



# *agison*

## **Evaluation de la campagne 2012**



## 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.8
  - des musiciens
    - fréquentation des lieux de musique amplifiée p.10
    - usage du baladeur p.11
- Protection et moyens de protection
  - du public p.12
  - des musiciens p.13
- Troubles auditifs
  - du public p.14
  - des musiciens p.14
- Connaissance des risques auditifs
  - par le public p.15
  - par les musiciens p.16
- Perception des outils Agi-Son
  - par le public p.17
  - par les musiciens p.18
- Impact de la campagne
  - auprès du public p.19
  - auprès des musiciens p.20
- Conclusion p.21



## Introduction

Cette évaluation de la campagne Agi-Son a été réalisée lors de la 9<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 diffuse un questionnaire 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.

Plus qu'une passation de questionnaires, des équipes visibles de jeunes formés et rémunérés ont été mises en place dans une logique d'intervention par les pairs et d'échange avec le public. En 2012, ce sont au total 70 dates de concerts qui ont été couvertes par la LMDE.

## 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 : diffusion régulière, concert rock, métal, hard-core, ou punk
- évènement 2 : diffusion régulière, concert chanson, jazz ou variété
- évènement 3 : diffusion accueillie, concert rock, métal, hard-core, ou punk
- évènement 4 : diffusion accueillie, concert chanson, jazz ou variété
- évènement 5 : lieux de répétition
- évènement 6 : studio d'enregistrement

Les lieux dits de diffusion régulière sont les lieux dans lesquels les outils Agi-Son sont présents de manière permanente, et pour lesquels on suppose qu'une partie du public les fréquente régulièrement.

Les lieux de diffusion accueillie sont des lieux « grand public », où les outils Agi-Son ne sont pas présents en permanence (Zénith, Palais des congrès...), et pour lesquels on suppose qu'une partie du public va relativement peu en concert.

Seuls les musiciens sont concernés par les évènements 5 et 6 (lieux de répétition et studios d'enregistrement).

Au total, ce sont 3630 questionnaires qui nous ont été retournés, dont 3413 questionnaires auprès du public et 217 questionnaires auprès des musiciens.

### Retours des questionnaires Public par évènements

Evènement 1	1242
Evènement 2	805
Evènement 3	718
Evènement 4	648
Total	3413

### Retours des questionnaires Musiciens par évènements

Evènement 5	176
Evènement 6	41
Total	217

#### Retours des questionnaires Public par régions

Alsace	273	Languedoc-Roussillon	151
Aquitaine	312	Limousin	62
Auvergne	108	Lorraine	102
Bourgogne	176	Midi-Pyrénées	262
Bretagne	248	Nord-Pas-de-Calais	278
Champagne-Ardenne	84	Pays de la Loire	42
DOM	326	Provence-Alpes-Côte-D'azur	178
Haute Normandie	87	Rhône Alpes	443
Ile de France	281	Total	3413

#### Retours des questionnaires Musiciens par régions

Alsace	3
Aquitaine	25
Bourgogne	1
Centre	34
DOM	22
Haute Normandie	32
Ile-de-France	37
Languedoc-Roussillon	2
Lorraine	36
Nord-Pas-de-Calais	2
Pays de la Loire	2
Picardie	1
Provence-Alpes-Côte-D'azur	20
Total	217

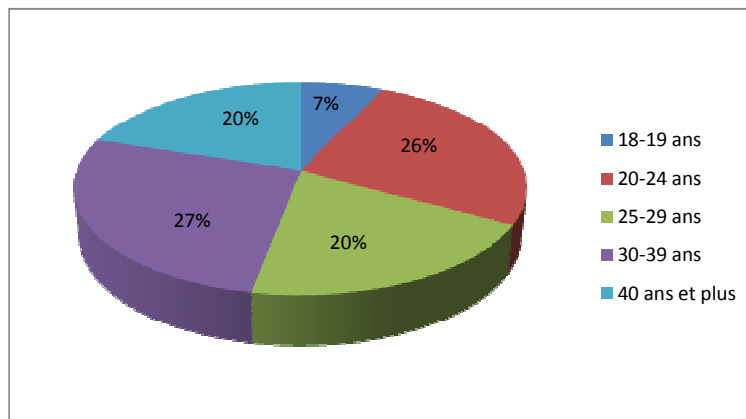
Ces questionnaires ont été statistiquement analysés et plusieurs points méthodologiques sont respectés. Tout d'abord, en cohérence avec les questionnaires, les réponses du public et des musiciens sont analysées séparément. Ensuite, le choix a été fait de ne traiter que les questionnaires dont les répondants ont renseigné leur année de naissance et sont majeurs. Ainsi, sont analysés 2979 questionnaires du public et 203 questionnaires des musiciens. Enfin, les résultats présentés sont des données significatives, statistiquement valables.

## Profil des répondants

### Le public

Le public compte 46% d'hommes et 54% de femmes.

Graphique 1 : L'âge du public



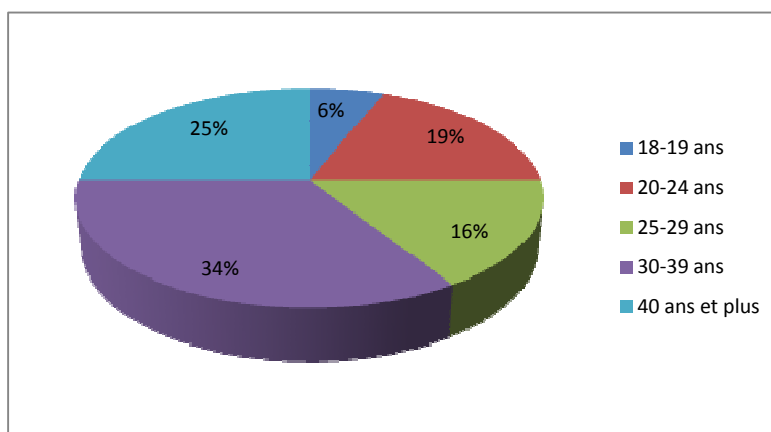
Les moins de 30 ans représentent un peu plus de la moitié du public interrogé (53%).

