



*agi*  
**son**

**Evaluation  
de la campagne  
2013**



## Sommaire

- Introduction p.3
- Méthodologie p.4
- Profil des répondants
  - Le public p.6
  - Les musiciens p.6
- Pratiques d'écoute
  - du public
    - fréquentation des lieux de musique amplifiée p.7
    - usage du baladeur p.7
  - des musiciens
    - fréquentation des lieux de musique amplifiée p.9
    - usage du baladeur p.9
- Protection et moyens de protection
  - du public p.10
  - des musiciens p.11
- Troubles auditifs
  - du public p.12
  - des musiciens p.12
- Connaissance des risques auditifs
  - par le public p.13
  - par les musiciens p.14
- Perception des outils Agi-Son
  - par le public p.15
  - par les musiciens p.15
- Impact de la campagne
  - auprès du public p.17
  - auprès des musiciens p.17
- Conclusion p.18



## Introduction

Cette évaluation de la campagne Agi-Son a été réalisée lors de la 10<sup>ème</sup> campagne annuelle de sensibilisation et de prévention des risques auditifs liés à l'écoute et à la pratique de la musique.

Agi-Son mène campagne tous les ans pour sensibiliser tous ceux qui aiment la musique, jeunes et moins jeunes, aux risques auditifs liés à la pratique et à l'écoute des musiques amplifiées ; mais aussi pour défendre une expression artistique amplifiée en connaissant les règles et les risques liées à cette pratique.

Cette campagne vise à développer une meilleure prise de conscience des risques auditifs que ce soit en concert, en club, en écoutant de la musique chez soi, sur son lecteur mp3, en pratiquant son instrument... L'association délivre des conseils simples et propose de développer des réflexes, pour mieux se protéger et surtout pour que la musique reste toujours un plaisir.

Agi-Son, ses partenaires et membres en région déploient leur message centré sur la bonne gestion des volumes sonores et se mobilisent dans toute la France : distribution d'affiches et de dépliants pédagogiques, mise à disposition de protections auditives dans les lieux de diffusion, d'écoute et de pratique de la musique (concerts, répétitions), organisation d'évènements...

La Mutuelle Des Etudiants est un partenaire de ces actions de sensibilisation et de l'évaluation de l'impact de cette campagne annuelle. En effet, la LMDE analyse les résultats d'une enquête auprès des publics de concerts, ainsi qu'auprès des musiciens, afin de connaître les pratiques en matières d'écoute et de protection et l'impact des messages de prévention d'Agi-Son sur les comportements.

## Méthodologie

Deux questionnaires - l'un adressé au public, l'autre aux musiciens - ont été administrés sur des lieux de diffusion de musique amplifiée, lors de différents évènements :

- évènement 1 : concert rock, métal, hard-core, ou punk
- évènement 2 : concert chanson, jazz ou variété
- évènement 3 : lieu de répétition
- évènement 4 : studio d'enregistrement

Seuls les musiciens sont concernés par les évènements 3 et 4 (lieu de répétition et studios d'enregistrement).

Au total, ce sont 1 140 questionnaires qui nous ont été retournés, dont 763 questionnaires auprès du public et 377 questionnaires auprès des musiciens.

Retours des questionnaires Public par évènements

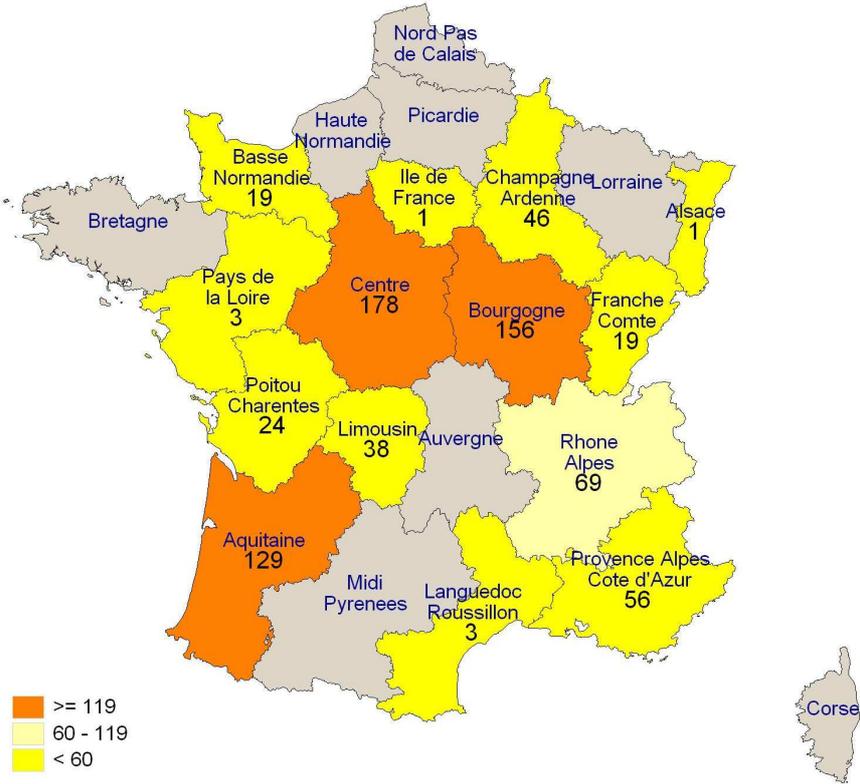
Evènement 1	527
Evènement 2	236
Total	763

Retours des questionnaires Musiciens par évènements

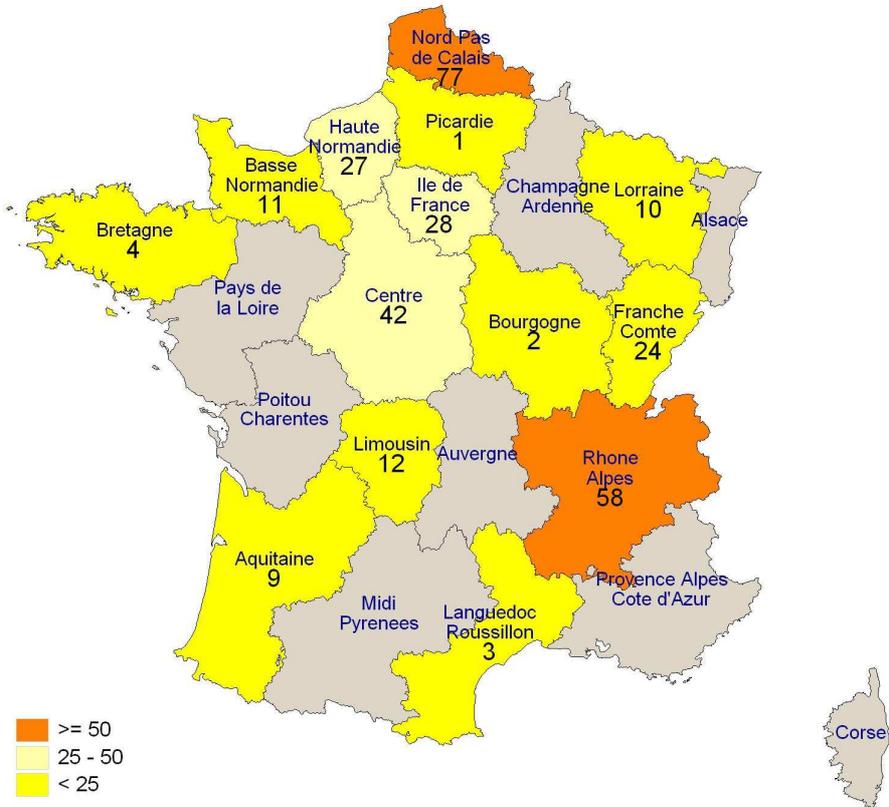
Evènement 3	293
Evènement 4	84
Total	377

Ces questionnaires ont été statistiquement analysés et plusieurs points méthodologiques sont respectés. Tout d'abord, en cohérence avec les questionnaires, les réponses du public et des musiciens sont analysées séparément. Ensuite, le choix a été fait de ne traiter que les questionnaires dont les répondants ont renseigné leur année de naissance et sont majeurs. Ainsi, sont analysés 666 questionnaires du public et 369 questionnaires des musiciens. Enfin, les résultats présentés sont des données significatives, statistiquement valables.

