sont confrontés lorsqu'ils se rendent chez les opérateurs culturels étudiés, compte tenu des jours et heures auxquels ils se déplacent.

Il est bien clair que l'accessibilité *spatiale* des opérateurs culturels et la disponibilité de modes de transport appropriés pour s'y rendre et, surtout, pour en revenir en fin de soirée sont des éléments importants pour expliquer la fréquentation des lieux culturels. Mais ces éléments ne peuvent occulter les enjeux d'accessibilité *sociale* et *culturelle*, souvent bien plus déterminants, qui ne seront pas abordés à titre principal dans cette étude.

1. Valorisation des informations disponibles au sujet des publics qui fréquentent les opérateurs culturels bruxellois

1.1. Inventaire des bonnes pratiques et obstacles rencontrés par les institutions

Introduction

Cette première partie du rapport rend compte de la première phase de l'étude.

Elle vise à dresser un état des lieux des pratiques des différentes institutions en matière de connaissance de leurs publics. Cela permettra, dans un second temps, d'examiner la valorisation possible de ces mêmes ressources dans le cadre de l'étude du public des opérateurs culturels bruxellois et de leurs pratiques de déplacement.

Dans le cadre de ce premier rapportage, les opérateurs culturels membres du RAB/BKO qui accueillent des publics ont été interrogés au sujet des données dont ils disposent en matière de connaissance de leurs publics et des pratiques de mobilité de ceux-ci. De plus, les souhaits, raisons et obstacles rencontrés dans la production de cette connaissance ont été soulevés. Enfin, les actions mises en place par ces opérateurs pour faciliter leur propre accessibilité en termes de mobilité ont également été questionnées.

Les opérateurs culturels membres du RAB/BKO, qui accueillent des publics, sont au nombre de 78 (liste en Annexe 1). L'enquête a été lancée par le RAB/BKO entre les mois d'octobre et décembre 2018 via un courriel en français et en néerlandais. Plusieurs relances ont été effectuées auprès des membres afin d'atteindre un nombre de réponses satisfaisant. Le questionnaire d'enquête préparé par l'équipe de recherche et utilisé dans le cadre de cette première phase se trouve en Annexe 2.

1.1.1 Description de l'échantillon

Sur les 78 opérateurs culturels contactées, 49 réponses ont été obtenues. Parmi celles-ci, à quatre reprises, deux personnes différentes travaillant au sein d'une même institution ont parallèlement répondu à l'enquête. Cela porte en réalité au nombre de 45 les réponses provenant d'institutions différentes, soit près de 60%, ce qui est très élevé pour ce type d'enquête.

Nombre d'institutions contactées : 78 Nombre d'institutions ayant répondu : 45 Nombre de personnes ayant répondu : 49

Dans la suite de ce rapport, les 49 enregistrements ont néanmoins été considérés, les réponses pouvant diverger entre les différents membres d'une institution répondante. Cet excellent taux de participation ne doit pas nous empêcher d'interpréter avec prudence les pourcentages présentés dans ce rapport. Vu qu'ils sont calculés sur un nombre total

relativement réduit, il faut les voir comme des tendances globales plutôt que comme des mesures à l'unité ou à la décimale près.

1.1.2 Lieu de résidence des publics : données existantes et origine

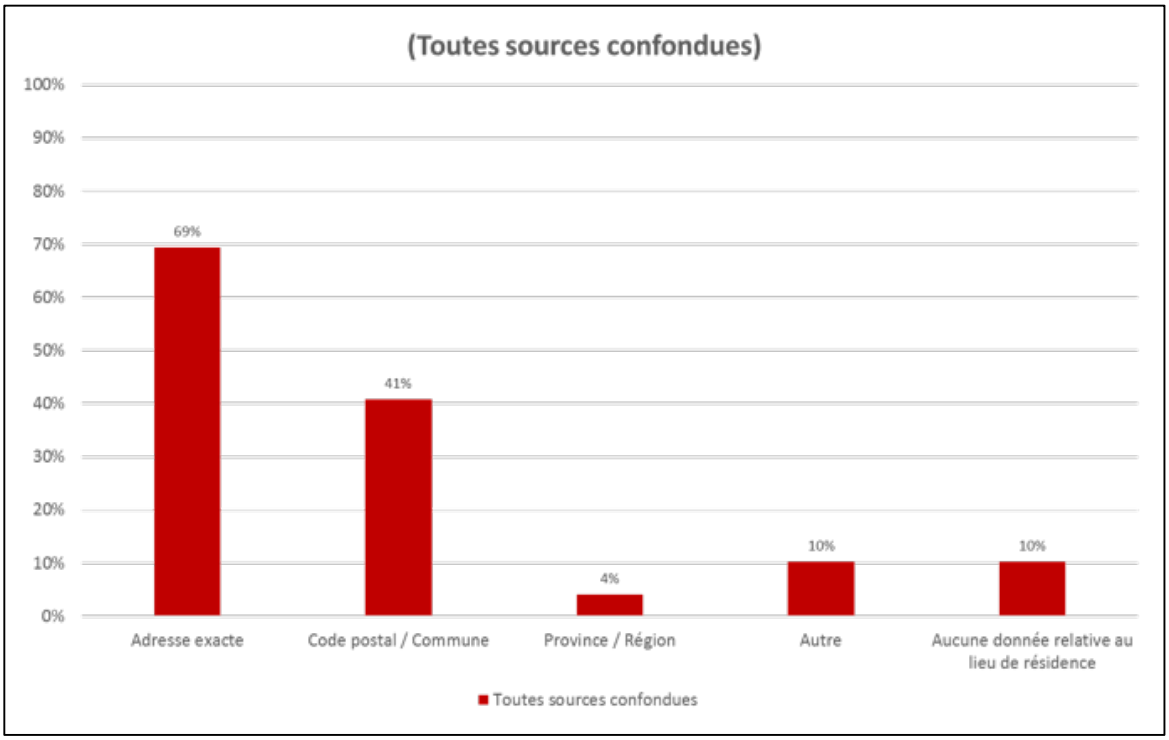
Q1. De quelles informations concernant le lieu de résidence de vos publics disposez-vous ? Pouvez-vous indiquer le niveau de précision de ces données selon les différentes sources dont elles proviennent ?

A la question « *De quelles informations concernant le lieu de résidence de vos publics disposez-vous ?* », il est intéressant de noter premièrement qu'environ deux tiers des répondants affirment détenir l'adresse exacte de leurs visiteurs via au moins l'une des sources d'informations mentionnées. Rappelons à cet égard que l'énoncé de la question précisait de n'indiquer « *que le niveau de détail le plus précis, celui que vous cherchez à obtenir en temps normal et quand les conditions le permettent* ».

A défaut d'adresse précise, la commune de résidence est souvent relevée. En revanche, peu de membres ne connaissent que la province ou région de résidence de leur public, ou d'autres informations.

Seul un dixième des répondants affirme ne disposer d'aucune donnée relative au lieu de résidence de leur public. Parmi ces derniers, se retrouvent certains opérateurs culturels n'organisant que des événements gratuits.

Figure 1 : Niveau de précision des données concernant le lieu de résidence des publics



L'examen de la source de ces informations nous apprend que les adresses exactes sont principalement récoltées par le biais d'un service de ticketing en ligne et de réservations directes par téléphone ou par mail : en effet, la moitié des institutions disposent des adresses exactes lorsque ces services existent. Les ventes au guichet permettent également dans de nombreux cas de recueillir les adresses du public.

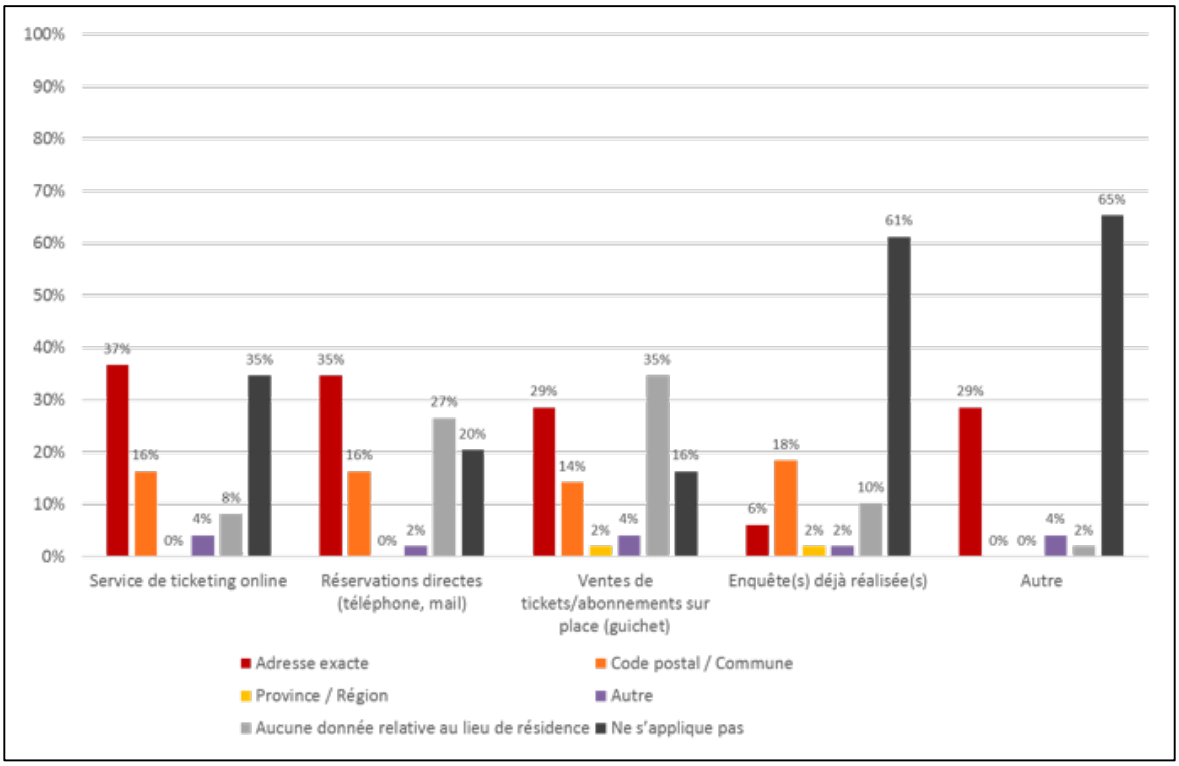
Précisons que plusieurs répondants (notamment proposition « *Autre* ») insistent sur le fait que l'adresse exacte n'est recueillie que sur base volontaire. Certains expliquent par exemple que les seules adresses enregistrées sont celles des clients souhaitant recevoir les publications de l'institution (ou des billets réservés) par courrier postal, et pas par courriel. Apparaît dès lors ici un biais possible dans l'éventuelle caractérisation du public sur base de ces listes d'adresses. L'on peut suspecter par exemple que les clients d'une institution donnée préférant le courrier postal soient en moyenne plus âgés et/ou de statut socio-économique plus faible que le public moyen. A l'inverse, les adresses recueillies uniquement sur base du ticketing en ligne pourraient renvoyer vers un public en moyenne plus jeune que le public type.

Plus généralement, il faut s'attendre à une variation globale des profils du public selon la manière dont les adresses ont été recueillies, et à plus forte raison lorsque la source de récolte est exclusive. Cette précision rappelle l'importance et l'attention qui doit être portée sur la source précise des informations et les méthodes de récolte dont elles sont à l'origine pour les collectes de données prévues dans les phases ultérieures de cette étude.

Par ailleurs, un répondant souligne également que l'adresse postale n'est plus récoltée depuis l'entrée en vigueur du RGPD. L'application de ce règlement a eu visiblement un impact considérable sur les pratiques d'enregistrement des données de leur public par les opérateurs culturels. Ce point sera examiné plus loin.

Enfin, notons que peu d'institutions ont réalisé des enquêtes afin d'obtenir des informations concernant le lieu de résidence de leur public. Celles qui l'ont fait ont principalement repéré la commune de résidence du public interrogé.

Figure 2 : Niveau de précision des données concernant le lieu de résidence des publics selon les sources

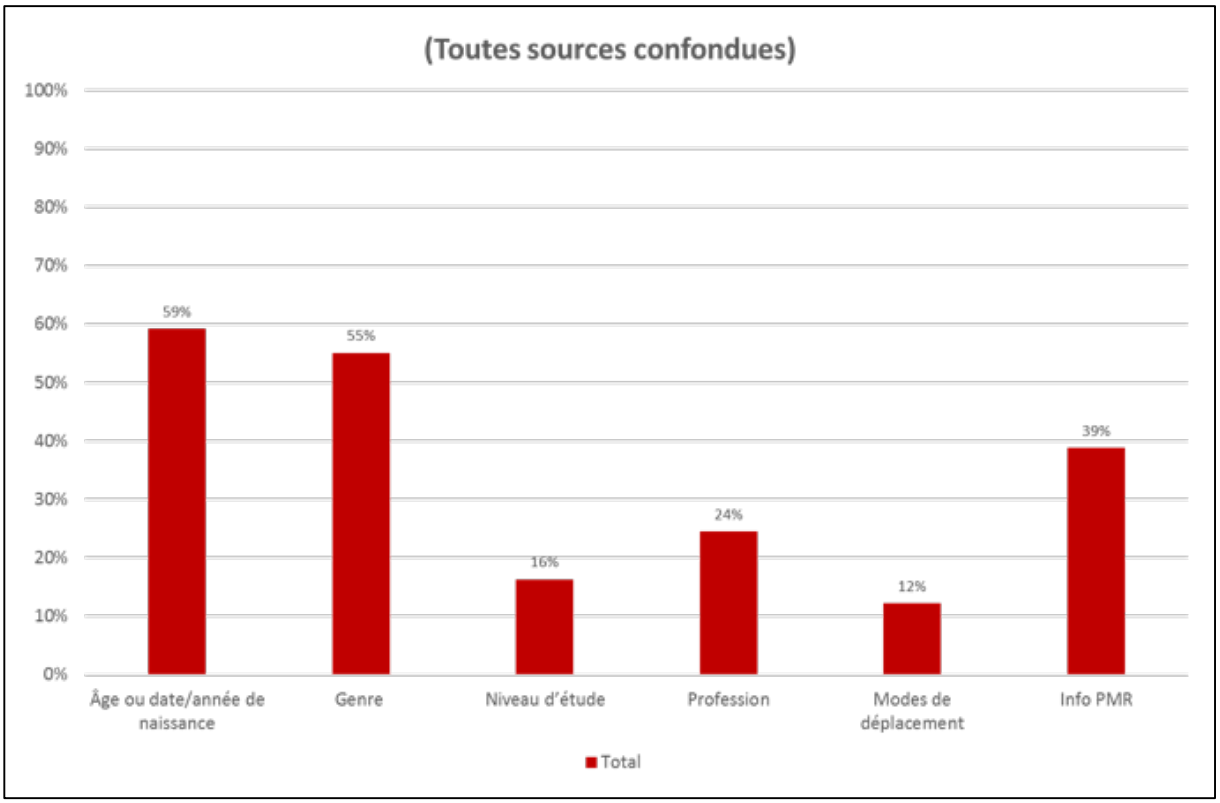


1.1.3 Autres informations : données existantes et origine

Q2. Mis à part le lieu de résidence, de quelles informations relatives au profil de vos publics et/ou à leurs modes de déplacement disposez-vous ? Quelle(s) en est/sont la/les source(s) ?

Parmi les autres informations connues concernant le public, notons principalement l'âge et le genre, qui sont recueillis par plus de la moitié des institutions répondantes par le biais d'au moins l'une des sources d'informations dont elles disposent. Viennent ensuite les informations PMR (personnes à mobilité réduite), qui sont récoltées par plus du tiers des répondants. Les informations relatives à la profession, au niveau d'étude et aux modes de déplacement ne sont quant à elles recueillies que par moins du quart des répondants.

Figure 3 : Autres informations concernant les publics



Les données d'âge et de genre sont collectées à une fréquence similaire par les achats au guichet, en ligne ou par téléphone et email.

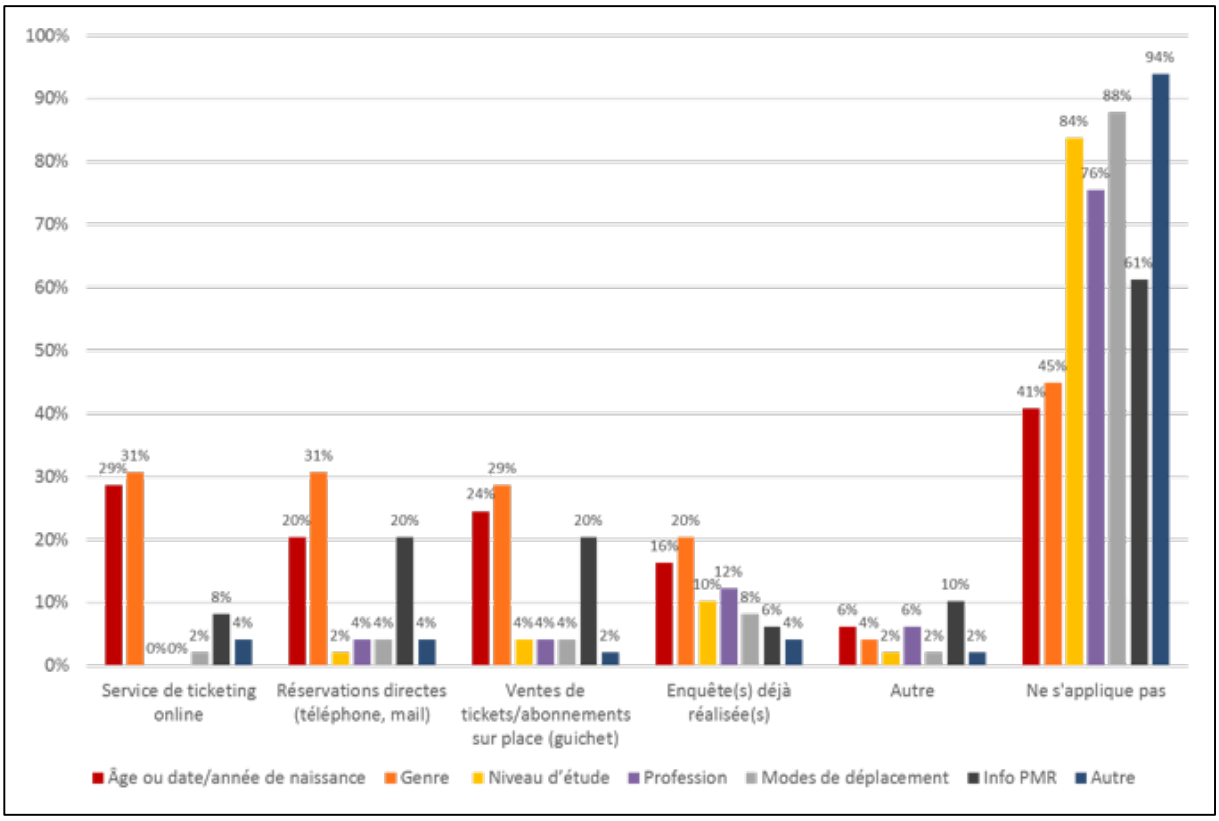
L'origine des données concernant les PMR diffère quelque peu de ce tableau : elles sont deux fois plus souvent collectées au guichet ou via des réservations directes que par le biais de service de ticketing en ligne. Pour certains répondants, la connaissance d'informations au sujet des PMR peut être indispensable, par exemple lorsque des places spécifiques sont prévues pour le public en chaise roulante ou se déplaçant difficilement.

Les rares données recueillies en matière de profession, niveau d'étude ou de modes de déplacement des publics proviennent quant à elles quasi exclusivement d'enquêtes réalisées par les institutions. Les sources annexes pour ces informations demeurent marginales.

Ajoutons que dans bien des cas, certaines catégories d'âge et/ou de profession du public sont renseignées pour des raisons d'ordre tarifaire. De nombreuses institutions proposent en effet des tarifs spéciaux pour enfants, étudiants, seniors, ou encore pour les artistes ou les enseignants.

Enfin, mentionnons la remarque d'un répondant précisant que certaines informations en matière de déplacement du public peuvent être déduites des questions posées lors de réservations téléphoniques, au sujet par exemple de la présence de parkings ou de transports en commun à proximité du site. Mais cette source de données n'est pas exploitable dans le cadre de la présente étude.

Figure 4 : Autres informations concernant les publics selon les sources



1.1.4 Souhait de collecte de données, obstacles et raisons

Q3. Souhaiteriez-vous collecter des (ou davantage d') informations sur le profil de vos publics et/ou leurs modes de déplacement ?

Q3a. A quels obstacles vous heurtez-vous ?

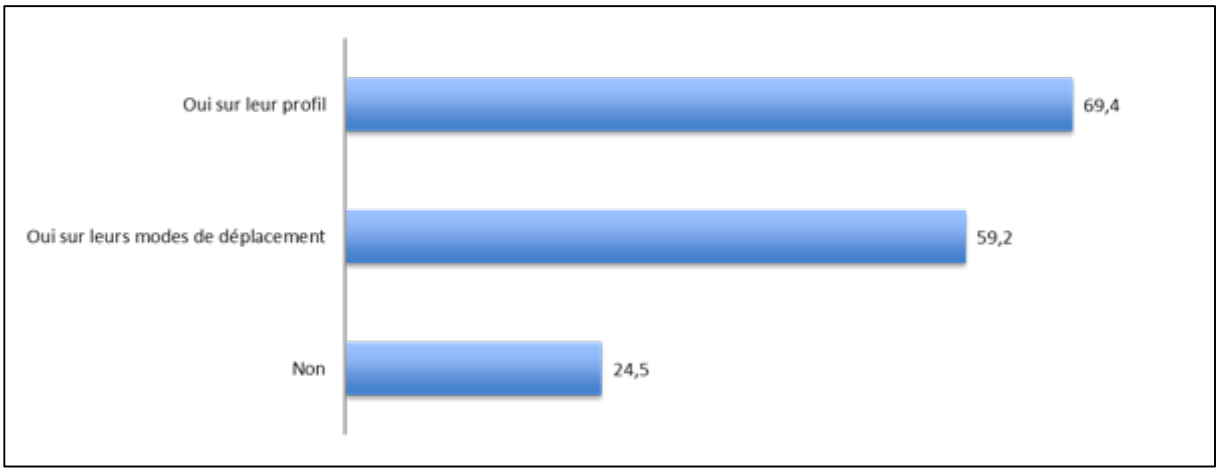
Q3b. Pourquoi collectez-vous ou souhaiteriez-vous collecter des informations sur le profil de vos publics et/ou leurs modes de déplacement ?

Remarquons premièrement que les trois quarts des institutions interrogées manifestent le souhait de collecter des informations relatives à leur public et/ou à leur mode de déplacement. Le sujet semble donc rencontrer un réel intérêt.

A défaut d'un positionnement collégial justifiant la réponse négative du quart restant, mentionnons la remarque provenant de l'une des institutions dans ce cas : « *Nous n'avons pas de politique de fichage de notre public* », remarque qui permet de suspecter un *refus de principe* de la part de certains opérateurs culturels de collecter de telles données.

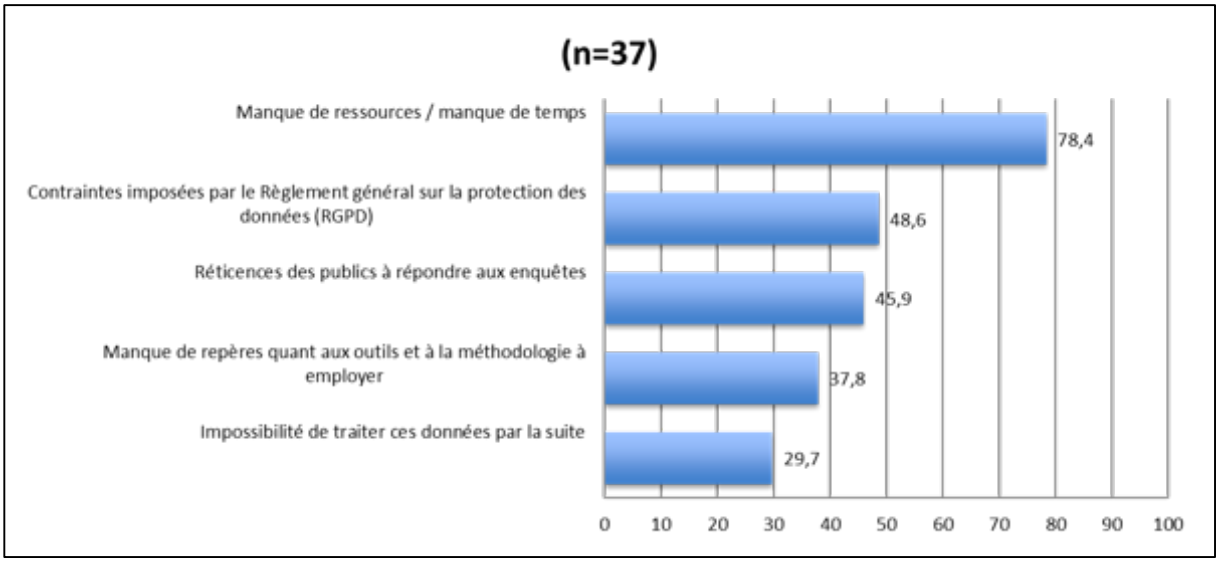
En ce qui concerne les répondants intéressés par la collecte de données, ceux-ci semblent légèrement plus orientés vers les informations relatives au profil qu'au mode de déplacement de leur public.