24% sont des étudiants, seulement 2% sont lycéens (notamment en raison de l'absence de public de moins de 18 ans), et 74% occupent un autre statut.

### Les musiciens

La population de musiciens interrogés est très majoritairement masculine : 88% d'hommes et 12% de femmes.

Graphique 2 : L'âge des musiciens



Les 30 ans et plus représentent 59% des musiciens interrogés.

## Pratiques d'écoute

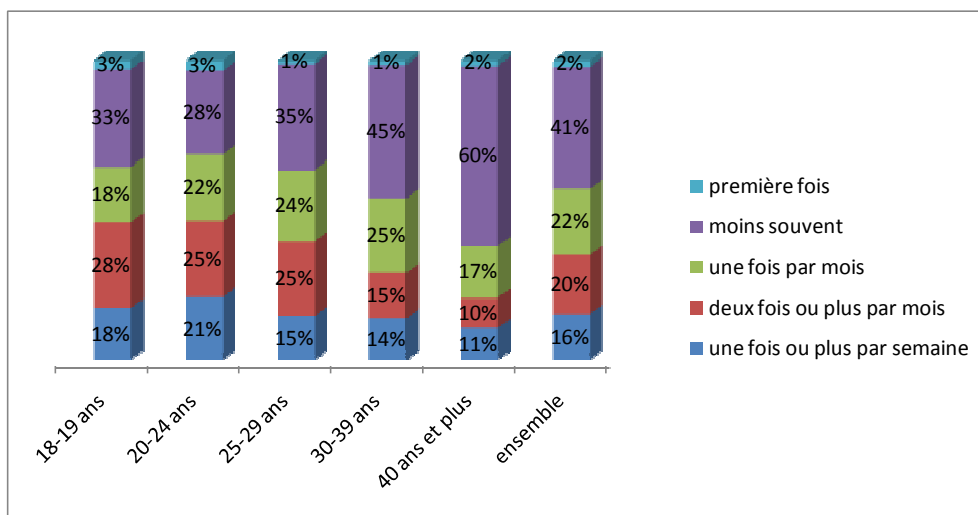
### ... du public

- La fréquentation des lieux de musique amplifiée

41% du public fréquentent moins d'une fois par mois les lieux diffusant de la musique amplifiée, 22% les fréquentent une fois par mois, 20% deux fois ou plus par mois, 15% une fois par semaine au minimum, et 2% s'y rendent pour la première fois.

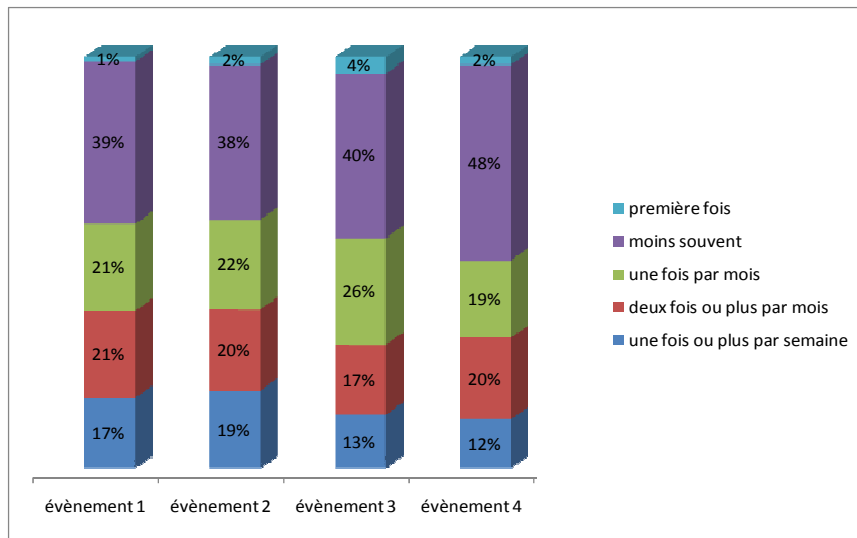
Les hommes sont plus nombreux que les femmes à fréquenter des lieux de musique amplifiée une fois par semaine ou plus (20% vs 12%) et deux fois ou plus par mois (20% vs 19%).

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



Les moins de 30 ans déclarent plus se rendre dans des lieux diffusant de la musique amplifiée une fois ou plus par semaine et deux fois ou plus par mois, tandis que les 40 ans et plus déclarent en majorité s'y rendre moins d'une fois par mois.

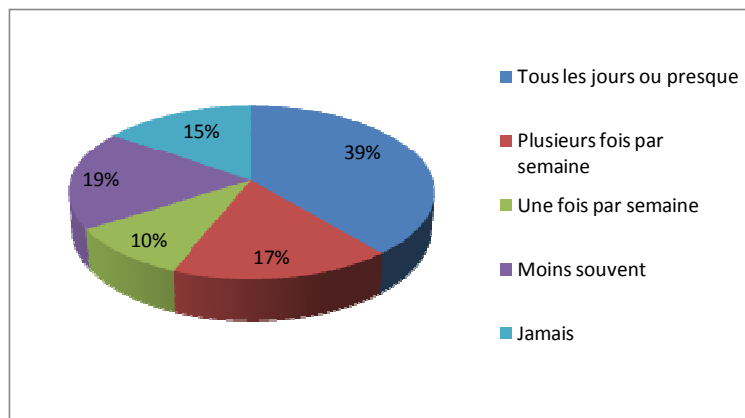
Graphique 4 : la fréquentation des lieux de musique amplifiée selon l'évènement auquel participe le public



Les évènements 1 et 2, lieux de diffusion régulière, sont fréquentés plus régulièrement (une fois ou plus par semaine, et deux fois ou plus par mois) ; tandis que les évènements 3 et 4, lieux de diffusion accueillie, évènements probablement plus « grand public », sont majoritairement fréquentés moins d'une fois par mois.

