



Evaluation de la Campagne 2014

Introduction	3
Méthodologie	4
Profil des répondants	6
▶ Le genre	6
▶ L'âge	6
Fréquentation des lieux de musique amplifiée	8
Protection et moyens de protection	10
▶ L'action de se protéger	10
▶ Les moyens	12
▶ Les différentes protections auditives	13
Troubles auditifs	14
Connaissances des risques auditifs	16
▶ L'information	16
▶ La cause des risques auditifs	18
Perception des outils d'AGI-SON	19
▶ L'affiche	19
▶ Les bouchons	20
Impact de la campagne	21
▶ L'affiche	21
▶ Les bouchons	23
▶ L'action de se protéger dans l'avenir	25
▶ L'absence de protection	26
▶ Les moyens de protections	28
▶ La diffusion de l'information	29
Conclusion	30
Annexes	32

Sommaire

Cette évaluation de la campagne AGI-SON a été réalisée lors de la 11ème campagne annuelle de sensibilisation et de prévention des risques auditifs liés à l'écoute et à la pratique de la musique qui s'est déroulé en novembre 2014.

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

Les objectifs de cette étude sont multiples: tout d'abord évaluer l'impact de cette campagne annuelle auprès du public, mais également connaître les pratiques en matières d'écoute et de protection et l'impact des messages de prévention d'AGI-SON sur les comportements.

L'évaluation était faite jusqu'en 2013 par la LMDE, elle a été possible en 2014 avec le concours des relais régionaux et d'une partie des adhérents de la FEDELIMA (Fédération des lieux de musiques actuelles) sans qui rien n'aurait été possible.

Merci à Franck Boyat, Le Florida, La Rock School Barbey, Le Krakatoa, L'Ampli, La Coopérative de Mai, Le Guinguois, La Luciole, Le Café Charbon, Le Silex, La Cave à Musique, La Vapeur, L'Association MAPL, L'Echonova, La Carène, La Citrouille, L'Antipode, Le Jardin Moderne, L'Astrolabe, La Cartonnerie, La Fraternelle, La Rodia, La Poudrière, La Clef, L'EMB, Le File7, El Mediator, Le Paloma, Le Zénith de Limoges, Le Centre Culturel John Lennon, Des Lendemain Qui Chantent, La Fourmi, L'Autre Canal, Le Gueulard +, Lo Bolegason, Maison Folie Beaulieu, Le Pharos, L'Aéronef, AKWABA, Association Trastaroots, Le Fuzz'Yon, Le Chabada, L'Ouvre-Boite, La Lune des pirates, La Grange à Musique, Le Camji, West Rock, Le Périscope, Le Fil, La Presqu'île, L'Épicerie Moderne, Le Brise-Glace, La Bobine, Cavajazz, Le Marché Gare, Le Château rouge, L'atelier Cluses, La Tannerie.

Introduction

Deux questionnaires ont été administrés sur des lieux de diffusion de musiques amplifiées, lors de différents événements entre le 1 novembre 2014 et le 31 janvier 2015: ⁴

- événement 1 : concert rock, métal, hard-core, ou punk
- événement 2 : concert chanson, jazz ou variété

Ces questionnaires étaient disponibles en ligne ou en format imprimable¹.

- événement 1 : <http://goo.gl/bAFayB>
- événement 2 : <http://goo.gl/K18jPg>

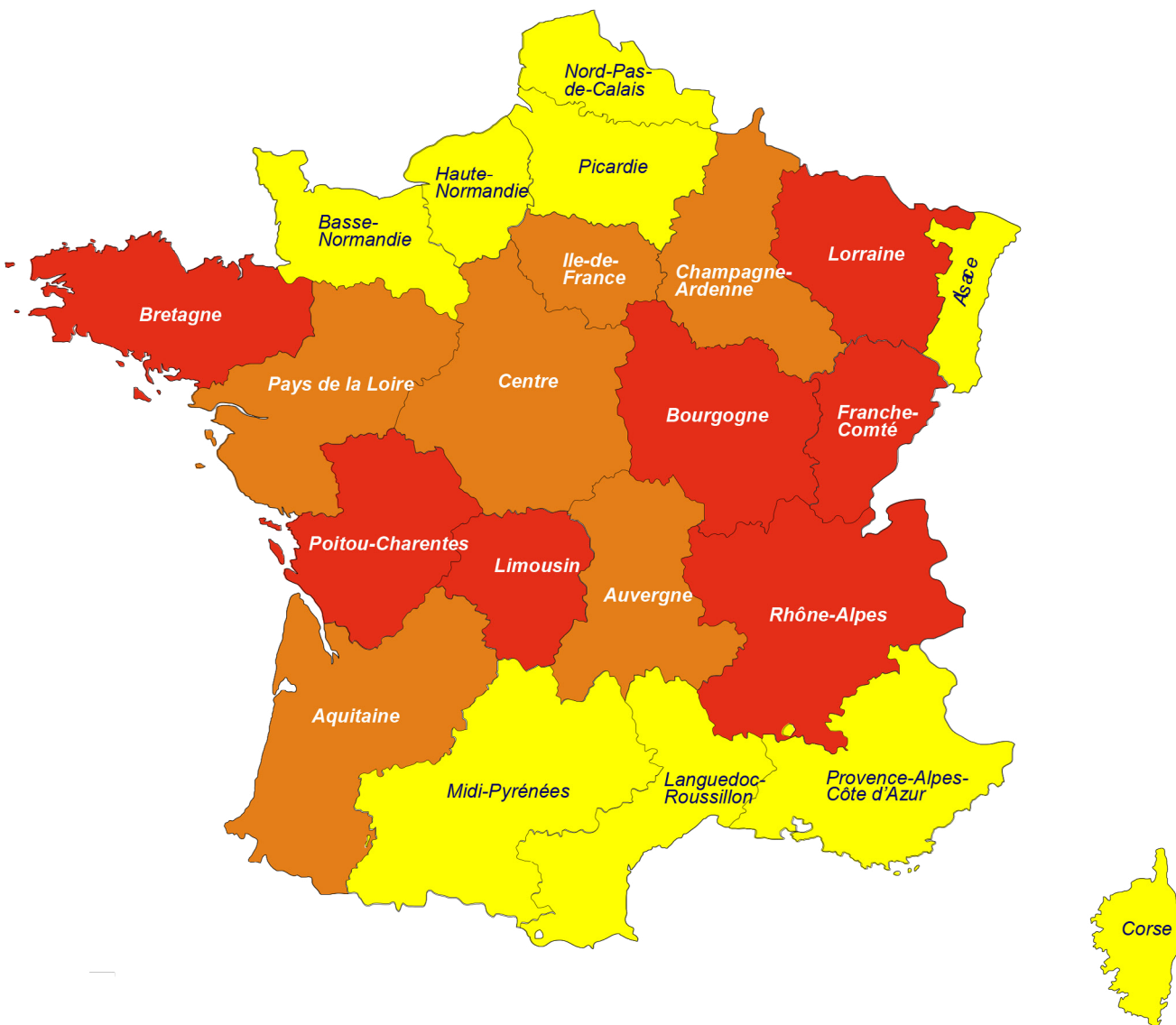
Au total 1947 questionnaires nous sont revenus selon la répartition suivante:

Evènement 1	998
Evènement 2	949
TOTAL	1947

Retour des questionnaires par région:

Région	Pourcentage	Région	Pourcentage
Alsace	0	La Réunion	0
Aquitaine	5,8	Languedoc-Roussillon	2,9
Auvergne	5,5	Limousin	6,2
Basse-Normandie	0	Lorraine	6,2
Bourgogne	8,7	Midi-Pyrénées	3
Bretagne	10,5	Nord-Pas-de-Calais	1,8
Centre	4,5	Pays de la Loire	3,9
Champagne-Ardenne	4	Picardie	0,25
Corse	0	Poitou-Charentes	9,5
Franche-Comté	9,3	Provence-Alpes-Côte d'Azur	2
Haute-Normandie	0,25	Rhône-Alpes	11,5
Île-de-France	4,1		

Méthodologie



RETOUR DES QUESTIONNAIRES REPARTITION GEOGRAPHIQUE

+ de 119



entre 60 et 119



- de 60



Les retours des questionnaires sont assez homogènes.

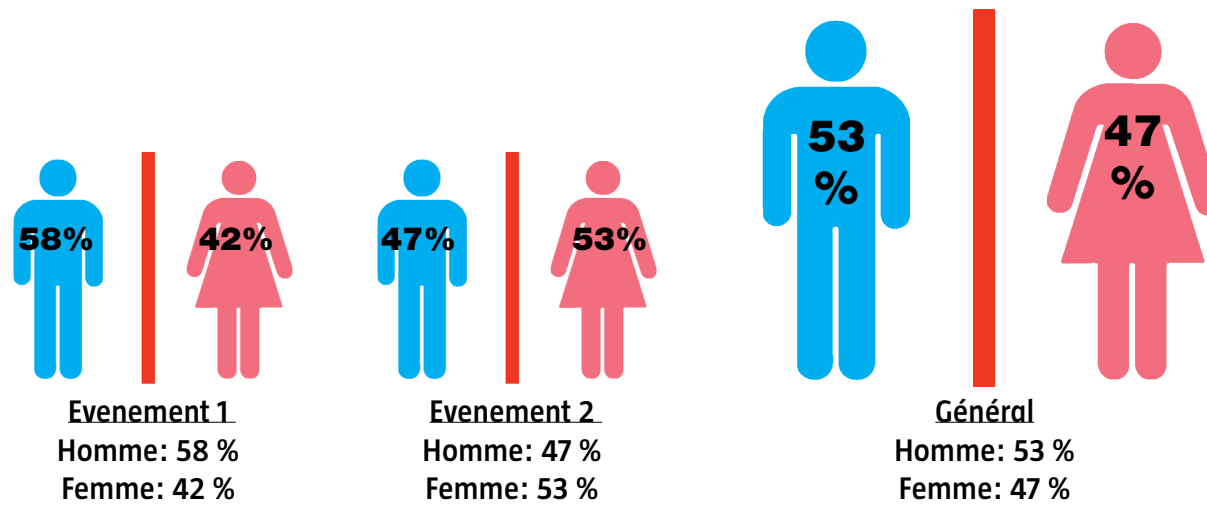
On note une bonne participation en région Bretagne et Rhône-Alpes qui regroupent à eux deux 22% des retours.

Viennent ensuite les régions Auvergne, Aquitaine, Limousin, Lorraine, Bourgogne, Franche-Comté, Poitou-Charentes qui rassemblent la moitié des retours (51%).

Les régions Haute-Normandie, Picardie, Nord-Pas-de-Calais, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées, Pays de la Loire, Champagne-Ardenne, Île-de-France et Centre constituent le reste des retours.

Il faut noter l'absence de données sur certains territoires: Alsace, Basse-Normandie, Corse, Guadeloupe, Guyane, La Réunion, Martinique, Mayotte.