Figure 5 : Souhait de collecte sur les profils et les modes de déplacement des publics (plusieurs réponses possibles), en %



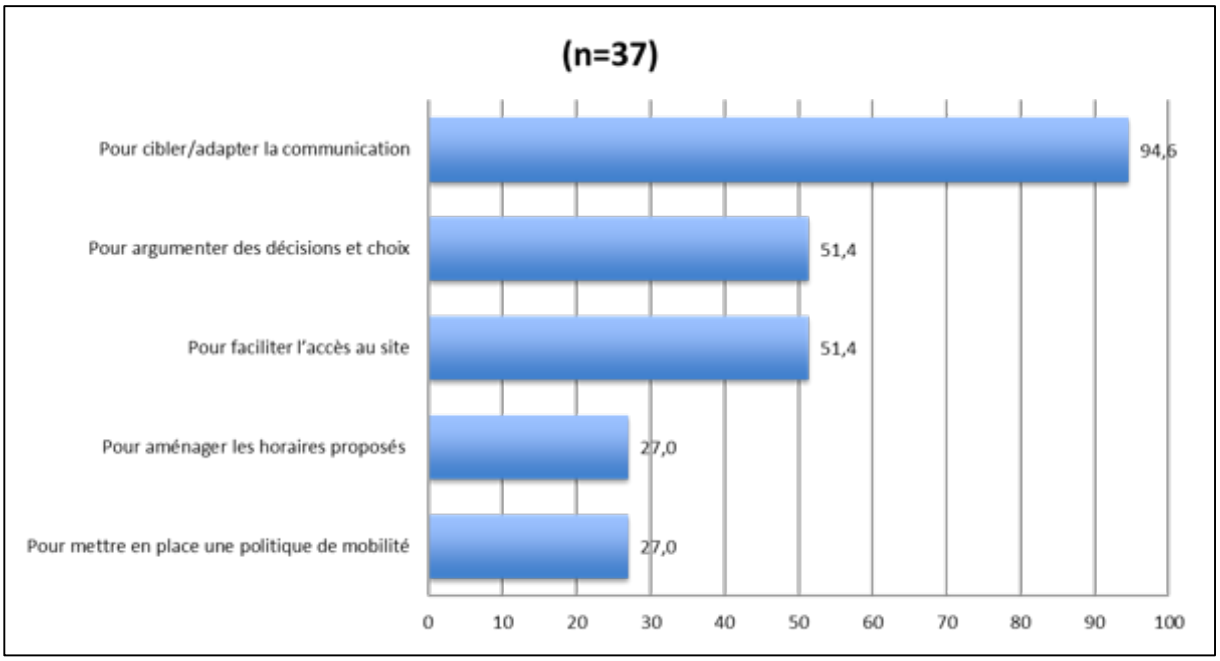
Parmi les obstacles cités limitant la faisabilité d'une collecte de données par les intéressés, le manque de ressources ou de temps prévaut pour une large majorité d'entre eux. En outre, près de la moitié des intéressés mentionnent également les contraintes introduites par le RGPD ainsi que la réticence des publics à répondre aux enquêtes. Les obstacles liés aux outils, à la méthodologie ou au traitement des données collectées concernent environ un tiers des répondants intéressés.

Figure 6 : Obstacles liés à la collecte de données (plusieurs réponses possibles), en %



Les raisons invoquées pour justifier l'intérêt de collecter des données sont très différenciées. Tous les répondants citent premièrement l'objectif d'adaptation de la communication. La facilité d'accès au site et l'argumentation des décisions et choix sont également relevés par la moitié des répondants intéressés. L'aménagement des horaires et la mise en place d'une politique de mobilité ne constituent des raisons de collecter des données que pour un quart des répondants intéressés.

Figure 7 : Raisons attribuées à une éventuelle collecte de données (plusieurs réponses possibles), en %



1.1.5 Amélioration de l'accessibilité

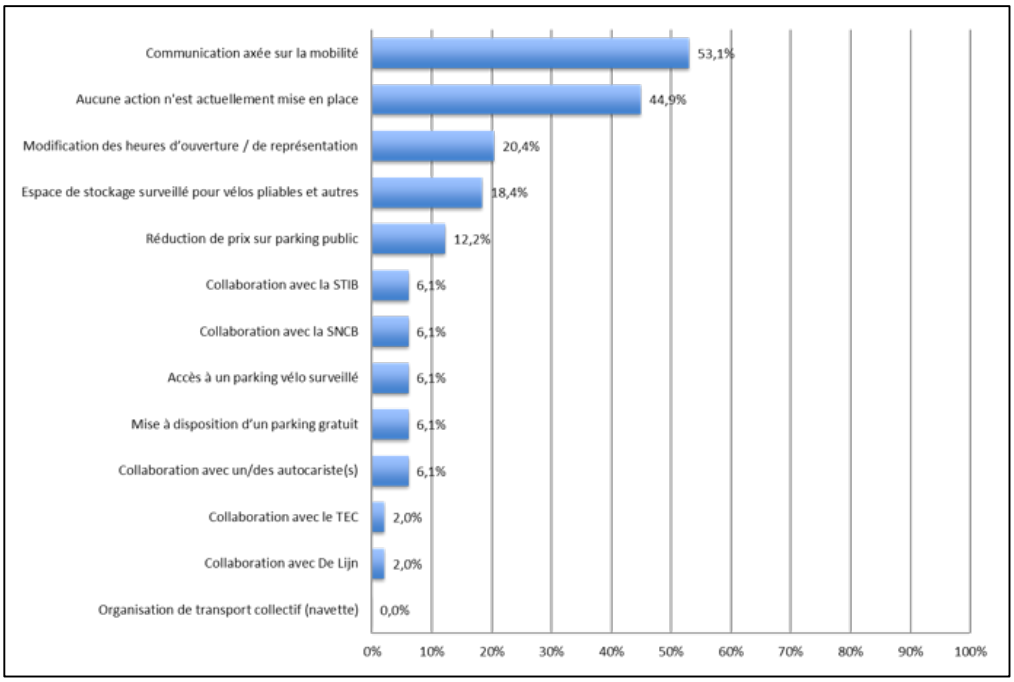
Q4. Quels dispositifs ou actions visant une amélioration de l'accès à votre site mettez-vous en place ?

Il ressort de l'analyse de cette question que les initiatives prises par les institutions répondantes en termes d'amélioration de leur accessibilité sont globalement peu nombreuses : près de la moitié des répondants ne mettent rien (ou très peu) en place à cette fin.

L'initiative la plus pratiquée, qui concerne plus de la moitié des répondants, réside dans une communication axée sur la mobilité (affichage des horaires de transports en commun, mention des arrêts et/ou des bornes de vélo, etc.). En dehors de cela, de manière plus structurelle, un cinquième des répondants indique prendre des mesures pour modifier les horaires d'ouverture ou de représentation, ou dispose d'un espace de stockage surveillé pour vélos pliants et autres moyens de transport de taille réduite. Un dixième des répondants propose également des réductions de prix sur un parking public. Les autres initiatives proposées ne sont mises en œuvre que de manière marginale par une faible minorité d'institutions répondantes : il s'agit de collaborations avec les sociétés de transports en commun (STIB, SNCB, TEC, De Lijn) ou d'autocaristes, de mise à disposition d'un parking gratuit ou d'accès à un parking vélo surveillé. Sauf exception, aucun répondant n'organise de transport collectif par navette.

Certaines institutions évoquent par ailleurs des partenariats avec des sociétés de taxis ou de parking privés, ou avec d'autres structures privées pour un parking partagé (magasins, écoles).

Figure 8 : Dispositifs d'amélioration de l'accessibilité mis en place (plusieurs réponses possibles)



Conclusion

Cette première phase nous éclaire au sujet des données dont disposent les opérateurs culturels concernant leurs publics et le déplacement de ceux-ci dans le cadre de leurs sorties culturelles.

Dans les grandes lignes, nous retiendrons les points suivants.

Certaines informations au sujet de leurs publics, comme les adresses exactes des visiteurs, leur âge et leur genre, sont généralement disponibles. En revanche, d'autres informations, comme les modes de déplacement ou les caractéristiques socio-professionnelles des publics, s'avèrent peu objectivées.

L'origine de ces données se ventile de manière relativement équivalente entre les services de ticketing en ligne, les réservations directes par téléphone ou mail, et les ventes aux guichets des institutions.

Retenons également que la perspective de collecter des données concernant les publics et leurs pratiques de mobilité semble rencontrer un vif intérêt de la part des institutions interrogées, ceci principalement pour mieux cibler et adapter la communication, mais aussi, dans une moindre mesure, pour améliorer l'accès au site.

Cela aurait d'autant plus de sens que peu de dispositifs sont actuellement mis en place afin d'améliorer l'accessibilité des sites culturels : prises individuellement, les mesures concrètes proposées sont pratiquées par moins d'une institution sur cinq (en dehors de la communication axée sur la mobilité). Ceci justifie sans doute des réflexions et actions collectives et publiques en la matière.

D’autres sources potentielles de données sont apparues dans cette analyse, telles que l’examen des tarifs spécifiques à destination de certaines catégories de publics, ou encore, en ce qui concerne les pratiques de déplacement, les partenariats avec des sociétés de taxis ou de parking.

Pour terminer, rappelons enfin que l’entrée en vigueur du RGPD semble avoir impacté les pratiques de collecte de données par les institutions.

1.2. Définition des profils des visiteurs sur base des adresses disponibles

Introduction

La deuxième phase de ce projet d'étude consiste à établir, pour une sélection d'opérateurs choisis de manière à diversifier au maximum les cas de figure, l'origine géographique de leurs visiteurs sur base des listes d'adresses disponibles. Cela permet, dans un premier temps, d'identifier les zones de provenance plus ou moins représentées dans l'aire de recrutement des institutions et, dans un second temps, de formuler des constats et des recommandations relatifs à l'accessibilité actuelle des lieux culturels considérés.

Plus précisément, il s'agit de décrire de différentes manières l'origine des publics des institutions étudiées : aires de recrutement et caractéristiques de cette aire de recrutement sur le plan de la desserte en transports publics mais aussi en terme de profil démographique des résidents.

1.2.1 Méthodologie

a) Sélection des opérateurs culturels investigués

Le choix des opérateurs culturels (OC) qui pouvaient potentiellement participer à ce volet s'est déroulé en plusieurs temps.

Dans un premier temps, ont été considérées les OC membres du RAB/BKO qui avaient répondu à l'enquête de la phase précédente, qui avaient déclaré disposer des adresses exactes de leurs visiteurs via au moins l'une des sources possibles (voir Q1 au point 1.1.2 supra) et qui ont déclaré souhaiter collecter de l'information au sujet de leurs publics et des pratiques de mobilité de ceux-ci (Q3 au point 1.1.4). Les institutions répondant à ces critères étaient au nombre de 23.

A ces premiers critères ont été ajoutés plusieurs critères secondaires. Il s'agissait d'aboutir à une sélection diversifiée au niveau de l'appartenance linguistique des OC (néerlandophone, francophone ou bilingue), du type de manifestations culturelles proposées (théâtre, centre culturel, salles de concert, etc.), de l'âge des publics supposés, et de la localisation et de l'accessibilité en transports publics.

Au niveau de la localisation, une diversité dans la répartition géographique a été visée sur la base d'une double différenciation socio-démographique classique Est-Ouest[1], d'une part, et sur base du découpage concentrique intra-bruxellois (Pentagone, première couronne, deuxième couronne), d'autre part. Les institutions répondant aux critères précédents n'étant pas ou peu représentées en seconde couronne (ou n'ayant pas répondu positivement à la demande de collaboration), une diversité a été recherchée entre les localisations suivantes : Est et Ouest du Pentagone, Est et Ouest de la Première Couronne.

[1] Basée sur la définition de l'IBSA de la structure spatiale de la Région de Bruxelles-Capitale (Wayens, 2010)

Le critère de l'accessibilité en transports publics a, quant à lui, été pris en compte via l'indice développé par Kevin Lebrun (2018), qui caractérise l'accessibilité en transports en commun, tous opérateurs confondus, de l'ensemble des 724 secteurs statistiques de la RBC. Cet indice a été réparti en quatre catégories d'accessibilité (mauvaise, moyenne, bonne, excellente), et une diversité a été visée selon ce critère également.

Certains OC ont été écartés de la sélection pour des raisons d'organisation d'événements décentralisés, ne convenant pas au cadrage de notre problématique liée à l'accessibilité d'un site localisé. Les institutions dont les données d'adresses ne correspondaient pas réellement à un public de visiteurs de sorties culturelles en soirée ont également été retirées. Nous pensions en effet qu'il était préférable de se focaliser sur les sorties en soirée, avec la problématique du manque de transports en commun pour le retour au domicile.

Enfin, parmi les opérateurs restants, ont été préférés ceux dont les adresses étaient collectées à partir de sources multiples afin de minimiser les biais, en application de la mise en garde mentionnée plus haut (point 1.1.2).

C'est donc la diversité à de multiples niveaux qui a guidé la sélection des institutions sollicitées, afin de garantir une représentativité maximale du secteur culturel dans ses spécificités, et en gardant en ligne de mire les objectifs et le cadre de cette étude.

Bien entendu, l'accord des institutions était indispensable dans cette phase qui implique une coopération pour la collecte des données d'adresses des publics. Quelques OC satisfaisant aux différents critères mentionnés ci-dessus ont préféré ne pas participer. Malgré l'attention particulière portée dans ce projet au respect de la législation sur la protection de la vie privée, et les efforts d'explication fournis à ce sujet, c'est néanmoins l'argument qui a été principalement invoqué pour justifier ce refus.

Suite au double filtre des différents critères énoncés ci-dessus et des accords obtenus, cinq institutions ont été amenées à collaborer à cette phase de l'étude.

b) Collecte des données

L'information nécessaire pour l'opération proposée dans cette deuxième étape consiste dans l'adresse précise de chaque spectateur, de manière à pouvoir par la suite l'associer à sa localisation géographique. Après prise de contact avec les OC et explication des détails techniques, les données d'adresses des publics dont ceux-ci disposaient ont été collectées de manière anonyme (sans les noms et prénoms).

c) Géocodage

Il s'agissait ensuite de géocoder les adresses récoltées, c'est-à-dire de leur substituer les coordonnées géographiques (longitude et latitude) correspondant à leur localisation spatiale. Ceci s'opère de manière automatisée sur une base de données d'adresses à l'aide d'un logiciel spécifique de traitement cartographique et a permis de cartographier l'ensemble des adresses dont disposaient les OC.

Après plusieurs essais infructueux à l'aide de logiciels de cartographie libre, le logiciel payant *Batchgeo*[2] a été mobilisé afin de géocoder les adresses récoltées. Ce système propose de nombreux avantages, parmi lesquels le plus précieux réside dans la durée restreinte du traitement des données : quelques secondes tout au plus pour les milliers de données injectées. De plus, il permet le géocodage simultané d'une quantité élevée de données, avec un taux de reconnaissance d'adresses particulièrement important (cfr. Tableau 1 ci-dessous).

Une fois établie la cartographie des adresses détenues par les différentes OC, les localisations ont été agrégées au niveau des secteurs statistiques (pour les cartes réalisées aux échelles régionale et métropolitaine) et par commune (pour l'échelle nationale), afin d'en dégager uniquement un nombre de visiteurs agglomérés par secteur statistique et commune. Dès l'agrégation réalisée, qui pouvait être effectuée au sein de l'institution participante, les fichiers d'adresses ont été détruits.

Le traitement nécessaire à la transformation des listings d'adresses en nombre de visiteurs par unité de surface a donc été assuré en accordant une attention particulière au respect de la législation relative à la vie privée.

1.2.3 Analyse de l'origine des visiteurs

a) Cartographie

i. Méthodologie

Pour aider à mieux visualiser l'origine des visiteurs des OC, les données récoltées auprès des institutions ont été cartographiées. En effet, les cartes sont un bon outil pour représenter les lieux de résidence des visiteurs se rendant dans les différentes institutions.

Nous avons choisi de réaliser plusieurs cartes, à différentes échelles, dont certaines ont pour unités spatiale les communes et d'autres, les secteurs statistiques, la plus petite division statistique belge. Ce choix de cartographier et analyser aussi par secteur statistique permet d'affiner nos résultats à l'échelle de la Région de Bruxelles-Capitale, dont les communes sont de tailles très variables, certaines comme Bruxelles-Ville étant très étendues.

Pour réaliser les cartes, nous avons utilisé un logiciel de cartographie libre et gratuit, QGIS, pour traiter dans un premier temps les données collectées via le taux de pénétration (le ratio visiteur/habitants). Pour sortir des cartes avec des cercles proportionnels, nous avons utilisé *Magrit*[3], logiciel, libre et gratuit, développé par le CNRS. Les données de population utilisées proviennent de *Statbel*[4], et datent de 2018 pour la population par commune et de 2013 pour la population par secteurs statistiques. Les limites administratives utilisées proviennent du site *Atlas-Belgique*[5]. Toutes ces ressources sont donc, moyennant un minimum de maitrise technique, accessibles gratuitement.

---

[2] https://batchgeo.com
[3] http://magrit.cnrs.fr
[4] https://statbel.fgov.be/
[5] http://urbisdownload.gis.irisnetwww.atlas-belgique.be/

Méthodologiquement, nous avons choisi de réaliser, pour chaque institution, deux cartes à l'échelle communale : l'une avec la Belgique comme étendue, l'autre avec la zone IRIS 2 (ou zone RER), c'est-à-dire, Bruxelles et sa grande périphérie. La carte ayant pour extension la Région de Bruxelles-Capitale est, quant à elle, réalisée à l'échelle plus fine des secteurs statistiques.

Comme indiqué précédemment, pour mieux visualiser la provenance des visiteurs de chaque institution, nous cartographions non seulement le nombre de visiteurs par lieu de résidence mais aussi le rapport entre ce nombre de visiteurs par unité spatiale (commune et secteur statistique) et la population totale de cette unité. C'est ce que l'on appelle le taux de pénétration (qui s'exprime en % de la population locale). Il s'agit ici de voir, à pouvoir d'émission égal, quels sont les lieux qui « envoient » la plus grande part de leur population vers une institution culturelle donnée.

Après ce calcul, nous avons essayé une première ébauche de cartes via Magrit. Pour représenter le taux de pénétration, il était question de faire des cartes avec des cercles proportionnels, où la taille du cercle correspondait au nombre absolu de visiteurs de l'institution issus de la commune (ou secteur statistique), avec un dégradé de couleur correspondant quant à lui au taux de pénétration. Dans le logiciel, ce type de représentation est appelé *stocks* et *ratios*. Les stocks sont en réalité les cercles et les ratios sont les teintes de couleurs.

A la suite de cette ébauche, nous avons finalement opté, en ce qui concerne la taille des cercles, pour le remplacement du nombre absolu de visiteurs par la part du total des visiteurs issus de l'institution culturelle. C'est, à une constante près (le total des visiteurs comptabilisés dans le fichier de l'institution), proportionnel au nombre de visiteurs. Mais cela a le mérite de montrer directement quelle est la proportion des visiteurs d'une OC qui vient d'un lieu précis, mais aussi de permettre la comparaison des cartes sans être influencé par les différences de taille des fichiers d'adresses.

Sur la base de cette part du total des visiteurs, il est aussi aisé de trier les lieux par ordre décroissant des taux de pénétration, de façon à ensuite calculer les fréquences cumulées de cette part. Pour ensuite en déduire les classes pour les teintes de couleurs sur nos cartes, nous avons regardé quels taux de pénétration correspondaient à une fréquence de 20%, 40%, 60%, 80% et 100% respectivement. Cela nous a permis d'en tirer 5 classes qui sont celles utilisées sur les cartes.

Pour le graphisme de nos cartes, une couleur par institution a été appliqué pour une cohérence plus marquée entre les différentes échelles, et un triangle noir a été rajouté pour localiser l'institution en question.

ii. Analyse cartographique

Sur l'ensemble des cartes qui suivent, la taille des cercles est proportionnelle au nombre de visiteurs d'une OC répertoriés dans la commune ou le secteur statistique considéré. Pour simplifier l'estimation, ce nombre absolu est transformé en part du total des visiteurs de

l'institution. Un lieu avec un cercle de taille 0,151 est donc l'endroit d'où proviennent 15,1% des visiteurs d'une institution.

Le dégradé de couleur à l'intérieur des cercles exprime lui le taux de pénétration, c'est-à-dire, pour une commune ou un secteur statistique, la proportion des habitants qui sont répertoriés dans les fichiers d'une OC. Par exemple, un lieu avec une valeur comprise entre 0,44% et 0,68% envoie environ 1 habitant sur 200 vers l'institution culturelle considéré. Plus le tramage est foncé, plus le lieu envoie une forte proportion de ses habitants vers l'institution.

Échelle de la Belgique

L'échelle de la Belgique permet de bien visualiser le rayonnement global des opérateurs culturels étudiés. C'est évidemment à cette échelle-là que l'on perçoit le mieux l'effet linguistique. On peut y faire les constats suivants :

- Pour un OC bilingue, la frontière linguistique est peu marquée. Le recrutement est centré sur Bruxelles mais reste très dense dans l'ensemble de l'ancienne province de Brabant.
- La carte réalisée pour un OC francophone (#1), montre un recrutement nettement plus centré sur Bruxelles, le Brabant wallon mais aussi les communes contiguës à la Région bruxelloise, notamment celles à facilités où les francophones sont très présents. Un autre OC francophone (#2) répond à la même logique, avec un ancrage bruxellois plus marqué.
- Le public des OC néerlandophones étudiés est, quant à lui, essentiellement issu de Bruxelles et du Brabant Flamand, ainsi que de Gand, Anvers ou Louvain.

Si la carte à l'échelle nationale permet de souligner un recrutement dont la géographie est le reflet de la langue dominante dans la programmation, cette visualisation permet aussi de percevoir le caractère plus ou moins lointain du recrutement des OC :

- Les deux OC francophones étudiés recrutent l'essentiel de leur public à Bruxelles et dans la partie francophone de son aire métropolitaine.
- Les deux OC néerlandophones étudiés recrutent une bonne part de leur public à Bruxelles et dans la partie néerlandophone de son aire métropolitaine, mais sont aussi plus dépendants en matière de publics de grandes villes flamandes comme Gand, Louvain, Malines et Anvers.
- Même si son recrutement est largement centré sur Bruxelles et l'est de l'ancienne province de Brabant, l'OC bilingue recrute également dans les autres grandes villes belges, tant en Flandre qu'en Wallonie.

