

# écho du CLPS

## La belle de la fête est de sortie

Cet automne, Quality Nights, le label de la fête, est devenu concret pour les amoureux de la nuit. Orienté vers la promotion de la santé, il propose une série de services dans onze lieux majeurs de la capitale. Le but ? Améliorer le bien-être des gens qui sortent. Bases du partenariat, critères de qualité, endroits participants et perspectives : tous les détails !

Sa carte d'identité brille dans la nuit.

Nom : Quality Nights.

Date de naissance : le 28 septembre 2007.

Lieu : Bruxelles.

Large campagne de presse, nombreux flyers, site internet, roulotte enflammée par une DJ, animations avec grapheur et comédiens, stands dans une dizaine de soirées lors de la Nuit Blanche... Le public festif semble enthousiasmé par ce projet de réduction des risques et de promotion de la santé.

Le label rassemble, autour d'un même objectif de promotion de la santé, des discothèques, des salles de soirées et des organisateurs de soirées itinérantes. A l'origine de cet élan, Modus Vivendi – projet Modus Fiesta – en partenariat avec le Centre Local de Promotion de la Santé de Bruxelles et avec le soutien du Ministre Président de la Commission communautaire française, M. Benoît Cerexhe. Le label vise l'ensemble des noctambules, de tous âges. Il garantit des normes de bien-être identiques dans tous les lieux participants. Les fêtards, responsabilisés et respectés, peuvent faire le choix de diminuer les risques liés à leurs sorties.



## LES SERVICES DE QUALITY NIGHTS

En février 2007, sept cents fêtards des lieux signataires ont proposé 400 noms différents, des plus festifs aux plus farfelus. Les responsables des lieux ont tranché : ce sera Quality Nights. Un logo, qu'on vous laisse décoder, vient le visibiliser. Couvrant une belle brochette de domaines, les services proposés par Quality Nights se partagent en deux groupes : six services communs à tous les lieux signataires et six services «bonus», variables suivant les endroits.

**Eau gratuite.** Tous les lieux Quality Nights proposent de l'eau potable gratuite, facilement accessible, dans la plupart des cas sur simple demande au bar et parfois via une fontaine en libre service. Boire de l'eau régulièrement et en petite quantité réduit les risques de déshydratation, plus élevés lorsque l'on danse dans une ambiance surchauffée.

**Préservatifs à prix modique** (de la gratuité à 1 € pièce, suivant les lieux). Moyens efficaces de se protéger des infections sexuellement transmissibles, les préservatifs sont en vente auprès du personnel ou parfois dans un distributeur automatique.

**Bouchons d'oreille à prix modique.** Sur le même mode que les préservatifs, chaque lieu signataire propose des bouchons d'oreille, gratuits ou entre 0,25 € et 1 € la paire. Un moyen nécessaire quoique non suffisant pour réduire les risques de bourdonnements, de sifflements ou de surdité. Le public peut donc se protéger de l'écoute de musique amplifiée à haut volume.

**Brochures d'information sur la santé.** Un présentoir contenant des flyers et des carnets gratuits d'information santé en général : vie affective et sexuelle, sécurité routière, musique amplifiée (voir encadré)... Chaque lieu propose entre 6 et 10 brochures différentes, sélectionnées pour son public. Ce présentoir reprend aussi tous les emplacements des services disponibles.

**Alerte rapide** en cas de circulation de drogues à hauts risques (fortement dosées, coupées avec des substances douces, etc). Ces alertes précoces décrivent le type de produits concernés et mentionneront des conseils de réduction des risques liés à l'usage de ces produits.

**Personnel sensibilisé.** Dans chaque structure, la moitié des barmens, ouvriers et autres travailleurs sont désormais sensibilisés aux premiers gestes d'urgence, à la gestion des conflits, aux risques liés à la musique amplifiée, à la réduction des risques liés à l'usage de drogues, etc. Par petits groupes, chaque membre du personnel a participé à deux soirées de sensibilisation axées sur les difficultés et les attentes de chaque lieu. Chacun est reparti avec un syllabus. Au total, une dizaine de modules a déjà touché plus de 150 travailleurs.

**Des services «bonus».** Suivant les endroits, accès aux personnes à mobilité réduite, stands d'information sur les drogues, salle de repos, système d'urgence médicale, système de retour à domicile, salle non-fumeurs isolée.

## LES LIEUX QUALITY NIGHTS

D'emblée, onze lieux majeurs des nuits en Région bruxelloise ont adhéré sur base volontaire à l'objectif général du projet. Engagés par écrit, ils ont mis en place l'ensemble des services de base communs à tous les lieux Quality Nights. Les élus : Bulex, Fuse, Halles de Schaerbeek, Jeux d'Hiver, Magasin 4, Mirano, Nemo, Recyclart, Ric's Art Boat, Structure Béton, You. Une évaluation du label aura lieu cet hiver. L'intention est de développer cette initiative dans d'autres lieux bruxellois et d'autres villes belges et européennes. Et d'intensifier la participation des fêtards.

*Pour le CLPS de Bruxelles,  
Bégonia Montilla  
et Dominique Werbrouck  
Pour Modus Vivendi (Modus Fiesta),  
Karim Majoros*

Tous les détails sur  
[www.qualitynights.be](http://www.qualitynights.be)

Une brochure d'information sur les risques liés à l'écoute de musiques amplifiées en milieux festifs

Petit tempo de la conception de cette brochure...



Temps 1 : Le processus de travail est coordonné par le CLPS de Bruxelles en collaboration avec Modus Vivendi.

Temps 2 : Des professionnels des ASBL Question Santé, Belgique Acouphènes, Bruxelles Environnement, CLPS de Bruxelles et Modus Vivendi, ainsi qu'un médecin ORL et un ingénieur du son se réunissent pour déterminer le contenu. Les décibels, c'est quoi ? Quels sont les effets du bruit sur la santé ? Quels sont les risques des musiques amplifiées ? Comment protéger vos oreilles ?

Temps 3 : un travail est mené en étroite collaboration avec des graphistes.

Temps 4 : Une version déjà aboutie est soumise à un " focus group " composé de jeunes fréquentant les lieux de fête bruxellois, afin de récolter leurs avis tant sur le contenu que sur le graphisme, pour tenter d'être au plus près de leurs préoccupations, langage, look...

La fête peut commencer... La brochure est prête. Elle sera diffusée très prochainement dans les lieux de fête signataires du label.