- L'usage du baladeur mp3/mp4/téléphone

Graphique 5 : L'usage du baladeur par le public

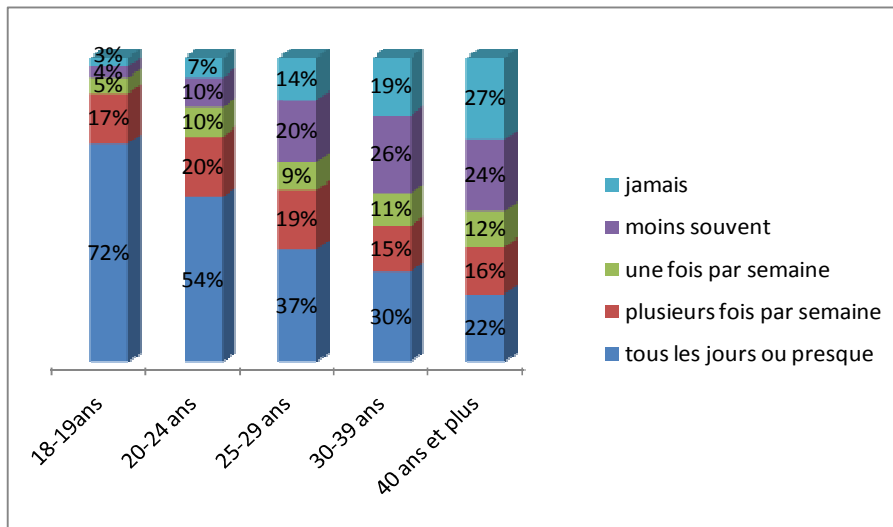


La majorité du public utilise son baladeur tous les jours ou presque, sinon plusieurs fois par semaine.

Les hommes sont plus nombreux à écouter de la musique avec leur baladeur tous les jours ou presque (40% vs 38%) et plusieurs fois par semaine (19% vs 16%). En revanche, les femmes sont plus nombreuses à utiliser leur baladeur une fois par semaine (10% vs 9%), moins souvent (20% vs 17%), et à ne jamais l'utiliser (16% vs 14%).

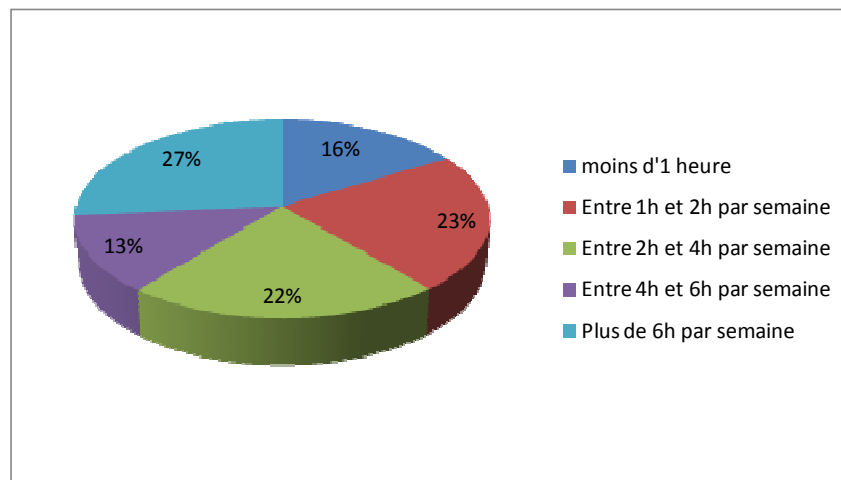


Graphique 6 : L'usage du baladeur selon l'âge du public



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. 72% des 18-19 ans utilisent leur baladeur quotidiennement ou presque, contre 22% des 40 ans et plus.

Graphique 7 : 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 (23%) et entre 2h et 4h par semaine (22%). Seuls 16% du public utilisent leur baladeur moins d'une heure par semaine.

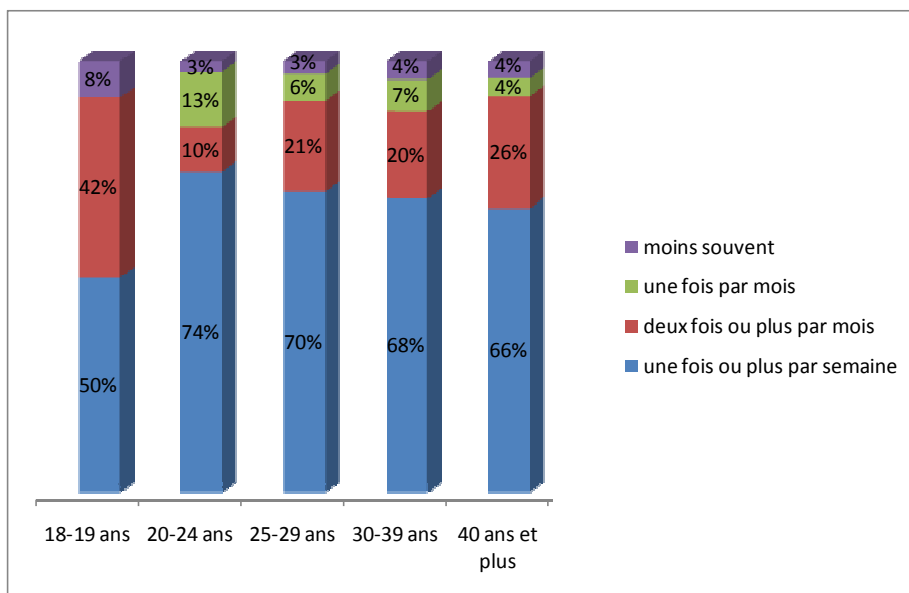
Les femmes sont plus nombreuses que les hommes à écouter de la musique avec leur baladeur de moins d'une heure jusqu'à 6h par semaine, tandis que les hommes sont plus nombreux à l'écouter plus de 6h par semaine (31% vs 22%).