Figure 9 : OC francophone #1 - recrutement à l'échelle de la Belgique (par commune)

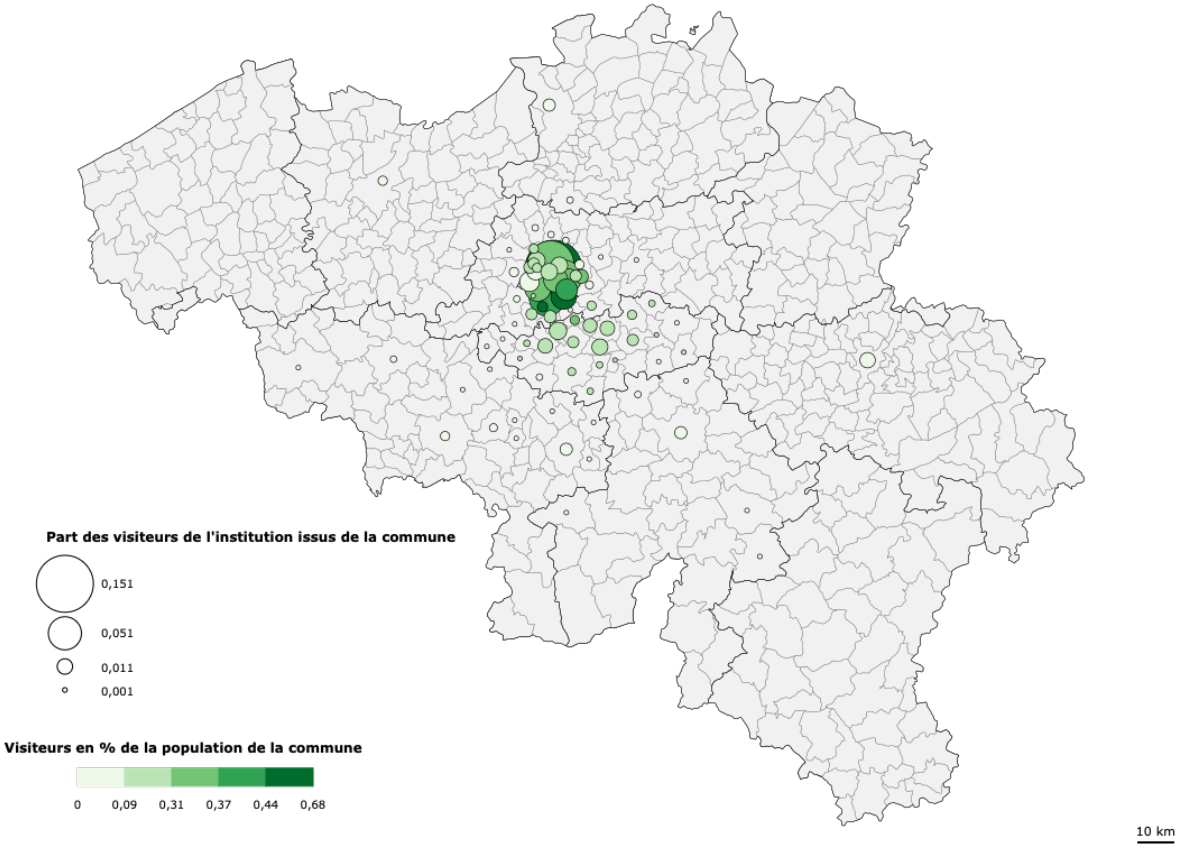


Figure 10 : OC néerlandophone #1 - recrutement à l'échelle de la Belgique (par commune)

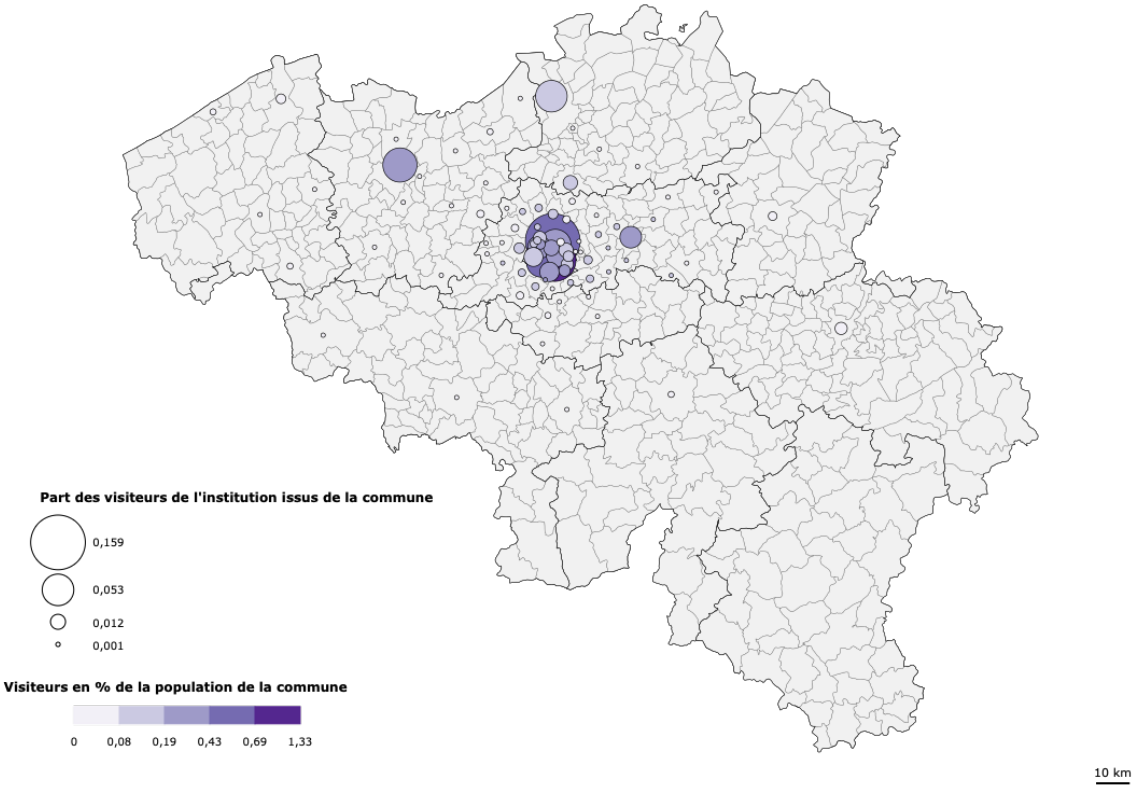


Figure 11 : OC néerlandophone #2 - recrutement à l'échelle de la Belgique (par commune)

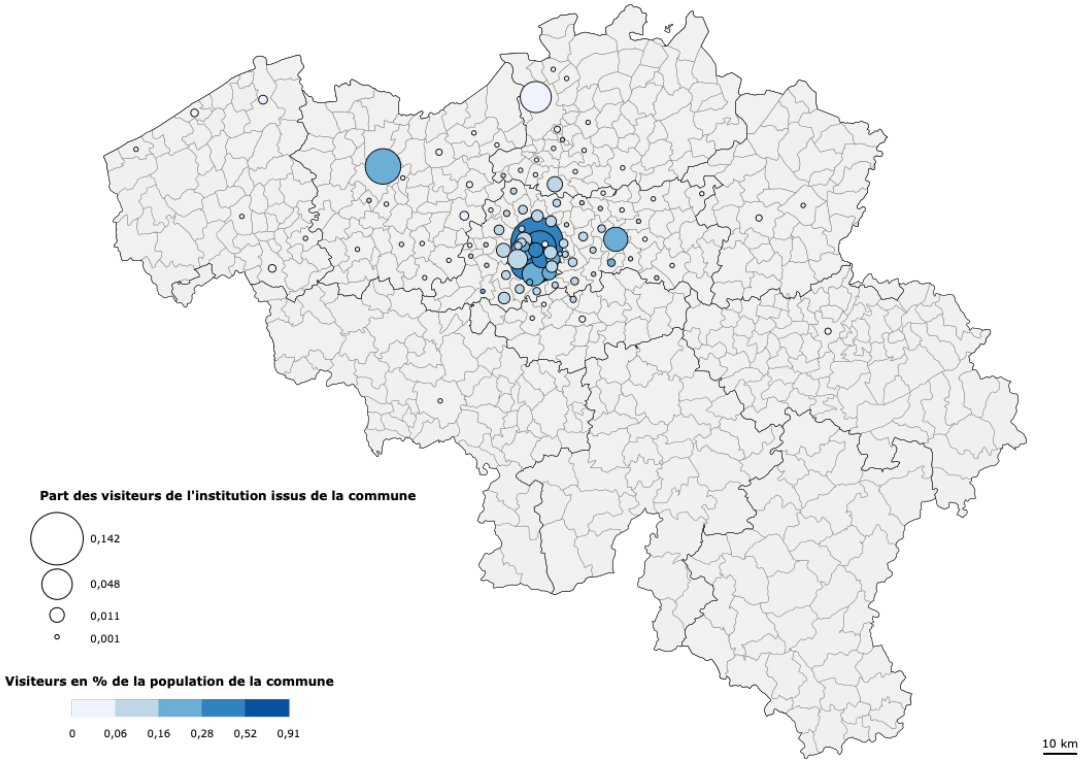


Figure 12 : OC bilingue - recrutement à l'échelle de la Belgique (par commune)

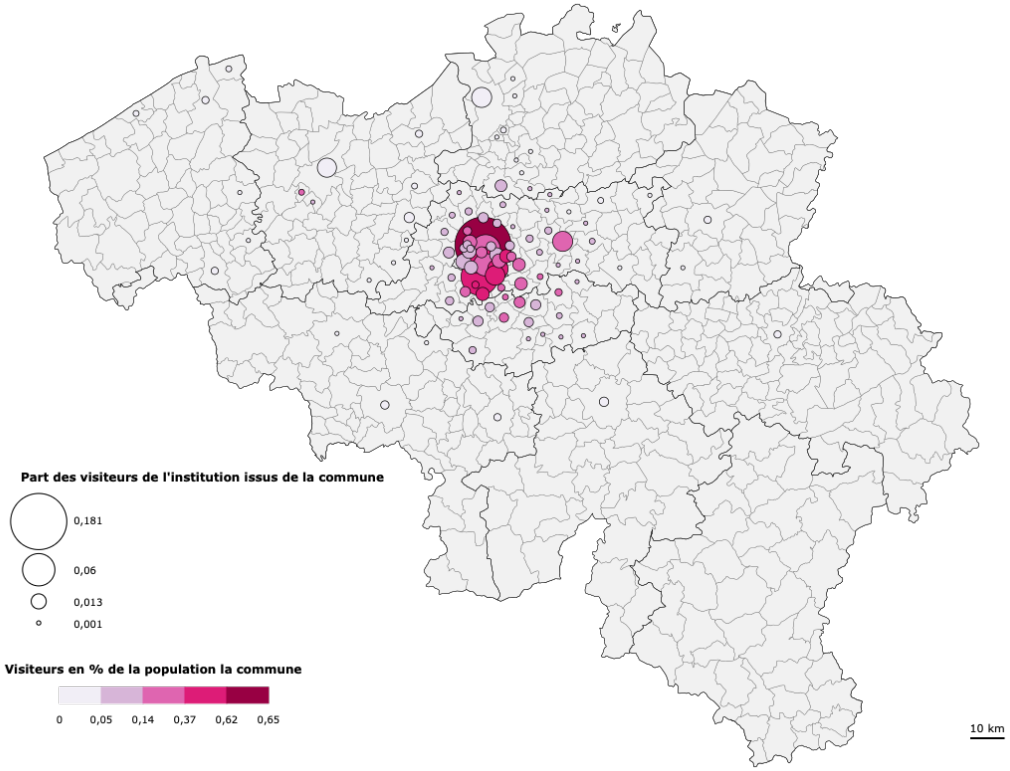
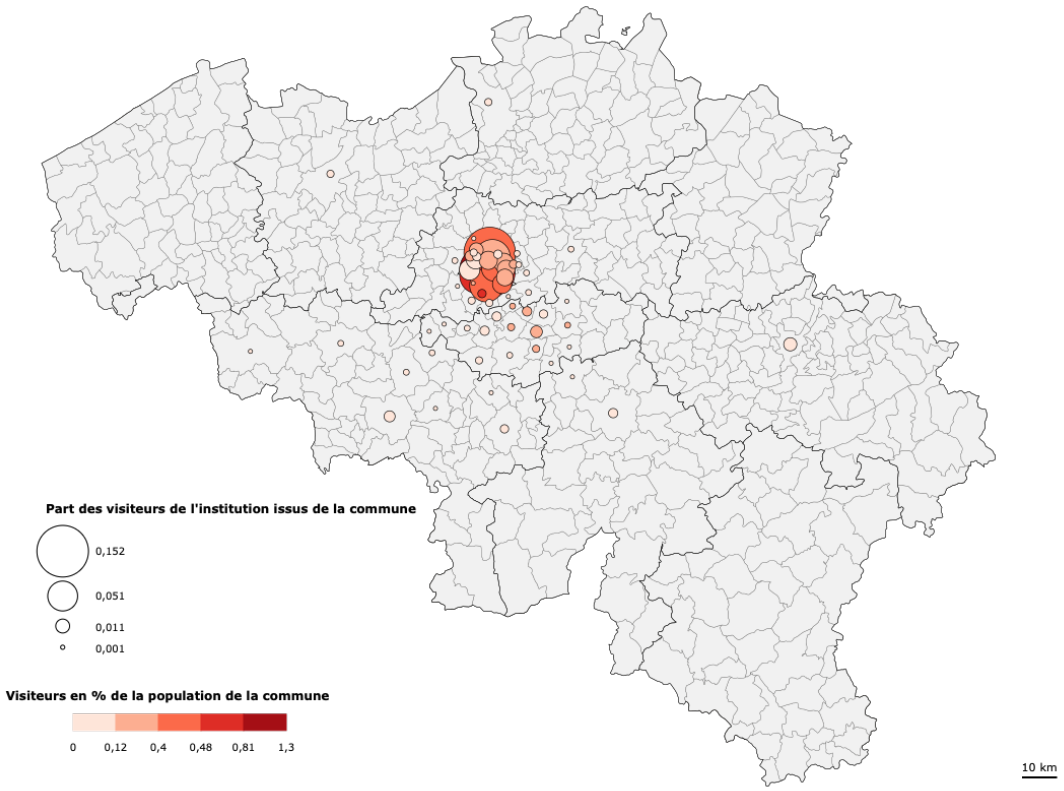


Figure 13 : OC francophone #2 - recrutement à l'échelle de la Belgique (par commune)



Ancrage linguistique et part du rayonnement lointain (et en fait urbain) sont deux paramètres qui conditionnent la géographie du recrutement des OC. La maîtrise du français étant nettement plus fréquente que celle du néerlandais au sein de la population régionale, il faut également tenir compte du fait que pour une offre culturelle donnée, il est plus facile pour un OC francophone que pour un néerlandophone de trouver sa masse critique de public sur la seule base d'un recrutement local.

Cela transparait clairement dans le tableau de la provenance du public par province (Tableau 2), où les OC néerlandophones apparaissent très dépendants d'un public ne résidant pas sur le territoire de la Région de Bruxelles-Capitale.

Tableau 2 : part des visiteurs par province et par OC

Provinces	NL #1 (%)	FR #1 (%)	NL #2 (%)	Bilingue (%)	FR #2 (%)
Antwerpen	8,93%	1,31%	10,29%	6,02%	0,55%
Brabant Wallon	1,46%	10,71%	1,55%	6,20%	6,08%
Hainaut	1,34%	4,50%	0,67%	2,59%	3,60%
Limburg	1,62%	0,16%	1,19%	1,31%	0,05%
Liège	1,48%	2,54%	0,46%	1,13%	1,90%
Luxembourg	0,19%	0,36%	0,08%	0,45%	0,49%
Namur	0,57%	2,34%	0,26%	1,20%	1,41%
Oost-Vlaanderen	9,75%	0,74%	10,76%	6,08%	0,42%
Vlaams-Brabant	11,83%	8,24%	16,20%	17,41%	4,41%
West-Vlaanderen	2,35%	0,20%	2,56%	2,06%	0,11%
RBC/BHG	58,06%	68,81%	48,36%	55,55%	80,94%
Total	**98%**	**100%**	**92%**	**100%**	**100%**

Échelle de la zone IRIS 2 (2ème périphérie)

La cartographie à l'échelle de la zone Iris (appelée aussi zone RER) permet de bien examiner la répartition des visiteurs des OC au sein du cœur de l'aire métropolitaine bruxelloise.

- L'OC francophone #2 a clairement le recrutement le plus « local », assez exclusivement centré sur le territoire de la Région de Bruxelles-Capitale.
- Les OC néerlandophones étudiés incluent les communes du *rand* à leur aire de recrutement, mais aussi clairement Louvain (les autres grandes villes comme Gand ou Anvers n'apparaissant pas à cette échelle).
- L'OC francophone #1 inclut seulement, hors RBC, les communes de la périphérie très proche, notamment les communes à facilités. Par contre, son recrutement est plus intense dans le nord-est du Brabant Wallon. On notera une intensité plus faible de son recrutement dans les communes bruxelloises à l'ouest du canal.
- Le caractère plus large et interlinguistique de l'OC bilingue apparaît clairement à l'échelle métropolitaine. On notera aussi les taux de pénétration plus élevés dans des communes de la banlieue sud-est qui, en conjonction avec les plus faibles taux de pénétration à l'ouest du canal, laissent subodorer un effet non négligeable de la composition sociologique du public sur l'intensité locale du recrutement.

La cartographie à l'échelle métropolitaine confirme, outre l'effet linguistique, l'effet de la proximité mais aussi probablement de la composition sociologique des communes sur le recrutement des opérateurs culturels.

Figure 14 : OC francophone #1 - recrutement à l'échelle de la zone Iris 2 (par commune)

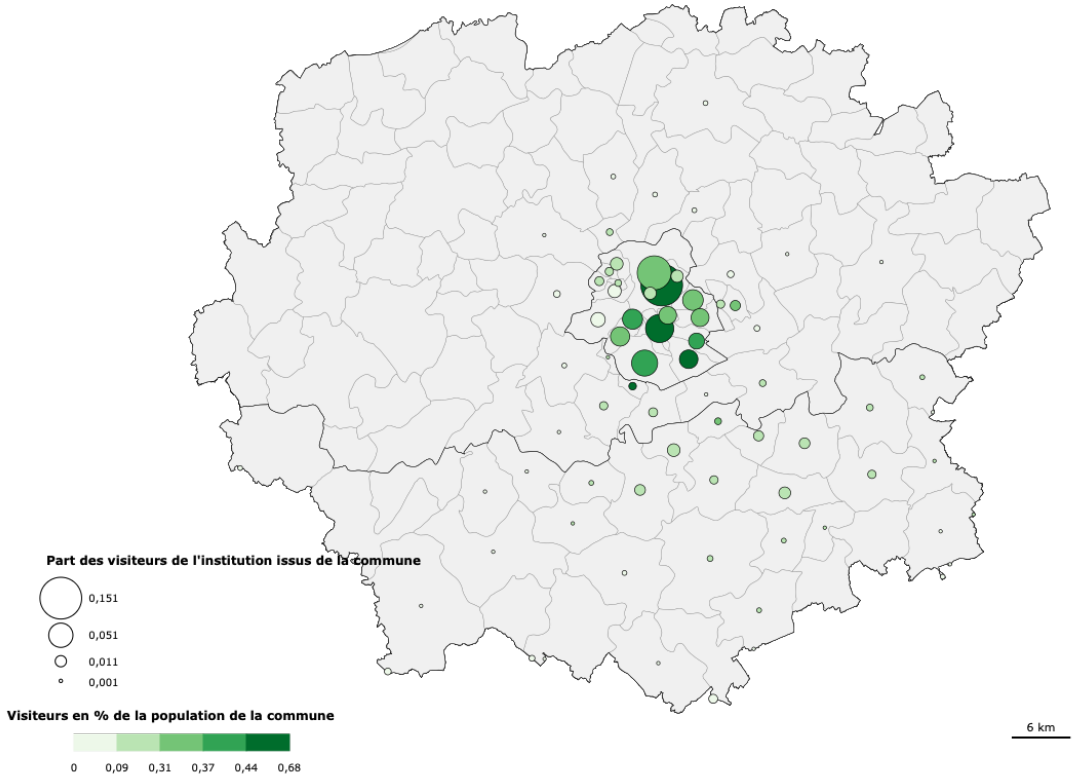


Figure 10 : OC néerlandophone #1 – recrutement à l'échelle de la zone Iris 2 (par commune)

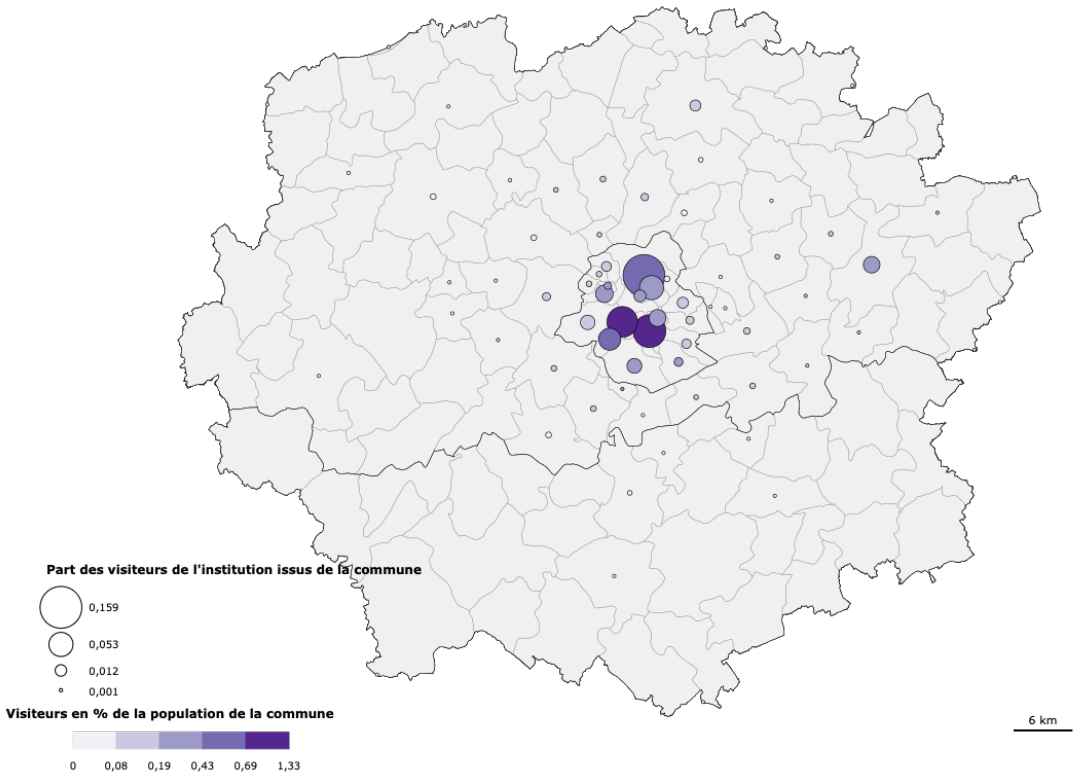


Figure 16 : OC néerlandophone #2 – recrutement à l'échelle de la zone Iris 2 (par commune)

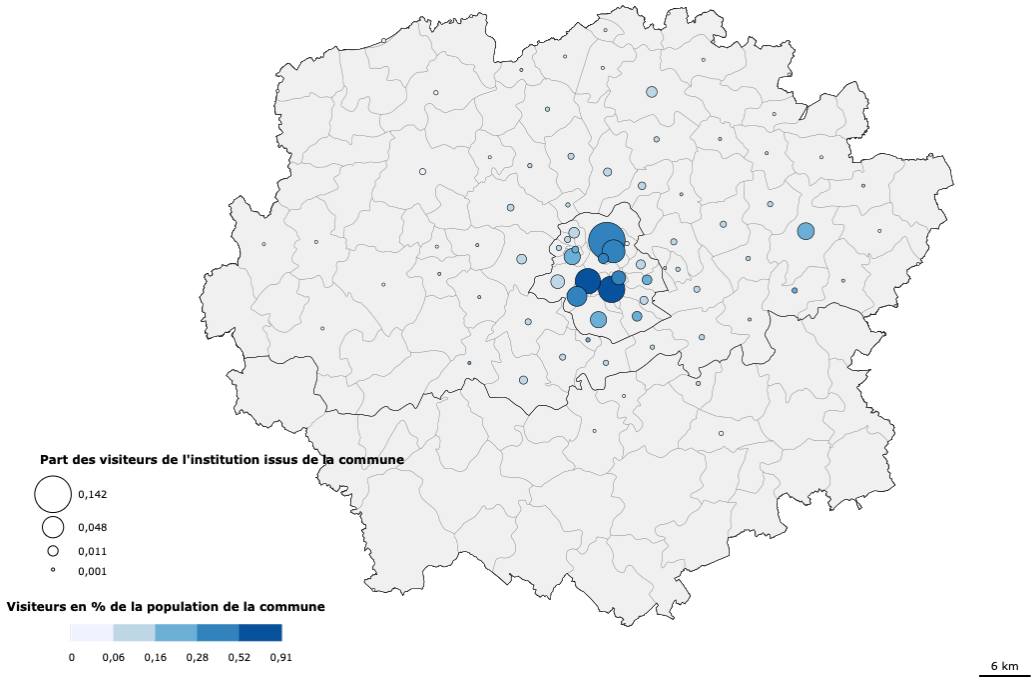


Figure 17 : OC bilingue – recrutement à l'échelle de la zone Iris 2 (par commune)

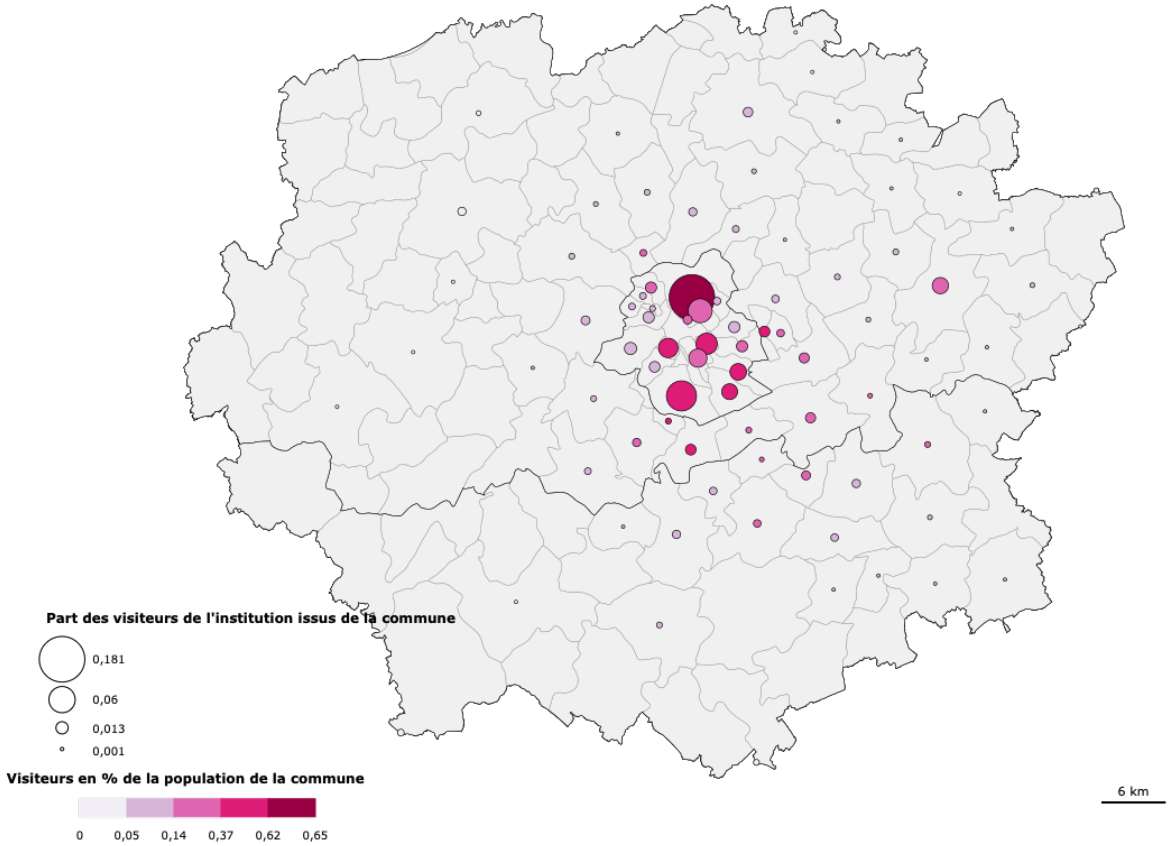
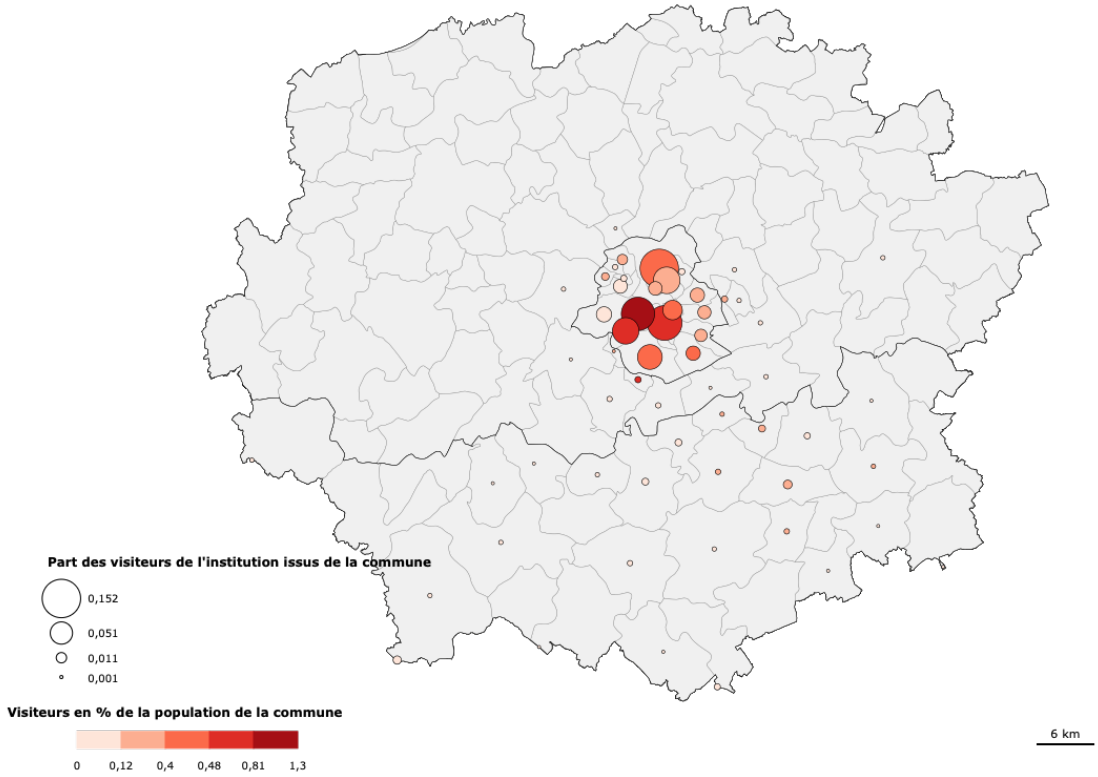


Figure 18 : OC francophone #2 - recrutement à l'échelle de la zone Iris 2 (par commune)



Échelle de la RBC – Communes et Secteurs Statistiques

Le secteur statistique est l'unité territoriale de base qui résulte de la subdivision du territoire des communes et anciennes communes par Statbel (Direction générale Statistique - Statistics Belgium) pour la diffusion de ses statistiques à un niveau plus fin que le niveau communal. Ce découpage a été créé pour le Recensement de la Population et des Logements de 1970 et redessiné pour le recensement de 1981 sur base de caractéristiques structurelles d'ordre social, économique, urbanistique et morphologique. Il a été retouché pour l'Enquête socio-économique de 2001 afin d'épouser les modifications des limites communales et afin d'intégrer les grandes modifications de l'utilisation du sol. C'est donc l'échelle la plus fine à laquelle on peut rapporter les effectifs des publics des opérateurs culturels avec des données statistiques publiques, notamment la population pour établir le taux de pénétration.