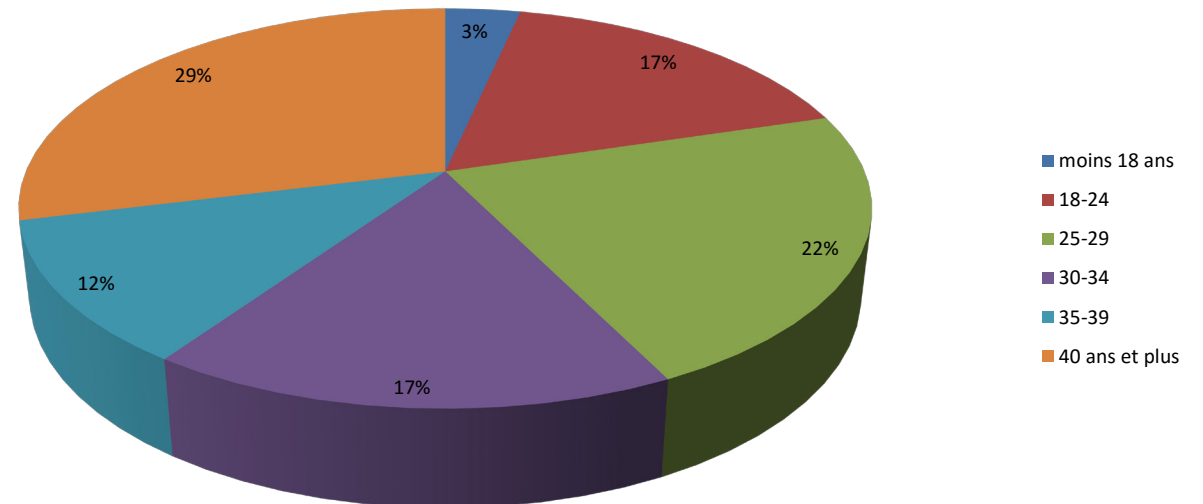
► Le genre



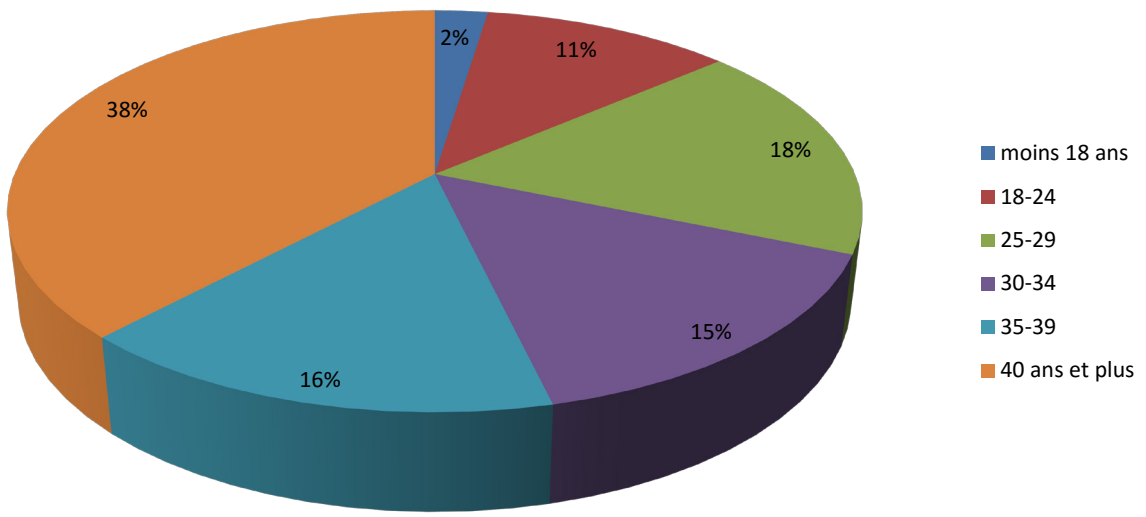
► L'âge

Profil des
répondants

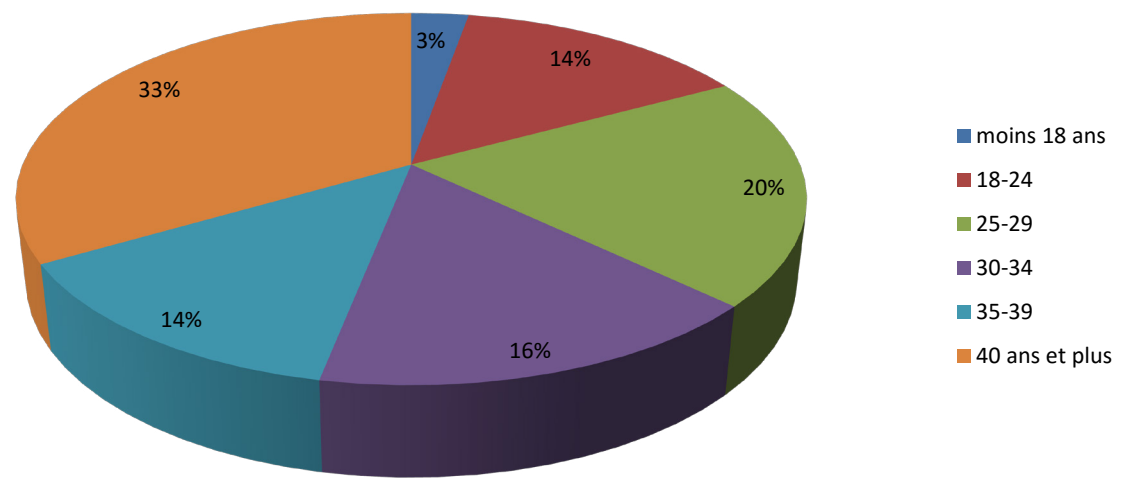
Evènement 1 - Répartition par âge



Evènement 2 - Répartition par âge



Général - Répartition par âge

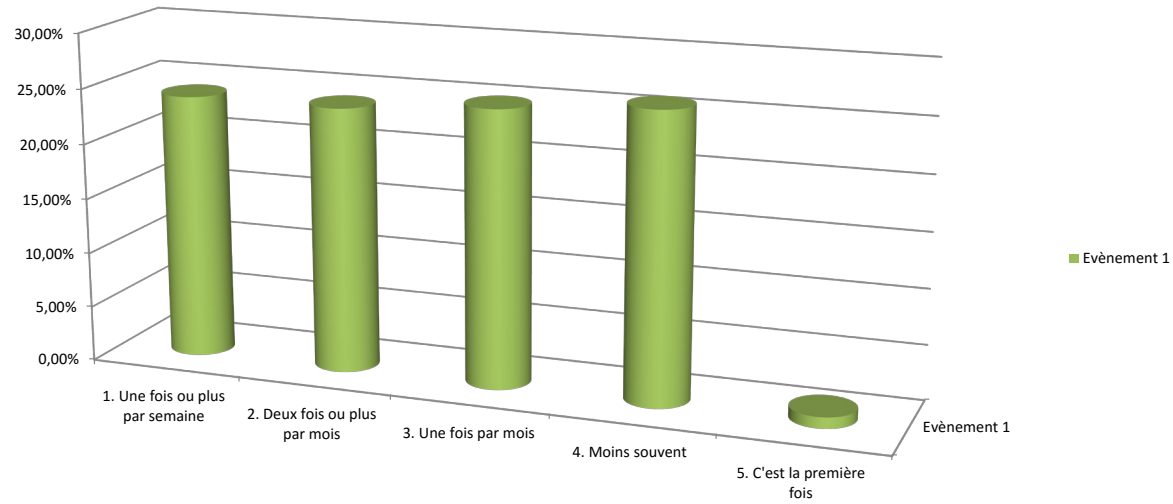


Le public compte 53% d'hommes et 47% de femmes. On observe que les hommes ont tendance à fréquenter davantage les concerts rock, métal, hard-core, punk alors que les femmes sont majoritaires pour les concerts chanson, jazz, variété.

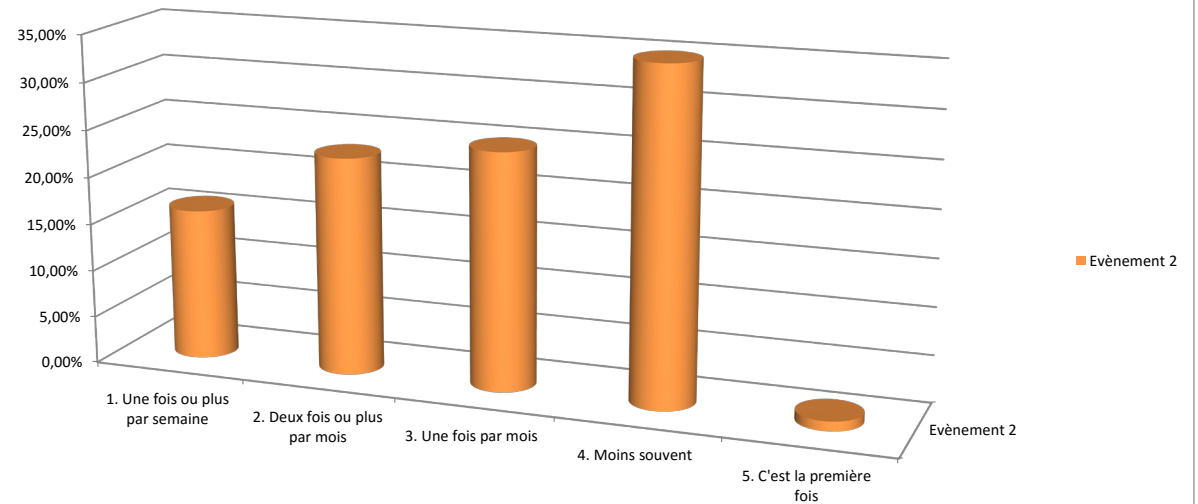
Les jeunes¹ constituent moins de 20% du public interrogé contre plus d'un tiers pour les 25-39 ans. Ils sont plus présents lors des concerts rock, métal, hard-core, punk (20%) que pour les concerts chanson, jazz, variété (13%). On observe également nettement que les concerts chanson, jazz, variété sont fréquentés par beaucoup de public de 40 ans et plus.

¹ Tranche regroupant les personnes de moins de 18 ans jusqu'à 24 ans selon les Nations Unies & l'Insee

Fréquentation des lieux de musiques amplifiées - Evènement 1

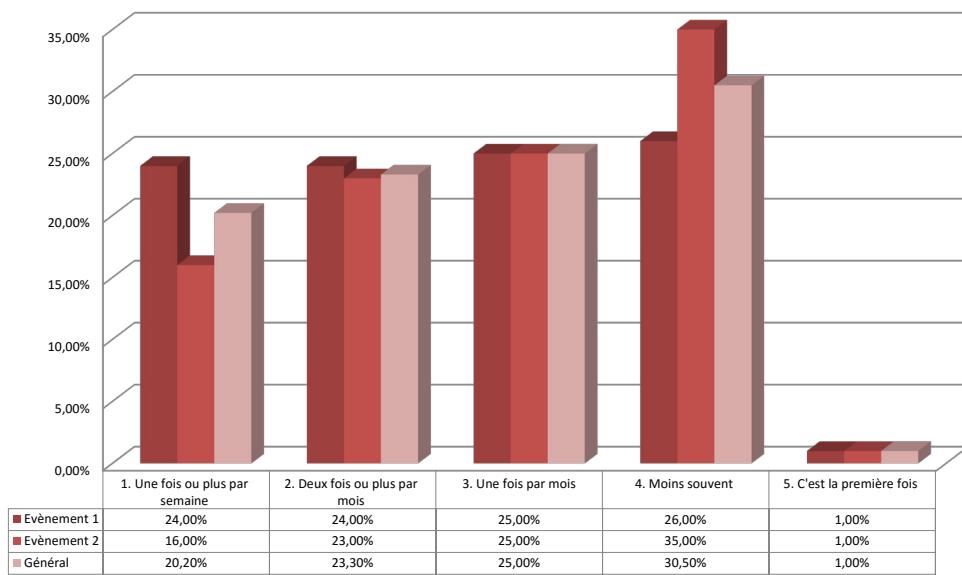


Fréquentation des lieux de musiques amplifiées - Evènement 2

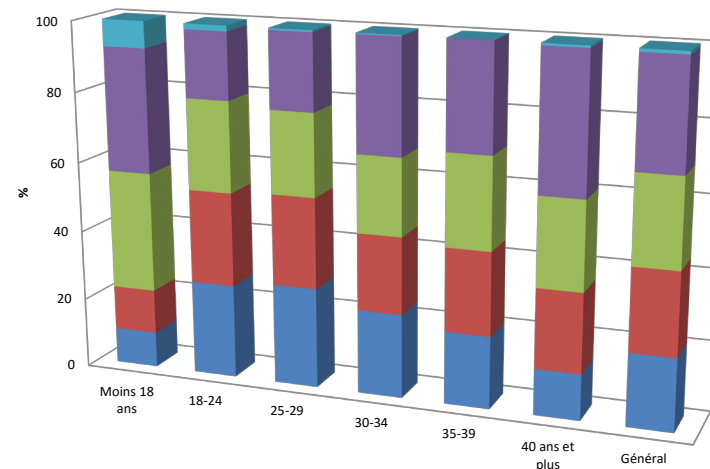


Fréquentation des lieux de musique amplifiée

Fréquentation des lieux de musiques amplifiées - Comparatif



Fréquentation des lieux de musique amplifiée selon l'âge du public



	Moins 18 ans	18-24	25-29	30-34	35-39	40 ans et plus	Général
5. C'est la première fois	8	2	1	0	0	1	1
4. Moins souvent	35	19	22	32	30	39	31
3. Une fois par mois	34	26	23	22	26	25	25
2. Deux fois ou plus par mois	13	27	26	22	24	22	23
1. Une fois ou plus par semaine	10	27	28	24	20	13	20

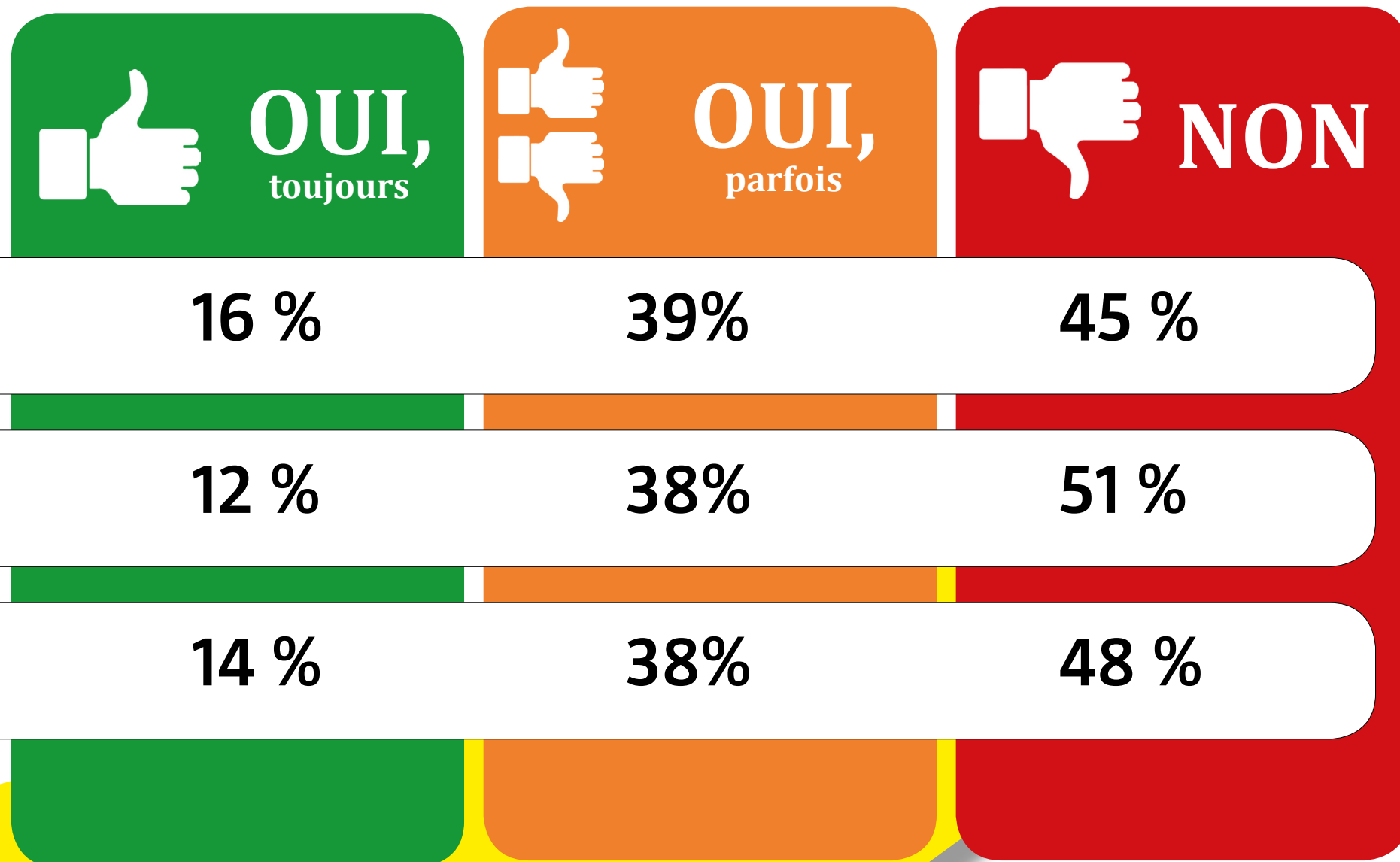
30% du public fréquentent moins d'une fois par mois les lieux diffusant de la musique amplifiée, 25% les fréquentent une fois par mois, 23% deux fois ou plus par mois, 20% une fois par semaine au minimum, et 1% s'y rendent pour la première fois (17 personnes).

Le public des concerts rock, métal, hard-core, punk est plus «fidèle» avec 24 % qui fréquentent les lieux de musiques amplifiées une fois par semaine ou plus contre 35% du public des concerts chanson, jazz, variété qui déclarent se rendre dans un lieu de musiques amplifiées moins d'une fois par mois.

Les hommes sont plus nombreux que les femmes à fréquenter des lieux de musique amplifiée une fois par semaine ou plus (13% vs 11%), écart qui se ressert par rapport à 2013 (26% vs 17%).