### ... des musiciens

- La fréquentation des lieux de musique amplifiée

68% des musiciens fréquentent des lieux diffusant de la musique amplifiée une ou plusieurs fois par semaine, 21% les fréquentent deux fois ou plus par mois, et 11% une fois par mois ou moins.

Graphique 8 : la fréquentation des lieux de musique amplifiée selon l'âge des musiciens

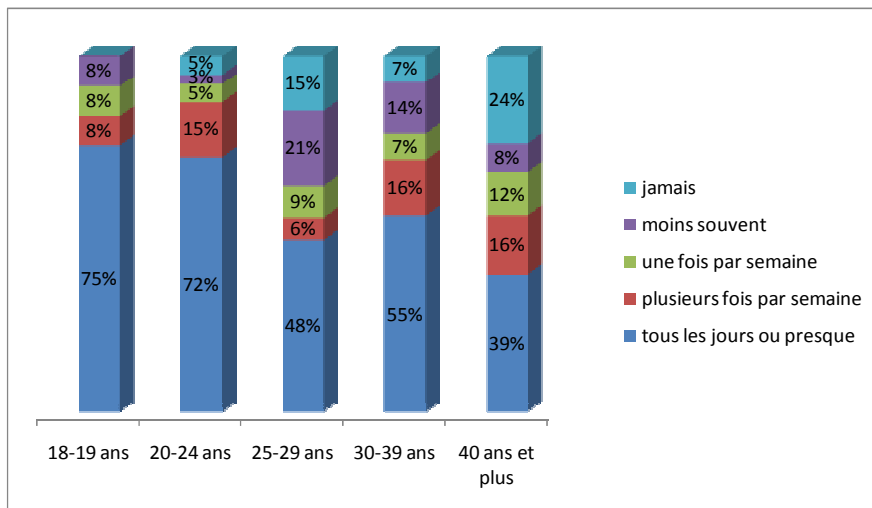


Les plus jeunes musiciens sont moins nombreux à fréquenter au moins une fois par semaine des lieux diffusant de la musique amplifiée, mais plus nombreux à les fréquenter plusieurs fois par mois. Avec l'âge, la fréquentation hebdomadaire baisse tandis que la fréquentation plusieurs fois par mois augmente. Notons qu'aucun musicien ne se rendait pour la première fois dans un lieu diffusant de la musique amplifiée lors de l'administration de ce questionnaire.

- L'usage du baladeur mp3/mp4/téléphone

54% des musiciens écoutent de la musique via leur baladeur mp3/mp4/téléphone tous les jours ou presque, 14% plusieurs fois par semaine, 12% jamais, 11% moins d'une fois par semaine, et 8% une fois par semaine.

Graphique 9 : L'usage du baladeur selon l'âge des musiciens



La fréquence d'écoute du baladeur diminue à mesure que l'âge avance. Les 25-29 ans se démarquent de cette tendance en étant plus nombreux à écouter de la musique sur leur baladeur moins d'une fois par semaine.

36% écoutent de la musique avec leur baladeur plus de 6h par semaine, 25% entre 1h et 2h par semaine, 16% entre 2h et 4h par semaine, et 13% entre 4h et 6H par semaine.

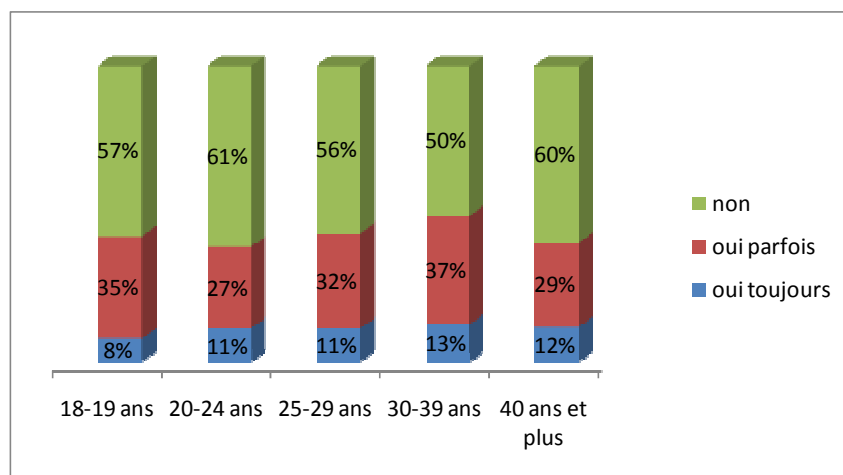
## Protection et moyens de protection

### ... du public

57% ne se protègent jamais contre les risques auditifs lors de leurs sorties, 31% se protègent parfois, et 12% se protègent toujours.

Les hommes déclarent plus que les femmes se protéger toujours (14% vs 10%) et se protéger parfois (33% vs 31%), tandis que les femmes déclarent plus ne pas se protéger (59% vs 54%).

Graphique 10 : La pratique de la protection contre les risques auditifs selon l'âge du public

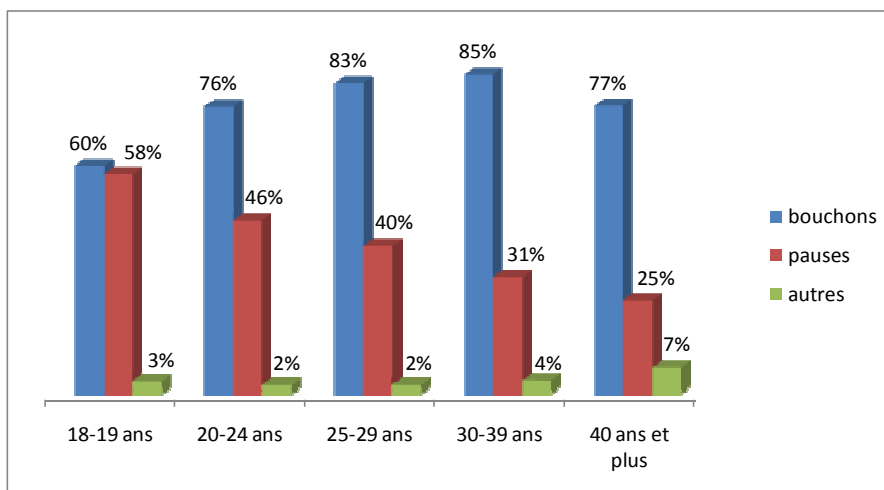


Les 20-24 ans et les 40 ans et plus sont les plus nombreux à ne pas se protéger contre les risques auditifs. Les plus de 30 ans sont plus nombreux à toujours se protéger.