Même si en quarante ans, la ville et la composition sociologique des quartiers ont évolué, la finesse de ce découpage et le fait qu'il soit fondé notamment sur la structure du bâti, qui conditionne quand même assez fort l'occupation des lieux, en font un cadre d'analyse spatial propice à la mise en évidence de logiques sociales d'appropriation de l'espace.

Le recrutement des OC à Bruxelles à l'échelle des quartiers montre des logiques combinant proximité, accessibilité mais aussi largement structuration socio-spatiale de la ville :

- L'OC francophone #1 a un rayonnement assez peu marqué par la proximité proche, mais cela s'explique peut-être par le fait que les adresses ont été récoltées via les tickets achetés en ligne (automatiquement) et via des réservations par téléphone (si souhaité par les clients) notamment pour ceux qui veulent recevoir la publication par la poste. Il y donc peut-être un peu moins de visiteurs riverains immédiats enregistrés qu'en réalité car ils ont accès à des abonnements et tarifs préférentiels, mais pas via les achats en ligne. Quoi qu'il en soit, cette institution semble avoir un recrutement assez large sur tout l'est bruxellois et le centre-ville. Son recrutement est plus faible à l'ouest du canal, surtout si l'on considère la densité de population dans cette partie de la ville.

- L'OC francophone #2 est une institution qui a clairement un recrutement très intense sur le plan local et qui pratique des prix préférentiels pour les publics du quartier sur présentation d'une preuve d'adresse. Cette logique de proximité combinée probablement à une logique d'accessibilité génère une aire de recrutement préférentielle en forme de quartier de tarte dont la pointe est le site de l'institution et les côtés constitués par le canal d'une part et Ixelles d'autre part, incluant donc Uccle. Un second foyer de recrutement est constitué par l'est de Saint-Josse, Schaerbeek et Bruxelles-Ville, zone qui ne sont pas sans certaines similitudes sociologiques avec la première couronne sud-est. Ici encore, on notera l'effet barrière du canal, et ce malgré une bonne accessibilité par le métro.

- Au sein de la Région de Bruxelles-Capitale, les deux OC néerlandophones étudiés ont des recrutements privilégiés à la géographie très similaire : l'est du Pentagone, le nord de Forest, Saint-Gilles et le nord d'Ixelles. Ici encore, on observe un foyer secondaire constitué par l'est de Saint-Josse et Schaerbeek. Notons qu'il s'agit là des quartiers à

forte présence de jeunes adultes mais aussi avec un réel ancrage néerlandophone (institutions scolaires et culturelles, logements étudiants, etc.). Notons toutefois que, malgré une pratique du néerlandais plus marquée dans les communes de l'ouest (mais en partie chez les personnes âgées), ces OC recrutent moins dans la partie occidentale de la Région.

- L'OC bilingue est probablement l'OC pour laquelle, l'effet linguistique étant moins patent, la dimension sociologique de l'orientation du recrutement est la plus claire. C'est d'autant plus visible à l'échelle bruxelloise que cet OC, de par sa programmation, son positionnement institutionnel et son histoire, a un ancrage local, communautaire ou régional moins fort que les autres cas étudiés. Dans cet exemple, les quartiers avec les plus forts taux de pénétration ne sont pas forcément au plus proche de l'institution, mais bien plutôt en seconde couronne sud-est de la Région, zone caractérisée par une population à haut niveau socio-économique. Un examen attentif des quartiers avec les plus forts taux de pénétration souligne d'ailleurs souvent des quartiers de haut standing, y compris dans le Pentagone (place des Martyrs et quartier Royal).

Quand on affine l'analyse du recrutement au sein de l'espace urbain, on confronte l'ancrage spatial des institutions à la mosaïque sociale des quartiers bruxellois, soulignant ainsi le fait que l'accessibilité ne se limite pas à une question de distance ou de temps d'accès, mais aussi à une dimension sociale, financière et symbolique.

Figure 19 : OC francophone #1 – recrutement à l'échelle de la RBC (par secteur statistique)

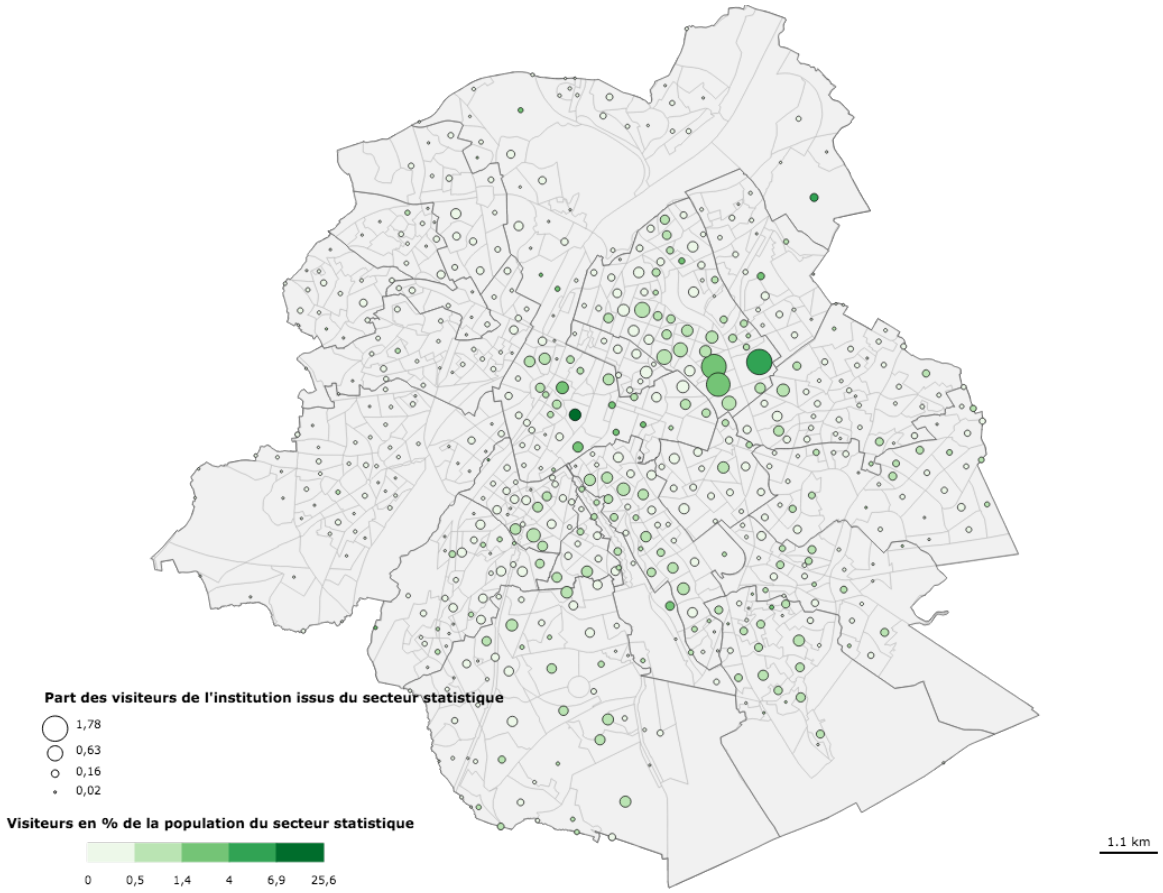


Figure 20 : OC néerlandophone #1 – recrutement à l'échelle de la RBC (par secteur statistique)

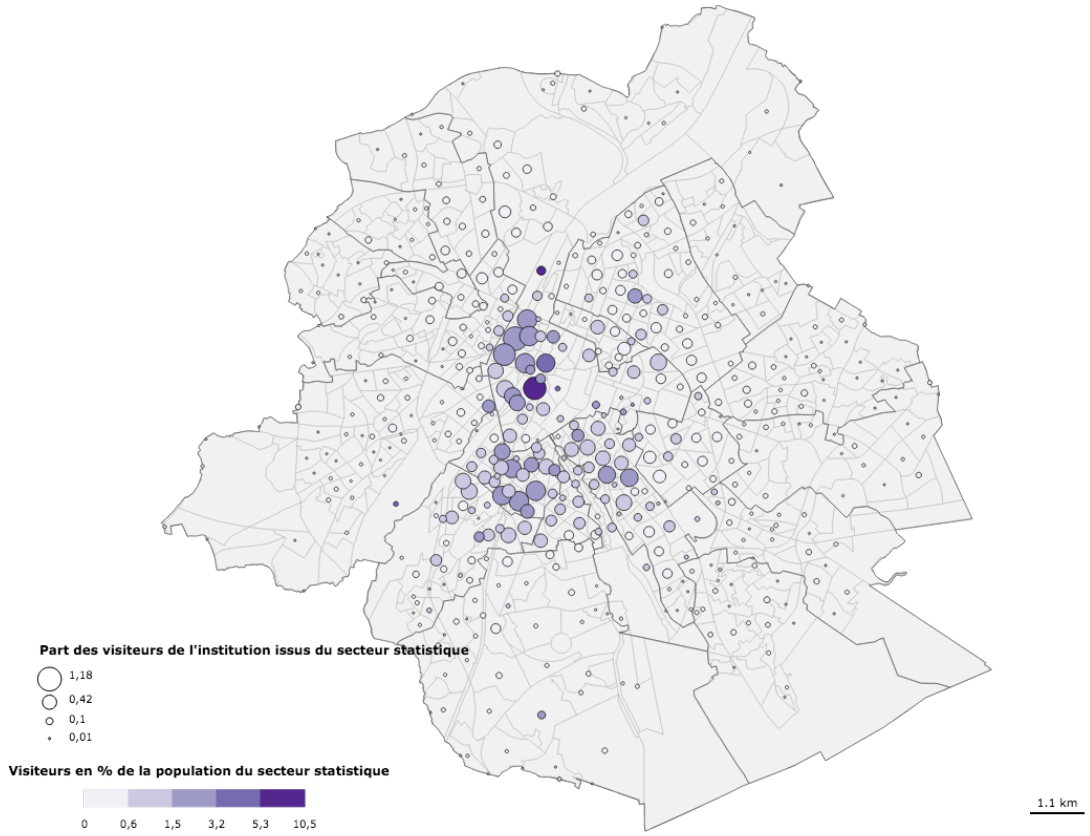


Figure 21 : OC néerlandophone #2 – recrutement à l'échelle de la RBC (par secteur statistique)

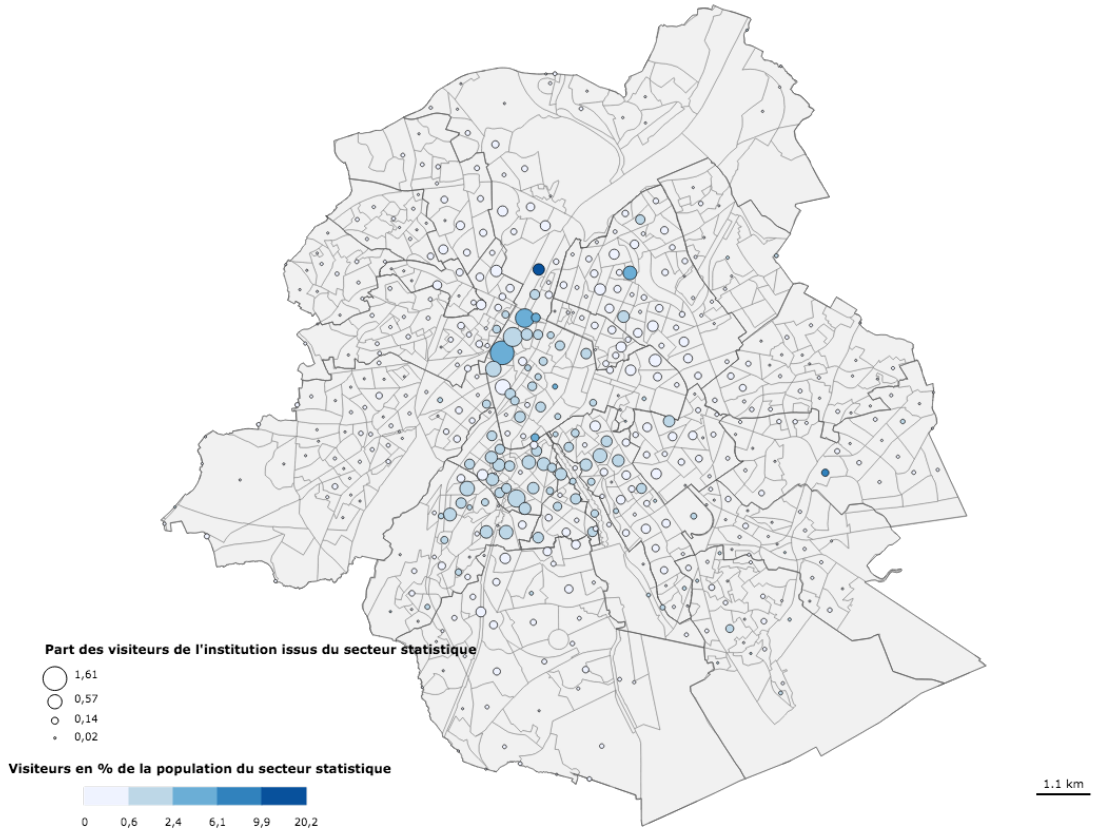


Figure 22 : OC bilingue – recrutement à l'échelle de la RBC (par secteur statistique)

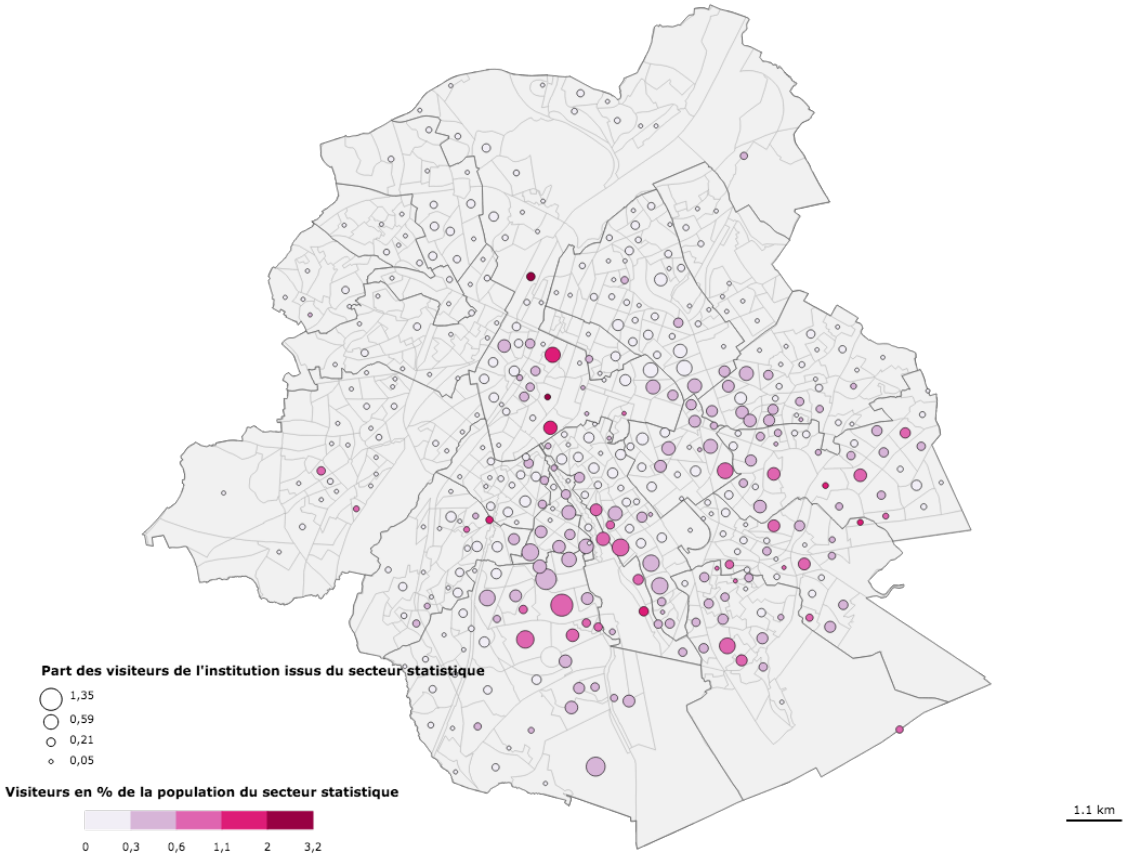
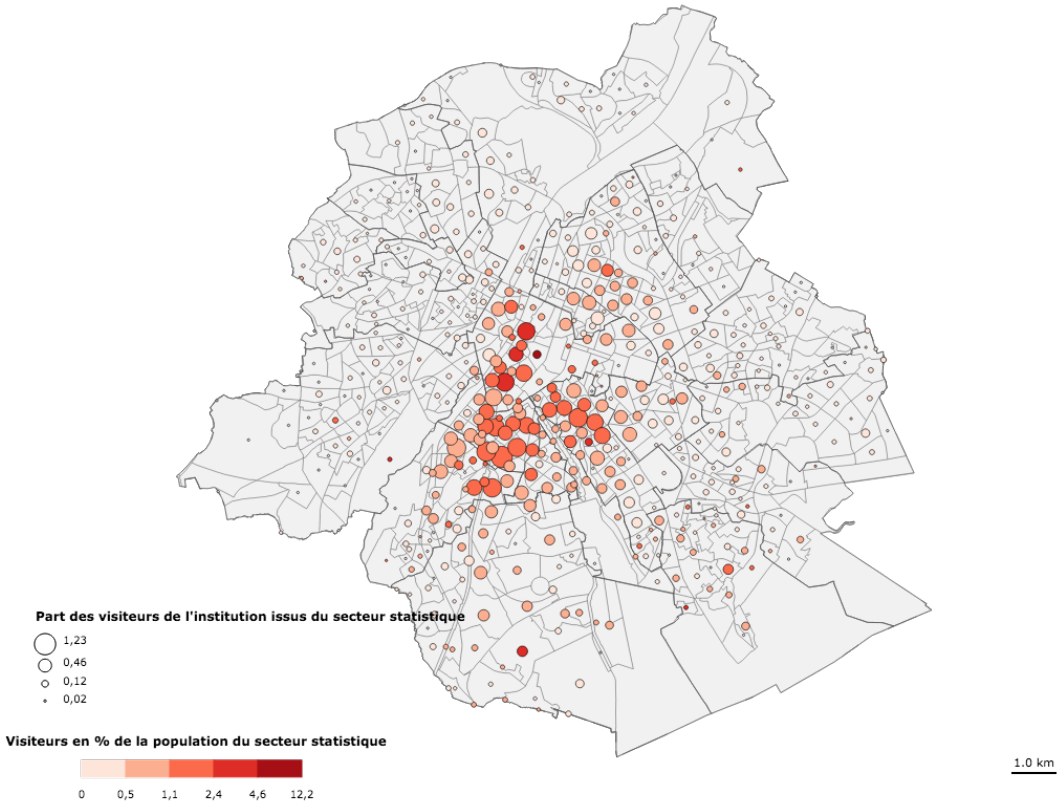


Figure 23 : OC francophone #2 – recrutement à l'échelle de la RBC (par secteur statistique)



b) Géoprofils

i. Méthodologie

L'interprétation des cartes fait appel à des connaissances implicites et peut parfois être perturbée par la présence de certains aléas locaux pas forcément très significatifs. Dès lors, l'analyse cartographique de la répartition spatiale d'un public sera utilement complétée par une analyse moins dépendante des impression visuelles, à savoir *le géoprofil* des institutions. Sur la base de la répartition spatiale des spectateurs enregistrés (une estimation du public effectif), il s'agit de déterminer dans quels types de lieux de résidence ils sont présents mais, surtout, en regard de la population du lieu (une estimation du public potentiel), là où ils sont sur ou sous-surreprésentés.

Il ne s'agit pas ici d'un réel profil de public, mais d'un géoprofil : les caractéristiques retenues sont celles des lieux où habitent les spectateurs ; elles ne concernent pas nécessairement les visiteurs eux-mêmes (cette confusion est connue comme l'*erreur écologique*). Par exemple, une forte surreprésentation dans les lieux bien desservis par les transports en commun ne veut pas forcément dire que les clients utilisent ceux-ci pour un usage donné.

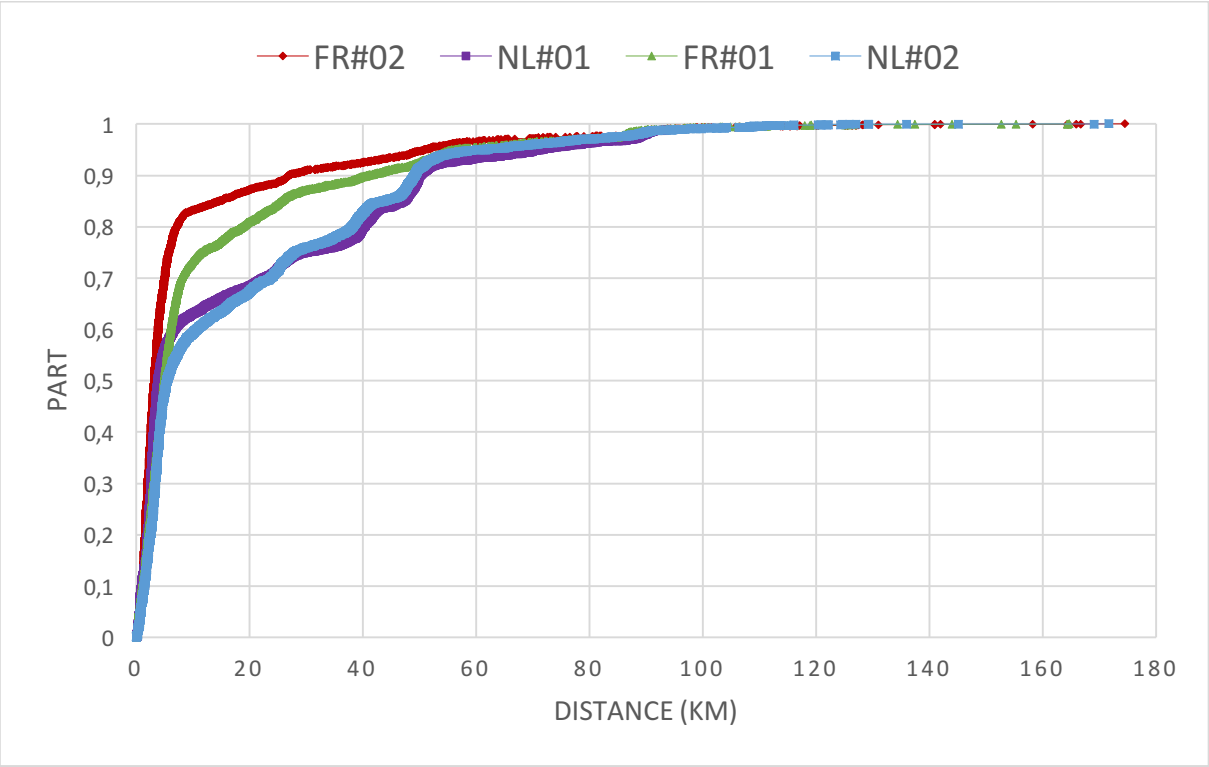
Les géoprofils se fondent donc sur l'idée que les caractéristiques des lieux de résidence ont un impact sur les comportements (effet de lieu) et infèrent donc une information sur base de la localisation des clients plutôt qu'à partir de leur caractéristiques individuelles (ces dernières pouvant ne pas être disponibles pour des raisons de confidentialité). Les géoprofils sont d'autant plus fiables que les unités spatiales où sont comptabilisés les spectateurs et caractérisés l'environnement sont homogènes, ce qui suppose donc l'utilisation d'un maillage fin comme les secteurs statistiques. Faute de collecte de données localisables à l'échelle du secteur statistique pour l'ensemble de la Belgique, les géoprofils de l'OC bilingue n'ont pas pu être calculés.