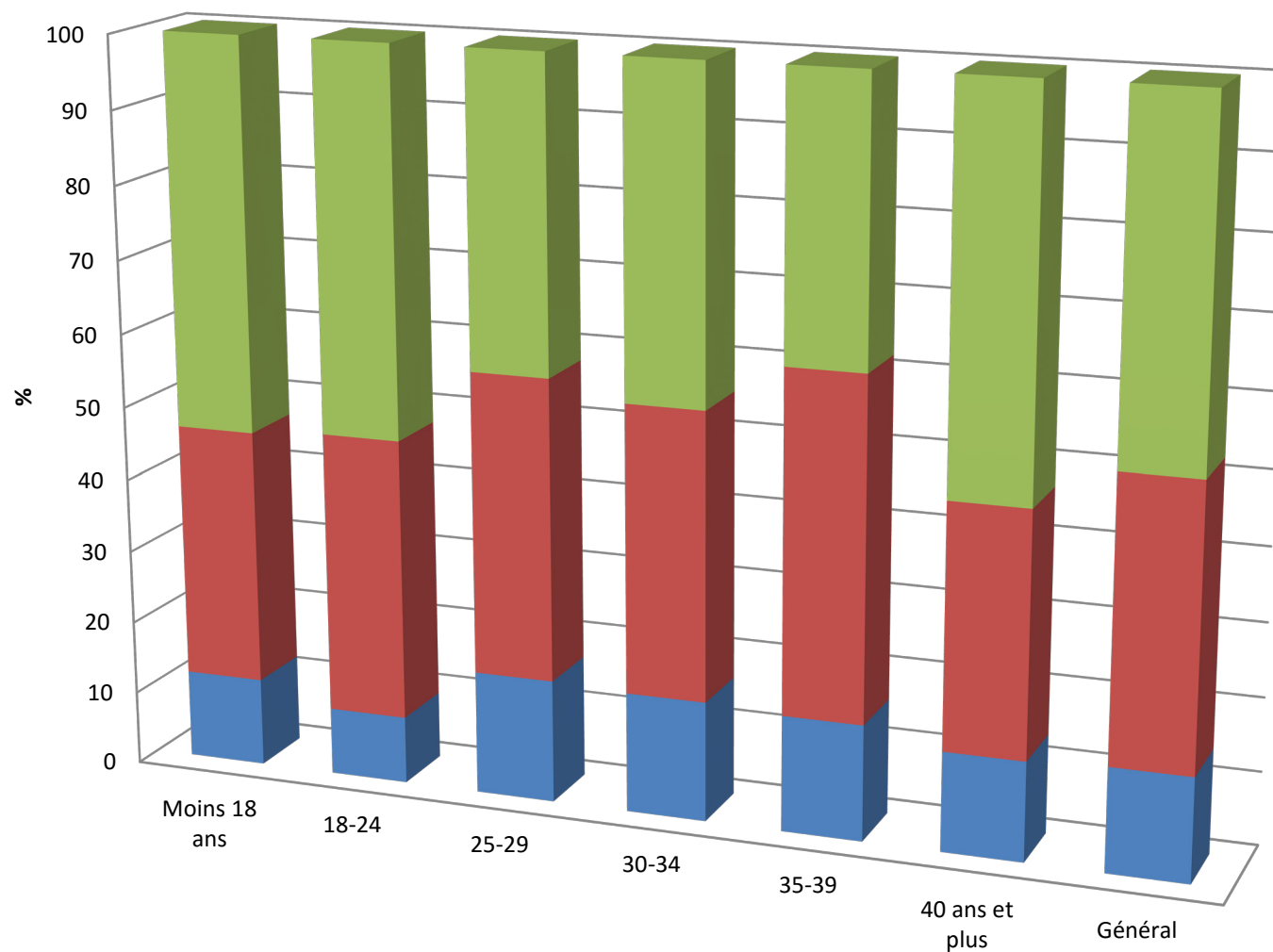
Par rapport à leurs aînés, les moins de 40 ans déclarent plus se rendre dans des lieux diffusant de la musique amplifiée plus d'une fois par mois.

► L'action de se protéger



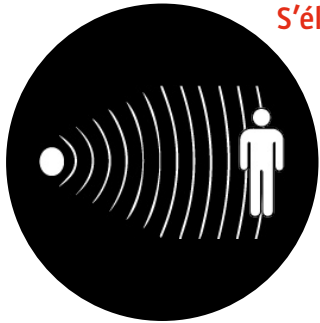
Protection et moyens de protection

La protection selon l'âge du public



	Moins 18 ans	18-24	25-29	30-34	35-39	40 ans et plus	Général
3. Non	53	53	42	45	38	53	48
2. Oui, parfois	35	38	41	39	46	33	38
1. Oui, toujours	12	9	17	16	16	14	14

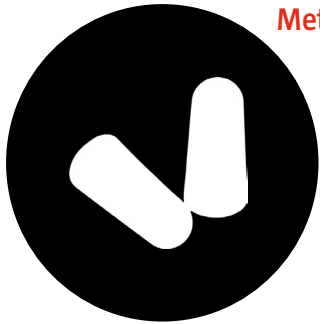
► Les moyens



S'éloigner de la source sonore



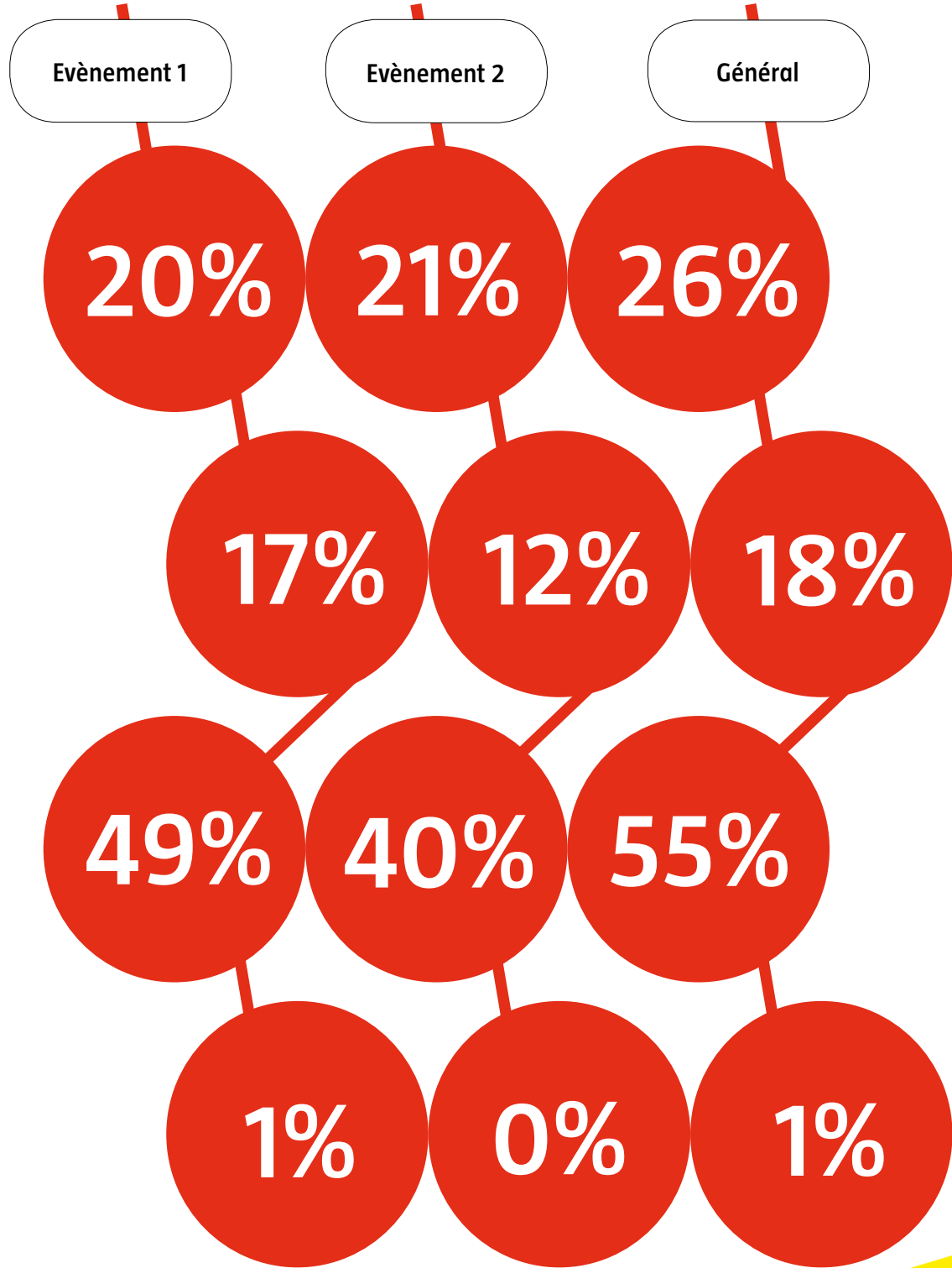
Faire des pauses



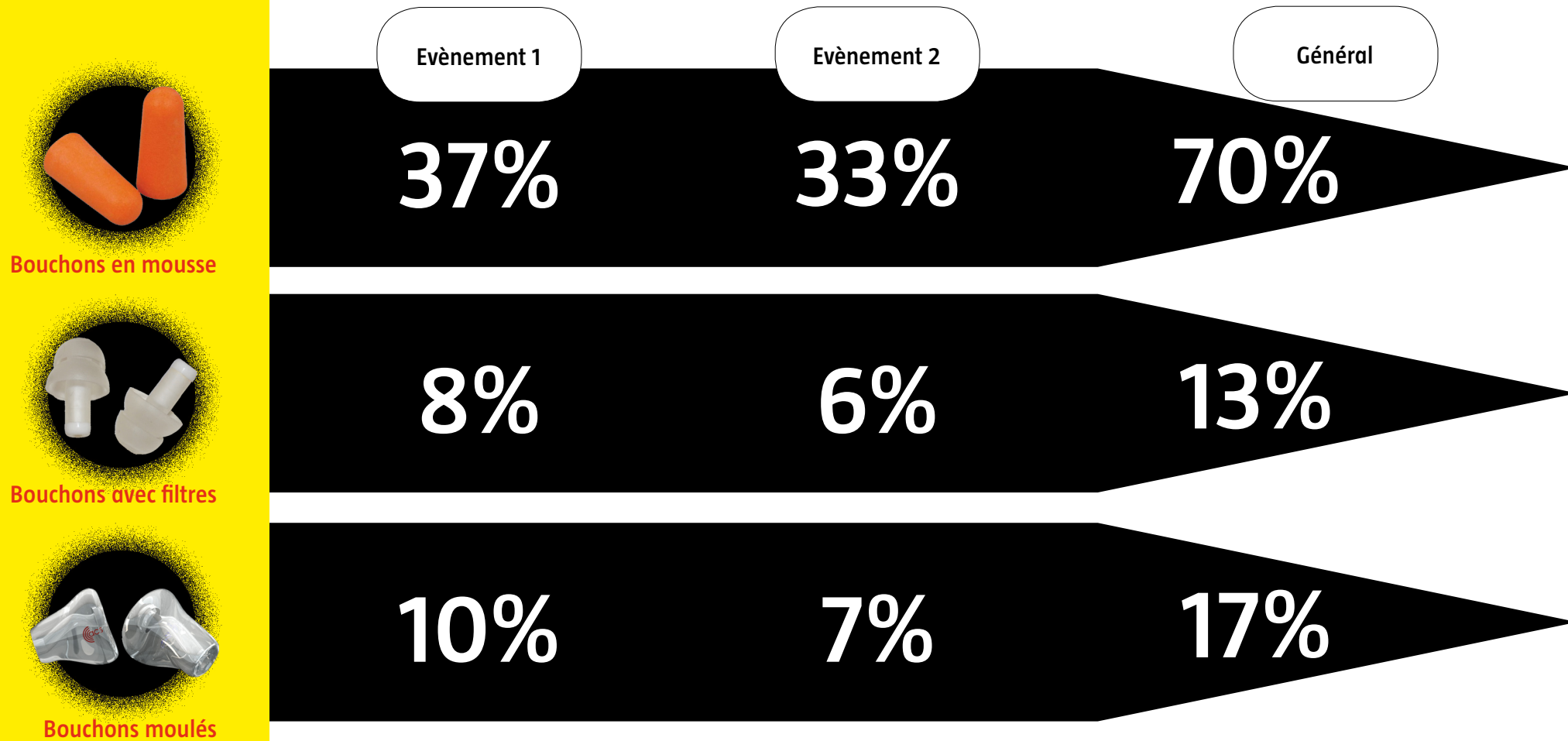
Mettre des protections auditives



Autres



► Les différentes protections auditives



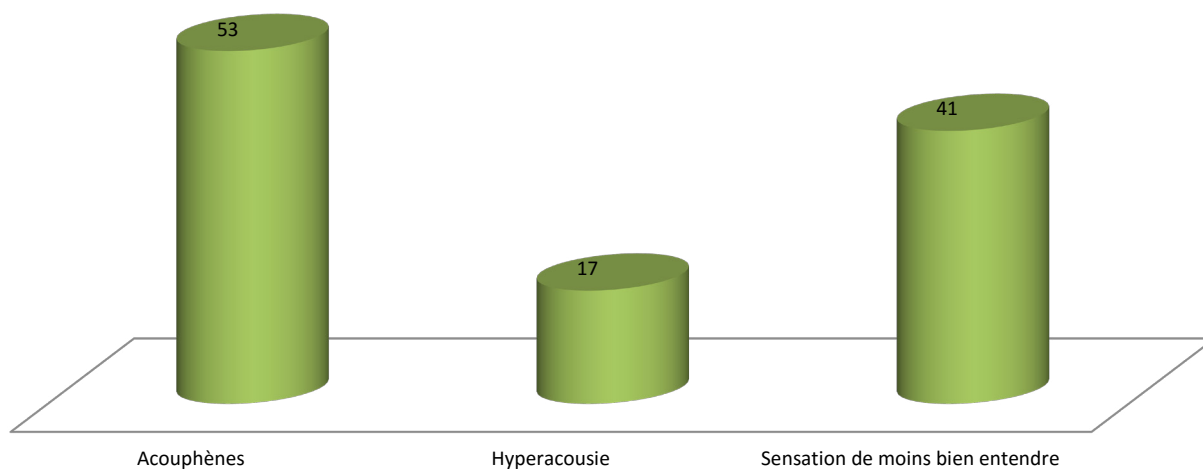
Sur l'ensemble, 48% ne se protègent jamais contre les risques auditifs lors de leurs sorties, 38% se protègent parfois, et 14% se protègent toujours.