Retours des questionnaires Public par régions



Retours des questionnaires Musiciens par régions

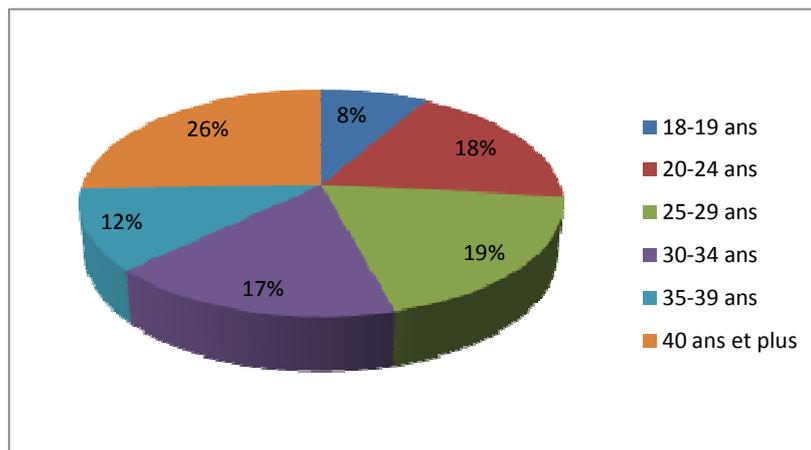


## Profil des répondants

### Le public

Le public compte 56% d'hommes et 44% de femmes.

Graphique 1 : L'âge du public



Les moins de 35 ans représentent près des deux tiers du public interrogé (63%).

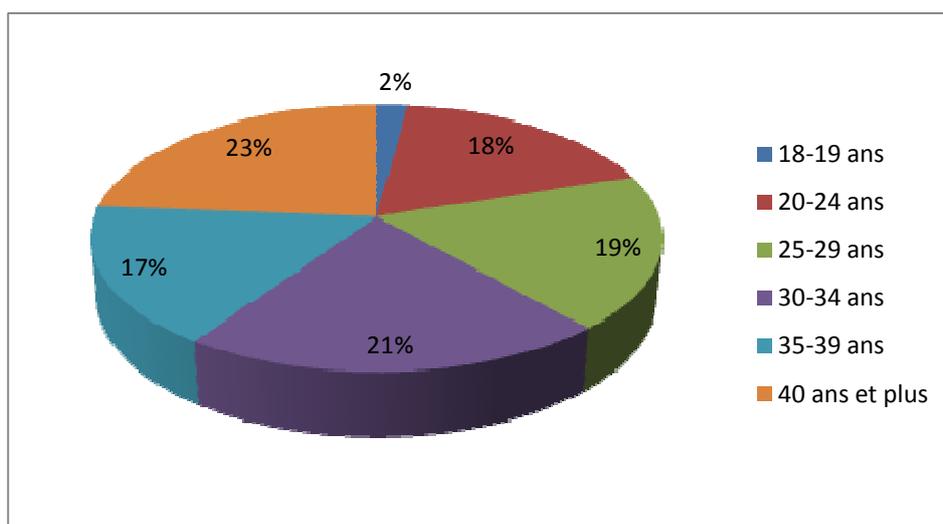
14% sont des étudiants, seulement 2% sont lycéens (notamment en raison de l'absence de public de moins de 18 ans), et 84% occupent un autre statut.

### Les musiciens

La population de musiciens interrogés est très majoritairement masculine : 86% d'hommes et 14% de femmes.

Les moins de 35 ans représentent 59% des musiciens interrogés.

Graphique 2 : L'âge des musiciens



## Pratiques d'écoute

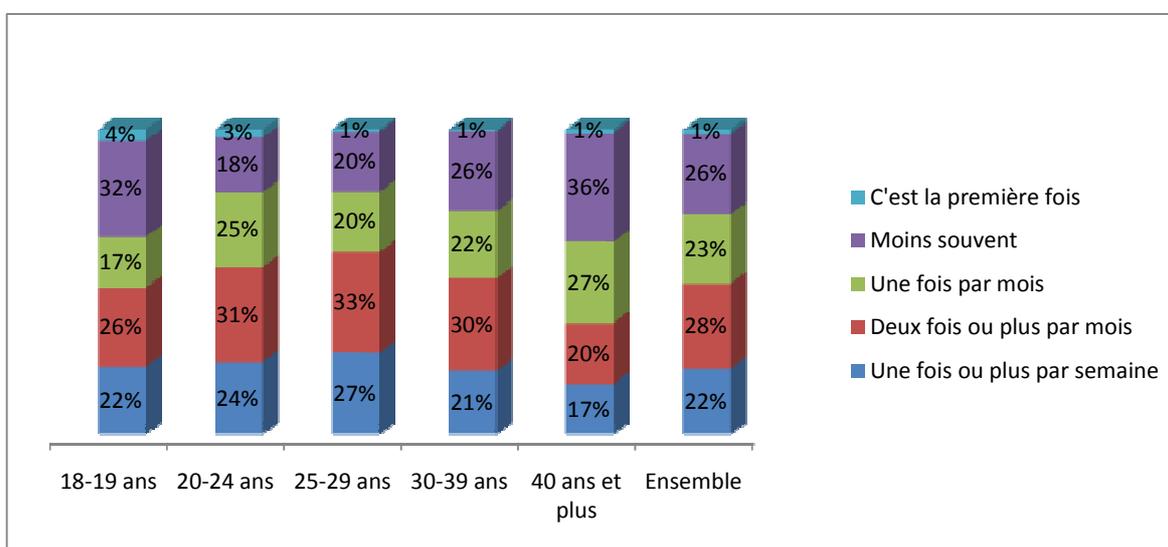
### ... du public

- La fréquentation des lieux de musique amplifiée

26% du public fréquentent moins d'une fois par mois les lieux diffusant de la musique amplifiée, 23% les fréquentent une fois par mois, 28% deux fois ou plus par mois, 22% une fois par semaine au minimum, et 1% s'y rendent pour la première fois.

Les hommes sont plus nombreux que les femmes à fréquenter des lieux de musique amplifiée une fois par semaine ou plus (26% vs 17%).

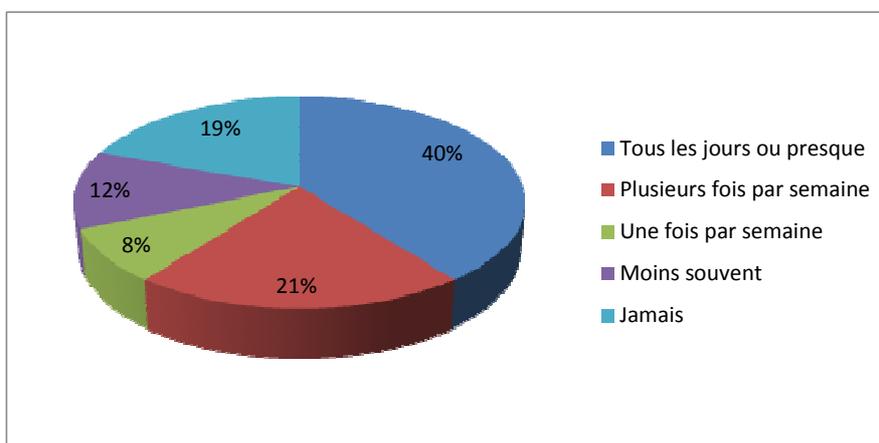
Graphique 3 : la fréquentation des lieux de musique amplifiée selon l'âge du public



Par rapport à leurs aînés, les moins de 40 ans déclarent plus se rendre dans des lieux diffusant de la musique amplifiée plus d'une fois par mois.