Les géoprofils se réfèrent à une typologie, c'est-à-dire à un classement des lieux selon leurs caractéristiques.

ii. Profils en termes de distances parcourues

Le premier classement des lieux auquel nous allons nous référer est tout simplement la distance entre les lieux de résidence et l'opérateur culturel considéré. L'opération consiste premièrement à établir la fréquence des visiteurs dans des classes de distance croissantes, et ensuite à calculer la courbe des fréquences cumulées des visiteurs en fonction des distances respectives aux sites des OC. Ceci peut aboutir à caractériser le niveau de recrutement plus ou moins local des OC et a l'avantage de permettre des comparaisons aisées entre les différentes institutions.

Figure 24 : visiteurs des opérateurs culturels considérés, en fonction de la distance



Ces courbes traduisent clairement différents types de relations entre recrutement et distance :

- Les courbes des deux OC francophones montrent un profil similaire qui diffère des autres par leur caractère concave et vertical aux faibles distances, ce qui indique un recrutement essentiellement local.
- Les courbes des OC néerlandophones sont convexes et plus horizontales à proximité de l'origine; elles traduisent un recrutement plus lointain.

On observe par exemple que plus de 80% d'un des OC francophones (FR#2) résident dans un rayon de moins de 10 km du site, alors que cette même proportion de visiteurs est atteinte dans un rayon de près de 40 km pour les OC néerlandophones. Entre 40 et 50 km, qui correspond aux distances avec Anvers et Gand, les courbes de ces OC manifestent un bond très net dans la proportion de leurs visiteurs. Une seconde rupture, moins nette, est perceptible aux alentours de 90 km, qui correspond aux distances de Bruxelles vers Liège et Bruges.

Ces différences dans les profils de recrutement selon la distance des différents OC confirment le caractère spécifique des leviers à actionner, ainsi que des acteurs à mobiliser, pour agir sur leur accessibilité respective.

iii. Profils en termes d'accessibilité des lieux de résidence en transport public

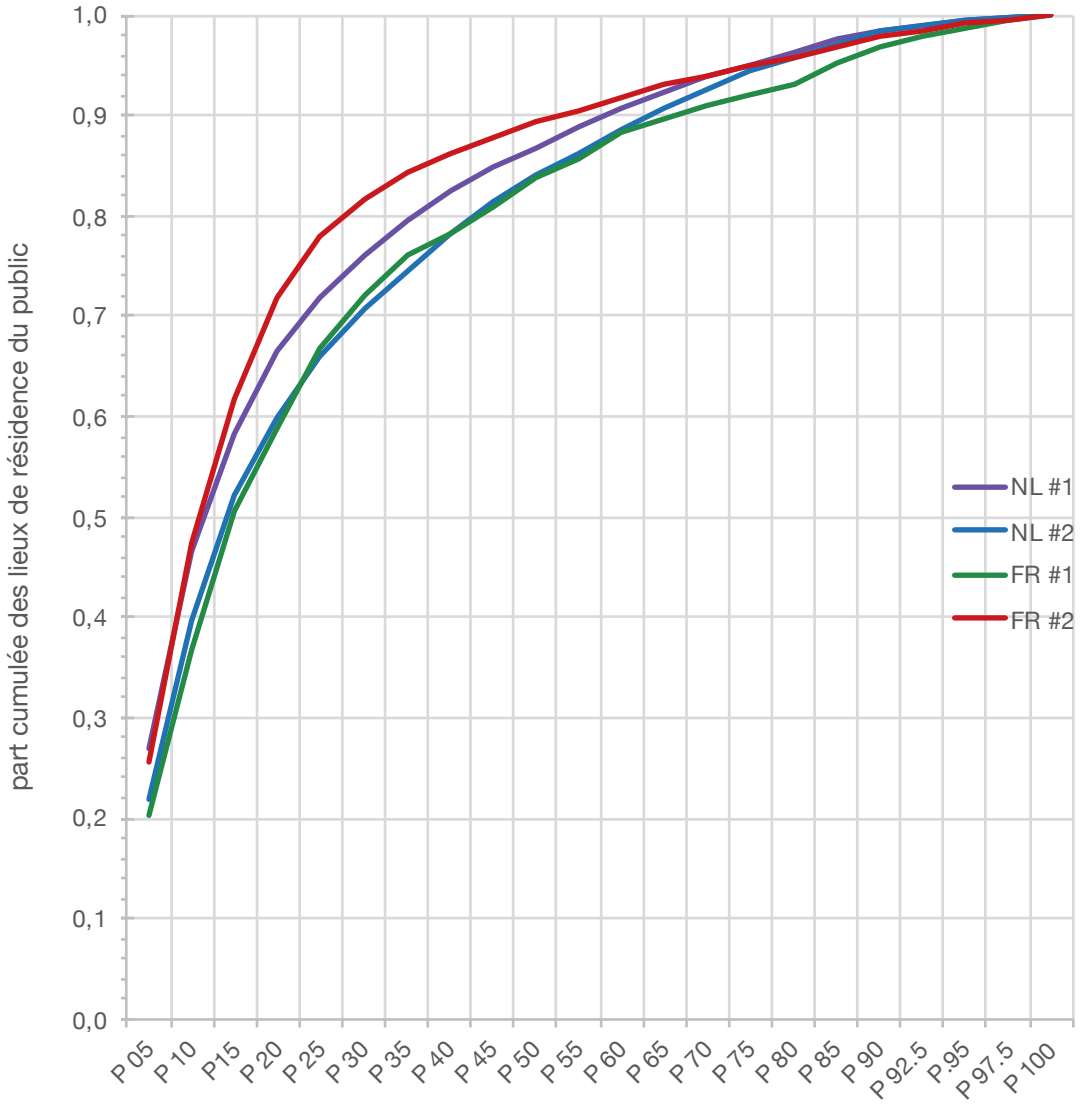
Le profil d'accessibilité de lieux de résidence se réfère à une typologie de l'accessibilité des lieux par les transports en commun. Cette typologie, développée par l'IGEAT (ULB) sur base des horaires des différentes sociétés de transports en commun, prend la forme d'une variable synthétique de temps d'accès en transports en commun (tous réseaux unifiés) à une série d'équipements (bibliothèques, cinémas, théâtres, piscines, commerces, écoles secondaires générales, techniques et professionnelles). Cet indicateur prend en compte l'offre de services dans l'environnement des lieux de résidence et n'est donc pas un indice d'accessibilité à Bruxelles mais plutôt un indicateur de la dépendance plus ou moins forte des lieux de résidence à l'automobile pour y pratiquer une série d'activités. L'échelle va des lieux faiblement dépendants de l'automobile (car on y accède en peu de temps à une large gamme de services de transport en commun) aux lieux où la vie est très dépendante de l'automobile (car on y accède difficilement aux services par d'autres moyens).

Pour faciliter la lecture, l'indicateur est exprimé en percentiles des logements : P 0.5 regroupe les 5% des logements les mieux desservis par le transport en commun, P 50 correspond au niveau d'accessibilité des 50% des logements les mieux desservis, etc.

On constate dans le graphique que plus de 80% des spectateurs de l'OC francophone #2 habitent dans un lieu qui figure parmi les 30% de lieux les mieux desservis par les transports en commun en Belgique. Par contre, pour deux autres, seulement 65% de leurs spectateurs résident dans ces 30% de lieux bien connectés aux transports en commun.

L'OC francophone #2 a un public très bruxellois qui a très largement accès aux transports en commun (et, d'ailleurs, aussi aux différents modes actifs). Par contre, l'OC néerlandophone #2 et l'OC francophone #1 recrutent davantage dans des espaces périurbains, mal desservis par les transports en commun. La question de la connectivité avec la banlieue par les transports en commun se pose de manière plus forte pour eux, et on peut imaginer qu'une partie significative de leur public n'a que peu d'alternatives à la voiture. L'OC néerlandophone #1 est en situation intermédiaire sur ce graphique, notamment du fait que son recrutement lointain fait la part belle à d'autres villes, elles-mêmes bien desservies par les transports en commun. Cela met donc en lumière un second enjeu : il ne s'agit pas seulement d'avoir des transports en commun à proximité du domicile, il faut aussi qu'ils soient bien connectés à Bruxelles. Force est de constater que la situation est sur ce plan probablement meilleure pour les villes flamandes que wallonnes.

Figure 25 : profil d'accessibilité des lieux de résidence des publics des opérateurs culturels considérés



Les courbes indiquent la part cumulée du public des opérateurs culturels résidant dans les différentes catégories d'accessibilité par les transports en commun, depuis les lieux les mieux desservis (à gauche) jusqu'aux lieux les plus mal desservis et donc les plus dépendants de l'automobile (à droite).

Sources : fichier clients des opérateurs culturels ; indice synthétique d'accessibilité IGEAT (ULB), d'après horaires STIB, De Lijn, TEC et SNCB.

iv. Profils en termes de « position dans le cycle de vie » des lieux de résidence

La typologie démographique des lieux utilisée ici a également été réalisée par l'IGEAT (ULB) et est inspirée du concept de *life stage* (position dans le cycle de vie), très utilisée dans le domaine du marketing, notamment parce que ces étapes de la vie influent significativement sur la structure et les modes de consommation. Typiquement, on classe dans cette optique les ménages en 7 stades de vie : célibataire, jeune couple, jeunes parents, parents d'âge moyen, parents plus âgés, couples plus âgés non actifs et solitaires. La typologie des secteurs se fonde sur une analyse et une synthèse de 25 indicateurs décrivant la taille et la composition

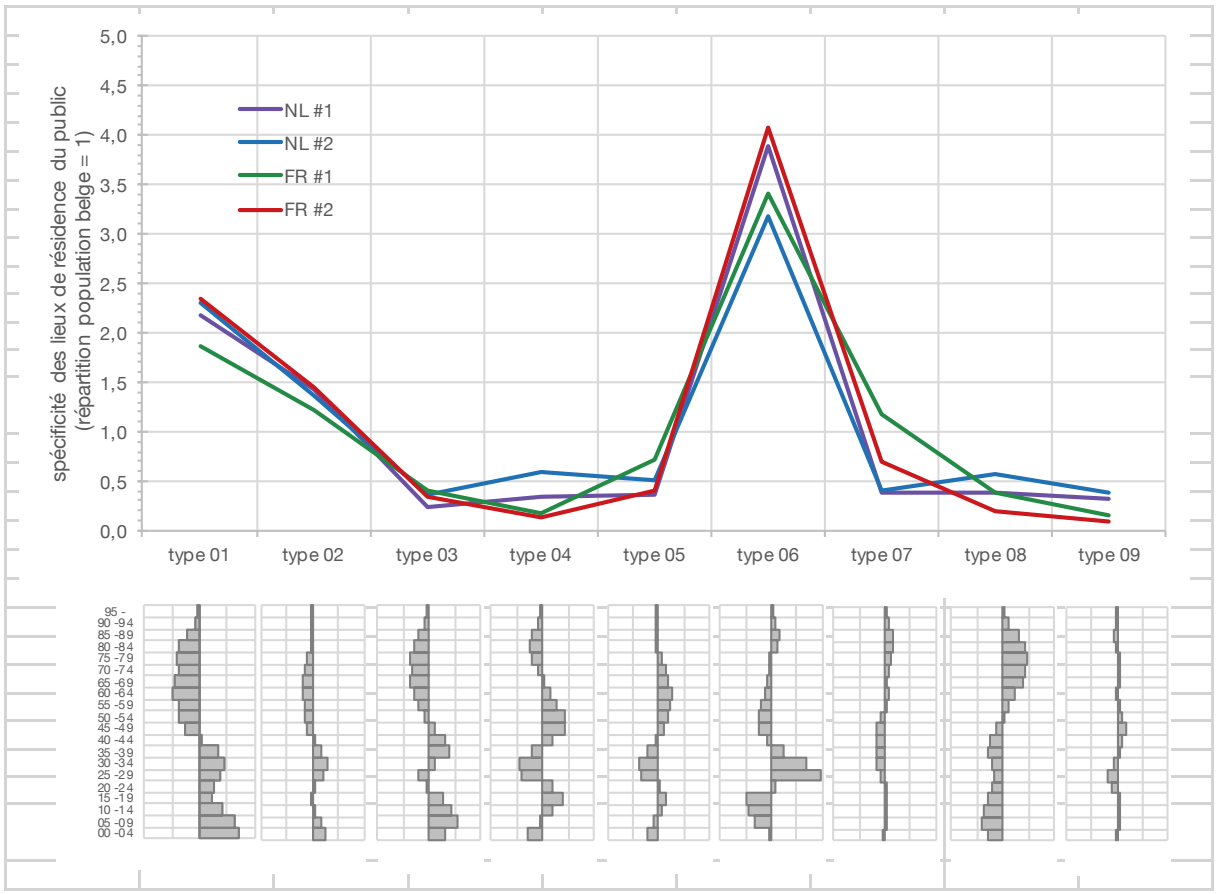
de ménages ainsi que l'âge des membres de ces ménages. Un indicateur relatif à l'intensité de migrations est également inclus dans le jeu de données soumis à l'analyse. Neufs types de lieux ont été retenus :

- Le type1 est caractérisé par la présence d'enfants, y compris jeunes, de jeunes adultes d'adultes isolés. Les seniors y sont peu présents. L'immigration internationale y est forte et la mobilité résidentielle élevée.
- Le type 2 est similaire au type 1, mais avec des sur- et des sous-représentations d'une ampleur moindre
- Le type 3 présente toujours des similitudes avec le type 1, mais avec une sous-représentation des très jeunes adultes. On y trouve par contre une surreprésentation des couples avec 1 ou 2 enfants. Il s'agit donc plutôt de lieux d'installation récente de familles plutôt que d'espaces de primo installation suite au départ de jeunes adultes du domicile familial.
- Le type 4 se distingue du type 3 par un caractère plus âgé, avec moins d'enfants jeunes, plus de sous-représentation des jeunes adultes et des adultes avec jeunes enfants. La sous-représentation des plus âgés tend toutefois à s'y amenuiser.
- Le type 5 est une variante du type 4 avec une plus forte présence de personnes d'âge mûr.
- Le type 6 est caractéristique des lieux d'arrivée où se retrouvent les jeunes adultes célibataires ayant quitté le domicile parental et, dans une moindre mesure, les jeunes couples sans enfant. L'immigration internationale y est très forte et la mobilité résidentielle a son plus haut niveau.
- Le type 7 est caractérisé par une légère sous-représentation des adultes aux âges actifs et une légère sur-représentation des retraités.
- Le type 8 est caractérisé par une forte sur-représentation des couples âges sans enfant et des seniors isolés.
- Le type 9 est un type peu différencié, où la composition de la population est proche de la moyenne belge.

Pour faciliter la lecture du géoprofil, un profil des sur- et sous-représentations par âge figure en regard des différents types.

Le géoprofil en lui-même est construit sur le principe de la spécificité. Le classement des lieux étant nominal (des catégories) et non pas ordinal (des mesures pouvant être ordonnées) comme dans le cas de la mesure de l'accessibilité, il fallait en effet recourir à une présentation des résultats sous la forme d'une spécificité pour tenir compte du nombre très variable d'habitants dans chacun des types de secteur statistique. Le coefficient de spécificité rapporte la part du total du public d'une institution résidant dans les secteurs statistiques d'un type donné à la part de la population belge qui réside dans un secteur statistique du même type. Le coefficient de spécificité peut prendre toutes les valeurs positives. S'il est supérieur à 1, le type est dit spécifique (ou surreprésenté) ; s'il est inferieur à 1, le type dit non spécifique (ou sous-représenté).

Figure 26 : profil démographique des lieux de résidence des publics des opérateurs culturels



Les courbes indiquent la spécificité du type de secteur dans la répartition du public des institutions, avec comme référence (=1) la répartition de la population résidant en Belgique. Les profils par âge décrivent les différents types de secteur statistique, avec les sous-représentations (à gauche) et les surreprésentions des classes d'âge quinquennale.

Sources : fichier clients des opérateurs culturels ; typologie démographique IGEAT, d'après données StatBel.

Compte tenu de la répartition spatiale des différents types démographiques de secteurs statistiques, il n'est guère étonnant que les opérateurs culturels, dans une logique de proximité, recrutent essentiellement dans des quartiers de profil 1, (2) et 6, qui sont ceux les plus caractéristiques des centres urbains. La forte spécificité du profil 6 souligne probablement la forte dépendance, en termes de publics, des opérateurs culturels étudiés aux jeunes adultes sans enfants (qui sont aussi présents dans les lieux de type 1 et 2, mais au sein d'une population plus diverse). Ici via les *life stages*, l'analyse met en lumière l'importance, l'organisation et le rapport au temps libre, où visiblement le fait d'avoir des enfants ou pas change la donne, y compris parce que les activités quotidiennes contraignent fortement l'organisation des chaines d'activités et de déplacements. Au point d'en rendre difficile la fréquentation des opérateurs culturels ? Mais aussi parce que les difficultés d'accès au logement induisent souvent un déménagement plus loin des institutions.

1.3. Contenu et accessibilité des données de profils disponibles auprès des institutions de gestion de paiement par carte bancaire

Cette section vise à analyser le contenu et l'accessibilité des données de profils disponibles auprès des institutions de gestion de paiement par carte bancaire. L'analyse a pour but d'examiner la possibilité de pallier via cette source à l'éventuel manque de disponibilité, dans le chef des OC, des adresses d'une partie de leurs publics.

Dans le cadre de cette section, une revue de la littérature scientifique orientée sur l'analyse des données de paiement par carte bancaire a été réalisée. Au vu de l'exploration de cette littérature, l'intérêt de l'exploitation de ce type de données est manifeste.

L'utilisation des données disponibles auprès des gestions de paiements est la technique du « Data Mining » (Hassani et al, 2018 ; Lenormand et al, 2014). Il existe différents types d'utilisation du « Data Mining » : pour la sécurité et la détection de la fraude, pour le management à risque et l'investissement bancaire et, enfin, pour le marketing des firmes envers les clients. Ce dernier appelé « Customer Relationship Management » est celui qui correspondrait le mieux à ce que l'on souhaiterait faire ici via l'exploitation des données des institutions de gestion de paiement. Il va permettre de dégager un profil et de comprendre le comportement du consommateur à partir de différentes variables.

Un exemple est celui de l'Espagne (Sobolevsky et al, 2014 et 2016), où l'objectif était de comparer les comportements des locaux et des touristes venant à Madrid et à Barcelone. Les consommateurs étaient identifiés de façon anonyme par un code ID connecté à leurs caractéristiques socio-démographiques et au code postal de leur lieu de résidence; tandis que les entreprises étaient également identifiées par un code ID, mais aussi par le type d'entreprise auquel il s'agissait et, enfin, les coordonnées géographiques du terminal de carte bancaire qu'elle possède.

A partir de la donnée brute, c'est-à-dire, les transactions à proprement parler, des points d'adresses ont pu être tiré, comme dans notre étude, permettant de cartographier et visualiser d'où viennent les consommateurs, en utilisant le code postal principalement. Ensuite, à partir des données géographiques, du genre, de l'âge et de l'occupation, il était possible de réaliser des graphiques et des cartes. Rien de nouveau à ce que l'on peut trouver au niveau du type d'exploitation des données, à part que ces données viennent directement d'un consommateur, en temps réel, et que l'on peut les croiser entre elles, mais aussi, avec les autres comportements et transactions qu'il peut avoir/effectuer. A savoir qu'au niveau des profils, on peut déterminer la distance parcourue par le consommateur entre deux transactions consécutives, et donc voir non seulement de où il vient, mais aussi ce qu'il a fait éventuellement avant, après, ou combien de kilomètres il était prêt à parcourir pour accéder au service.
Une « heat map » (une carte thermique) a été réalisé dans le cas de l'Espagne où il est possible de voir la distance que le consommateur serait prêt à faire pour accéder à tel ou tel service, et cela tout en croisant cette information avec son sexe, son âge et son occupation.

Il est donc possible d'utiliser les données récoltées via les institutions de gestion de paiement, notamment pour affiner la définition d'un profil de consommateur et de pouvoir les géolocaliser de façon plus précise.

*

* *

Les différentes démarches effectuées dans le but de collecter les informations visées sont résumées ci-dessous :

- Contacts par courriel avec Atos Worldline, système le plus représenté en Belgique et auprès de leur division *Data* à Lyon : pas de réponse aux courriels.
- Contacts par courriels personnalisés auprès de connaissances employées par Atos Worldline : pas de réponse aux courriels.
- Contacts par téléphone avec le secrétariat d'Atos Worldline : infructueux, renvoi vers des numéros sans réponse.
- Contact avec Wouter Verbeke, expert en Big Data pour les banques, qui a rejoint le Centre de recherches en Mobilité MOBI[6] : n'a pas connaissance de l'usage de telles données pour ce type de recherche en Belgique.
- Contact avec les professeurs de l'Université de Namur et de la KU Leuven, Renaud Lambiotte et Tarik Roukny qui ont travaillé sur ce genre de données : n'ont pas connaissance de l'usage de telles données pour ce type de recherche en Belgique.

Les multiples tentatives de contact par courriel et par téléphone avec ces institutions de gestion de paiement par carte bancaire se sont donc révélées infructueuses. Ces institutions semblent réfractaires à toute publicité liée à l'utilisation des données qu'elles détiennent. On peut émettre l'hypothèse qu'elles n'ont pas intérêt à ébruiter les possibilités d'utilisation de ce type de données et que les potentiels bénéfices financiers qu'elles peuvent retirer du commerce de ces données ne sont pas à la mesure des risques inhérents à la publicité, éventuellement négative, de leur diffusion. Le climat actuel de méfiance qui gravite autour de la protection des données n'est sans doute pas de nature à faire basculer ces positions.

[6] Mobility, Logistics and Automotive Technology Research Centre (VUB).

2. Enquête exploratoire auprès des publics d'opérateurs culturels bruxellois

Introduction

L'enquête auprès des publics, que nous avons menée, se veut complémentaire de l'analyse des géoprofils. L'objectif est ici d'établir un premier état des lieux des pratiques de mobilité des publics lors de leur sortie chez les opérateurs culturels (OC) bruxellois participant à l'enquête. Ces pratiques sont ensuite mises en relation avec les caractéristiques socio-démographiques des personnes interviewées, ainsi qu'avec leurs pratiques de déplacement au quotidien.

Cette phase de recherche est menée en gardant à l'esprit la logique d'exemplarité et non d'exhaustivité de la présente étude à visée exploratoire. Ce n'est donc pas la représentativité des publics par OC qui est visée ici, mais plutôt la constitution d'un aperçu des pratiques de mobilité opérées par les visiteurs ainsi que, sur le plan méthodologique, le test d'un dispositif d'enquête reproductible à d'autres échelles et selon d'autres temporalités.

2.1. Méthodologie

2.2.1 Enquêtes similaires et bonnes pratiques

Dans une première étape, ont été collationnées les enquêtes similaires effectuées à Bruxelles (enquête sur le public des musées bruxellois pour visit.brussels, enquête mobilité de l'Ancienne Belgique…) ou, plus largement, en Belgique (enquête de la ville d'Anvers : Casteleyn en Mattheesen, 2014) afin d'identifier de bonnes pratiques dans l'élaboration d'un questionnaire et d'un dispositif d'enquête de ce type.

Sur cette base, un court questionnaire d'enquête à administrer auprès des publics des OC a été élaboré. Le questionnaire est commun à toutes les institutions, de manière à assurer un traitement standardisé des pratiques et problèmes de mobilité liés à chaque OC et à favoriser la reproductibilité du dispositif. Les questionnaires sont conçus pour être administrés en face-à-face lors d'événements organisés par les OC, avant et après ceux-ci.

2.2.2 Méthode de sélection des OC

Les critères de sélection des OC participant à ce volet sont similaires à ceux de la première phase explicitée ci-dessus. Une attention a été portée à la diversité des OC participant, toujours de manière à représenter au mieux le secteur ; c'est la raison pour laquelle une sélection d'OC différente de la phase précédente a été recherchée.