On note que pour les concerts chanson, jazz, variété, plus de la moitié déclarent ne pas se protéger (51% contre 45% pour les concerts rock, métal, hard-core ou punk). Le public des concerts rock, métal, hard-core ou punk a tendance à plus se protéger de manière systématique que le public des concerts chanson, jazz, variété (16% contre 12%). Les 18-19 ans et les 40 ans et plus sont les plus nombreux à ne pas se protéger contre les risques auditifs. Les 25-29 ans sont plus nombreux à toujours se protéger.

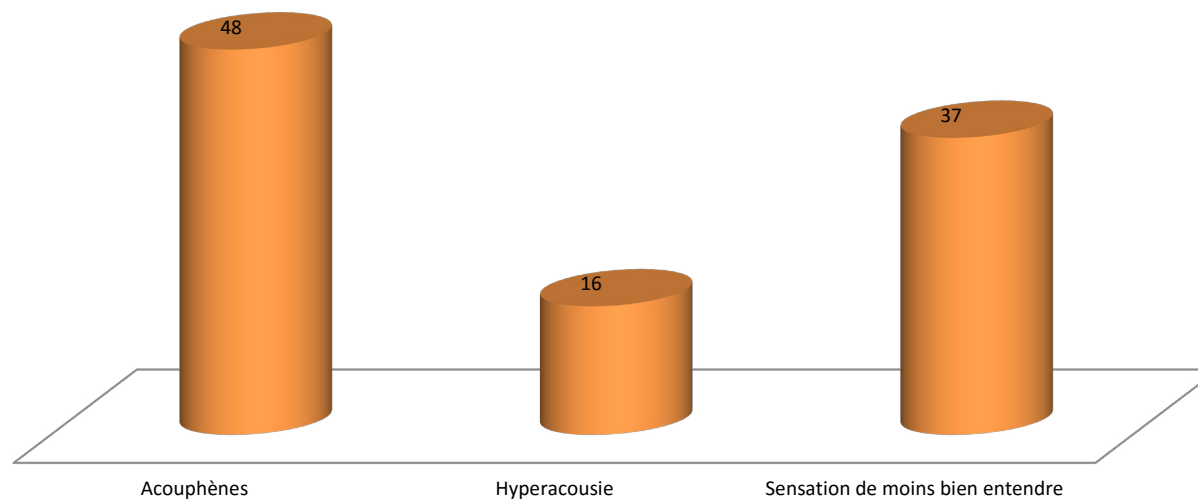
Parmi le public se protégeant, 55% utilisent des bouchons d'oreilles, 26% s'éloignent de la source, 18% font des pauses, et 1% ont recours à d'autres moyens. Pour ceux qui utilisent des bouchons pour se protéger, la majorité utilise des bouchons en mousse (70%). Mais on note toutefois 17% qui utilisent des bouchons à filtres moulés à leur oreille: c'est le public des concerts rock, métal, hard-core ou punk, le plus grand «utilisateur».

Troubles auditifs

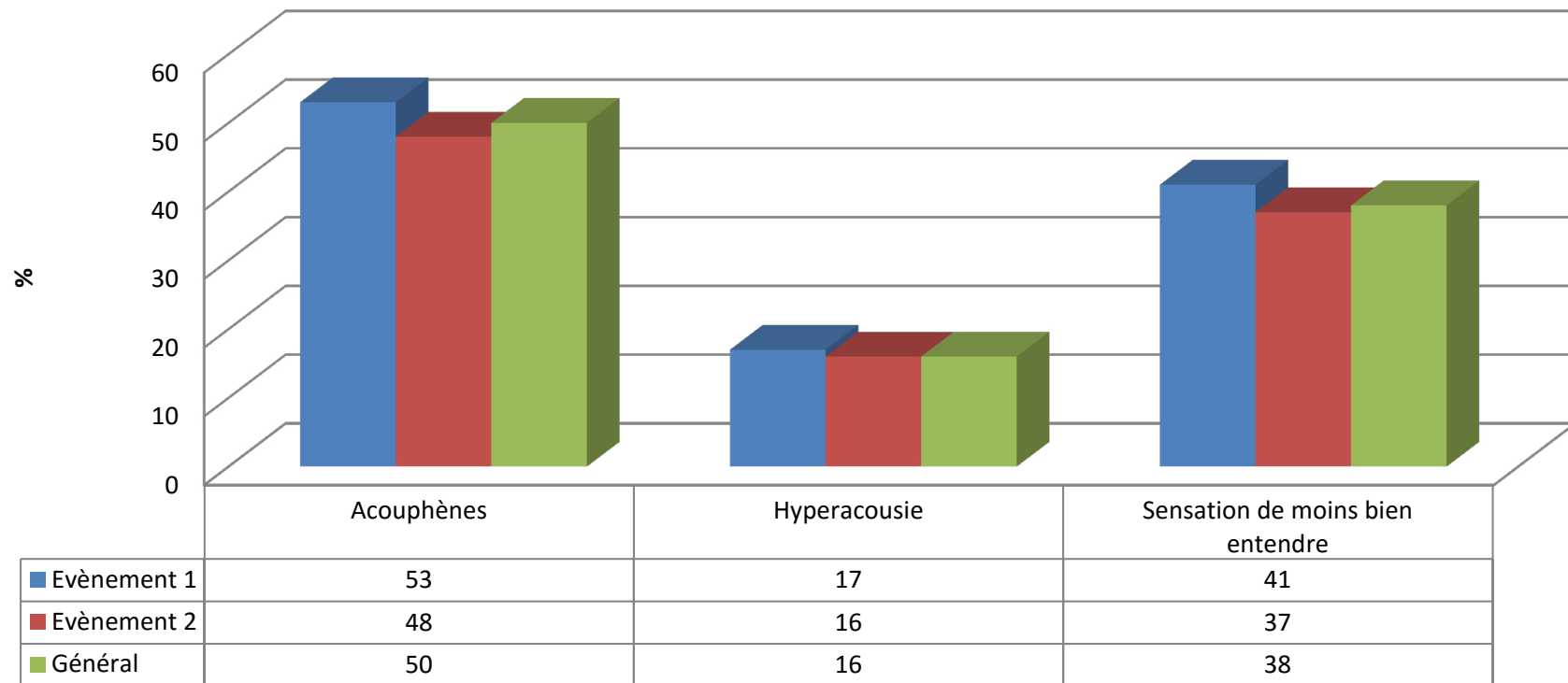
Troubles auditifs ressentis par le public - Evènement 1



Troubles auditifs ressentis par le public - Evènement 2



Troubles auditifs ressentis par le public - Comparatif



50% du public ont ressenti des sifflements ou bourdonnements après avoir écouté de la musique (en concert, discothèque, avec un baladeur...). Soit une baisse par rapport à 2013 (64%).

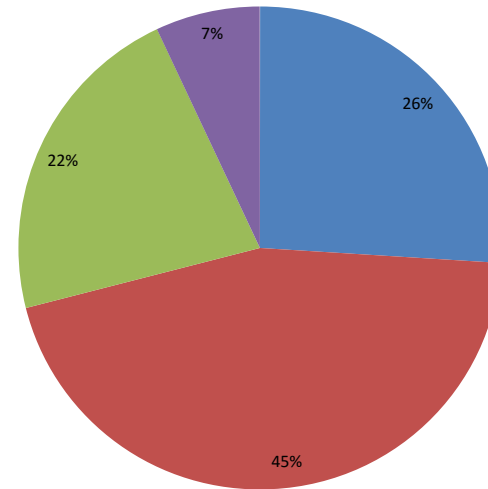
Le public des concerts rock, métal, hard-core ou punk est plus nombreux à avoir ressenti des sifflements après avoir écouté de la musique (53%) que le public des concerts chanson, jazz, variété.

38% ont éprouvé une sensation de moins bien entendre. Soit une légère hausse par rapport à 2013 (35%).

► L'information

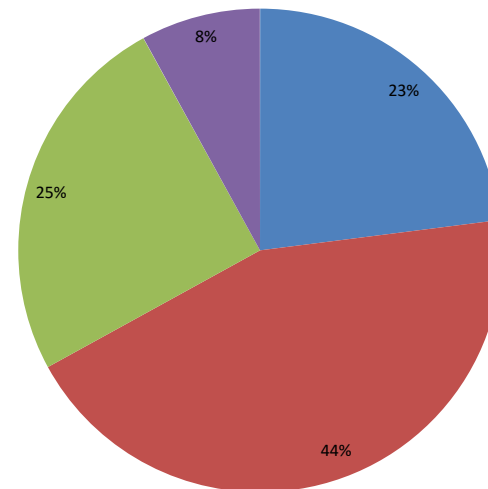
Niveau d'information du public concernant les risques auditifs - Evènement 1

■ 1. Oui, très bien informé ■ 2. Oui, plutôt bien informé ■ 3. Non, plutôt mal informé ■ 4.. Non, très mal informé



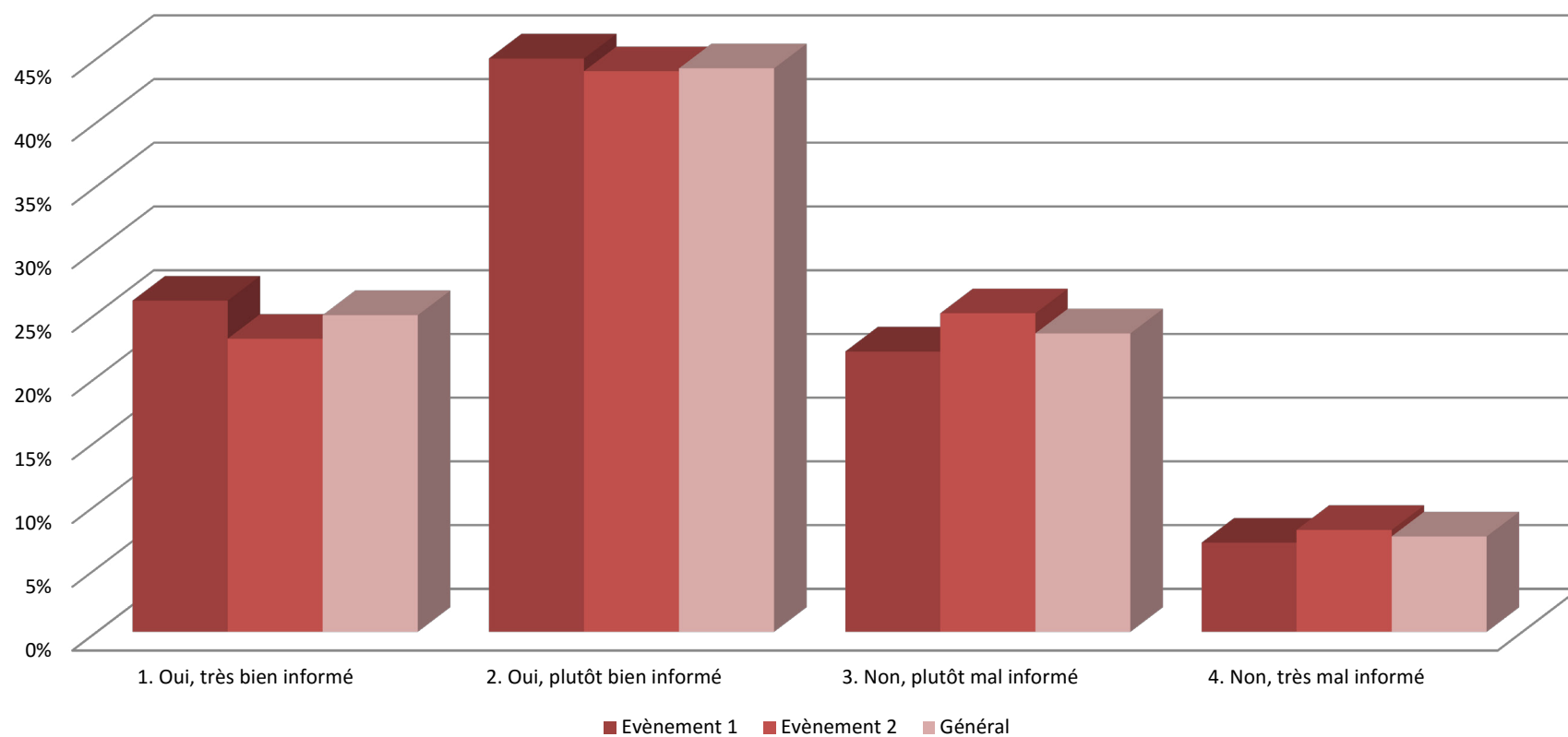
Niveau d'information du public concernant les risques auditifs - Evènement 2

■ 1. Oui, très bien informé ■ 2. Oui, plutôt bien informé ■ 3. Non, plutôt mal informé ■ 4.. Non, très mal informé



*Connaissances
des risques
auditifs*

Niveau d'information du public concernant les risques auditifs - Comparatif



► La cause des risques auditifs

	EVENEMENT 1	EVENEMENT 2	GENERAL
VOLUME SONORE	85%	89%	87%
STYLE MUSICAL	23%	24%	24%
PROXIMITE DES ENCEINTES	67%	72%	70%
TAILLE DE LA SALLE	30%	25%	27%
DUREE DU CONCERT	37%	33%	35%

69% s'estiment bien informés sur les risques auditifs liés à l'écoute de musique amplifiée avant la sensibilisation d'AGI-SON, dont 25% s'estiment très bien informés. Seulement 7% estiment être très mal informés.

L'évènement 1 (concerts rock, métal, hard-core ou punk) compte le plus grand taux de personnes bien informées : 71% au total.

Le volume sonore et le temps d'exposition à un volume donné font partis des sources de risques. Pour 87% du public les risques sont liés au volume sonore, à la proximité des enceintes pour 70%, à la durée du concert pour 35%, à la taille de la salle pour 27%, et au style musical pour 24%.