Les publics des concerts rock, métal, hard-core, ou punk (événements 1 et 3) déclarent plus se protéger toujours, tandis que les publics des concerts chanson, jazz ou variété (événements 2 et 4) déclarent plus ne pas se protéger. Peut-être le risque auditif est-il plus identifié dans les événements rock, métal, hard-core ou punk du fait d'un volume sonore qui semble plus important.

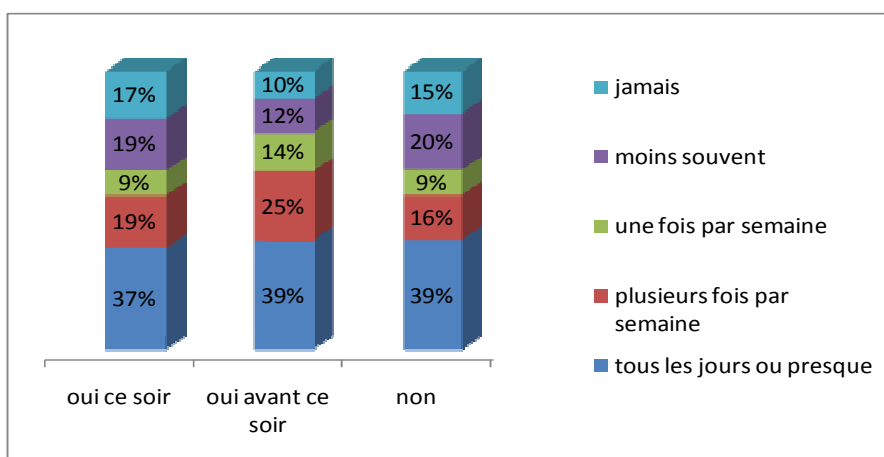
Parmi le public se protégeant, 79% utilisent des bouchons d'oreilles, 37% font des pauses, et 4% ont recours à d'autres moyens. 76% du public déclarant se protéger n'ont recours qu'à un seul de ces moyens de protection, 21% en utilisent deux, principalement les bouchons et les pauses, et 3% utilisent au moins trois moyens de protection différents.

Graphique 11: Les types de protection utilisés selon l'âge du public



L'utilisation de bouchons progresse avec l'âge (60% des 18-19 ans et 85% des 30-39 ans), mais baisse à partir de 40 ans, tandis que d'autres moyens de protection émergent. A l'inverse, le recours à des pauses pour se protéger des risques diminue à mesure que l'âge avance (58% des 18-19 ans et 25% des 40 ans et plus).

Graphique 12 : L'usage du baladeur selon la protection des risques auditifs par le public



Les personnes s'étant protégées lors de cette soirée utilisent un peu moins leur baladeur quotidiennement (37% vs 39% des autres).

Le public déclarant se protéger des risques auditifs avant cette soirée de sensibilisation est plus nombreux à utiliser fréquemment son baladeur que les personnes s'étant protégés ce soir ou ne se protégeant pas : 78% l'utilisent au moins une fois par semaine contre 65% du public s'étant protégé lors de cette soirée et 64% du public ne se protégeant pas.

### ... des musiciens

35% des musiciens ne se protègent jamais contre les risques auditifs lors de leurs sorties, 45% se protègent parfois, et 20% se protègent toujours.

Parmi les musiciens déclarant toujours se protéger, une majorité a lu le dépliant Agi-Son avant ce soir. Parmi ceux qui se protègent parfois, une majorité a lu le dépliant au cours de la soirée. Et parmi les musiciens ne se protégeant pas des risques auditifs, la majorité n'a pas lu le dépliant Agi-Son.

90% des musiciens se protégeant utilisent des bouchons d'oreilles : en mousse pour 53%, moulés pour 21%, filtre acoustique pour 17%. 31% se protègent en faisant des pauses, et 3% se protègent autrement.

72% des musiciens déclarant se protéger lors de leurs sorties n'utilisent qu'un de ces moyens de protection, tandis que 25% ont recours à deux de ces moyens.

40% des musiciens interrogés ne se protègent pas en répétition, 32% se protègent toujours et 28% parfois. 88% se protègent en mettant des bouchons d'oreilles : en mousse pour 49%, filtre acoustique pour 22% et moulé pour 22%. 24% se protègent en faisant des pauses et 16% en baissant le volume sonore.

Parmi les musiciens se protégeant lors des répétitions, 70% n'ont recours qu'à un seul moyen de protection, 25% en utilisent deux, et 2% en utilisent trois.

## Troubles auditifs

### ... du public

56% du public ont ressenti des sifflements ou bourdonnements après avoir écouté de la musique (en concert, discothèque, avec un baladeur...). Parmi eux, 24% ont continué de ressentir ces troubles après un temps de repos d'au moins 6h.

Le public de l'évènement 1 déclare plus avoir ressenti des sifflements après avoir écouté de la musique.

33% ont éprouvé une sensation de moins bien entendre. Parmi eux, 27% ont continué de ressentir ces troubles après un temps de repos d'au moins 6h.