Dans un premier temps, ont été considérées les opérateurs culturels membres du RAB/BKO qui avaient répondu à l'enquête institutionnelle (point 1.1. supra) et avaient déclaré souhaiter collecter de l'information au sujet de leurs publics et de leurs pratiques de mobilité (point 1.1.4).

A ces premiers critères ont été ajoutés les mêmes critères que lors de la phase précédente : diversité dans l'appartenance linguistique de l'OC, du type de manifestations culturelles proposées, de l'âge supposé des publics, de la localisation et de l'accessibilité en transports publics (cfr. 1.2.1). Les OC organisant des événements extra-muros ont été écartés et ceux drainant principalement un public de sorties culturelles en soirée ont été privilégiés (pour pouvoir traiter de la problématique des retours à domicile).

Ensuite, parmi les OC restants, une attention a été portée aux facilités logistiques de réalisation de l'enquête : espace et moments disponibles avant, pendant et après les spectacles, facilités diverses, etc. Enfin, la diversité dans le nombre de dispositifs mis en place par les OC afin d'améliorer l'accessibilité de leur site (Q4 au point 1.1.5) a été prise en compte.

Au travers de ces différents critères et des accords de collaboration reçus, les six OC ont été amenés à participer à l'enquête : *Les Halles de Schaerbeek*, le *Théâtre des Martyrs, La Monnaie/De Munt*, Le *Beursschouwburg*, *Archipel 19 – Centre Culturel de Berchem-Saint-Agathe et Koekelberg* et le *Gemeenschap Centrum De Vaartkapoen/VK concerts*.

2.2.3 Elaboration du questionnaire d'enquête

a) Questions de recherche

Les questions de recherche suivantes ont guidé l'élaboration du questionnaire d'enquête :

- Quel est le profil socio-démographique des visiteurs des OC sélectionnés ?
- Quelles sont les pratiques de mobilité des visiteurs des OC sélectionnés pour leur sortie culturelle (modes utilisés et proportions, perception qu'ont les publics de l'accessibilité de l'OC visité en soirée, etc.) ?
- Quels sont les facteurs explicatifs (internes et externes) de ces pratiques de mobilité ?

Cette dernière question s'inscrit dans les objectifs de cette étude dans la mesure où l'exploration des facteurs explicatifs des pratiques de mobilité effectives permet de contribuer à l'identification de freins et de barrières à l'accessibilité des OC bruxellois.

b) Liste des variables collectées

Le questionnaire d'enquête complet se trouve en Annexe 3. Il existe en version française, néerlandaise et anglaise. Il résulte d'un compromis entre la nécessité de récolter des informations les plus complètes possible et celle de rester dans une durée courte, vu les conditions d'administration du questionnaire (juste avant ou juste après le spectacle) et afin de maximiser le nombre d'enquêtes réalisées.

A travers le questionnaire établi, les variables suivantes sont collectées :

- Pratiques de déplacement :
    - Mode(s) de déplacement pour le trajet aller
    - Type de lieu de provenance directe
    - Mode(s) de déplacement pour le trajet retour
    - Perception de l'accessibilité du site en transport en commun
    - Perception de la desserte du lieu en parkings vélo
    - Perception de la desserte du lieu en parkings voiture
    - Modes de déplacement en général selon la fréquence
    - Disposition de voiture
    - Accompagnement
    - Fréquence de sortie culturelle
    - Préférence pour un autre mode de transport (question ouverte)
    - Avis sur l'amélioration de l'accessibilité spatiale (question ouverte)

- Profil socio-démographique :
    - Genre
    - Age
    - Provenance (pays de résidence, code postal en Belgique)
    - Niveau de diplôme

2.2. Description des circonstances de l'enquête

Les enquêtes se sont déroulées sur une période d'environ un mois entre le 9 mars 2019 et le 12 avril 2019 pour quasi l'ensemble des opérateurs culturels à l'exception de la Monnaie où deux soirées d'enquêtes ultérieures, au début du mois de mai, furent planifiées.

Une soirée d'enquête-type était organisée comme suit : une heure consacrée aux enquêtes avant le début de la représentation et une heure après celle-ci. Si ce modèle d'organisation convenait bien pour certains types d'événements comme une représentation théâtrale ou un spectacle de cirque, il convenait moins pour d'autres comme certains concerts débutant tard dans la soirée. Dans ce cas, les enquêtes se déroulaient surtout avant le début de l'événement.

Le nombre de soirées d'enquête prévues pour chaque opérateur culturel variait en fonction du bon déroulement ou non des enquêtes et en tenant en compte l'objectif fixé en amont du projet à savoir la récolte d'environ 200 questionnaires par OC. En effet, pour certains opérateurs culturels comme les Halles de Schaerbeek où le public était important et assez réceptif, il n'a pas fallu organiser plus de trois soirées d'enquête pour atteindre l'objectif fixé. En revanche, pour d'autres opérateurs comme le Théâtre des Martyrs, où le public était plus réticent à répondre aux questionnaires, il a fallu organiser une quatrième soirée d'enquête. Bien entendu, le nombre de soirées d'enquête dépendait avant tout de la programmation des différents opérateurs culturels et évidemment de l'accord de ceux-ci, mais aussi des moyens limités dont nous disposions pour cette enquête exploratoire. En ce qui concerne La Monnaie, cet accord a été conclu tardivement. Combiné aux difficultés sur le terrain, quatre soirées n'ont pas suffi pour atteindre l'objectif. Nous avons eu également un nombre plus faible de

répondants chez Archipel 19 étant donné qu'il s'agit d'un centre culturel, à la jauge de public plus restreinte. Dès lors, une bonne communication entre le gestionnaire des enquêtes et les responsables des opérateurs culturels était primordiale pour assurer la bonne réalisation des enquêtes.

Pour chacune des soirées d'enquête, le pool d'enquêteurs était généralement composé de quatre à cinq étudiants accompagnés d'un.e chercheur.e. Ceux-ci se rendaient sur place une dizaine de minutes avant le début des enquêtes pour avoir le temps de se préparer à enquêter. Au préalable, le pool d'étudiants-enquêteurs a eu droit à un briefing complet de la part du gestionnaire des enquêtes afin de leur expliquer l'objectif général de l'enquête, le fonctionnement du questionnaire et les attitudes à adopter lors de l'administration de celui-ci. Chaque question du questionnaire a été vue avec les enquêteurs de sorte qu'il ne subsiste aucune ambiguïté et que les enquêteurs sachent parfaitement comment transcrire les informations données par les répondants.

En Annexe 4 est repris le planning exact des enquêtes pour chacun des six opérateurs culturels avec les dates, l'horaire du début des représentations, les noms exacts des différents événements, les différents types d'événements, le nombre d'heures réellement consacrées aux enquêtes et la période par rapport à l'événement (avant ou après celui-ci) durant laquelle se sont déroulées les enquêtes. La langue est celle de l'administration du questionnaire. La question de la ou des langues maternelles des répondants n'a pas été posée explicitement.

2.3. Description de l'échantillon

Les enquêtes ont été réalisées entre le 9 mars et le 10 mai 2019, entre 17h et minuit. Les trois quarts des enquêtes ont été réalisées en semaine et un quart en cours de week-end.
Au total, 1019 questionnaires ont été administrés. Ils se répartissent comme suit dans les différents OC participants :

Tableau 3 : Nombre d'enquêtes réalisées par opérateur culturel
Base : échantillon total (% sur répondants)

Halles de Schaerbeek	232
	22,8%
Théâtre des Martyrs	180
	17,7%
La Monnaie/De Munt	180
	17,7%
Beursschouwburg	174
	17,1%
GC De Vaartkapoen/VK concerts	174
	17,1%
Archipel 19 – CC de Berchem-Saint-Agathe et Koekelberg	79
	7,8%
Total	1019
	100,0%

Rappelons encore une fois le caractère exploratoire et expérimental du dispositif. Il est bien certain que, pour avoir une vision plus représentative des pratiques des publics de chacune des OC étudiés, en particulier pour ceux qui offrent une programmation diversifiée et reçoivent des publics très divers, une enquête sur une plus longue période, lors de spectacles plus différenciés, serait nécessaire.

2.4. Profil des visiteurs interrogés

2.4.1. Genre (Q12)

Parmi les répondants des six OC investigués, 57% étaient des femmes. Cela semble en phase avec, par exemple, l'enquête réalisée en 2007 sur les pratiques culturelles en Communauté Française (Guérin, 2009) qui comptait 54% de femmes fréquentant les manifestations d'« arts du vivant » (incluant les activités de théâtre, festivals et concerts de musique, danse, opéra, cirque et spectacle d'humoriste).

2.4.2. Age (Q13)

L'âge des répondants varie bien entendu fortement en fonction des OC visités et des types de spectacles. Toutes les classes d'âge sont bien représentées dans l'échantillon. L'âge moyen des répondants, pour les six OC étudiés, est de 39.4 ans et 29% du public interrogé a entre 31 et 45 ans. Le public masculin est globalement un peu plus jeune que le public féminin, surtout dans les catégories d'âge plus élevées.

Tableau 4 : Âge
Base : échantillon total (% sur répondants)

	Moyenne	39,4
	Ecart-type	15,8
	N valide	1018
-----	16-24	155
		15,2%
	25-34	339
		33,3%
	35-44	189
		18,5%
	45-54	126
		12,4%
	55-64	115
		11,3%
	65 +	94
		9,2%
	N.R.	1
		0,1%
	Total	1019
		100,0%

2.4.3. Niveau d'étude (Q17)

Les diplômés de l'enseignement supérieur sont de loin les plus représentés dans notre échantillon, comptant pour près de 83% du public interrogé. C'est bien plus que la moyenne nationale et régionale (environ 33% et 41% selon l'IBSA), et que les taux répertoriés dans l'étude citée ci-dessus.

2.4.4. Lieu de résidence (Q16)

Notre échantillon comprend une population assez locale. 72,3% des interrogés habitent la RBC, près de 4% habitent en Brabant wallon et 7% en Brabant flamand. 7% de visiteurs résident à l'étranger (en Europe, principalement en France), ces derniers étant représentés davantage parmi les publics plus jeunes.

2.4.5. Fréquence des sorties culturelles (Q9)

Les visiteurs ont été interrogés concernant la fréquence à laquelle ils sortent. Ils sont près de 30% à sortir au moins une fois par semaine et près de 40% à sortir plusieurs fois par mois. 20% parlent d'une sortie par mois et ils sont moins de 12% à sortir moins d'une fois par mois.

2.1. Pratiques de mobilité des visiteurs interrogés

2.1.1. Modes de déplacement

a) « Comment êtes-vous arrivés ici ? »

Avant d'examiner les résultats, rappelons que chaque répondant peut citer plusieurs modes ; les pourcentages étant calculés sur le total des répondants, il est possible que leur somme dépasse 100%.

(1) La première observation qui ressort de ces enquêtes est la proportion élevée de visiteurs ayant utilisé la marche. A la question « Comment êtes-vous arrivés ici ? », pas moins de 37% des interrogés répondent en effet être venus à pied pour au moins une partie du trajet.

(2) Notons aussi qu'ils sont près de 40% à venir d'un autre lieu que leur domicile. Parmi ceux qui n'ont pas démarré de leur domicile pour se rendre à leur sortie culturelle, la plupart viennent soit du travail, soit d'un restaurant ou café.

A côté de la marche, les modes de transport les plus utilisés sont, dans l'ordre, le tram (24%), la voiture (23%), le métro (21%), le bus (8%), le vélo (8%, dont un dixième de vélos pliants) et le train (5%).
Au total, 43% des interrogés ont utilisé les transports publics urbains (tram, métro ou bus) pour au moins une partie de leur trajet.

Les visiteurs plus âgés sont plus nombreux à utiliser la voiture (48% pour les plus de 56 ans). Posséder une voiture encourage à l'utiliser : 43% des détenteurs d'une voiture l'ont utilisée pour venir sur le lieu culturel, contre 6,6% pour ceux qui n'en possèdent pas. Mais relevons surtout de ces réponses que plus de la moitié des propriétaires d'une voiture ont utilisé d'autres modes de transport que leur voiture pour rejoindre leur OC et que, sur les 460 interrogés déclarant utiliser la voiture au moins un jour par semaine en général, plus de la moitié se sont déplacés autrement ce soir-là (Q1a in 3c).

Les autres modes ne sont utilisés que de manière marginale par quelques visiteurs : il s'agit de la moto ou du cyclomoteur, du taxi, de la trottinette (personnelle ou partagée), et de la voiture ou du vélo partagés. Mais l'explosion des moyens de micro-mobilité ces derniers mois est susceptible de modifier rapidement la donne.

Les modes de transport mobilisés pour rejoindre les différents OC diffèrent assez fortement : La Monnaie est rejointe davantage en voiture et en train que les autres institutions; le train et le vélo sont surreprésentés pour rejoindre le Beursschouwburg; Les Halles sont davantage rejointes en vélo et en tram; le CC Archipel 19 est plus rejoint en voiture et particulièrement peu en métro; le métro est surreprésenté pour se rendre au VK et aux Martyrs. Bien entendu, ceci est largement fonction de la localisation de l'OC, d'une part, et de l'origine des visiteurs et leur profil socio-économique, d'autre part (voir section 1.2.).

Tableau 5 : Modes utilisés pour venir, par opérateur culturel
Base : échantillon total (% sur répondants)

Count Col. %		Total	Opérateur Halles de Schaerbeek	CC Archipel 19	VK	La Monnaie/ De Munt	Martyrs	Beurs-schouwburg
TOUS RANGS	À pied	378	77	35	76	66	45	79
		37,1%	33,2%	44,3%	43,7%	36,7%	25,0%	45,4%
	En tram	240	108	12	27	19	42	32
		23,6%	46,6%	15,2%	15,5%	10,6%	23,3%	18,4%
	En voiture	232	39	27	46	62	48	10
		22,8%	16,8%	34,2%	26,4%	34,4%	26,7%	5,7%
	En métro	218	40	5	56	44	47	26
		21,4%	17,2%	6,3%	32,2%	24,4%	26,1%	14,9%
	En bus	80	15	15	6	7	23	14
		7,9%	6,5%	19,0%	3,4%	3,9%	12,8%	8,0%
	À vélo personnel	80	24	4	13	8	9	22
		7,9%	10,3%	5,1%	7,5%	4,4%	5,0%	12,6%
	En train	53	5	2	7	17	7	15
		5,2%	2,2%	2,5%	4,0%	9,4%	3,9%	8,6%
	En taxi	15	2	0	5	4	1	3
		1,5%	0,9%	0,0%	2,9%	2,2%	0,6%	1,7%
	En moto ou cyclomoteur	13	2	0	5	2	4	0
		1,3%	0,9%	0,0%	2,9%	1,1%	2,2%	0,0%
	En voiture partagée	9	3	4	1	0	1	0
		0,9%	1,3%	5,1%	0,6%	0,0%	0,6%	0,0%
	En vélo partagé	6	1	0	2	0	3	0
		0,6%	0,4%	0,0%	1,1%	0,0%	1,7%	0,0%
	Autre	4	1	0	1	0	0	2
		0,4%	0,4%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	1,1%
	En trottinette partagée	3	1	0	1	0	0	1
		0,3%	0,4%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,6%
	En taxi collectif (Collecto)	1	0	0	1	0	0	0
		0,1%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%
	En trottinette personnelle	1	0	0	0	0	0	1
		0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
	Total	1019	232	79	174	180	180	174
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

b) « Etiez-vous accompagnés durant votre trajet ? »

60% des personnes interrogées étaient accompagnées durant leur trajet pour rejoindre l'OC. On remarque que les visiteurs ayant utilisé des moyens automobiles pour leur déplacement (voiture, voiture partagée et taxi) sont nettement plus nombreux que la moyenne à se déplacer à plusieurs, contrairement aux cyclistes (Q3a in 3b). L'accompagnement varie également selon l'OC : les visiteurs d'Archipel 19 sont plus nombreux à s'être déplacés individuellement. La grande majorité des personnes accompagnées durant leur trajet le sont d'une seule autre personne (Q3b De combien de personnes ?).

(Q11 in 3b et Q1 in 3c) Les visiteurs arrivés à vélo ce soir-là sont des cyclistes réguliers : 95% roulent à une fréquence hebdomadaire. Néanmoins, on note que les cyclistes habituels (qui utilisent le vélo au moins une fois par semaine) sont relativement peu nombreux à s'être déplacé à vélo ce soir-là (20%). Autrement dit, tous les spectateurs qui viennent à vélo au spectacle sont des cyclistes aguerris mais tous les cyclistes aguerris sont loin de venir à vélo au spectacle[7]. Cela pourrait s'expliquer par certains manquements (par exemple, l'absence de stationnement sécurisé) et/ou d'autres circonstances (chaînage d'activités difficiles à accomplir à vélo, accompagnement de personnes non cyclistes, météo, etc.), comme nous le verrons plus loin. La sortie culturelle en soirée ne semble en tous cas pas constituer une opportunité de se déplacer à vélo pour celles et ceux pour qui ce n'est pas déjà une habitude.

Les utilisateurs habituels des transports publics sont nombreux à être arrivés en transport public aussi, mais sont tout de même près de 15% à s'être déplacés en voiture. La constatation corollaire est qu'un grand nombre de visiteurs arrivés en voiture sont aussi des utilisateurs habituels des transports publics : près de la moitié des automobilistes de ce soir-là utilisent les transports publics au moins une fois par semaine. Bien qu'il puisse s'agir aussi de passagers dans l'automobile, ce constat pourrait révéler un manque d'attractivité du transport public pour ces sorties culturelles en soirée. La troisième observation notable qui se dégage de la combinaison de ces deux questions est que la sortie culturelle n'est pas non plus une opportunité pour utiliser les transports publics si on n'en est pas déjà un usager habituel : ceux qui utilisent les transports publics moins d'une fois par semaine en général n'ont pas profité de l'occasion de cette sortie pour le faire.

c) « Comment allez-vous rentrer ? »

A la lumière des chiffres évoqués plus haut relatifs au chainage d'activités (40% des visiteurs ne viennent pas de leur domicile), la question du mode de déplacement pour le trajet retour apparaît capitale pour appréhender les pratiques de déplacement des visiteurs des OC, et complémentaire à celle du trajet aller.

Les modes de déplacement pour le trajet retour se ventilent de manière différente par rapport au trajet aller. On observe que les répondants sont un peu moins nombreux à utiliser la

[7] Comme on peut dire que 100% des gagnants du Lotto ont joué, mais que parmi ceux qui ont joué, rares sont ceux qui gagnent !

marche que pour l'aller. La part des personnes interviewées rentrant en voiture a progressé de quelques points de pourcent par rapport à l'aller et augmente avec l'âge. Le taxi, utilisé par 15 répondants pour le trajet aller, est utilisé par 52 personnes pour le retour, ce qui, bien que les effectifs soient assez faibles, peut indiquer certains manquements dans l'offre de transport public pour le trajet retour. Les visiteurs rentrant en taxi sont proportionnellement plus nombreux parmi les visiteurs qui s'étaient déplacés pour le trajet aller en taxi, métro et tram.

Tableau 6 : Modes utilisés...
Base : échantillon total (% sur répondants)

pour venir :	À pied	378	pour rentrer :	À pied	329
		37,1%			32,3%
	En tram	240		En voiture	255
		23,6%			25,0%
	En voiture	232		En tram	246
		22,8%			24,1%
	En métro	218		En métro	207
		21,4%			20,3%
	En bus	80		En bus	112
		7,9%			11,0%
	À vélo personnel	80		À vélo personnel	82
		7,9%			8,0%
	En train	53		En taxi	52
		5,2%			5,1%
	En taxi	15		En train	48
		1,5%			4,7%
	En moto ou cyclomoteur	13		En moto ou cyclomoteur	13
		1,3%			1,3%
	En voiture partagée	9		En vélo partagé	7
		0,9%			0,7%
	En vélo partagé	6		En voiture partagée	6
		0,6%			0,6%
	Autre	4		En taxi collectif (Collecto)	5
		0,4%			0,5%
	En trottinette partagée	3		Autre	3
		0,3%			0,3%
	En taxi collectif (Collecto)	1		En trottinette partagée	2
		0,1%			0,2%
	En trottinette personnelle	1		En trottinette personnelle	1
		0,1%			0,1%
	Total	1019		Total	1019
		100,0%			100,0%

La part du vélo reste logiquement égale. Plus surprenant : on constate que la part du train reste identique pour l'aller et le retour et que la part du bus progresse pour le retour (80 à l'aller contre 112 au retour). Ceci pourrait être lié au chainage d'activités, par exemple si l'on vient d'un restaurant ou bar à pied sur le lieu de l'OC et qu'on rentre chez soi en bus après le spectacle. En tenant compte uniquement des visiteurs provenant de leur domicile, on remarque que ceux qui rentrent en bus sont arrivés en bus, tram et métro, combinés ou non à la marche.

Globalement, la part d'utilisation des transports publics reste identique. Les taxis partagés et voitures partagées sont toujours peu utilisés, tout comme les trottinettes et vélos partagés. Ces derniers moyens de transport ne semblent pas constituer une réelle alternative pour les trajets de retour tardifs, peut-être aussi en raison de l'offre moindre en fin de soirée aux endroits de la ville les plus fréquentés.

(Q4a in 3e) Après le spectacle, les répondants quittant le RBC le font principalement en voiture. Bien que les effectifs soient trop faibles pour tirer des conclusions fermes, on remarque que le train est peu utilisé pour rentrer hors de la Région, même dans les deux Brabant. Ceci peut certainement s'expliquer en partie par le manque d'offre en soirée pour certaines destinations. La province qui voit rentrer la plus grande proportion de visiteurs en train est la Flandre Orientale.

2.1.2. Accessibilité perçue par les visiteurs

a) « Trouvez-vous que ce lieu est facilement accessible en transport public ? »

A la question (5(3d)) « Trouvez-vous que ce lieu est facilement accessible en transport public ? », 82 % des interrogés répondent favorablement en moyenne pour tous les OC, et cette proportion varie moins qu'imaginé entre les différents OC. Le CC Archipel 19 détient la proportion la plus faible de réponses favorables, qui monte malgré tout à 67%. Les meilleurs scores de perception d'accessibilité en transport public par leurs visiteurs sont détenus par le Beursschouwburg, suivi de La Monnaie et du VK.

b) « Trouvez-vous que ce lieu et ses alentours sont bien desservis en parking vélo ? »

On constate premièrement que 66% des interrogés répondent ne pas savoir ce qu'il en est et que 19% ne sont pas d'accord avec l'affirmation (6(3d)). La Monnaie est le seul OC pour lequel le nombre de réponses positives à la question dépasse les négatives. Les réponses pour le Beursschouwburg sont assez équilibrées. Ces deux OC jouissent effectivement de la proximité de parkings vélo, sur la place de la Monnaie-même et, depuis peu, les cycloparkings Bourse et de Brouckère.

c) « Trouvez-vous que ce lieu et ses alentours sont bien desservis en parking voiture ? »

Près de la moitié des personnes interrogées répondent à cette question qu'ils ne savent pas. Les autres sont en moyenne 23% à être d'accord et 28% en désaccord avec la question (7(3d). Les réponses diffèrent toutefois grandement d'une OC à l'autre. Seuls 7 interrogés visitant les Halles de Schaerbeek ont répondu positivement contre 86 réponses négatives, ce qui représente la plus mauvaise perception au niveau du parking voiture parmi les six OC investiguées. Au VK et au Beursschouwburg, les réponses négatives sont deux à trois fois plus nombreuses que les positives. Le nombre de réponses négatives et positives est équilibré parmi les visiteurs des Martyrs et d'Archipel 19, et La Monnaie compte le score le plus favorable : près de cinq fois plus de réponses positives que négatives. Précisons que La Monnaie a des partenariats avec les parkings alentours (dont le parking « Monnaie » sous la place) et offre des tarifs préférentiels en combinaison avec les tickets d'entrée aux spectacles.

Hormis pour les visiteurs de La Monnaie, retenons donc que l'offre en stationnement pour les voitures et les vélos est perçue négativement par les visiteurs des opérateurs culturels et peut constituer un obstacle à leur accessibilité. L'accessibilité en transport public bénéficie quant à elle d'une perception bien plus positive auprès du public.

2.1.3. Mode utilisé et alternative

A la question (8a.) « Auriez-vous préféré utiliser un autre moyen de transport pour venir jusqu'ici ? », près de 30% des personnes interrogées répondent positivement et cette proportion varie très fortement en fonction du mode de déplacement utilisé. (tableau 8a in 3b) Même si, on s'en souvient, les répondants peuvent utiliser plusieurs modes pour arriver sur le site de l'opérateur culturel, ce sont ceux qui disent avoir utilisé l'automobile (voiture partagée ou pas) qui sont les plus désireux d'utiliser un autre moyen de transport (57%), suivis des passagers de taxis (38%). Les réponses des usagers des transports publics urbains sont situées dans la moyenne, et les catégories de voyageurs les moins enclins à utiliser un autre mode de déplacement sont en premier lieu les cyclistes, suivis des voyageurs en train et des piétons.

On peut sans doute déduire de ce qui précède que, pour certains, l'utilisation des moyens de transport automobile (personnels, partagés ou taxis) est un choix par défaut réalisé par manque d'alternatives. Il n'est pas exclu aussi que certaines réponses relèvent d'un « effet de désirabilité sociale » lié à la thématique de l'enquête (idée selon laquelle il serait de bon ton aujourd'hui d'affirmer que l'on préférerait utiliser d'autres moyens de déplacement que l'automobile).

Notons que les réponses varient également selon l'OC visitée : les visiteurs d'Archipel 19 et du VK sont proportionnellement plus nombreux à envisager un autre mode de transport, inversément aux visiteurs des Martyrs et du Beursschouwburg.