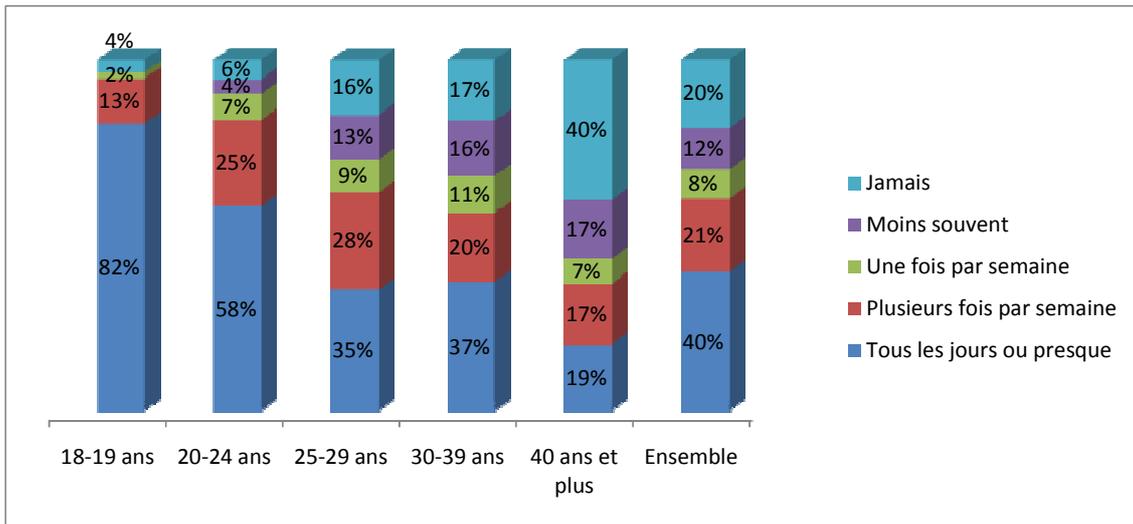
- L'usage du baladeur mp3/mp4/téléphone

Graphique 4 : L'usage du baladeur par le public



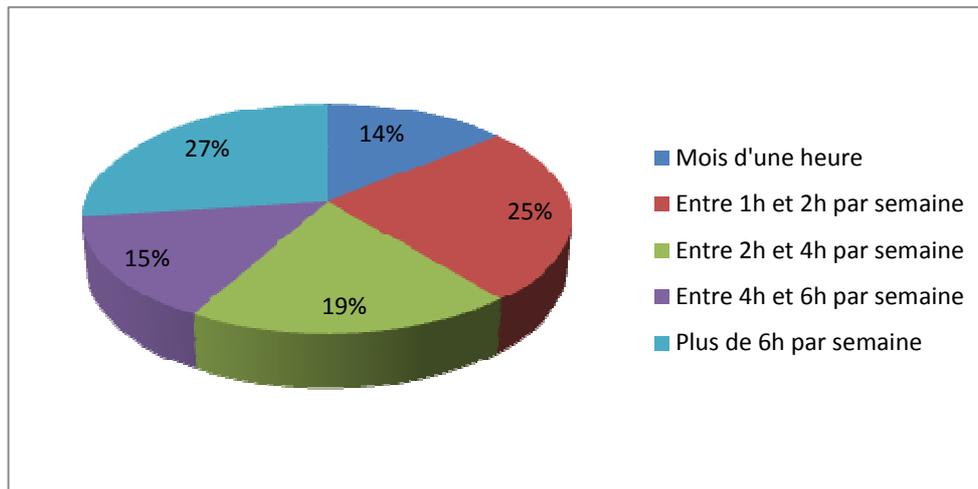
La majorité du public (61%) utilise son baladeur tous les jours ou presque ou plusieurs fois par semaine.

Graphique 5 : L'usage du baladeur selon l'âge du public



La fréquence d'usage du baladeur est liée à l'âge : plus le public est jeune, plus il écoute de la musique avec un baladeur fréquemment. 82% des 18-19 ans utilisent leur baladeur quotidiennement ou presque, contre 19% des 40 ans et plus.

Graphique 6 : Les durées d'écoute du baladeur par le public



La majorité du public écoute de la musique sur son baladeur plus de 6h par semaine (27%). Les durées d'écoute les plus répandues sont ensuite entre 1h et 2h par semaine (25%) et entre 2h et 4h par semaine (19%). Seuls 14% du public utilisent leur baladeur moins d'une heure par semaine.

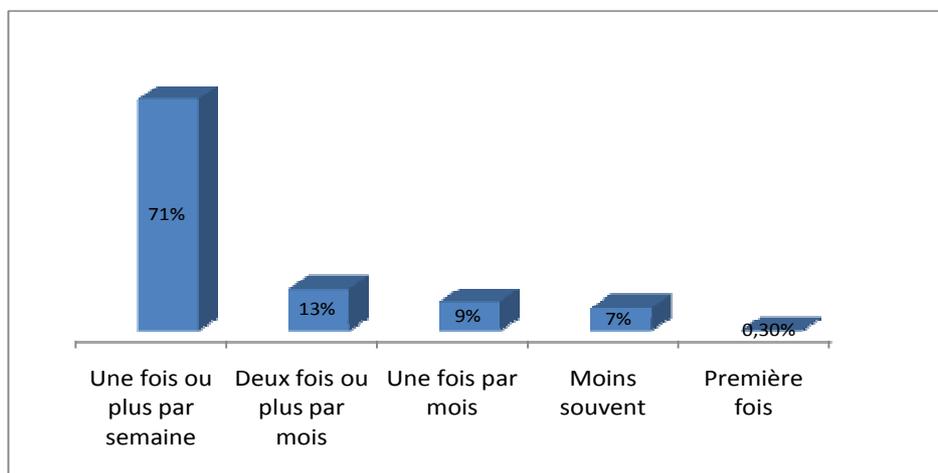
Les hommes sont plus nombreux que les femmes à écouter de la musique avec leur baladeur plus de 6h par semaine (33% vs 20%).

## ... des musiciens

- La fréquentation des lieux de musique amplifiée

71% des musiciens fréquentent des lieux diffusant de la musique amplifiée une ou plusieurs fois par semaine, 13% les fréquentent deux fois ou plus par mois, et 16% une fois par mois ou moins.