▶ L'affiche

OUI

NON

Evènement 1

22 %

78%

Evènement 2

21 %

79%

Général

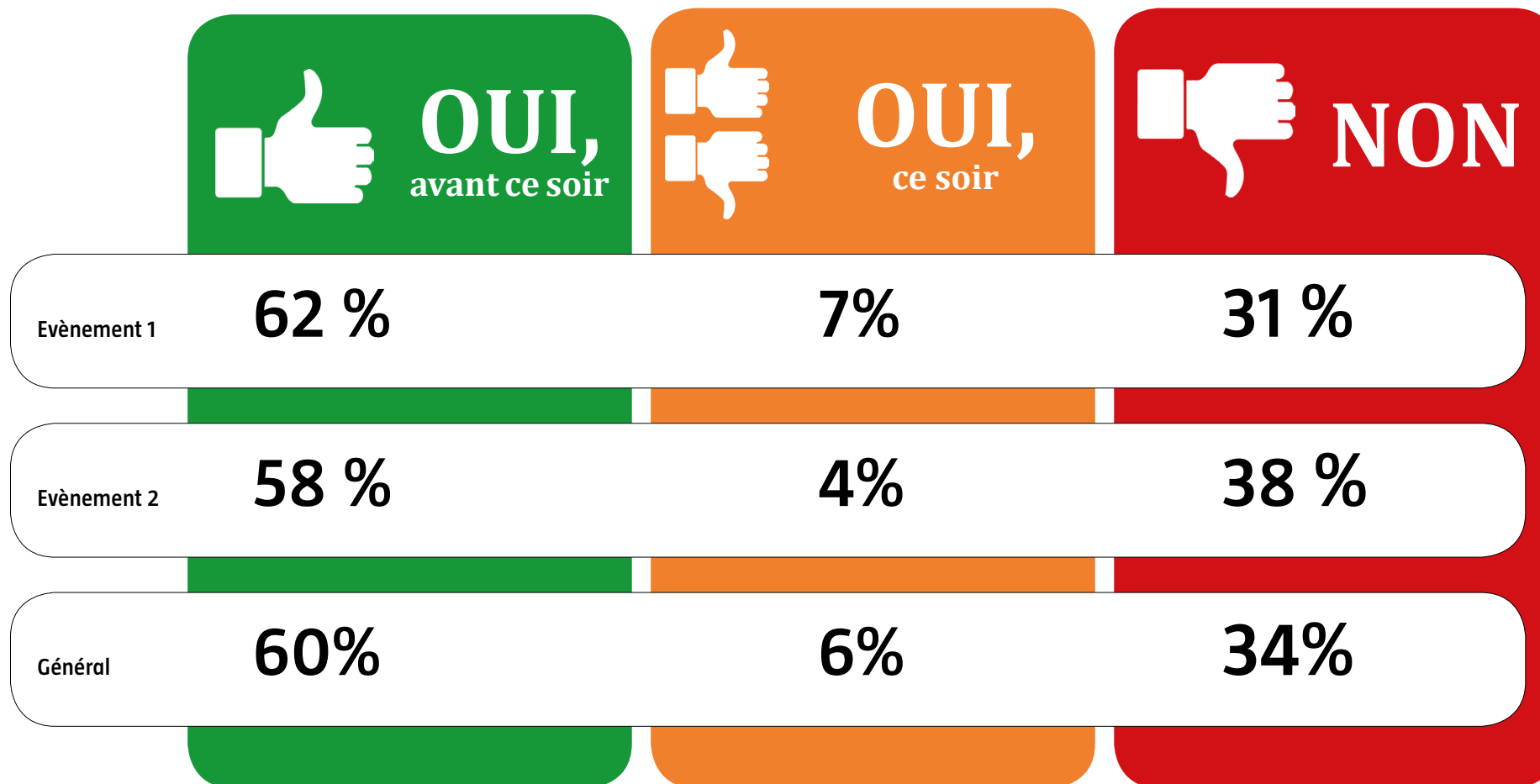
22%

78%

*Perception
des outils
d'AGI-SON*



► L'utilisation des bouchons



78% du public ne connaissaient pas l'affiche AGI-SON avant cette action de sensibilisation.

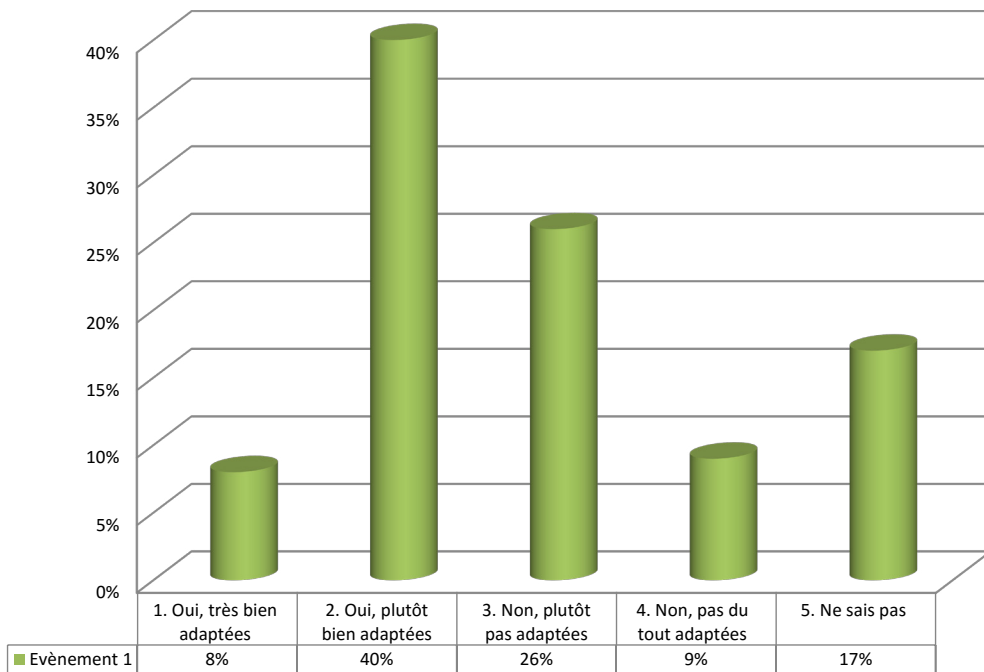
7% ont utilisé des bouchons d'oreilles en mousse distribués lors de la soirée, 58% en avaient utilisé avant cette soirée, et 35% n'en ont jamais utilisé.

Le public des concerts rock, métal, hard-core ou punk sont plus nombreux à déjà avoir utilisé des bouchons avant par rapport au public des concerts chanson, jazz, variété (62% contre 58%).