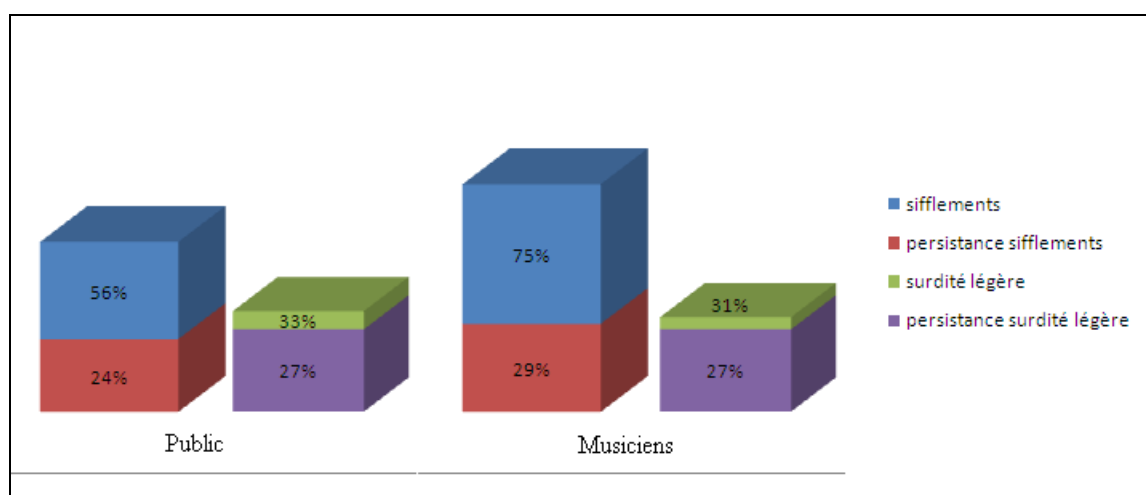
Les publics des concerts rock, métal, hard-core ou punk (événements 1 et 3) déclarent plus avoir éprouvé une sensation de moins bien entendre.

### ... des musiciens

75% ont ressenti des sifflements ou bourdonnements après avoir écouté de la musique. Ces troubles ont persisté après un temps de repos pour 29% d'entre eux.

31% ont éprouvé une sensation de moins bien entendre, qui a persisté après un temps de repos pour 27% d'entre eux.

Graphique 13 : Les troubles auditifs du public et des musiciens



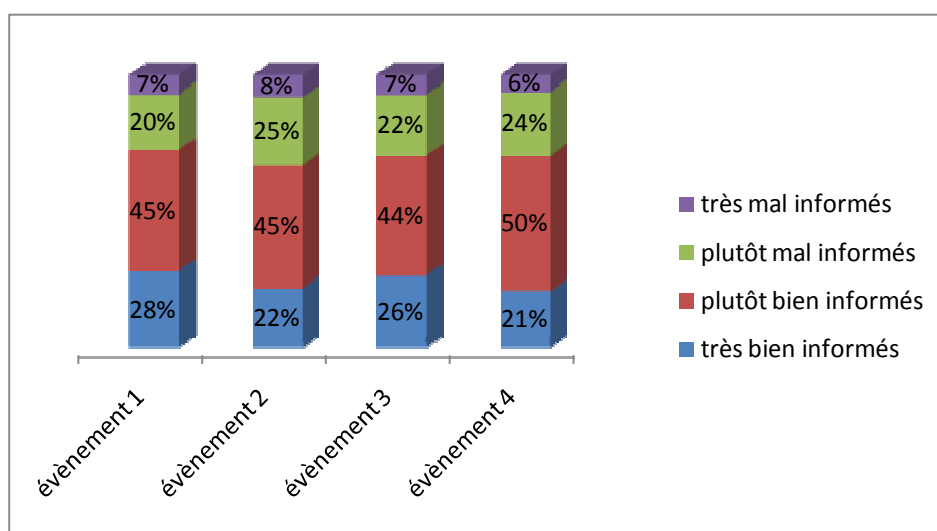
Les sifflements et bourdonnements touchent plus de la moitié du public et trois quarts des musiciens, la sensation de moins bien entendre (ou surdité légère) concerne un tiers du public comme des musiciens. La persistance de ces troubles auditifs approche les 30%, toutefois le public est un peu moins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

### ... par le public

71% s'estiment bien informés sur les risques auditifs liés à l'écoute de musique amplifiée avant la lecture du dépliant Agi-Son, dont 25% s'estiment très bien informés.

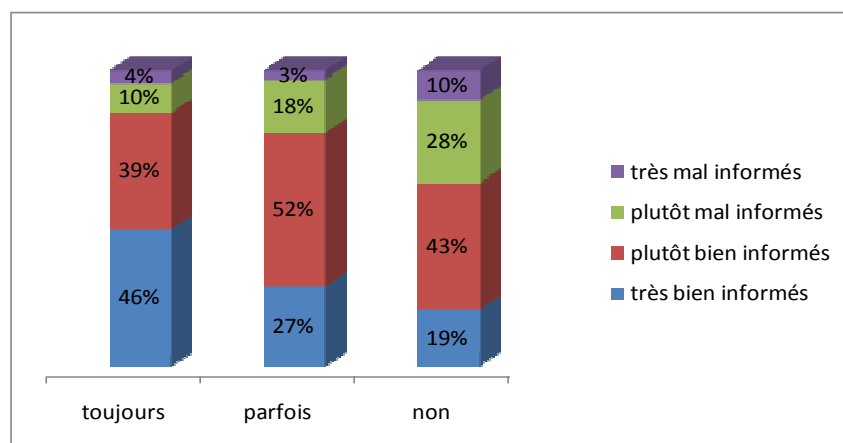
Les hommes sont plus nombreux à se déclarer très bien informés (27% vs 23%), en revanche les femmes sont plus nombreuses à se déclarer plutôt mal informées (24% vs 21%) et mal informées (8% vs 6%). Les hommes et femmes se déclarent majoritairement et paritairement plutôt bien informés (46% des deux sexes).

Graphique 14 : Le degré d'information selon l'évènement auquel participe le public



L'évènement 1, dit de diffusion régulière, compte le plus grand taux de personnes bien informées : 73% au total. A l'inverse, l'évènement 2, bien qu'également lieu de diffusion régulière, atteint un total de 67% de personnes bien informées. Quant aux évènements 3 et 4, 70% de leurs publics sont bien informés, avec une plus grande majorité de « plutôt bien informés » pour l'évènement 4.