Graphique7 : Fréquentation des lieux de musique amplifiée des musiciens

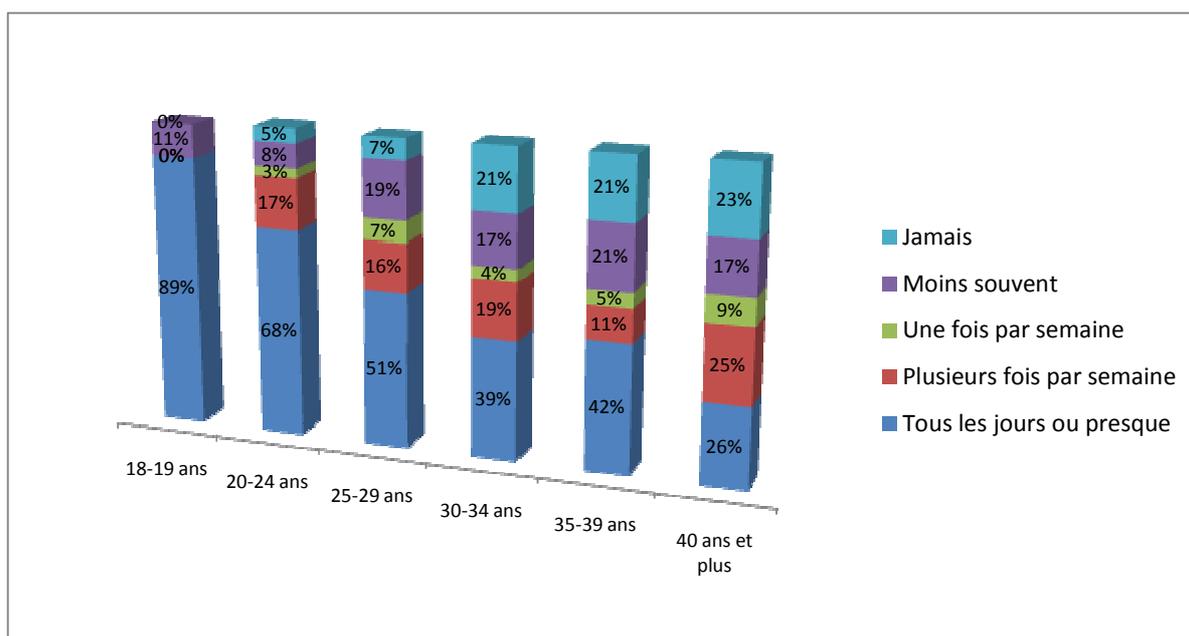


- L'usage du baladeur mp3/mp4/téléphone

45% des musiciens écoutent de la musique via leur baladeur mp3/mp4/téléphone tous les jours ou presque, 18% plusieurs fois par semaine, 6% une fois par semaine. 16% moins d'une fois par semaine, et 15% jamais.

La fréquence d'écoute du baladeur est étroitement liée à l'âge des musiciens, la fréquence diminue à mesure que l'âge avance.

Graphique 8 : L'usage du baladeur selon l'âge des musiciens



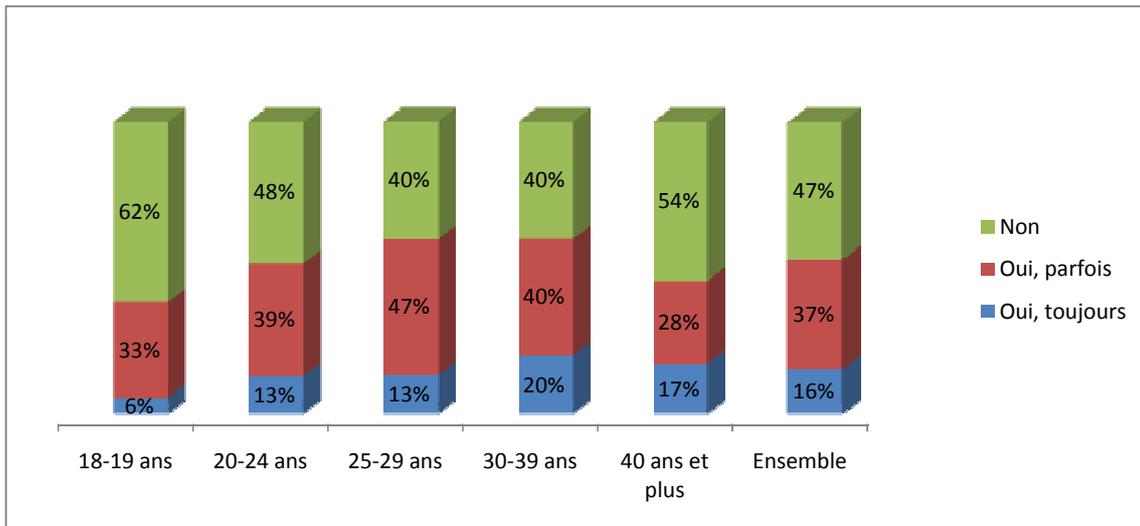


## Protection et moyens de protection

### ... du public

47% ne se protègent jamais contre les risques auditifs lors de leurs sorties, 37% se protègent parfois, et 16% se protègent toujours.

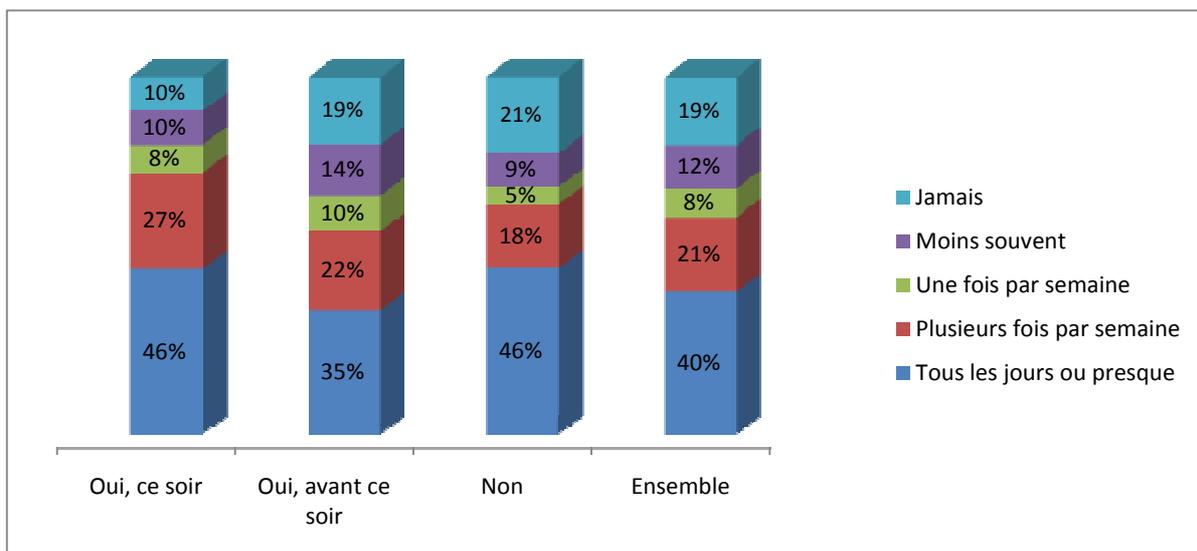
Graphique 9 : La pratique de la protection contre les risques auditifs selon l'âge du public



Les 18-19 ans et les 40 ans et plus sont les plus nombreux à ne pas se protéger contre les risques auditifs. Les plus de 30 ans sont plus nombreux à toujours se protéger.

Parmi le public se protégeant, 84% utilisent des bouchons d'oreilles, 38% font des pauses, et 6% ont recours à d'autres moyens.

Graphique 10 : L'usage du baladeur selon la protection des risques auditifs par le public



Les personnes s'étant protégées avant cette soirée de sensibilisation utilisent moins leur baladeur quotidiennement que les autres (35% vs 46%).