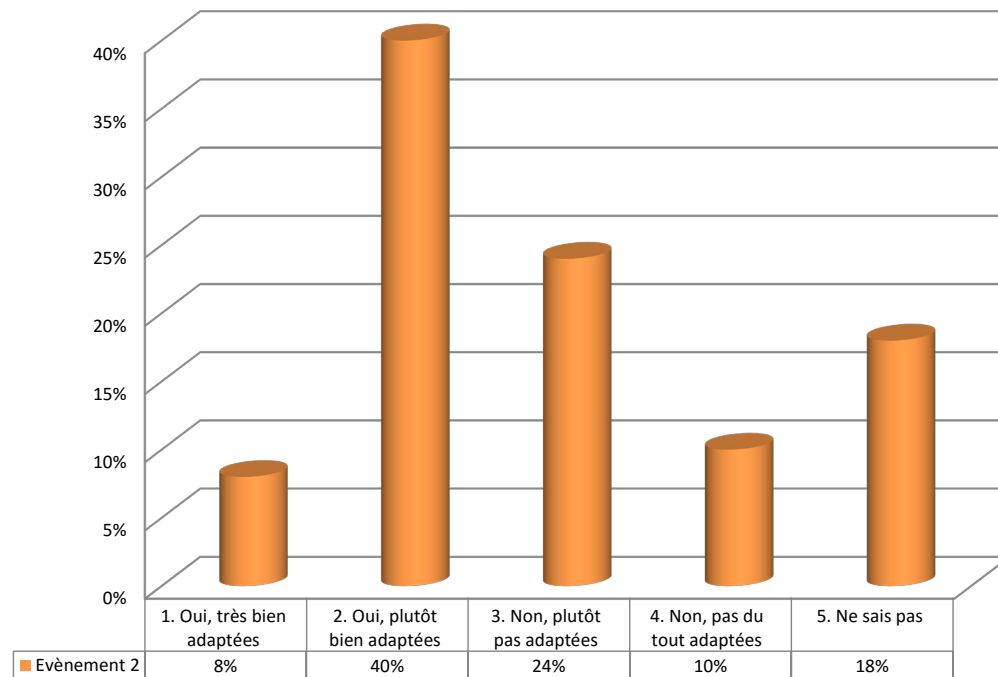


► L'affiche

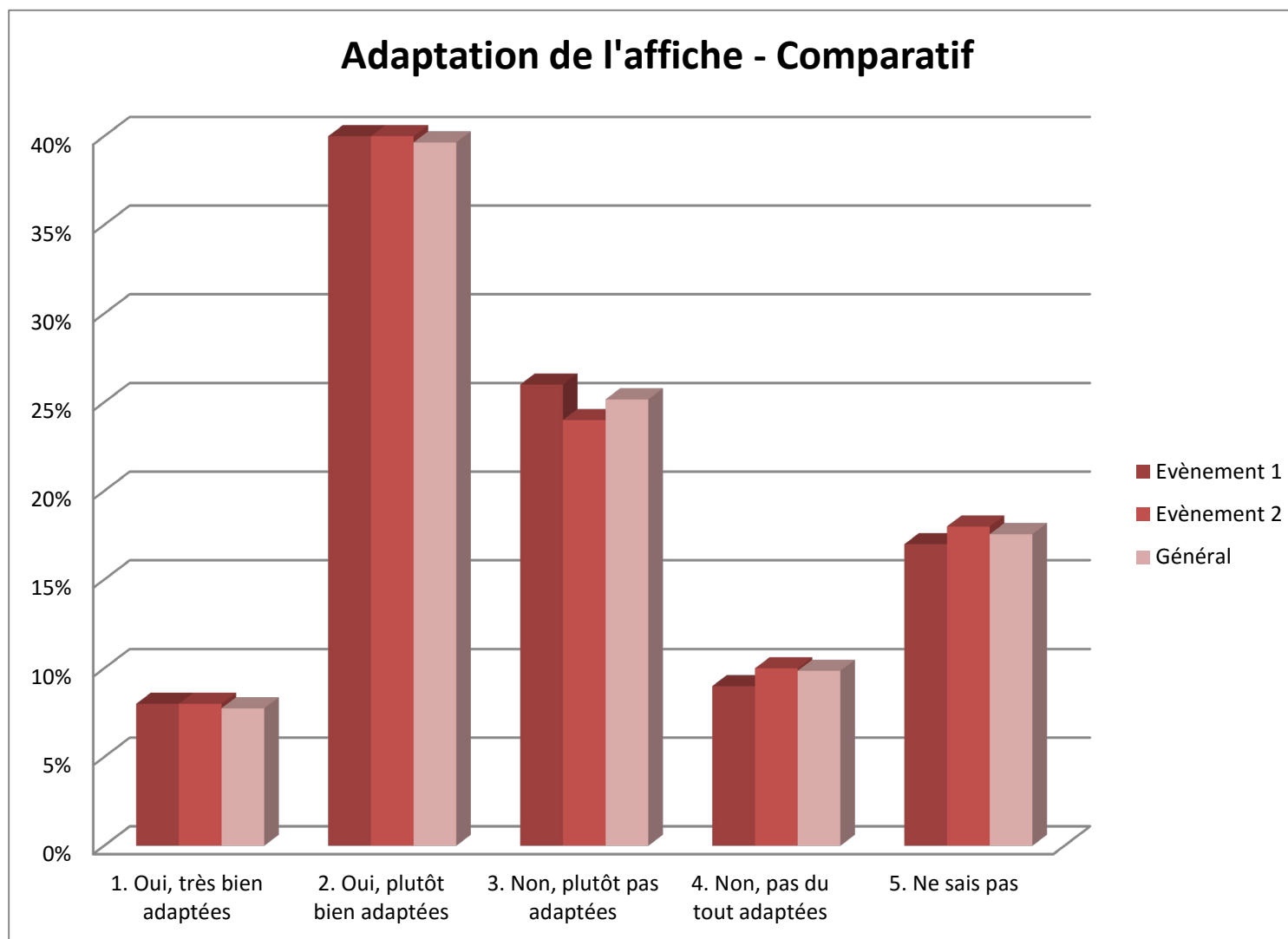
Adaptation de l'affiche - Evènement 1



Adaptation de l'affiche - Evènement 2



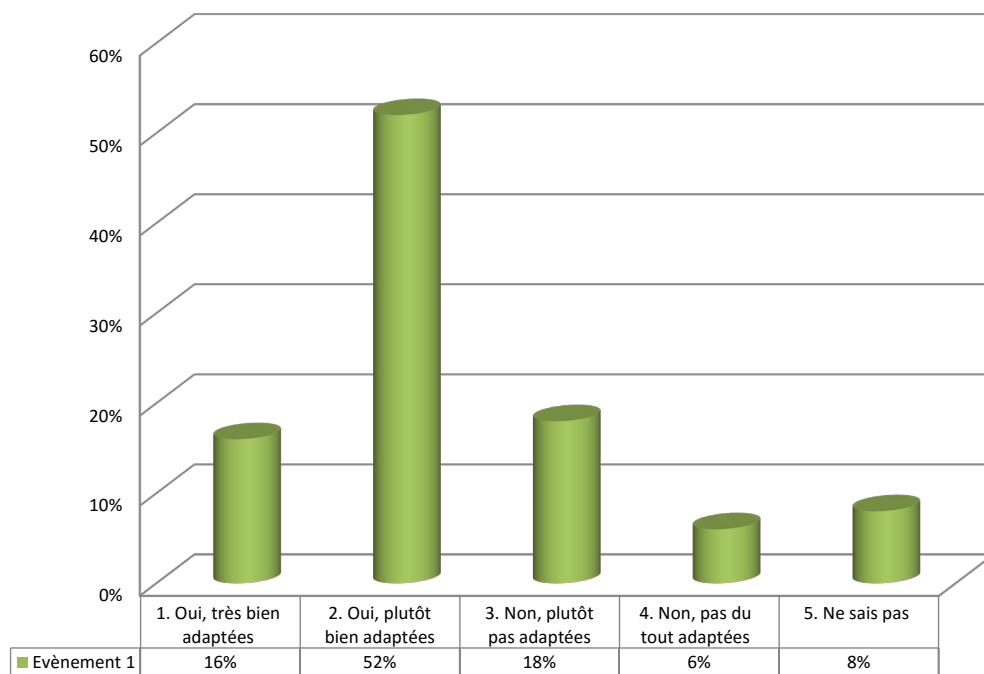
Impact de la campagne



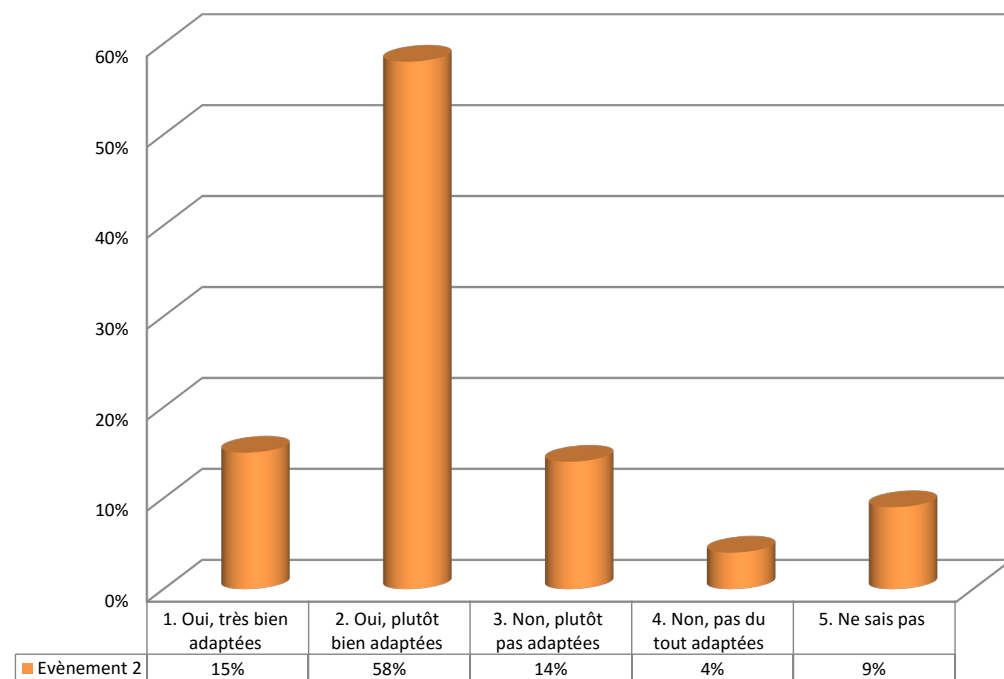


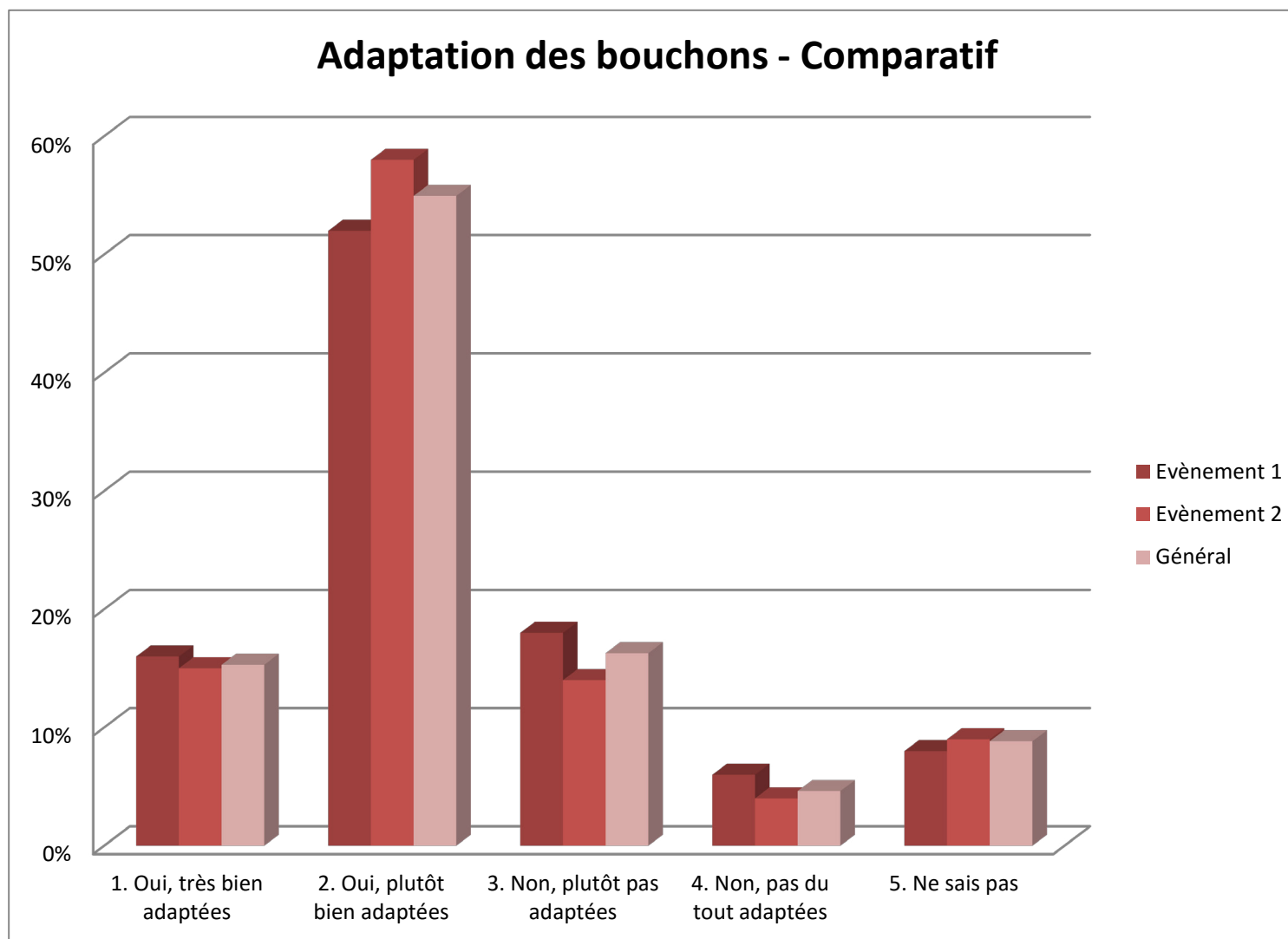
► L'utilisation des bouchons

Adaptation des bouchons - Evènement 1

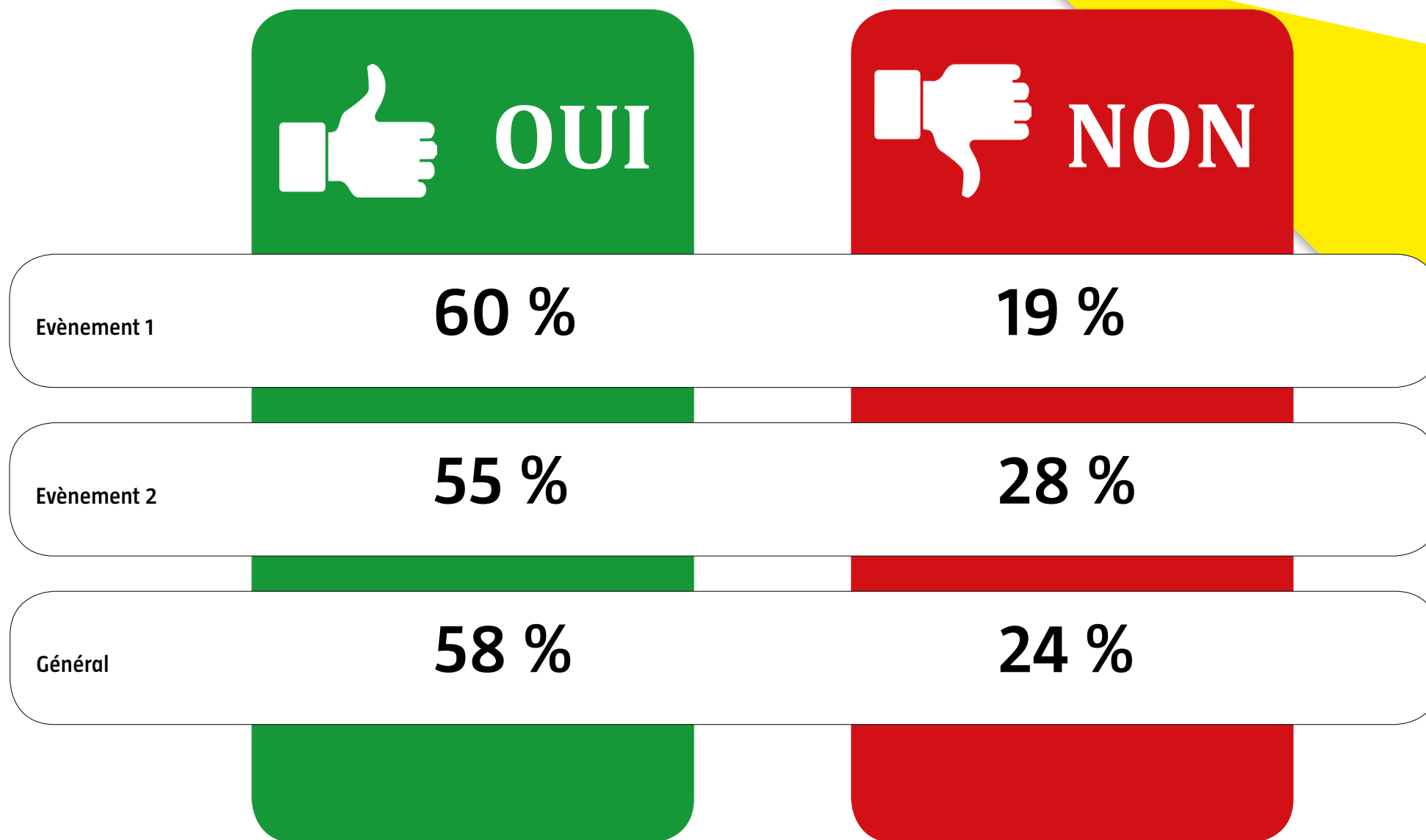


Adaptation des bouchons - Evènement 2



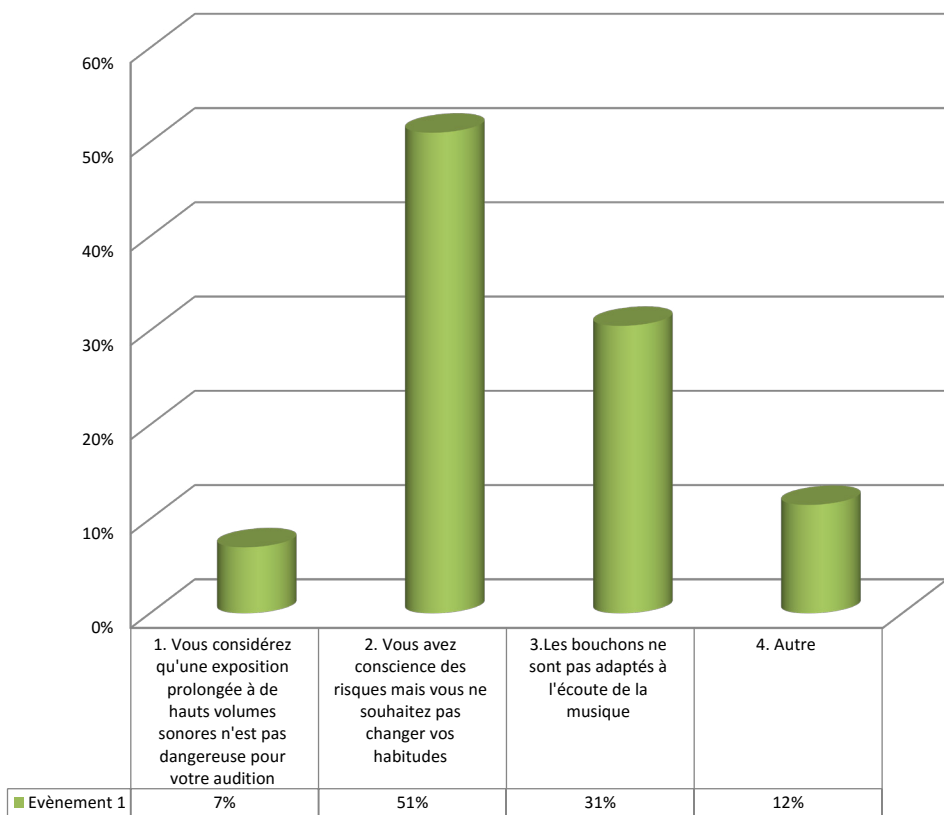


► L'action de se protéger dans l'avenir

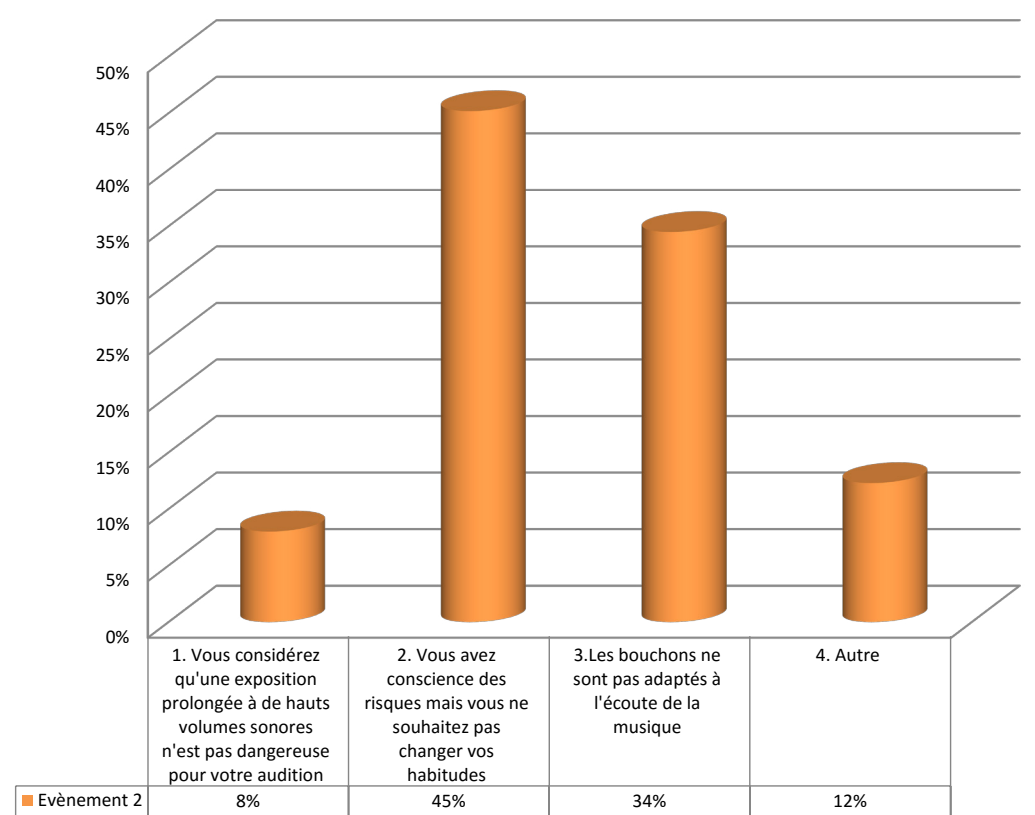


► **L'absence de protection**

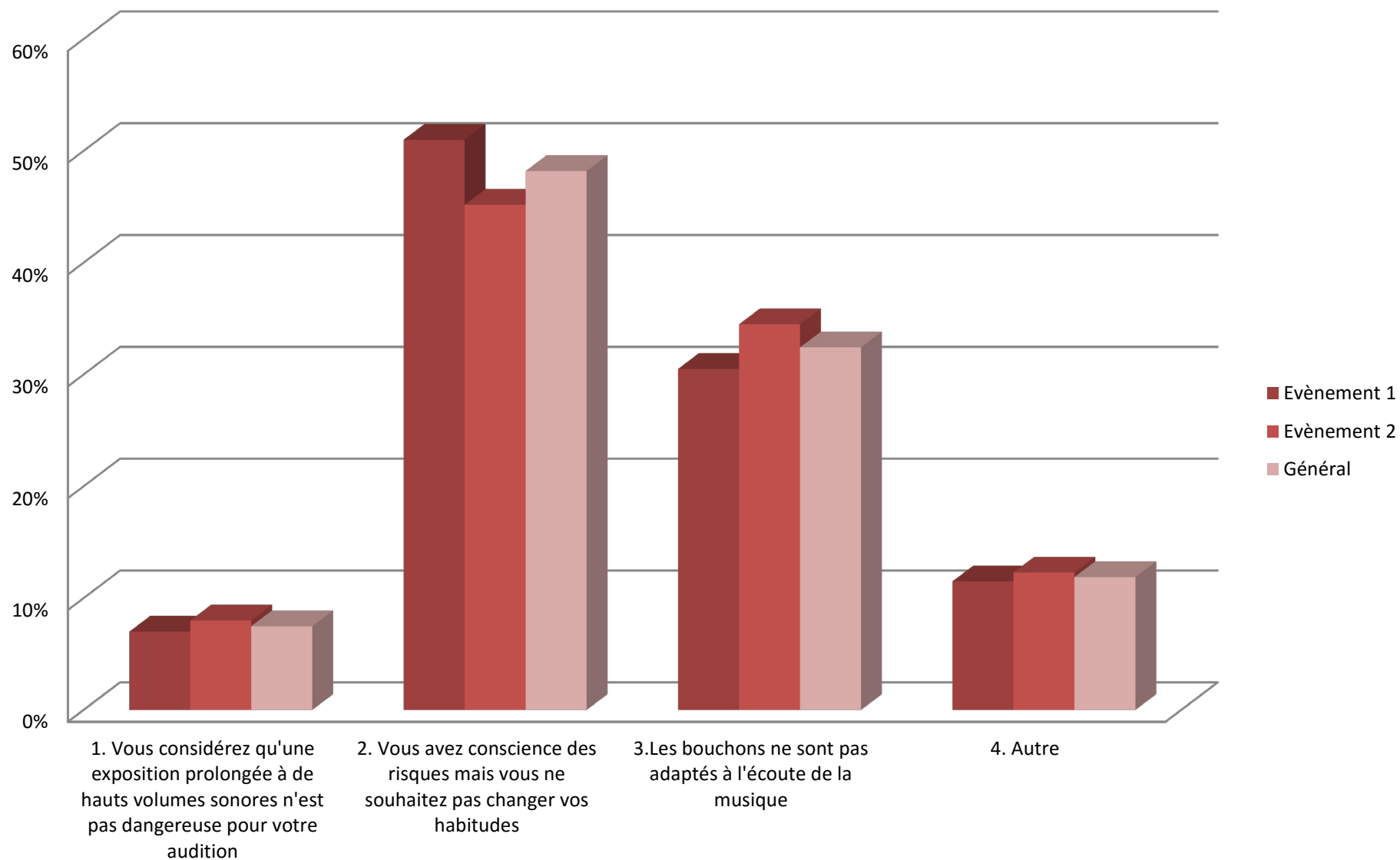
L'absence de protection - Evènement 1



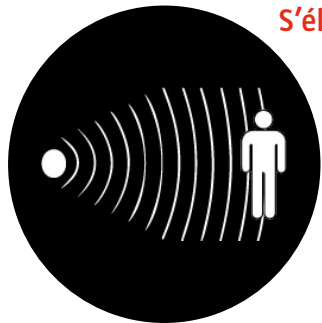
L'absence de protection - Evènement 2



L'absence de protection - Comparatif



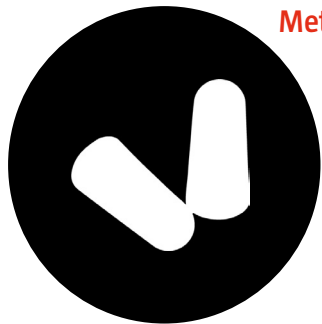
► Les moyens de protections



S'éloigner de la source sonore



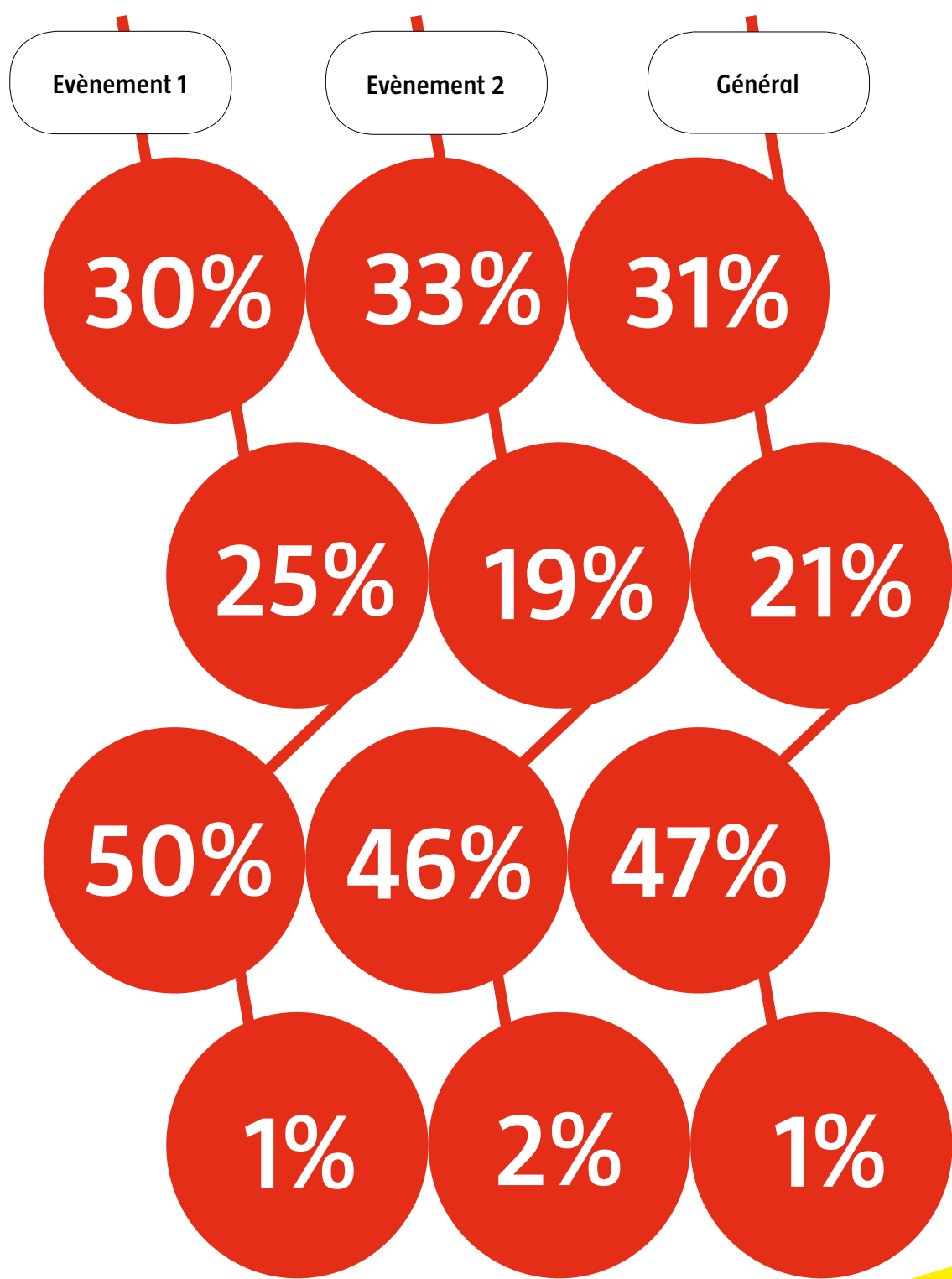
Faire des pauses

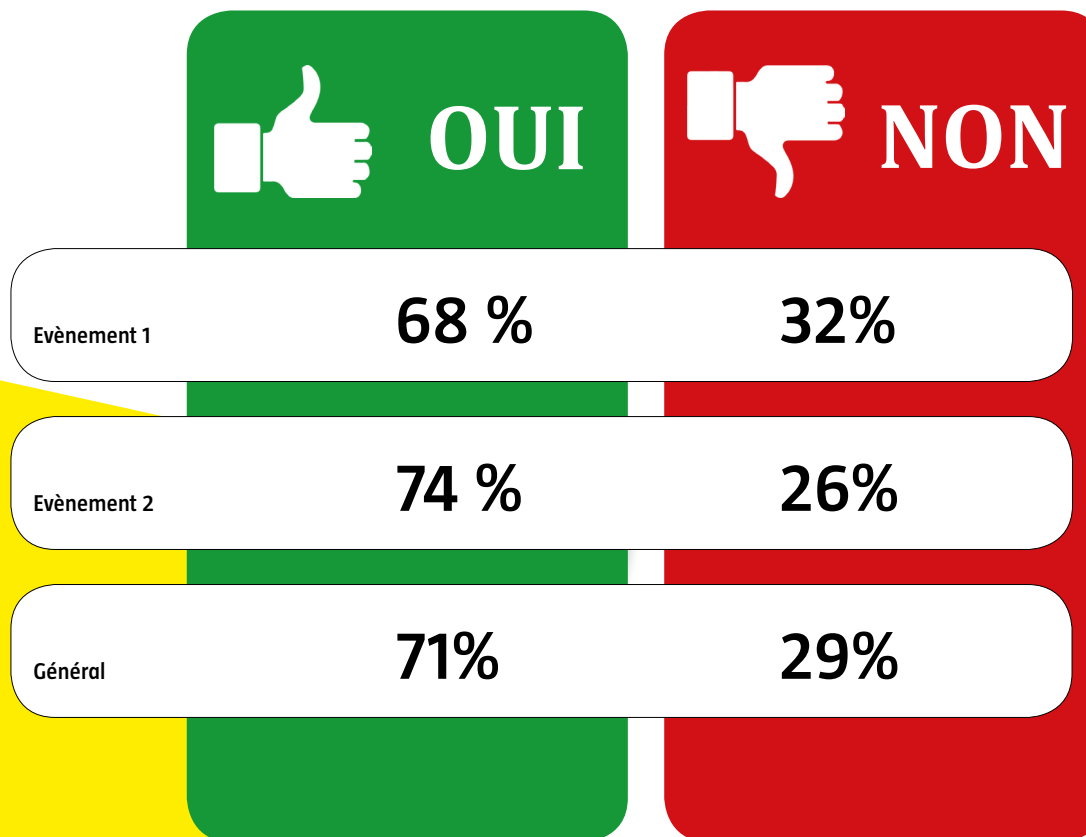


Mettre des protections auditives