Graphique 15 : 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 : 85% contre 79% et 62% respectivement des personnes se protégeant parfois et 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 82% du public les risques sont liés au volume sonore, à la proximité des enceintes pour 61%, à la durée du concert pour 33%, à la taille de la salle pour 20%, et au style musical pour 16%.

L'écoute du baladeur au volume maximal est dangereuse au-delà de 2h par semaine. 37% du public l'estiment dangereuse au-delà d'1h par semaine, 29% au delà de 2h par semaine, 24% au-delà de 5h par semaine, et 9% au delà de 7h par semaine.

### **... par les musiciens**

85% se déclarent bien informés sur les risques auditifs liés à l'écoute de la musique amplifiée avant la lecture du dépliant Agi-Son, dont 36% très bien informés.

Les risques sont liés au volume sonore selon 89%, à la proximité des enceintes selon 62%, à la durée du concert selon 41%, à la taille de la salle selon 22%, et au style musical selon 19%.

L'écoute du baladeur au volume maximal est dangereuse au-delà de 2h par semaine. En effet, pour 27% des musiciens, elle est dangereuse au-delà de 2h. 49% l'estiment dangereuse au-delà d'1h par semaine, 16% au-delà de 5h par semaine, et 8% au-delà de 7h par semaine.

## Perception des outils Agi-Son

### ... par le public

81% du public ne connaissaient pas l'affiche Agi-Son avant cette action de sensibilisation, et les femmes particulièrement : 83% contre 79% des hommes.

Le public de l'évènement 4 apparaît comme étant celui qui connaît le plus l'affiche, bien qu'étant lieu de diffusion accueillie des outils Agi-Son et non régulière.

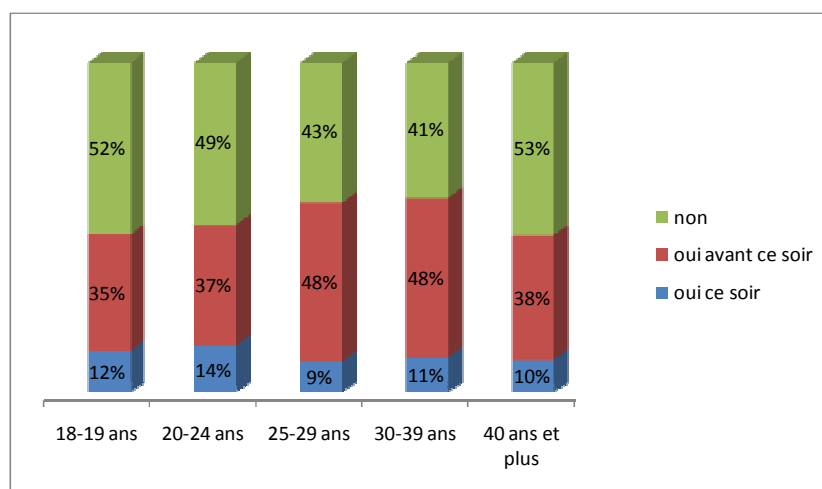
18% ont lu le dépliant lors de la soirée de sensibilisation, 9% l'avaient lu avant, et 72% ne l'ont pas lu.

Les hommes sont plus nombreux que les femmes à avoir lu le dépliant (30% vs 26%), notamment avant ce soir.

Les personnes ayant assisté à l'évènement 4 sont les plus nombreuses à avoir lu le dépliant (31%), au contraire, les personnes ayant assisté à l'évènement 1 sont les moins nombreuses (24%).

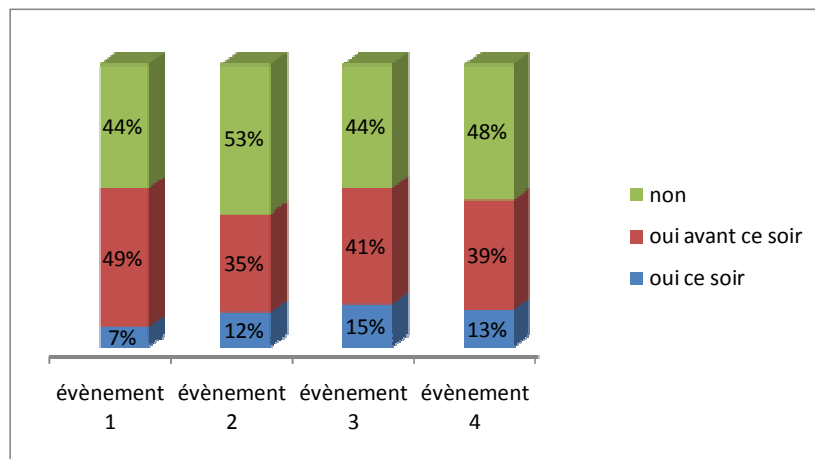
11% ont utilisé des bouchons d'oreilles en mousse distribués lors de la soirée, 42% en avaient utilisé avant cette soirée, et 47% n'en utilisent pas. Les hommes sont plus nombreux que les femmes à utiliser des bouchons, particulièrement lors de cette soirée (44% vs 40%).

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



Les 18-24 ans sont les plus nombreux à avoir utilisé des bouchons d'oreilles lors de la soirée (12% et 14%). En revanche, les 25-39 ans sont majoritaires à déclarer avoir utilisé des bouchons avant cette soirée (48%). Les publics se protégeant le moins sont les 40 ans et plus et les 18-19 ans.

Graphique 17 : L'utilisation des bouchons d'oreilles selon l'évènement auquel participe le public



Le public de l'évènement 3 est le plus nombreux à avoir utilisé des bouchons ce soir, le public de l'évènement 1 est le plus nombreux à avoir utilisé des bouchons avant ce soir. Ces deux concerts rock, métal, hard-core ou punk sont les événements pendant lesquels le public s'est le plus protégé. Tandis que le public de l'évènement 2 est le plus nombreux à ne pas utiliser de bouchons.