(8b.) « Lequel ? »
Parmi les voyageurs ayant une propension à quitter leur(s) mode(s) de transport effectif, environ deux tiers auraient préféré prendre les transports publics et un tiers le vélo.

Les automobilistes insatisfaits auraient préféré prendre les transports publics mais ils sont peu nombreux à préférer le vélo. Ceux qui auraient préféré se déplacer à vélo sont à retrouver plutôt parmi les usagers des transports publics urbains pour leur sortie culturelle mais qui se déplacent régulièrement à vélo au quotidien.

Relevons également le nombre étonnamment faible de visiteurs qui auraient préféré utiliser la voiture à la place du/de(s) mode(s) de transport effectivement utilisé(s) : seulement 15 interrogés, qui se sont principalement déplacés en transport en commun. Sur une totalité de 232 visiteurs (qui sont arrivés en voiture), ce nombre est très faible et révèle un potentiel d'attractivité faible du transport en voiture pour les sorties culturelles en soirée, en dehors de celles et ceux qui l'utilisent déjà.

(8e.)
Les raisons évoquées pour ne pas avoir utilisé le moyen de transport préféré sont éclairantes pour identifier les manquements vécus par le public des OC.

Tableau 7 : Raisons de ne pas avoir utilisé les transports publics ? Base : celles et ceux ayant déclaré préférer utiliser un transport public (% sur répondants)

rapidité / pratique	30
	22,9%
horaires des transports publics pas adaptés	26
	19,8%
indéfini/autre / circonstances	12
	9,2%
accompagnement	10
	7,6%
une programmation pas adaptée aux horaires des transports publics	10
	7,6%
complexité	8
	6,1%
pas de connexion pratique en métro/TP	7
	5,3%
retour trop loin	6
	4,6%
chaine de déplacement	5
	3,8%
N.R.	5
	3,8%
distance : trop proche	4
	3,1%

	longue distance	3
		2,3%
	blessure / santé	3
		2,3%
	insécurité	2
		1,5%
	préférence	2
		1,5%
	Trop de trafic	2
		1,5%
	horaires et ponctualité tardifs à désirer	1
		0,8%
	fatigue, manque de motivation , paresse	1
		0,8%
	cout	1
		0,8%
	météo	1
		0,8%
	Pas de mise à disposition d'un parking gratuit	1
		0,8%
	Total	131
		100,0%

Les visiteurs qui auraient préféré utiliser les transports publics (métro, tram ou bus) sont les plus nombreux parmi celles et ceux qui sont insatisfaits du mode qu'ils ont effectivement utilisé (131 répondants, près de 13% du total des interrogés). Ils ne l'ont pas fait en grande partie car c'était moins rapide ou moins pratique, ou que les horaires n'étaient pas adaptés. Il y a là certainement des améliorations à apporter qui pourraient toucher un public non négligeable. D'autres reprochent le fait que la programmation n'est pas adaptée aux horaires des transports publics, la complexité ou le manque de connexions pratiques en transports publics, ou expliquent leur choix par la distance trop lointaine de leur lieu de retour.

Tableau 8 : Raisons de ne pas avoir utilisé le vélo ?
Base : celles et ceux ayant déclaré préférer utiliser le vélo (% sur répondants)

chaine de déplacement	12
	13,8%
accompagnement	10
	11,5%
manque de parking vélo à proximité	10
	11,5%
indéfini/autre / circonstances	9
	10,3%
météo	9
	10,3%
problème mécanique, panne	7
	8,0%
dangerosité vélo trafic	6
	6,9%
pas de vélo	5
	5,7%
Manque d'un espace sécurisé pour vélos pliants et autres transports de taille réduite	5
	5,7%
rapidité / pratique	4
	4,6%
fatigue, manque de motivation , paresse	3
	3,4%
retour trop loin	2
	2,3%
blessure / santé	2
	2,3%
trop de trafic	2
	2,3%
transport de matériel	1
	1,1%
distance : trop proche	1
	1,1%
méconnaissance	1
	1,1%
préférence	1
	1,1%

	complexité	1
		1,1%
	une programmation pas adaptée aux horaires des transports publics	1
		1,1%
	horaires des transports publics pas adaptés	1
		1,1%
	N.R.	1
		1,1%
	Total	87
		100,0%

Pour les 87 personnes qui auraient préféré venir à vélo mais ne l'ont pas fait, les raisons invoquées le plus fréquemment ne sont pas de nature à être facilement résolues par des améliorations de politiques de mobilité. Il s'agit, par ordre d'importance, des difficultés résultant d'une chaine de déplacements complexe (principalement des visiteurs démarrant d'un endroit différent de celui où se trouve leur vélo), de visiteurs accompagnés de non-cyclistes, de la météo ou d'autres circonstances non définies. Certaines raisons invoquées sont malgré tout susceptibles de mener à des actions d'amélioration comme le manque de parking vélo à proximité du site (10 répondants), la dangerosité de la pratique du vélo liée au trafic (6 répondants) et le manque d'espace sécurisé pour vélos pliants (5 répondants).

Les très rares visiteurs qui auraient préféré se déplacer en voiture ne l'ont pas fait principalement en raison d'un manque de places de stationnement.

Les visiteurs qui auraient préféré venir en train et ne l'ont pas fait le justifient surtout par les horaires inadaptés et le manque de rapidité ou praticabilité de ce mode pour eux.

(Q18) La dernière question posée dans le questionnaire est ouverte et concerne les suggestions éventuelles au niveau de l'accessibilité du site visité. Précisons que les personnes interrogées pouvaient citer différentes réponses, qui ont été catégorisées par la suite. Un peu plus de 60% des répondants n'ont rien suggéré.

Les réponses les plus nombreuses avaient trait à l'amélioration des transports publics : horaires mieux adaptés (12%), amélioration du réseau (4%)…

La deuxième grande catégorie de réponses était relative aux infrastructures cyclables, avec en premier lieu des suggestions concernant la nécessité de parkings vélo à proximité des sites (11%), de parkings vélo sécurisés (7%), de plus de pistes cyclables (5%), d'espace sécurisé pour vélos pliants et autres transports de taille réduite (2%).

Les réponses relevant de l'accessibilité en voiture étaient moins nombreuses mais néanmoins substantielles : 6% de souhaits de plus de places de parking voiture à proximité et 2% pour la réduction de prix sur un parking public.

Citons également les 2% de mentions liées à un souhait de meilleure communication, signalisation ou information au sujet de l'accessibilité du site et des infrastructures liées qui, bien que soulevées par une faible proportion de répondants, semble être l'une des mesures les plus faciles à mettre en œuvre par les institutions elles-mêmes.

Relevons enfin les 13 réponses liées à l'abaissement du coût des transports publics ou l'application de tarifs réduits combinant l'usage des transports publics et le ticket d'entrée au spectacle, ainsi que, bien que très peu citées, les propositions intéressantes de mise en place de navettes entre le lieu culturel et le parking ou gare à proximité, et de création de plateformes de covoiturage sur le site internet de l'OC.

Conclusions générales

La situation particulièrement difficile qu'a connu Bruxelles en 2015 et 2016 (lockdown après les attentats de Paris, attentats de Bruxelles, crise des tunnels…) a poussé les opérateurs culturels (OC) bruxellois à approfondir la question de leur accessibilité (spatiale), de leurs publics et des pratiques de mobilité de ces derniers. Cette question était déjà bien présente, parmi les préoccupations des OC avant les événements dramatiques qu'on vient de rappeler et n'a pas disparu pour autant aujourd'hui avec le « retour à la normale », que du contraire. Il n'est pas question de nier ici le poids des déterminants économiques, sociaux et culturels dans l'accès à la culture et, en particulier, à l'offre des opérateurs culturels, mais il s'agit de se demander si les difficultés de déplacement ne constituent pas eux aussi un frein majeur et un facteur susceptible d'éloigner certains publics, vivant en RBC ou ailleurs, de l'offre culturelle bruxelloise. Il s'agit également d'amorcer une réflexion commune quant à l'opportunité pour le secteur culturel de promouvoir des formes de mobilité plus douce, en réponse aux impératifs écologiques actuels.

L'étude exploratoire qu'on vient de lire a été circonscrite aux 78 OC membres du RAB/BKO qui accueillent des publics. On parle bien d'une étude *exploratoire* dans la mesure où il ne s'agissait pas de mener une analyse exhaustive ou représentative du secteur cultuel bruxellois mais d'identifier les données disponibles et d'expérimenter les méthodes d'investigation possibles, à charge pour le secteur et leurs autorités compétentes, ou pour les différents OC individuellement, de mener par la suite des études plus complètes.

Différents types d'enseignements peuvent être tirés de cette étude exploratoire : des enseignements méthodologiques, des analyses sur le fond et des pistes d'action. L'ensemble devra être discuté avec le RAB/BKO et les opérateurs culturels, avant d'être abordé avec les autorités compétentes et les opérateurs de transport.

Enseignements méthodologiques

La première démarche fut de dresser l'inventaire des données disponibles dans les OC à propos de leurs publics mais aussi des obstacles qu'ils rencontrent dans la collecte de ces données, ainsi que des actions qu'ils mènent ou pourraient mener pour améliorer l'accessibilité de leur site.

49 des 78 OC contactés ont répondu favorablement à la demande d'informations qui leur était adressée. Il en est ressorti que les OC bruxellois disposaient généralement de certaines données au sujet de leurs publics, comme les adresses exactes de leurs visiteurs, leur âge et leur genre. En revanche, d'autres informations, comme les modes de déplacement ou les caractéristiques socio-professionnelles des publics, s'avèrent peu connues.

L'origine des données disponibles se ventile de manière relativement équivalente entre les services de ticketing en ligne, les réservations directes par téléphone ou mail, et les ventes aux guichets des opérateurs.

La perspective de collecter des données concernant leurs publics et les pratiques de mobilité de ceux-ci semble rencontrer un vif intérêt de la part des opérateurs interrogés, ceci principalement pour des raisons d'adaptation de leur communication, mais aussi, dans une moindre mesure, d'amélioration de l'accès au lieu.

Or peu de dispositifs sont actuellement mis en place afin d'améliorer l'accessibilité des sites culturels : prises individuellement, les mesures concrètes proposées sont pratiquées par moins d'une institution sur cinq (en dehors de la communication axée sur la mobilité). Ceci justifie sans doute d'amplifier les réflexions et actions collectives et publiques en la matière.

À partir de ces informations, nous avons sélectionné 5 OC bruxellois en fonction d'une série de critères – disponibilité de données exploitables, souhait de collaborer, localisation, type d'offre, régime linguistique… Ces OC ont ensuite été sollicités pour fournir les données dont elles disposaient à propos de leurs publics. Anonymisées et géocodées, ces données ont fait l'objet d'analyses cartographiques, d'abord, et d'analyses en termes de géoprofils, ensuite. Ces deux types d'analyses se sont révélés particulièrement féconds. Ils sont appelés à être mis en œuvre pour d'autres OC intéressés et à être répliqués dans le temps (analyses longitudinales).

Quant à l'analyse des données de profils disponibles auprès des institutions de gestion de paiement par carte bancaire, elle représente un potentiel certain sans que cette piste soit exploitable à court terme, faute de volonté de les rendre réellement accessibles.

Enfin, un questionnaire d'enquête a été élaboré et testé auprès de 6 OC bruxellois, représentant une diversité de cas de figure. De premiers résultats ont été engrangés à cette occasion qui mériteraient d'être amplifiés grâce à une enquête auprès d'un échantillon plus large, plus représentatif et plus diversifié des publics de l'ensemble du secteur (ou d'une partie plus large de celui-ci) ou d'un OC particulier. Mais le questionnaire mis au point et la méthode d'administration et d'analyse de celui-ci sont dorénavant éprouvés et à la disposition du secteur.

Au terme de ce travail, un éventail cohérent et reproductible d'outils est donc à présent disponible pour traiter de la problématique soulevée.

Analyses et pistes d'action

L'analyse cartographique des données disponibles chez les opérateurs (section 1.2.) a offert un portrait contrasté de la localisation des publics de 5 OC étudiés aux trois échelles suivantes : nationale, métropolitaine (zone Iris 2) et bruxelloise (secteurs statistiques).

Il se dégage de l'analyse à l'échelle *nationale* trois profils d'OC en termes de « recrutement » de spectateurs : un profil très local bruxellois ; un profil de recrutement bruxellois et périphérique proche; un profil similaire au précédent mais avec en sus un recrutement dans les grandes villes (essentiellement flamandes dans ces cas précis). Ces trois profils se retrouvent certainement dans d'autres OC bruxellois. Ils nécessitent des solutions de mobilité adaptées : là où le premier pourra se satisfaire de la richesse et de la diversité de l'offre bruxelloise (de la marche au vélo en passant par le transport public et toutes les solutions de micro-mobilité et de véhicules partagés), les deux autres seront confrontés à la faiblesse, surtout en soirée, des alternatives à la voiture en contexte de périurbanisation (Strale, 2019), tandis que le dernier devra tenir compte en plus des potentiels et limites de l'offre ferroviaire *inter-city* en soirée.

L'analyse à l'échelle métropolitaine renvoie, quant à elle, au lancinant besoin d'une gouvernance de la mobilité à cette échelle, aujourd'hui absente. Actuellement en effet, trois régions sont compétentes, en plus de leurs opérateurs de transport (De Lijn, STIB et TEC), ainsi que l'État fédéral et la SNCB, mais aussi toutes les communes concernées (les 19 communes bruxelloises et les 116 du reste de l'aire métropolitaine), sans qu'une coordination entre toutes ces instances ne soit mise en œuvre. Quand on connaît les problèmes de congestion en avant-soirée aux entrées de Bruxelles, il y a là un véritable enjeu d'accessibilité pour les OC qui risquent sinon de se priver d'une partie importante (solvable et instruite) de leurs publics vivant en milieu périurbain fort dépendant de l'automobile.

En ce qui concerne l'échelle bruxelloise, on constate de manière générale une sous-exploitation du potentiel des publics à l'ouest du canal. Mais attirer davantage ces publics nécessite sans doute une évolution, voire une conversion en termes de programmation et de travail avec les publics, bien plus que le développement de solutions qui resteraient trop exclusivement cantonnées à une logique purement liée au transport.

De son côté, l'analyse des géoprofils permet, sur la base de la répartition spatiale des spectateurs enregistrés (une estimation du public effectif), de déterminer dans quels types de lieux de résidence ils sont présents mais, aussi, en regard de la population du lieu (une estimation du public potentiel), là où ils sont sur ou sous-surreprésentés.

On constate tout d'abord, grâce à l'analyse des courbes de distance, le rayonnement géographique plus ou moins grand des différents OC étudiés, ce qui confirme le caractère spécifique des leviers à actionner, ainsi que des acteurs à mobiliser, pour agir sur leur accessibilité respective. De même, les profils des publics en termes d'accessibilité des lieux de résidence en transport public ne mettent pas tous les OC bruxellois sur le même pied : certains sont beaucoup plus « dépendants » que d'autres vis-à-vis des publics qui habitent dans des espaces mal desservis par les transports publics. Quant aux OC qui ont un recrutement lointain qui fait la part belle à d'autres villes, elles-mêmes bien desservies par les transports en

commun (en particulier, le train), ils sont « privilégiés » selon que ces villes se trouvent en Flandre (généralement mieux desservie) ou en Wallonie.

On constate ensuite en examinant les géoprofils en termes de « position dans le cycle de vie » (*life stage*) des lieux de résidence que les OC bruxellois recrutent essentiellement dans des quartiers avec les profils les plus caractéristiques des centres urbains. En particulier, la forte spécificité du « profil 6 » souligne probablement la forte « dépendance », en termes de publics, des opérateurs culturels étudiés aux jeunes adultes sans enfants (qui sont aussi présents dans les lieux de type 1 et 2, mais au sein d'une population plus diverse). Ici via les *life stages*, l'analyse met en lumière l'importance, l'organisation et le rapport au temps libre, où visiblement le fait d'avoir des enfants ou pas change la donne, y compris parce que les activités quotidiennes contraignent fortement l'organisation des chaines d'activités et de déplacements. Contraignant au point d'en rendre difficile la fréquentation des opérateurs culturels ? Mais aussi parce que les difficultés d'accès au logement induisent souvent un déménagement plus loin des OC.

Enfin, l'enquête auprès des publics, que nous avons menée, se voulait complémentaire de l'analyse des géoprofils. L'objectif était ici d'établir un premier état des lieux des pratiques de mobilité des publics lors de leur sortie dans les six OC bruxellois participant à l'enquête.

Concernant le mode de transport utilisé pour se rendre dans ces OC, il est largement fonction de la localisation de l'OC, d'une part, et de l'origine des publics et de leur profil socio-économique, d'autre part. Mais, comme près de 40% des spectateurs viennent d'un autre lieu que leur domicile (la plupart viennent soit du travail, soit d'un restaurant ou café), il n'est pas étonnant qu'une part importante des répondant.e.s (37%) déclare être venue à pied. Le transport public urbain vient toutefois en tête avec 43% (auquel s'ajoute 5% d'usager du train), bien avant la voiture (23%) et le vélo (8%), avec à nouveau de fortes différences selon l'OC et l'âge des répondant.e.s. La plupart des répondant.e.s viennent accompagné.e.s (60%), ce qui peut constituer un déterminant (parmi d'autres) du choix modal. On retrouve ainsi un grand nombre d'utilisateurs réguliers du transport public parmi celles et ceux qui sont venus en voiture, de même que relativement peu qui sont venus à vélo parmi les cyclistes quotidiens.

Les modes de déplacement pour le trajet retour se ventilent de manière différente par rapport au trajet aller. On observe que les répondants sont un peu moins nombreux à utiliser la marche que pour l'aller. La part des personnes interviewées rentrant en voiture a progressé de quelques points de pourcentage par rapport à l'aller et augmente avec l'âge. Le taxi, utilisé par 15 répondants pour le trajet aller, est utilisé par 52 personnes pour le retour… Après le spectacle, les répondants quittant le RBC le font principalement en voiture. Bien que les effectifs soient trop faibles pour tirer des conclusions fermes, on remarque que le train est peu utilisé pour rentrer hors de la Région, même dans les deux Brabant. Ceci peut certainement s'expliquer en partie par le manque d'offre en soirée pour certaines destinations.

À la question « Auriez-vous préféré utiliser un autre moyen de transport pour venir jusqu'ici ? », près de 30% des personnes interrogées répondent positivement et cette proportion varie très fortement en fonction du mode de déplacement utilisé. Même si, on s'en souvient, les répondants peuvent utiliser plusieurs modes pour arriver sur le site de

l'opérateur culturel, ce sont ceux qui disent avoir utilisé l'automobile (voiture partagée ou pas) qui sont les plus désireux d'utiliser un autre moyen de transport (57%), suivis des passagers de taxis (38%). On peut sans doute déduire de ce qui précède que, pour certains, l'utilisation des moyens de transport automobile (personnels, partagés ou taxis) est un choix par défaut réalisé par manque d'alternatives et qu'il y a donc des attentes pour que celles-ci se développent. Le transport public et le vélo sont sollicités dans ce sens.

Les visiteurs qui auraient préféré utiliser les transports publics (métro, tram ou bus) sont les plus nombreux parmi celles et ceux qui sont insatisfaits du mode qu'ils ont effectivement utilisé (131 répondants, près de 13% du total des interrogés). Ils ne l'ont pas fait en grande partie car c'était moins rapide ou moins pratique, ou que les horaires n'étaient pas adaptés. Il y a là certainement des améliorations à apporter qui pourraient toucher un public non négligeable. D'autres reprochent le fait que la programmation n'est pas adaptée aux horaires des transports publics, la complexité ou le manque de connexions pratiques en transports publics, ou expliquent leur choix par la distance trop lointaine de leur lieu de retour. Mais ce sont surtout de meilleurs horaires (plus étendus et plus fréquents) en fin de soirée qui sont demandés.

Pour les 87 personnes qui auraient préféré venir à vélo mais ne l'ont pas fait, les raisons invoquées le plus fréquemment ne sont pas de nature à être facilement résolues par des améliorations de politiques de mobilité. Il s'agit, par ordre d'importance, des difficultés résultant d'une chaine de déplacements complexe (principalement des visiteurs démarrant d'un endroit différent de celui où se trouve leur vélo), de visiteurs accompagnés de non-cyclistes, de la météo ou d'autres circonstances non définies. Certaines raisons invoquées sont malgré tout susceptibles de mener à des actions d'amélioration comme le manque de parking vélo à proximité du site, la dangerosité de la pratique du vélo liée au trafic et le manque d'espace sécurisé pour vélos pliants. La nécessité de parkings vélo à proximité des OC, de parkings vélo sécurisés, et d'espace sécurisé pour vélos pliants et autres transports de taille réduite est d'ailleurs soulignée par les répondant.e.s et fait certainement partie des actions à la portée des OC et des pouvoirs publics compétents.

Quant aux visiteurs qui auraient préféré venir en train, ils ne l'ont pas fait, ils le justifient surtout par les horaires inadaptés et le manque de rapidité ou praticabilité de ce mode pour eux.

*

* *

En conclusion, cette étude exploratoire montre toute l'importance de l'accessibilité *spatiale* des OC bruxellois pour les publics mais aussi dans l'intérêt de ces OC qui, sinon, risquent de se couper de plus en plus d'une partie de leur potentiel de fréquentation, simplement parce qu'il n'est plus *praticable* de s'y rendre. Cette dimension a donc toute sa place parmi les autres dimensions – *économique, sociale, culturelle…* – de l'accessibilité.

Le travail peut maintenant être poursuivi avec le secteur culturel pour faire la liste des actions qu'il s'agirait de mener selon le niveau de pouvoir et de compétences, mais aussi selon la facilité et la vitesse de leur mise en œuvre potentielle. Il est clair qu'à l'exception des grands

événements ponctuels qui rassemblent plus de 1000 visiteurs sur un site[8], aucune action structurelle n'est actuellement menée par les pouvoirs publics pour faciliter l'accès des lieux culturels.

Il est temps que le secteur culturel mais aussi tout le secteur économique qui vit en soirée et, en partie, la nuit soit davantage pris en compte dans les politiques de mobilité aux différentes échelles pertinentes.

[8] « Plans de déplacements d'activités », articles 36 à 53 de l'ordonnance du 14 mai 2009 relative aux Plans de déplacements, articles 2.3.30 à 2.3.49 du Code bruxellois de l'Air, du Climat et de la Maîtrise de l'Energie (COBRACE) du 2 mai 2013 et Annexe 8 du Contrat de gestion avec la STIB 2019-2023.

Bibliographie

CASTELEYN, B. en MATTHEESEN W., 2014, *Enquête mobiliteit cultuurhuisbezoekers,* Green Track mobiliteit, 25/09/2014, Antwerpen, Begeleiding en analyses: OS/STRO.

DEBERSAQUES, S., 2017, « Equipement culturel et développement urbain : le centre d'art contemporain WIELS, héraut des logiques de transformation d'un quartier populaire ? », *Brussels Studies* [En ligne], Collection générale, n° 112, mis en ligne le 03 juillet 2017. URL : http://journals.openedition.org/brussels/1527 ; DOI : 10.4000/brussels.1527

GRIMMEAU, J. P et ROELANDTS, M., 1995, « Géomarketing: une présentation à travers huit ans de pratique », *Revue Belge de Géographie*, 1995/3-4, pp. 289-306.

GUÉRIN, M., 2009, « Pratiques et consommation culturelles en Communauté française », *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 26-27 (2031-2032), pp. 5-70.

HASSANI, H., HUANG, X., SILVA, E., 2018, « Digitalisation and Big Data Mining in Banking », *Big data and cognitive computing*, 2, 18.

LEBRUN, K., 2018, *Etude de l'accessibilité des quartiers bruxellois en transport public*, Thèse de doctorat en géographie, ULB.

LENORMAND, M. et al, 2014, « Influence of sociodemographics on human mobility », *Scientific Reports*, November.

SOBOLEVSKY, S. et al, 2014, « Money on the Move: Big Data of Bank Card Transactions as the New Proxy for Human Mobility Patterns and Regional Delineation. The Case of Residents and Foreign Visitors in Spain », IEEE International Congress on Big Data.

SOBOLEVSKY, S. et al, 2016, « Cities through the Prism of People's Spending Behavior », PLOS One, February.

STRALE, M., 2019, « Les déplacements entre Bruxelles et sa périphérie », *Brussels Studies*, 137.

WAYENS, B., KUMMERT, P., DUMONT, G. et ROESEMS, T., 2010, *Fiche régionale* In : Fiches communales d'analyse des statistiques locales en Région bruxelloise [en ligne]. 1. Bruxelles : Commission communautaire française, 48 p.