Autres





La moitié du public pense que les affiches AGI-SON sont bien adaptées à la prévention des risques auditifs, dont 8% les trouvent très bien adaptées. 70% trouvent la distribution de bouchons d'oreilles bien adaptée à la prévention des risques auditifs, dont 32% très bien adaptée.

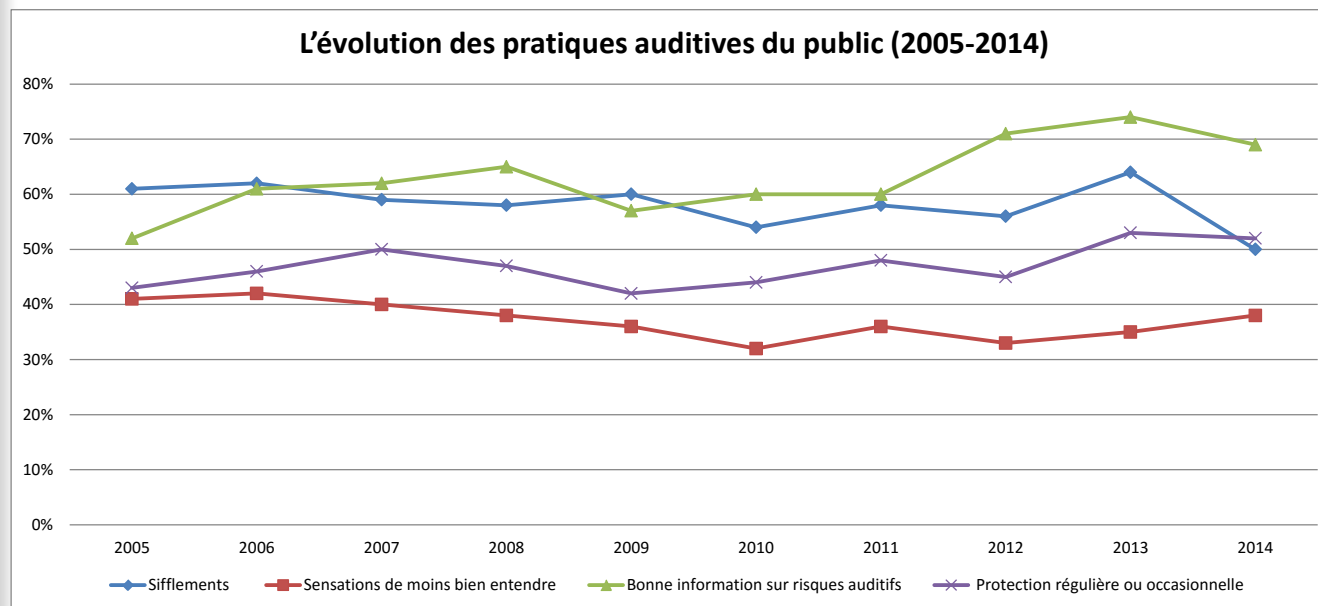
58% du public ne se protégeant pas avant cette soirée pensent le faire suite à cette sensibilisation: 72% avec le recours aux bouchons d'oreilles, 45% grâce à des pauses, et 5% par d'autres moyens.

Parmi le public ne souhaitant pas se protéger, 48% déclarent avoir conscience des risques auditifs mais ne souhaitent pas changer leur comportement, 32% pensent que les bouchons d'oreilles ne sont pas adaptés à l'écoute de la musique. Enfin, 7% ne souhaitent pas se protéger car ils considèrent qu'une exposition prolongée à de hauts volumes sonores n'est pas dangereuse pour l'audition.

Suite à cette sensibilisation, 71% déclarent qu'ils diffuseront les informations sur les risques auditifs liés à l'écoute de musique amplifiée à leur entourage.