### ... des musiciens

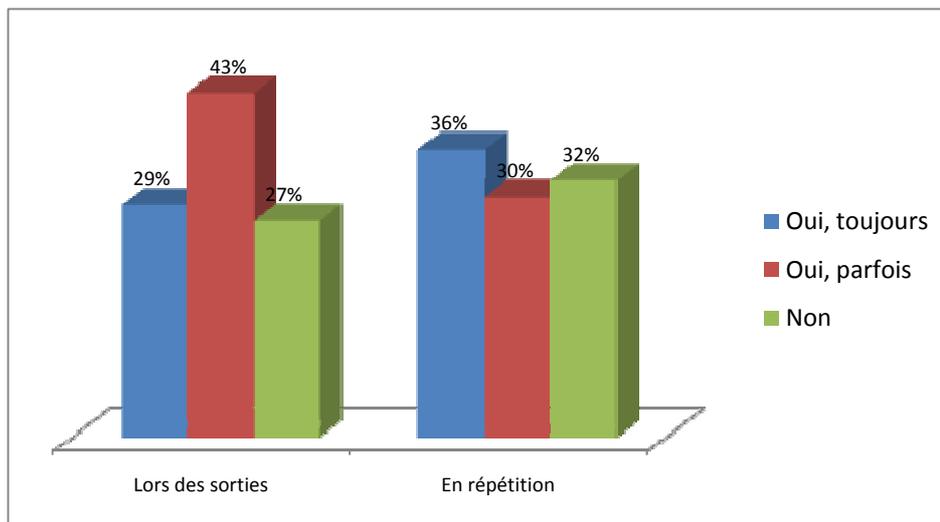
**Lors des sorties,** 27% des musiciens ne se protègent jamais contre les risques auditifs, 43% se protègent parfois, et 29% se protègent toujours.

93% des musiciens se protégeant utilisent des bouchons d'oreilles : en mousse pour 49%, filtre acoustique pour 34%, et moulés pour 23%. 31% se protègent en faisant des pauses, et 4% se protègent autrement.

**En répétition,** 32% ne se protègent pas, 36% se protègent toujours et 30% parfois.

93% se protègent en mettant des bouchons d'oreilles : en mousse pour 38%, filtre acoustique pour 36% et moulé pour 26%. 27% se protègent en faisant des pauses et 19% en baissant le volume sonore.

Graphique 11 : La pratique de la protection contre les risques auditifs des musiciens



## Troubles auditifs

### ... du public

64% du public ont ressenti des sifflements ou bourdonnements après avoir écouté de la musique (en concert, discothèque, avec un baladeur...). Parmi eux, 25% ont continué de ressentir ces troubles après un temps de repos d'au moins 6h.

Le public des concerts rock, métal, hard-core ou punk (événement 1) déclare plus avoir ressenti des sifflements après avoir écouté de la musique (67%).

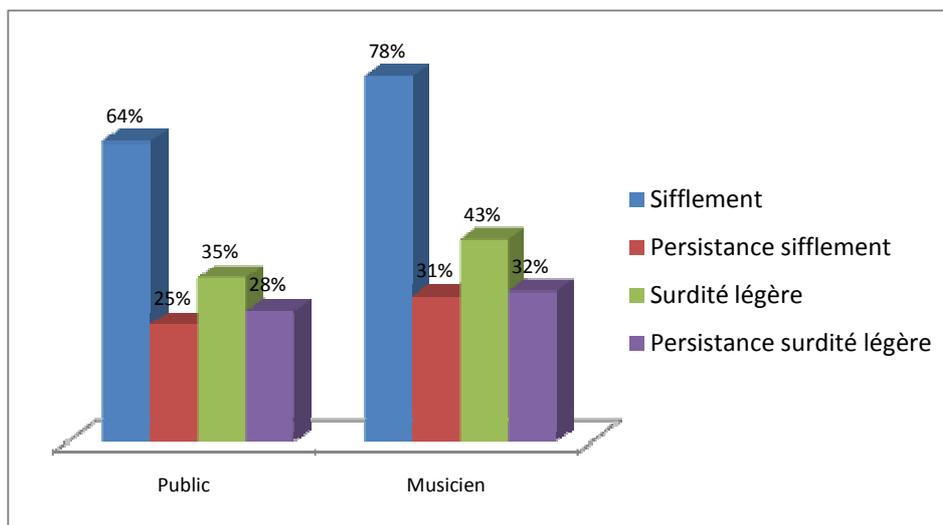
35% ont éprouvé une sensation de moins bien entendre. Parmi eux, 28% ont continué de ressentir ces troubles après un temps de repos d'au moins 6h.

### ... des musiciens

78% ont ressenti des sifflements ou bourdonnements après avoir écouté de la musique. Ces troubles ont persisté après un temps de repos pour 31% d'entre eux.

43% ont éprouvé une sensation de moins bien entendre, qui a persisté après un temps de repos pour 32% d'entre eux.

Graphique 12 : Les troubles auditifs du public et des musiciens



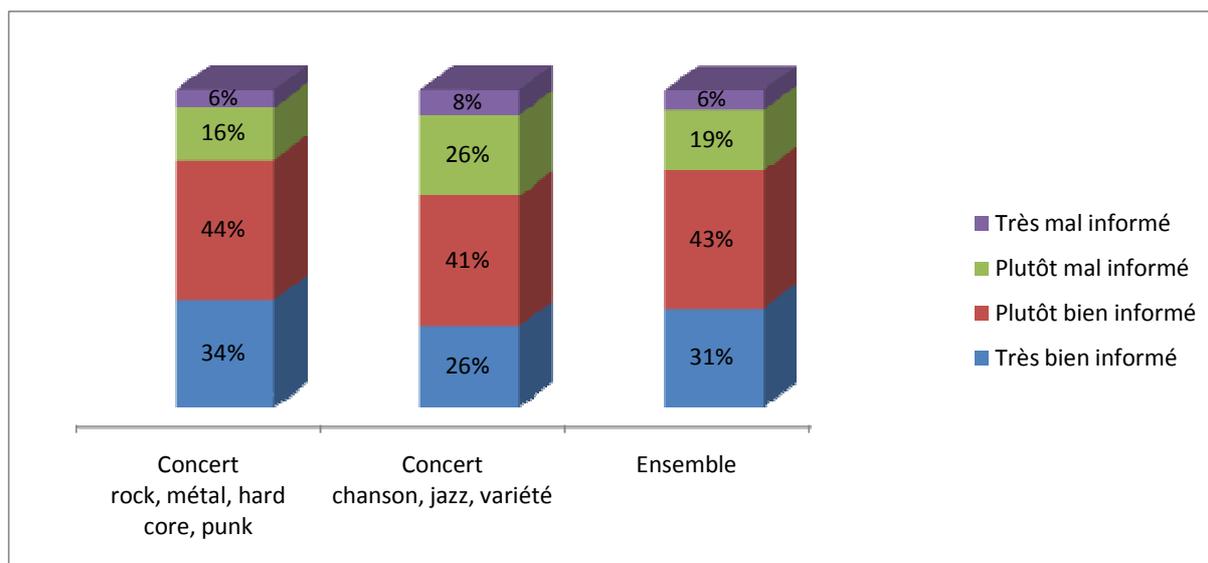
Les sifflements et bourdonnements touchent plus de la moitié du public et trois quarts des musiciens, la sensation de moins bien entendre (ou surdité légère) concerne un tiers du public et 43% des musiciens. La persistance de ces troubles auditifs approche les 30%, toutefois le public est un peu moins concerné que les musiciens par la persistance des sifflements et bourdonnements.