Annexes

Annexe 1 – Liste des opérateurs culturels contactés (membres du RAB/BKO qui accueillent des publics)

105 Besme
ABC - Art Basics for Children
Ancienne Belgique
Argos
Atelier 210
Batard Festival
Beeldenstorm / Vlaggen en Wimpels
Beursschouwburg
BOZAR
Bronks
Brussel Internationaal Festival van de Fantastische Film
CC Bruegel
CC Bruxelles-Nord - Maison de la Création
CC De Factorij
CC Jacques Franck
CC La Vénerie
CC Le Fourquet
CC Les Riches-Claires
CC Wolubilis
Charleroi Danse / La Raffinerie
Cinema Galeries
Cinema Nova
CINEMATEK
De Pianofabriek
deBuren
Erasmushogeschool | Rits
Espace Catastrophe
Europalia
Festival van Vlaanderen Brussel | Klarafestival
Filem?on
Flagey
Folioscope - Anima
Fondation CIVA Stichting
FrancoFaune
GC De Kroon
GC De Markten
GC De Vaartkapoen
GC Nekkersdal
Globe Aroma
Het Goudblommeke in Papier
iMAL
ISELP
Kaaitheater
Komplot
Kultuurkaffee VUB
Kunstenfestivaldesarts
KVS
La Loge asbl vzw
La Monnaie / De Munt
La Montagne Magique
La Tentation (Centro Galego de Bruxelas)
Le 140
Le Boson
Les Amis de Brosella (Folk & Jazz)
Les Brigittines
Les Halles de Schaerbeek
Les midis de la Poésie
Lézarts Urbains
Maison des Cultures et de la Cohésion Sociale de Molenbeek
MetX
Muntpunt
Muziekpublique
Offscreen Film Festival
Passa Porta
PointCulture
Recyclart
Rideau de Bruxelles
Sint-Lukasgalerie
Theaterfestival Vlaanderen
Théâtre des Martyrs
Théâtre La Balsamine
Théâtre Le Public
Théâtre Les Tanneurs
Théâtre Marni
Théâtre National
Théâtre Océan Nord
Théâtre Varia
WIELS

Annexe 2 – Questionnaire d'enquête auprès des opérateurs culturels

[Texte d'introduction]
Coordonnées
Pouvez-vous nous renseigner vos coordonnées et celles de votre organisation ? Ces informations sont exclusivement destinées à la gestion interne des contacts dans le cadre de cette enquête.
Nom de l'organisation :
Nom :
Prénom :
Fonction :
Adresse e-mail :

Q1 / De quelles informations concernant le lieu de résidence de vos publics disposez-vous ? Pouvez-vous indiquer le niveau de précision de ces données selon les différentes sources dont elles proviennent ? (N'indiquez que le niveau de détail le plus précis, celui que vous cherchez à obtenir/enregistrer en temps normal et quand les conditions le permettent)
[Réponse unique]

	Aucune donnée relative au lieu de résidence	**Adresse exacte**	**Code postal / Commune**	**Province / Région**	**Autre**	**Ne s'applique pas**
Service de ticketing online						
Réservations directes (téléphone, mail)						
Ventes de tickets/abonnements sur place (guichet)						
Enquête(s) déjà réalisée(s)						
Autre						

[+ possibilité de mettre des remarques / informations complémentaires]

Q2 / Mis à part le lieu de résidence, de quelles informations relatives au profil de vos publics et/ou à leurs modes de déplacement disposez-vous ? Quelle(s) en est/sont la/les source(s) ?
[Plusieurs réponses possibles]

	Service de ticketing online	Réservations directes (téléphone, mail)	Ventes de tickets/abonnements sur place (guichet)	Enquête(s) déjà réalisée(s)	**Autre**	**Ne s'applique pas**
Âge ou date/année de naissance						
Genre						
Niveau d'étude						
Profession						
Modes de déplacement						
Autre						

[+ possibilité de mettre des remarques / informations complémentaires]

Q3/ Souhaiteriez-vous collecter des (ou davantage d') informations sur le profil de vos publics et/ou leurs modes de déplacement ? [Plusieurs réponses possibles]

- Oui, sur leurs profils
- Oui, sur leurs modes de déplacement
- Non

[Si Q3 = « Oui »]

Q3a / A quels obstacles vous heurtez-vous ? [Plusieurs réponses possibles]

- Manque de ressources / manque de temps
- Contraintes imposées par le Règlement général sur la protection des données (RGPD)
- Réticences des publics à répondre aux enquêtes
- Impossibilité de traiter ces données par la suite
- Manque de repères quant aux outils et à la méthodologie à employer
- …

[+ possibilité de mettre des remarques / informations complémentaires]
[Si Q3 = « Oui »]

Q3b / Pourquoi collectez-vous ou souhaiteriez-vous collecter des informations sur le profil de vos publics et/ou leurs modes de déplacement ? [Plusieurs réponses possibles]

- Pour cibler/adapter la communication
- Pour faciliter l'accès au site
- Pour aménager les horaires proposés
- Pour mettre en place une politique de mobilité
- Pour argumenter des décisions et choix
- …

[+ possibilité de mettre des remarques / informations complémentaires]

Q4 / Quels dispositifs ou actions visant une amélioration de l'accès à votre site mettez-vous en place ? [Plusieurs réponses possibles]

- Communication axée sur la mobilité (affichage des horaires de transport en commun, mentions des arrêts et/ou bornes Villo! proches sur le site internet et dans les newsletters, etc.)
- Modification des heures d'ouverture/de représentations
- Navette
- Collaboration avec autocaristes
- Réduction de prix sur parking public
- Mise à disposition d'un parking gratuit
- Accès à un parking vélo surveillé
- Espace de stockage surveillé pour vélo pliables et autres moyens de transports de taille réduite
- Collaboration avec
    - SNCB
    - STIB
    - DE LIJN
    - TEC
- …

[+ possibilité de mettre des remarques / informations complémentaires]
Message d'incohérence pour la Q2 lorsque plusieurs réponses avec « Ne s'applique pas » : « Première ligne : il y a une incohérence entre la réponse 'ne s'applique pas' et vos autres réponses »
Message d'incohérence pour la Q3a lorsque réponses 'Oui' et 'Non' sont renseignées ensemble » : « Il y a incohérence entre 'oui' et 'non'»

Annexe 3 – Questionnaire d'enquête auprès des publics

Enquête sur les pratiques de mobilité des publics des opérateurs culturels bruxellois

N° d'enquêteur : _ _ _
Date de l'enquête : _ _ / _
N°d'enquête : _ _ _ _

Heure du début de l'enquête : _ _ : _
N° de l'opérateur culturel : _ _
N°du questionnaire : _ _ _ _

Cher public,
Cette enquête a pour but de mieux comprendre vos pratiques de mobilité afin d'améliorer l'accessibilité générale des opérateurs culturels bruxellois. Ce court questionnaire ne vous prendra que 5 minutes de votre temps.

1) **Comment êtes-vous arrivé ici ?** (plusieurs réponses possibles)
   - ☐ À pied
   - ☐ À vélo personnel
     - i. S'agit-il d'un vélo pliant ?
       - ☐ Oui
       - ☐ Non
   - ☐ En vélo partagé (Villo, Billy, Blue-bike…)
   - ☐ En trottinette personnelle
     - i. S'agit-il d'une trottinette pliante ?
       - ☐ Oui
       - ☐ Non
   - ☐ En trottinette partagée (Troty,Bird,…)
   - ☐ En train
   - ☐ En bus
   - ☐ En métro
   - ☐ En tram
   - ☐ En taxi (classique, « Uber » ou autre)
   - ☐ En taxi collectif (Collecto)
   - ☐ En autocar
   - ☐ En moto ou cyclomoteur
   - ☐ En voiture [comme conducteur ou comme passager]
   - ☐ En voiture partagée (Cambio, Ubeeqo, Drivenow…) [comme conducteur ou comme passager]
   - ☐ Autre

2) **Où étiez-vous avant d'arriver ici ?**
   - ☐ À votre domicile
   - ☐ Au travail
   - ☐ À l'école
   - ☐ Dans un commerce
   - ☐ Dans un restaurant/café

- ☐ Autre : …

3) Etiez-vous accompagné durant votre trajet ?

☐ Oui
☐ Non

i. [Si oui :] par combien de personnes ?

……

4) Comment allez-vous rentrer ? (<u>plusieurs réponses possibles</u>)

- ☐ À pied
- ☐ À vélo personnel
  - i. S'agit-il d'un vélo pliant ?
    - ☐ Oui
    - ☐ Non
- ☐ En vélo partagé (Villo, Billy, Blue-bike…)
- ☐ En trottinette personnelle
  - i. S'agit-il d'une trottinette pliante ?
    - ☐ Oui
    - ☐ Non
- ☐ En trottinette partagée (Troty,Bird,…)
- ☐ En train
- ☐ En bus
- ☐ En métro
- ☐ En tram
- ☐ En taxi (classique, « Uber » ou autre)
- ☐ En taxi collectif (Collecto)
- ☐ En autocar
- ☐ En moto ou cyclomoteur
- ☐ En voiture [comme conducteur ou comme passager]
- ☐ En voiture partagée (Cambio, Ubeeqo, Drivenow…) [comme conducteur ou comme passager]
- ☐ Autre

5) Trouvez-vous que ce lieu est facilement accessible en transport public?

- ☐ Pas du tout d'accord
- ☐ Plutôt pas d'accord
- ☐ Plutôt d'accord
- ☐ Tout à fait d'accord
- ☐ Ne sais pas

6) Trouvez-vous que ce lieu et ses alentours sont bien desservis en parking vélo ?

- ☐ Pas du tout d'accord
- ☐ Plutôt pas d'accord
- ☐ Plutôt d'accord

- ☐ Tout à fait d'accord
- ☐ Ne sais pas

7) Trouvez-vous que ce lieu et ses alentours sont bien desservi en parking voiture ?

- ☐ Pas du tout d'accord
- ☐ Plutôt pas d'accord
- ☐ Plutôt d'accord
- ☐ Tout à fait d'accord
- ☐ Ne sais pas

8) Auriez-vous préféré utiliser un autre moyen de transport pour venir jusqu'ici ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

a. [Si oui :] lequel? (<u>plusieurs réponses possibles</u>)

- ☐ À pied
- ☐ À vélo personnel
  - i. S'agit-il d'un vélo pliant ?
    - ☐ Oui
    - ☐ Non
- ☐ En vélo partagé (Villo, Billy, Blue-bike…)
- ☐ En trottinette personnelle
  - i. S'agit-il d'une trottinette pliante ?
    - ☐ Oui
    - ☐ Non
- ☐ En trottinette partagée (Troty,Bird,…)
- ☐ En train
- ☐ En bus
- ☐ En métro
- ☐ En tram
- ☐ En taxi (classique, « Uber » ou autre)
- ☐ En taxi collectif (Collecto)
- ☐ En autocar
- ☐ En moto ou cyclomoteur
- ☐ En voiture [comme conducteur ou comme passager]
- ☐ En voiture partagée (Cambio, Ubeeqo, Drivenow…) [comme conducteur ou comme passager]
- ☐ Autre

b. Pourquoi ne l'avez-vous pas utilisé?

- ☐ Manque de places de parking voiture à proximité
- ☐ Pas de mise à disposition d'un parking gratuit
- ☐ Parking public trop cher
- ☐ Manque de parking vélo à proximité

- ☐ Manque d'un espace sécurisé pour vélos pliants et autres transports de taille réduite
- ☐ Horaires des transports publics pas adaptés
- ☐ Une programmation pas adaptée aux horaires des transports publics
- ☐ Trop de trafic

- ☐ Autre : ……

Et pour terminer, quelques questions pour mieux vous connaître :

9) Au cours des 12 derniers mois, diriez-vous que vous avez réalisé une sortie culturelle en soirée (spectacle, théâtre, concert, cinéma…) :

- ☐ Au moins 1 fois par semaine
- ☐ Plusieurs fois par mois
- ☐ 1 fois par mois
- ☐ Plusieurs fois par an
- ☐ 1 fois par an

10) Disposez-vous d'une voiture personnelle ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

11) À quelle fréquence avez-vous utilisé les modes de déplacement ci-dessous au cours des 12 derniers mois, que ce soit en Belgique ou à l'étranger et quelle qu'en soit la raison (promenades comprises) ? (une seule réponse par ligne)

Mode de déplacement	au moins cinq jours par semaine	un à quelques jours par semaine	un à quelques jours par mois	un à quelques jours par an	jamais
Vélo	☐	☐	☐	☐	☐
Train	☐	☐	☐	☐	☐
Transport public (train, bus, métro, tram)	☐	☐	☐	☐	☐
Taxi (classique, Uber, Collecto…)	☐	☐	☐	☐	☐
Voiture (personnelle ou partagée) [comme conducteur ou passager]	☐	☐	☐	☐	☐
Marche (plus de 10 minutes)	☐	☐	☐	☐	☐

12) Vous êtes : ☐ une femme ☐ un homme ☐ Autre(s) : …

13) Votre âge : …… ans

14) **Le français est-il votre langue maternelle (c'est-à-dire la ou une des langues que votre mère vous a principalement parlé tout.e petit.e)**

- ☐ Oui
- ☐ Non

15) **Parlez-vous à la maison une autre langue que le français ?** (entre membres du ménage)

- ☐ Oui
- ☐ Non
  - ☐ [Si oui :] laquelle ou lesquelles ?

    …….

16) **Où habitez-vous ?** ☐ En Belgique ☐ À l'étranger

Si vous habitez en Belgique, quel est votre **code postal** ? ……

Si vous habitez à Bruxelles, quel est le **nom de l'arrêt de bus/métro/tram** le plus proche de votre lieu de résidence ? [Si le répondant ne veut pas / ne sait pas répondre : nom d'un lieu-dit]

……..

Si vous habitez à l'étranger, dans quel **pays** résidez-vous ? ……

17) **Quel est le diplôme le plus élevé que vous avez obtenu ?**

- ☐ Enseignement primaire
- ☐ Enseignement secondaire
  - ☐ [Si enseignement secondaire :] Êtes-vous encore étudiant ?
    - ☐ Oui
    - ☐ Non
- ☐ Enseignement supérieur (universitaire ou non universitaire)

18) **Avez-vous autre chose à rajouter et/ou des suggestions concernant l'accès à ce lieu et son amélioration ?**

- ☐ Plus de places de parking voiture à proximité (ou/et Mise à disposition d'un parking gratuit ?)
- ☐ Réduction de prix sur un parking public
- ☐ Plus de parking vélo à proximité
- ☐ Un parking vélo sécurisé
- ☐ Un espace sécurisé pour vélo pliants et autres transports de taille réduite
- ☐ Des horaires des transports publics mieux adaptés
- ☐ Une programmation plus adaptée aux horaires des transports publics

- ☐ Autre : ……

Merci pour votre participation !

Vragenlijst over de vervoerspraktijken van het publiek van Brusselse culturele actore

N° van de onderzoeker: _ _ Datum van het onderzoek: _ _
N° van het onderzoek: _ _ _ _ Aanvangsuur van het onderzoek: _ _ : _
N° van de culturele speler: _ _ N° van de vragenlijst: _ _ _ _

Beste publiek,
Dit onderzoek heeft als doel om uw vervoerswijzen beter te begrijpen en de algemene toegankelijkheid van de Brusselse culturele spelers te verbeteren. Deze korte vragenlijst zal slechts 5 minuten van uw tijd innemen.

19) Hoe bent u hierheen gekomen? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Te voet
- ☐ Met een eigen fiets
  - i. Gaat het om een plooifiets?
    - ☐ Ja
    - ☐ Neen
- ☐ Met een deelfiets (Villo, Billy, Blue-bike…)
- ☐ Met een eigen step
  - ii. Gaat het om een plooibare step?
    - ☐ Ja
    - ☐ Neen
- ☐ Met een deelstep (Troty,Bird,…)
- ☐ Met de trein
- ☐ Met de bus
- ☐ Met de métro
- ☐ Met de tram
- ☐ Met een taxi (klassiek, “Uber” of andere)
- ☐ Met een collectieve taxi (Collecto)
- ☐ Met een busdienst (coach)
- ☐ Met een motor- of bromfiets
- ☐ Met de auto [als chauffeur of als passagier]
- ☐ Met een deelauto (Cambio, Ubeeqo, Drivenow…) [als chauffeur of als passagier]
- ☐ Andere

20) Waar was u voor u hierheen kwam?

- ☐ Thuis
- ☐ Op het werk
- ☐ Op school
- ☐ In een winkel
- ☐ In een restaurant/café

- ☐ Andere: …

21) Werd u onderweg door iemand vergezeld?

☐ Ja
☐ Neen

i. [Indien ja:] met hoeveel personen?

……

22) Hoe zult u terugkeren? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Te voet
- ☐ Met een eigen fiets
  - i. Gaat het om een plooifiets?
    - ☐ Ja
    - ☐ Neen
- ☐ Met een deelfiets (Villo, Billy, Blue-bike…)
- ☐ Met een eigen step
  - i. Gaat het om een plooibare step?
    - ☐ Ja
    - ☐ Neen
- ☐ Met een deelstep (Troty,Bird,…)
- ☐ Met de trein
- ☐ Met de bus
- ☐ Met de métro
- ☐ Met de tram
- ☐ Met een taxi (klassiek, "Uber" of andere)
- ☐ Met een collectieve taxi (Collecto)
- ☐ Met een busdienst (coach)
- ☐ Met een motor- of bromfiets
- ☐ Met de auto [als chauffeur of als passagier]
- ☐ Met een deelauto (Cambio, Ubeeqo, Drivenow…) [als chauffeur of als passagier]
- ☐ Andere

23) Vindt u dat deze plek goed bereikbaar is met het openbaar vervoer?

- ☐ Helemaal oneens
- ☐ Eerder oneens
- ☐ Eerder eens
- ☐ Helemaal eens
- ☐ Ik weet het niet

24) Vindt u dat deze plek en zijn omgeving goed voorzien zijn van fietsparkeerplaatsen?

- ☐ Helemaal oneens
- ☐ Eerder oneens
- ☐ Eerder eens
- ☐ Helemaal eens

- ☐ Ik weet het niet

25) Vindt u dat deze plek en zijn omgeving goed voorzien zijn van autoparkeerplaatsen?

- ☐ Helemaal oneens
- ☐ Eerder oneens
- ☐ Eerder eens
- ☐ Helemaal eens
- ☐ Ik weet het niet

26) Had u liever een ander vervoersmiddel gebruikt om hierheen te komen?

- ☐ Ja
- ☐ Neen

a. [Indien ja:] welk vervoersmiddel? (<u>meerdere antwoorden mogelijk</u>)

- ☐ Te voet
- ☐ Met een eigen fiets
  - i. Gaat het om een plooifiets?
    - ☐ Ja
    - ☐ Neen
- ☐ Met een deelfiets (Villo, Billy, Blue-bike…)
- ☐ Met een eigen step
  - iii. Gaat het om een plooibare step?
    - ☐ Ja
    - ☐ Neen
- ☐ Met een deelstep (Troty,Bird,…)
- ☐ Met de trein
- ☐ Met de bus
- ☐ Met de métro
- ☐ Met de tram
- ☐ Met een taxi (klassiek, “Uber” of andere)
- ☐ Met een collectieve taxi (Collecto)
- ☐ Met een busdienst (coach)
- ☐ Met een motor- of bromfiets
- ☐ Met de auto [als chauffeur of als passagier]
- ☐ Met een deelauto (Cambio, Ubeeqo, Drivenow…) [als chauffeur of als passagier]
- ☐ Andere

b. Waarom maakte u er geen gebruik van?

- ☐ Onvoldoende parkeerplaatsen in de buurt
- ☐ Er was geen gratis parkeerplaats beschikbaar
- ☐ De openbare parking is te duur
- ☐ Onvoldoende fietsparking in de buurt

- ☐ Er ontbreekt een beveiligde stalplaats voor plooifietsen en andere kleine vervoersmiddelen
- ☐ De uurroosters van het openbaar vervoer zijn niet aangepast aan de programmatie
- ☐ De programmatie is niet aangepast aan de uurroosters van het openbaar vervoer
- ☐ Teveel verkeer

- ☐ Andere: ……

En om af te sluiten, enkele vragen om u beter te leren kennen:

27) Hoe vaak maakte u in de afgelopen 12 maanden een cultureel avonduitstapje (voorstelling, theater, concert, cinema…)?

- ☐ Minstens 1 keer per week
- ☐ Meerdere keren per maand
- ☐ 1 keer per maand
- ☐ Meerdere keren per jaar
- ☐ 1 keer per jaar

28) Beschikt u over een eigen auto?

- ☐ Ja
- ☐ Neen

29) Met welke frequentie gebruikte u de vervoersmiddelen hieronder tijdens de voorbije 12 maanden, in België dan wel in het buitenland en ongeacht de reden (wandelingen inbegrepen)? (<u>een antwoord per rij</u>)

Vervoerswijze	minstens vijf dagen per week	een of meer dagen per week	een of meer dagen per maand	Een of meer dagen per jaar	nooit
Fiets	☐	☐	☐	☐	☐
Trein	☐	☐	☐	☐	☐
Publiek transport (trein, bus, metro, tram)	☐	☐	☐	☐	☐
Taxi (klassiek, Uber, Collecto…)	☐	☐	☐	☐	☐
Auto (eigen of gedeelde wagen) [als chauffeur of passagier]	☐	☐	☐	☐	☐

Te voet (meer dan 10 minuten)	☐	☐	☐	☐	☐

30) U bent: ☐ een vrouw ☐ een man ☐ Ander(e): …

31) Uw leeftijd: …… jaar

32) Is het Nederlands uw moedertaal (dit betekent de taal of een van de talen die uw moeder voornamelijk sprak tijdens uw opvoeding)?

☐ Ja
☐ Neen

33) Spreekt u thuis een andere taal dan het Nederlands? (met gezinsleden)

☐ Ja
☐ Neen
☐ [Indien ja:] welke taal of talen?
…….

34) Waar woont u? ☐ In België ☐ In het buitenland

Als u in België woont, wat is uw **postcode**? ……

Als u in Brussel woont, wat is de **naam van de bus-/metro-/tramhalte** het dichtst bij uw huis? [Als de bevraagde niet wil / kan antwoorden: de naam van een plaats in de buurt]
……..

Als u in het buitenland woont, in welk **land** verblijft u? ……

35) Wat is het hoogste diploma dat u behaalde?

☐ Lager onderwijs
☐ Secundair onderwijs
☐ [Indien secundair onderwijs:] Bent u nog student?
☐ Ja
☐ Neen
☐ Hoger onderwijs (universitair of niet-universitair)

36) Heeft u nog iets toe te voegen en/of suggesties over de (verbetering van) de bereikbaarheid van deze plek?

☐ Meer parkeerplaatsen voor auto's in de buurt (en/of een gratis parking ter beschikking stellen?)
☐ Lagere prijzen voor openbare parkeerplaatsen
☐ Meer fietsparkeerplaatsen in de buurt
☐ Een beveiligde fietsparkeerplaats
☐ Een beveiligde stalplaats voor plooifietsen en andere kleine vervoersmiddelen
☐ Beter aangepaste uurroosters van het openbaar vervoer
☐ Een programmatie die beter is aangepast aan het uurrooster van het openbaar vervoer

☐ Andere: ……

Bedankt voor uw deelname!

Annexe 4 – Planning des enquêtes réalisées

Halles de Schaerbeek	**Ve 8/3**	**Sa 9/3**	**Ma 19/3**
Type d'événement	Spectacle	Spectacle	Spectacle
Nom de l'événement	La Vrille du Chat	La Vrille du Chat	Là
Heure du début de l'événement	20h	20h	20h
Nbre d'heures consacrées aux enquêtes	2h	2h	2h
Période d'enquête	Avant et après l'événement		

Archipel 19 – CC de Berchem-Sainte-Agathe et Koekelberg	**Ve 15/3**	**Me 20/3**	**Je 21/3**
Type d'événement	Concert	Cinéma	Spectacle
Nom de l'événement	How Town	L'intelligence des arbres	Colo(nial)oscopie
Heure du début de l'événement	20h	20h	20h
Nbre d'heures consacrées aux enquêtes	2h	2h	2h
Période d'enquête	Avant et après l'événement		

GC De Vaartkapoen / VK Concerts	**Sa 30/3**	**Je 4/4**	**Ve 12/4**
Type d'événement	Concert	Concert	Concert
Nom de l'événement	Juicy	Les Hôtesses d'Hilaire + Alek et Les Japonaises	Georgia Anne Muldrow and Declaime
Heure du début de l'événement	23h	21h30	21h30
Nbre d'heures consacrées aux enquêtes	3h15	2h30	2h30
Période d'enquête	Avant le début de l'événement		

La Monnaie / De Munt	**Ma 2/4 avril**	**Me 3/4**	**Me 8/5**	**Me 10/5**
Type d'événement	Danse	Danse	Opéra	Opéra
Nom de l'événement	Vessel - Damien Jalet & Kohei Nawa	Vessel - Damien Jalet & Kohei Nawa	Tristan und Isolde	Tristan und Isolde
Heure du début de l'événement	20h	20h	18h	18h
Nbre d'heures consacrées aux enquêtes	2h	2h	2h	2h
Période d'enquête	Avant et après l'événement		Avant l'événement et pendant les entractes	

Théâtre des Martyrs	**Je 14/3**	**Me 20/3**	**Je 21/3**	**Me 10/4**
Type d'événement	Théâtre	Théâtre	Théâtre	Théâtre
Nom de l'événement	L'empreinte du vertige, Voyage au bout de la nuit	Medina Merika	Medina Merika	Les enfants du soleil
Heure du début de l'événement	20h15	20h15	20h15	20h15
Nbre d'heures consacrées aux enquêtes	2h	2h	2h	2h
Période d'enquête	Avant et après l'événement			

Beursschouwburg	**Ve 22/3**	**Sa 23/03**	**Ve 5/4**
Type d'événement	Performance + Concert	Performances + Soirée	Performance + Concert
Nom de l'événement	PRICE - Melodies are so far my best friend (performance), Alex Zhang Hungtai + Accou + the HOPE (concert)	Nora Turato (performance) , PRICE - Melodies are so far my best friend (performance) , Heartbroken 4Y Bday w/ Miley Serious* Brat Star* Textasy* Covco (soirée)	Sonya Lindfors (performance), Dj set de BRDCST-festival (soirée)
Heure du début de l'événement	20h30	20h30	20h30
Nbre d'heures consacrées aux enquêtes	4h	4h	3h15
Période d'enquête	Avant et entre les différents événements		