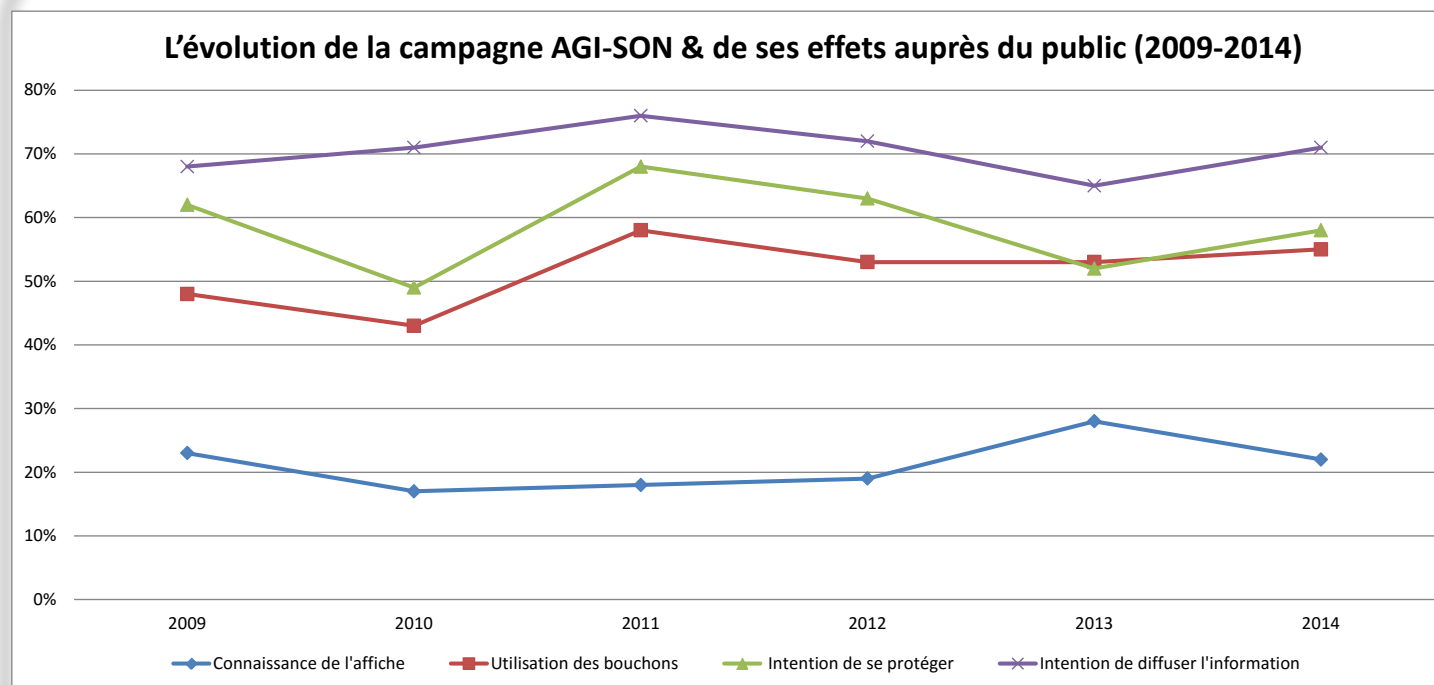
Des données sur les pratiques auditives et la protection mises en relation avec la connaissance des risques et les outils AGI-SON peuvent apporter un nouvel éclairage sur l'impact de la campagne. Les personnes qui se protègent sont mieux informées que celles qui ne se protègent pas (58%). Et les personnes ayant vu l'affiche AGI-SON avant la soirée déclarent plus se protéger toujours ou parfois (66%) par rapport aux personnes n'ayant pas vu l'affiche (48%). L'information participe donc de la protection et du changement des comportements, et son impact n'est pas négligeable.

En 2014, 44% du public fréquentent les lieux d'écoute de musique amplifiée au moins deux fois par mois ou plus; ils étaient 50% en 2013.



Les sifflements et bourdonnements ressentis ont diminué depuis 2013, mais la sensation de moins bien entendre a augmenté. Cependant, le taux de public se déclarant très bien et plutôt bien informé est moins important par rapport au pic (74%) de 2013. De même, on observe une légère baisse de la protection : les personnes déclarant se protéger parfois ou toujours n'utilisent pas uniquement des bouchons comme moyen de protection. 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 2014 est de 29 ans, alors qu'il était de 31 ans en 2013.

Conclusion



Après une stabilisation de la connaissance de l'affiche AGI-SON entre 2010 et 2012 (autour de 18%), celle-ci est en légère baisse en 2014 (22%). Quant à l'utilisation des bouchons d'oreilles, elle poursuit une augmentation stable (55%).

En revanche, l'évolution est plus positive concernant l'intention de se protéger et l'intention de diffuser l'information. On observe une forte hausse de ces indicateurs par rapport à 2013 (respectivement 58% et 71%)

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.

A large red triangle pointing upwards, located on the left side of the page. The word 'Annexes' is written in white, italicized, underlined text inside the triangle.

Annexes

[Modifier ce formulaire](#)

Questionnaire public AGI-SON - Evenement chanson, jazz, variété

*Obligatoire

Qui êtes-vous?

1. Êtes-vous? *

- Un homme
- Une femme

2. Quelle est votre date de naissance? *

Jour Mois 2014

3. Quel est le numéro de département du lieu où vous vous trouvez ce soir? *

Vos pratiques

4. A quelle fréquence en moyenne allez-vous dans des lieux de diffusion de la musique amplifiée: événements musicaux, concerts, discothèques...? *

- 1. Une fois ou plus par semaine
- 2. Deux fois ou plus par mois
- 3. Une fois par mois
- 4. Moins souvent
- 5. C'est la première fois

5. Lors de vos sorties, vous protégez-vous contre les risques auditifs liés à l'écoute des musiques amplifiées? *

- 1. Oui, toujours
- 2. Oui, parfois
- 3. Non > Question 8

6. Si oui, de quelle manière? (Plusieurs réponses possibles)

- 1. En vous éloignant de la source sonore
- 2. En faisant des pauses
- 3. En mettant des bouchons d'oreille ou protections auditives
- Autre :

7. Si vous vous utilisez des protections auditives, quel type de protection utilisez-vous?

- Bouchons en mousse
- Bouchons avec filtres
- Bouchons moulés

Troubles auditifs

8. Après avoir écouté de la musique (baladeur, concert, discothèque...) avez-vous déjà eu des acouphènes (sifflements ou bourdonnements)? *

- 1. Oui
- 2. Non
- 3. Je suis acouphénique

9. Après avoir écouté de la musique (baladeur, concert, discothèque...) avez-vous déjà ressenti de l'hyperacousie (impression de ressentir de manière exacerbée et douloureuse les sons environnants)? *

- 1. Oui
- 2. Non
- 3. Je suis hyperacousique

10. Après avoir écouté de la musique (baladeur, concert, discothèque...) avez-vous déjà ressenti de l'hypoacousie (sensation de moins bien entendre)? *

- 1. Oui
- 2. Non
- 3. Je suis hypoacousique

Risques auditifs

11. Estimez-vous que vous étiez informé sur les risques auditifs liés à l'écoute des musiques amplifiées avant d'avoir vu les affiches AGI-SON? *

- 1. Oui, très bien informé
- 2. Oui, plutôt bien informé
- 3. Non, plutôt mal informé
- 4. Non, très mal informé

12. Selon vous, lors d'un concert, les risques auditifs sont surtout liés... (Plusieurs réponses possibles) *

- 1. Au volume sonore
- 2. Au style musical
- 3. A la proximité des enceintes
- 4. A la taille de la salle
- 5. A la durée du concert

Les outils de sensibilisation

13. Avant ce moment, aviez-vous vu l'affiche de la campagne AGI-SON? *

- 1. Oui
- 2. Non

14. Avez-vous déjà utilisé les bouchons d'oreilles en mousse distribués lors de concert? *

- 1. Oui, ce soir
- 2. Oui, avant ce soir
- 3. Non

15. Pensez-vous que les affiches sont adaptées à la prévention des risques auditifs liés à l'écoute des musiques amplifiées? *

- 1. Oui, très bien adaptées
- 2. Oui, plutôt bien adaptées
- 3. Non, plutôt pas adaptées
- 4. Non, pas du tout adaptées

16. Pensez-vous que les bouchons d'oreille en mousse sont adaptés à la prévention des risques auditifs liés à l'écoute des musiques amplifiées? *

- 1. Oui, très bien adaptés
- 2. Oui, plutôt bien adaptés
- 3. Non, plutôt pas adaptés
- 4. Non, pas du tout adaptés

17. Si jusqu'alors vous ne vous protégez pas contre les risques auditifs liés à l'écoute de la musique amplifiée, pensez-vous le faire suite à cette sensibilisation? *

- 1. Oui > Question 19
- 2. Non

18. Si non, pourquoi? (Plusieurs réponses possibles)

- 1. Vous considérez qu'une exposition prolongée à de hauts volumes sonores n'est pas dangereuse pour votre audition
- 2. Vous avez conscience des risques mais vous ne souhaitez pas changer vos habitudes
- 3. Les bouchons ne sont pas adaptés à l'écoute de la musique
- Autre : _____

19. Si oui, de quelle façon? (Plusieurs réponses possibles)

- 1. En vous éloignant de la source sonore
- 2. En faisant des pauses
- 3. En mettant des bouchons d'oreille ou protections auditives
- Autre : _____

20. Suite à cette sensibilisation, comptez-vous diffuser l'information sur les risques auditifs liés à l'écoute des musiques amplifiées dans votre entourage? *

- 1. Oui
- 2. Non

Envoyer

N'envoyez jamais de mots de passe via Google Forms.

100 % : vous avez réussi.

Fourni par

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google.

[Signaler un cas d'utilisation abusive](#) - [Conditions d'utilisation](#) - [Clauses additionnelles](#)

Modifier ce formulaire

Questionnaire public AGI-SON - Evenement Rock, métal, hard-core, punk

*Obligatoire

Qui êtes-vous?

1. Êtes-vous? *

- Un homme
- Une femme

2. Quelle est votre date de naissance? *

3. Quel est le numéro de département du lieu où vous vous trouvez ce soir? *

Vos pratiques

4. A quelle fréquence en moyenne allez-vous dans des lieux de diffusion de la musique amplifiée: événements musicaux, concerts, discothèques...? *

- 1. Une fois ou plus par semaine
- 2. Deux fois ou plus par mois
- 3. Une fois par mois
- 4. Moins souvent
- 5. C'est la première fois

5. Lors de vos sorties, vous protégez-vous contre les risques auditifs liés à l'écoute des musiques amplifiées? *

- 1. Oui, toujours
- 2. Oui, parfois
- 3. Non > Question 8

6. Si oui, de quelle manière? (Plusieurs réponses possibles)

- 1. En vous éloignant de la source sonore
- 2. En faisant des pauses
- 3. En mettant des bouchons d'oreille ou protections auditives
- Autre :

7. Si vous vous utilisez des protections auditives, quel type de protection utilisez-vous?

- Bouchons en mousse
- Bouchons avec filtres
- Bouchons moulés

Troubles auditifs

8. Après avoir écouté de la musique (baladeur, concert, discothèque...) avez-vous déjà eu des acouphènes (sifflements ou bourdonnements)? *

- 1. Oui
- 2. Non
- 3. Je suis acouphénique

9. Après avoir écouté de la musique (baladeur, concert, discothèque...) avez-vous déjà ressenti de l'hyperacousie (impression de ressentir de manière exacerbée et douloureuse les sons environnants)? *

- 1. Oui
- 2. Non
- 3. Je suis hyperacousique

10. Après avoir écouté de la musique (baladeur, concert, discothèque...) avez-vous déjà ressenti de l'hypoacousie (sensation de moins bien entendre)? *

- 1. Oui
- 2. Non
- 3. Je suis hypoacousique

Risques auditifs

11. Estimez-vous que vous étiez informé sur les risques auditifs liés à l'écoute des musiques amplifiées avant d'avoir vu les affiches AGI-SON? *

- 1. Oui, très bien informé
- 2. Oui, plutôt bien informé
- 3. Non, plutôt mal informé
- 4. Non, très mal informé

12. Selon vous, lors d'un concert, les risques auditifs sont surtout liés... (Plusieurs réponses possibles) *

- 1. Au volume sonore
- 2. Au style musical
- 3. A la proximité des enceintes
- 4. A la taille de la salle
- 5. A la durée du concert

Les outils de sensibilisation

13. Avant ce moment, aviez-vous vu l'affiche de la campagne AGI-SON? *

- 1. Oui
- 2. Non

14. Avez-vous déjà utilisé les bouchons d'oreilles en mousse distribués lors de concert? *

- 1. Oui, ce soir
- 2. Oui, avant ce soir
- 3. Non

15. Pensez-vous que les affiches sont adaptées à la prévention des risques auditifs liés à l'écoute des musiques amplifiées? *

- 1. Oui, très bien adaptées
- 2. Oui, plutôt bien adaptées
- 3. Non, plutôt pas adaptées
- 4. Non, pas du tout adaptées

16. Pensez-vous que les bouchons d'oreille en mousse sont adaptés à la prévention des risques auditifs liés à l'écoute des musiques amplifiées? *

- 1. Oui, très bien adaptés
- 2. Oui, plutôt bien adaptés
- 3. Non, plutôt pas adaptés
- 4. Non, pas du tout adaptés

17. Si jusqu'alors vous ne vous protégez pas contre les risques auditifs liés à l'écoute de la musique amplifiée, pensez-vous le faire suite à cette sensibilisation? *

- 1. Oui > Question 19
- 2. Non

18. Si non, pourquoi? (Plusieurs réponses possibles)

- 1. Vous considérez qu'une exposition prolongée à de hauts volumes sonores n'est pas dangereuse pour votre audition
- 2. Vous avez conscience des risques mais vous ne souhaitez pas changer vos habitudes
- 3. Les bouchons ne sont pas adaptés à l'écoute de la musique
- Autre : _____

19. Si oui, de quelle façon? (Plusieurs réponses possibles)

- 1. En vous éloignant de la source sonore
- 2. En faisant des pauses
- 3. En mettant des bouchons d'oreille ou protections auditives
- Autre : _____

20. Suite à cette sensibilisation, comptez-vous diffuser l'information sur les risques auditifs liés à l'écoute des musiques amplifiées dans votre entourage? *

- 1. Oui
- 2. Non

Envoyer

N'envoyez jamais de mots de passe via Google Forms.

100 % : vous avez réussi.

Fourni par

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google.

[Signaler un cas d'utilisation abusive](#) - [Conditions d'utilisation](#) - [Clauses additionnelles](#)