## Connaissance des risques auditifs

### ... par le public

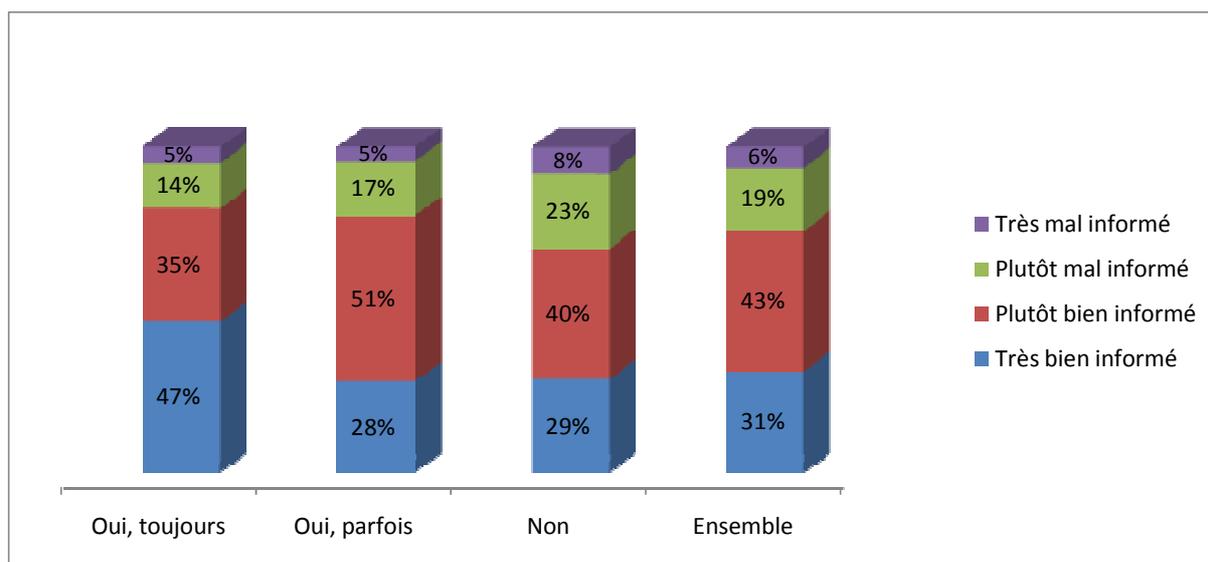
74% s'estiment bien informés sur les risques auditifs liés à l'écoute de musique amplifiée avant la lecture du dépliant Agi-Son, dont 31% s'estiment très bien informés.

Graphique 13 : Le degré d'information selon l'événement auquel participe le public



L'évènement 1 (concert de rock métal) compte le plus grand taux de personnes bien informées : 78% au total. A l'inverse, l'évènement 2 (concert variété), atteint seulement un total de 67% de personnes bien informées.

Graphique 14 : Le degré d'information selon la protection des risques auditifs par le public



Les personnes se protégeant toujours contre les risques auditifs sont les plus informées des risques encourus : 47% d'entre eux s'estiment très bien informés contre respectivement 28% et 29% des personnes se protégeant parfois ou ne se protégeant pas. Le niveau de protection augmente avec le taux d'information.

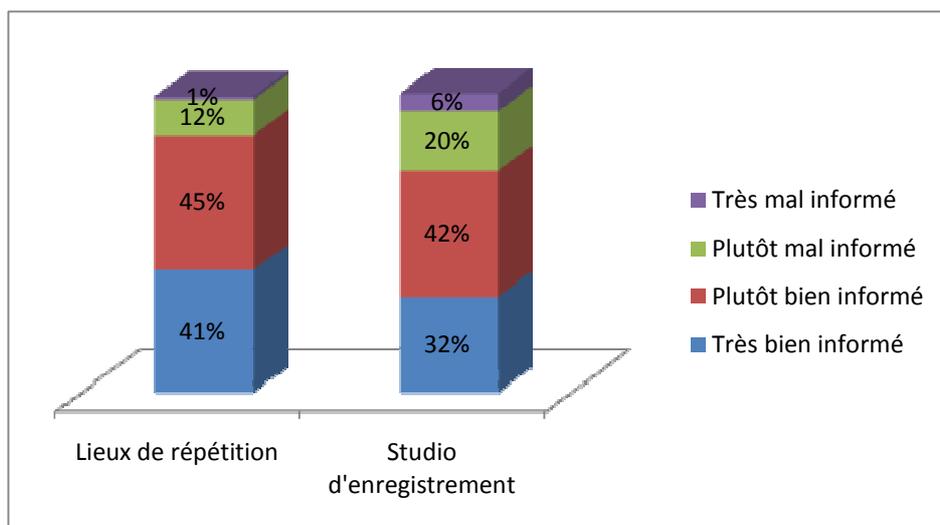
Le volume sonore et le temps d'exposition à un volume donné sont sources de risques. Pour 85% du public les risques sont liés au volume sonore, à la proximité des enceintes pour 69%, à la durée du concert pour 38%, à la taille de la salle pour 25%, et au style musical pour 22%.

L'écoute du baladeur au volume maximal est dangereuse au-delà de 2h par semaine. 45% du public l'estiment dangereuse au-delà d'1h par semaine, 25% au delà de 2h par semaine, 21% au-delà de 5h par semaine, et 9% au delà de 7h par semaine.

### ... par les musiciens

81% se déclarent bien informés sur les risques auditifs liés à l'écoute de la musique amplifiée avant la lecture du dépliant Agi-Son, dont 38% très bien informés.

Graphique 15 : Le degré d'information selon l'événement auquel participe le musicien



Pour 88% des musiciens, les risques auditifs sont liés au volume sonore, à la proximité des enceintes selon 68%, à la durée du concert pour 53%, à la taille de la salle selon 26%, et au style musical selon 18%.

L'écoute du baladeur au volume maximal est dangereuse au-delà d'une heure par semaine pour 41%, au-delà de 2h pour 26%, au-delà de 5h pour 19%, et au-delà de 7h pour 8%.

## Perception des outils Agi-Son

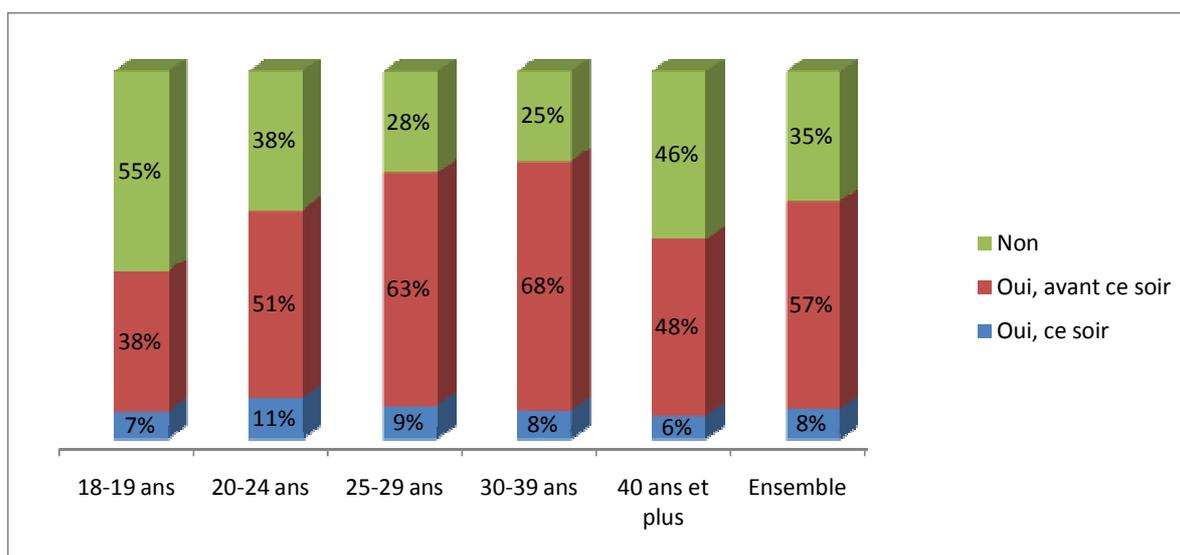
### ... par le public

72% du public ne connaissaient pas l'affiche Agi-Son avant cette action de sensibilisation.

15% ont lu le dépliant lors de la soirée de sensibilisation, 15% l'avaient lu avant, et 70% ne l'ont pas lu.

8% ont utilisé des bouchons d'oreilles en mousse distribués lors de la soirée, 57% en avaient utilisé avant cette soirée, et 35% n'en ont jamais utilisé.

Graphique 16 : L'utilisation des bouchons d'oreilles selon l'âge du public



Les 20-29 ans sont les plus nombreux à avoir utilisé des bouchons d'oreilles lors de la soirée (11% et 9%). En revanche, les 30-39 ans sont majoritaires à déclarer avoir utilisé des bouchons avant cette soirée (68%). Les publics se protégeant le moins sont les 40 ans et plus et les 18-19 ans.

72% du public pensent que les affiches Agi-Son sont bien adaptées à la prévention des risques auditifs, dont 15% les trouvent très bien adaptées.

66% déclarent que les dépliants sont bien adaptés à la prévention dont 16% très bien adaptés.

80% trouvent la distribution de bouchons d'oreilles bien adaptée à la prévention des risques auditifs, dont 32% très bien adaptée.

### ... par les musiciens

44% des musiciens connaissaient l'affiche Agi-Son avant cette action de sensibilisation.

24% ont lu le dépliant Agi-Son avant cette action, 15% l'ont lu à l'occasion de la sensibilisation, et 59% ne l'ont pas lu.

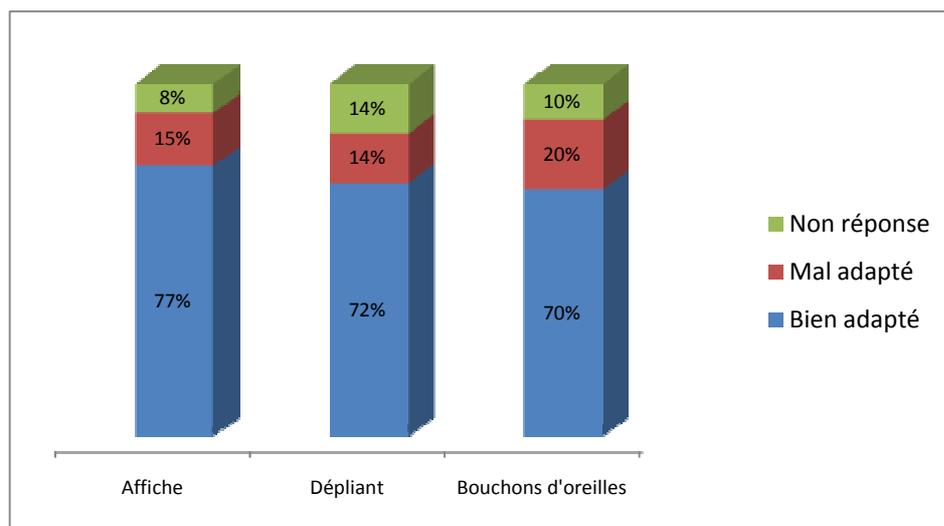
18% n'utilisent pas les bouchons d'oreilles en mousse distribués lors de concert, 70% le faisaient avant cette action, 10% l'ont fait lors de l'action.

77% des musiciens pensent que les affiches Agi-Son sont bien adaptées à la prévention des risques auditifs, dont 18% très bien adaptées.

72% trouvent que les dépliants sont également bien adaptés à la prévention.

Et 70% pensent que les bouchons sont adaptés à la prévention, dont 25% très bien adaptés.

Graphique 17 : Perception des outils de la campagne Agi'Son par les musiciens





## Impact de la campagne

### ... auprès du public

52% du public ne se protégeant pas avant cette soirée de sensibilisation pensent le faire suite à la lecture du dépliant Agi-Son: 72% avec le recours aux bouchons d'oreilles, 45% grâce à des pauses, et 5% par d'autres moyens.

Parmi le public ne souhaitant pas se protéger, 52% déclarent avoir conscience des risques auditifs mais ne souhaitent pas changer leur comportement, 27% se protégeront s'ils ont des troubles auditifs, 21% pensent que les bouchons d'oreilles ne sont pas adaptés à l'écoute de la musique. Enfin, 10% ne souhaitent pas se protéger pour d'autres raisons.

Suite à la lecture du dépliant, 65% déclarent qu'ils diffuseront les informations sur les risques auditifs liés à l'écoute de musique amplifiée à leur entourage.

Des données sur les pratiques auditives et la protection mises en relation avec la connaissance des risques et les outils Agi-Son peuvent apporter un nouvel éclairage sur l'impact de la campagne. Les personnes qui se protègent sont mieux informées que celles qui ne se protègent pas (cf. graphique 13). Et les personnes ayant lu le dépliant Agi-Son avant la soirée déclarent plus se protéger toujours ou parfois (77%) par rapport aux personnes n'ayant pas lu le dépliant (48%). Les musiciens également sont plus nombreux à se protéger lorsqu'ils ont lu le dépliant. L'information participe donc de la protection et des comportements, et son impact n'est pas négligeable.

### ... auprès des musiciens

48% des musiciens n'utilisant pas de protection avant cette action de sensibilisation pensent le faire suite à la lecture du dépliant Agi-Son : 86% avec des bouchons d'oreilles, 43% en faisant des pauses, 19% en s'éloignant durablement des sources de sons, 40% en baissant le volume sonore.

Parmi les musiciens ne souhaitant pas se protéger des risques auditifs, 38% déclarent avoir conscience des risques mais ne pas avoir envie de changer son comportement, 30% se protégeront s'ils ont des troubles, seuls 8% considèrent l'écoute de musique amplifiée non dangereuse, et 36% ont d'autres raisons de ne pas se protéger.

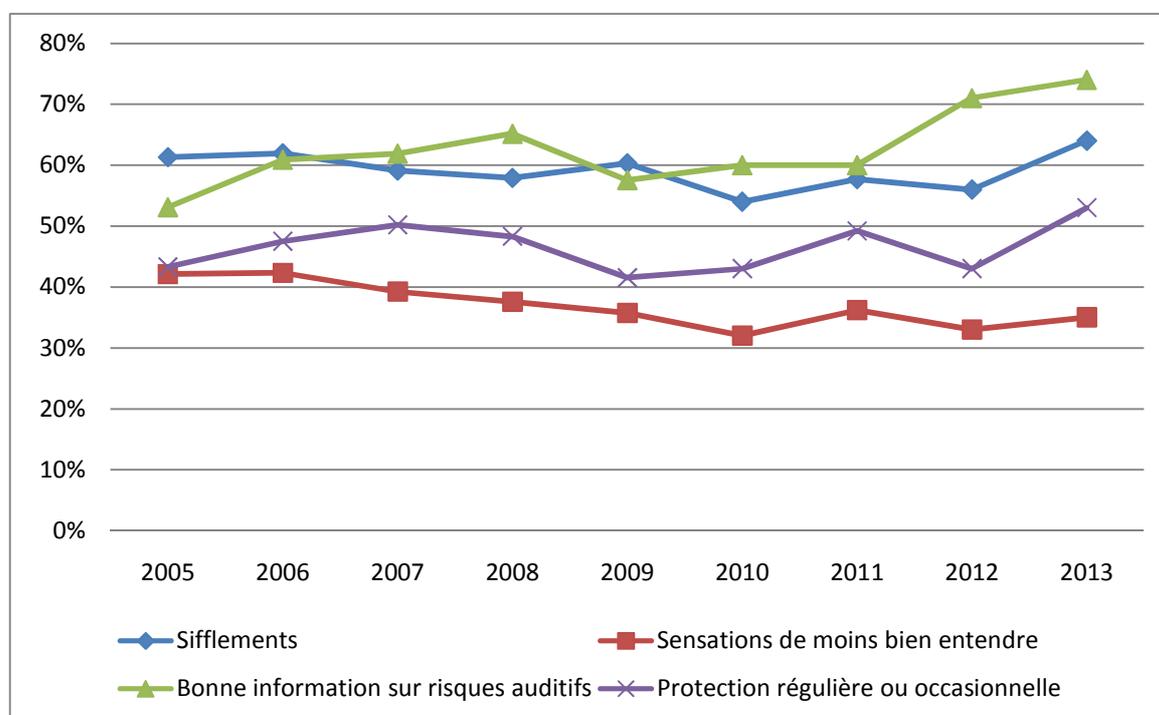
69% des musiciens déclarent avoir l'intention de diffuser les informations sur les risques auditifs liés à l'écoute de musique amplifiée à leur entourage après la lecture du dépliant.

## Conclusion

En 2013, 50% du public fréquentent les lieux d'écoute de musique amplifiée au moins deux fois par mois ; ils étaient 35% en 2012. La fréquence d'usage du baladeur a également progressé : ils étaient 56% du public à l'utiliser plus d'une fois par semaine en 2012, ils sont 61% en 2013. La durée d'écoute a également progressé puisque 43% du public utilisent leur baladeur plus de 4h par semaine en 2013, tandis qu'ils étaient 40% en 2012.

En 2013, 71% des musiciens fréquentent une ou plusieurs fois par semaine les lieux de diffusion de musique amplifiée, en légère évolution puisqu'ils étaient 68% lors de la précédente enquête. En revanche, l'évolution de l'usage du baladeur a diminué : 54% des musiciens utilisaient leur baladeur quotidiennement ou presque en 2012, contre 45% en 2013.

Graphique 18 : L'évolution des pratiques auditives du public (2005-2013)

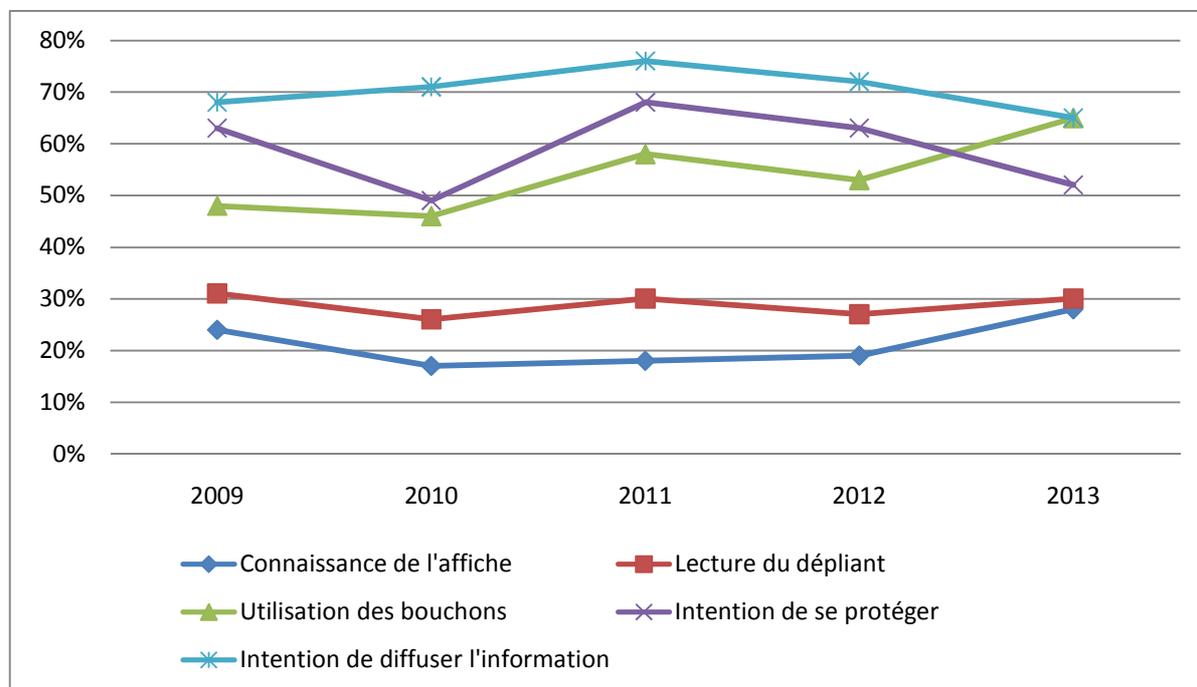


Les sifflements et bourdonnements ressentis, ainsi que la sensation de moins bien entendre ont augmenté depuis 2012. Cependant, le taux de public se déclarant très bien et plutôt bien informé est plus important, atteignant les 74% encore jamais atteints. De même, on observe une très nette hausse de la protection : pour la première fois, les personnes déclarant se protéger parfois ou toujours sont majoritaires (53%). Ces variations peuvent s'expliquer par les caractéristiques des répondants qui évoluent d'une enquête à l'autre. Ainsi, l'âge médian du public enquêté en 2013 est de 31 ans, alors qu'il était de 26 ans en 2012.

En 2013, 27% des musiciens ne se protègent pas des risques auditifs lors de leurs sorties et 32% ne se protègent pas lors des répétitions. La sensation de moins bien entendre a été déclarée par 43% des musiciens.

Tandis que les sifflements et bourdonnements sont stables : 75% en 2012 et 78% en 2013. La bonne information des musiciens est élevée : 81% se déclaraient bien informés en 2013.

Graphique 19 : L'évolution de la campagne Agi-Son et de ses effets auprès du public (2009-2013)



Après une stabilisation de la connaissance de l'affiche Agi-son entre 2010 et 2012 (autour de 18%), celle-ci est en nette hausse en 2013 (28%). La lecture du dépliant est relativement stable depuis 2005 (autour de 30%). Quant à l'utilisation des bouchons d'oreilles, elle a fortement augmenté entre 2012 et 2013, passant de 53% à 65% (niveau encore jamais atteint).

En revanche, l'évolution est plus négative concernant l'intention de se protéger et l'intention de diffuser l'information. On observe une forte baisse de ces indicateurs depuis 2011.

De même que concernant les pratiques auditives, ces évolutions sont à relativiser en raison de l'évolution de la structure de la population enquêtée au fil des ans.

L'impact de la campagne sur les musiciens est remarquable puisque 48% d'entre eux ont l'intention de se protéger des risques auditifs à l'avenir, et 69% des musiciens ont l'intention de diffuser l'information auprès de leur entourage.

## Table des graphiques

Graphique 1 : L'âge du public .....	p.06
Graphique 2 : L'âge des musiciens .....	p.06
Graphique 3 : La fréquentation des lieux de musique amplifiée selon l'âge du public .....	p.07
Graphique 4 : L'usage du baladeur par le public.....	p.07
Graphique 5 : L'usage du baladeur selon l'âge du public.....	p.08
Graphique 6 : Les durées d'écoute du baladeur par le public.....	p.08
Graphique 7 : La fréquentation des lieux de musique amplifiée par les musiciens.....	p.09
Graphique 8 : L'usage du baladeur selon l'âge des musiciens.....	p.09
Graphique 9 : La pratique de la protection contre les risques auditifs selon l'âge du public.....	p.10
Graphique 10 : L'usage du baladeur selon la protection des risques par le public.....	p.10
Graphique 11 : La pratique de la protection des risques par les musiciens.....	p.11
Graphique 12 : Les troubles auditifs du public et des musiciens.....	p.12
Graphique 13 : Le degré d'information selon l'événement auquel participe le public.....	p.13
Graphique 14 : Le degré d'information selon la protection des risques auditifs par le public.....	p.13
Graphique 15 : Le degré d'information selon l'évènement auquel participe le musicien.....	p.14
Graphique 16 : L'utilisation des bouchons d'oreilles selon l'âge du public.....	p.15
Graphique 17 : Perception des outils de la campagne AgiSon par les musiciens.....	p.16
Graphique 18 : L'évolution des pratiques auditives du public (2005-2013).....	p.18
Graphique 19 : L'évolution de la campagne Agi-Son et de ses effets auprès du public (2009-2013).....	p.19