83% du public pensent que les affiches Agi-Son sont bien adaptées à la prévention des risques auditifs, dont 20% les trouvent très bien adaptées.

85% déclarent que les dépliants sont bien adaptés à la prévention.

88% trouvent la distribution de bouchons d'oreilles bien adaptée à la prévention des risques auditifs, dont 41% très bien adaptée.

### ... par les musiciens

47% des musiciens connaissaient l'affiche Agi-Son avant cette action de sensibilisation.

Parmi eux, les 20-29 ans sont les plus nombreux à la connaître : 53% des 20-24 ans et 56% des 25-29 ans. En revanche, seul un quart des 18-19 ans déclarent avoir vu l'affiche avant cette action.

L'affiche Agi-Son est plus connue parmi les musiciens rencontrés en lieux de répétition que parmi les musiciens rencontrés en studio d'enregistrement (52% vs 27%).

17% ont lu le dépliant Agi-Son avant cette action, 13% l'ont lu à l'occasion de la sensibilisation, et 70% ne l'ont pas lu.

29% n'utilisent pas de bouchons d'oreilles, 62% le faisaient avant cette action, 9% l'ont fait lors de l'action.

88% des musiciens pensent que les affiches Agi-Son sont bien adaptées à la prévention des risques auditifs, dont 17% très bien adaptées.

87% trouvent que les dépliants sont également bien adaptés à la prévention.

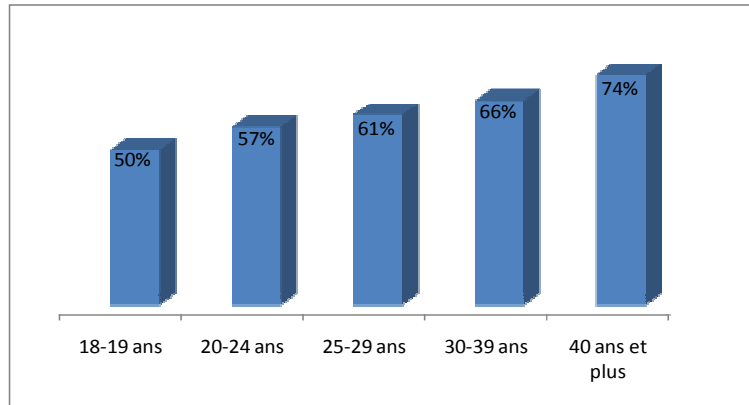
Et 86% pensent que les bouchons sont adaptés à la prévention, dont 30% très bien adaptés.

## Impact de la campagne

### ... auprès du public

63% du public ne se protégeant pas avant cette soirée de sensibilisation pensent le faire suite à la lecture du dépliant Agi-Son: 67% avec le recours aux bouchons d'oreilles, 46% grâce à des pauses, et 4% par d'autres moyens.

Graphique 18 : L'intention de se protéger selon l'âge du public

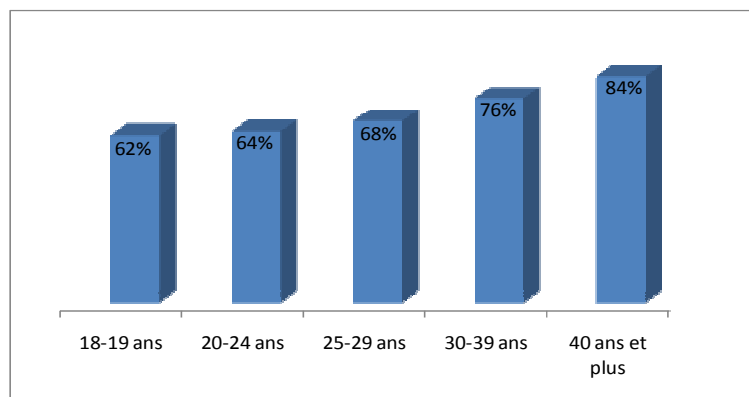


L'intention de se protéger des risques auditifs est fortement liée à l'âge : plus le public est âgé, plus il déclare penser le faire à la suite de la lecture du dépliant (50% des 18-19 ans vs 74% des 40 ans et plus).

Parmi le public ne souhaitant pas se protéger, 41% déclarent avoir conscience des risques auditifs mais ne souhaitent pas changer leur comportement, 25% se protégeront s'ils ont des troubles auditifs, 23% pensent que les bouchons d'oreilles ne sont pas adaptés à l'écoute de la musique. Enfin, 15% ne souhaitent pas se protéger pour d'autres raisons.

Suite à la lecture du dépliant, 72% déclarent qu'ils diffuseront les informations sur les risques auditifs liés à l'écoute de musique amplifiée à leur entourage.

Graphique 19 : L'intention de diffuser l'information selon l'âge du public



Comme l'intention de se protéger des risques, l'intention de diffuser l'information sur ces risques augmente avec l'âge du public : 62% des 18-19 ans ont l'intention de diffuser l'information, contre 84% des 40 ans et plus.

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 15*). Et les personnes ayant lu le dépliant Agi-Son, lors de la soirée ou avant, déclarent plus se protéger toujours, tandis que les personnes n'ayant pas lu le dépliant déclarent plus ne pas se protéger. 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**

75% des musiciens n'utilisant pas de protection avant cette action de sensibilisation pensent le faire suite à la lecture du dépliant Agi-Son : 64% avec des bouchons d'oreilles, 42% en faisant des pauses, 24% en s'éloignant durablement des sources de sons, 49% en baissant le volume sonore.

Parmi les musiciens ne souhaitant pas se protéger des risques auditifs, 39% déclarent avoir conscience des risques mais ne pas avoir envie de changer son comportement, 19% se protégeront s'ils ont des troubles, seuls 3% considèrent l'écoute de musique amplifiée non dangereuse, et 28% ont d'autres raisons de ne pas se protéger.

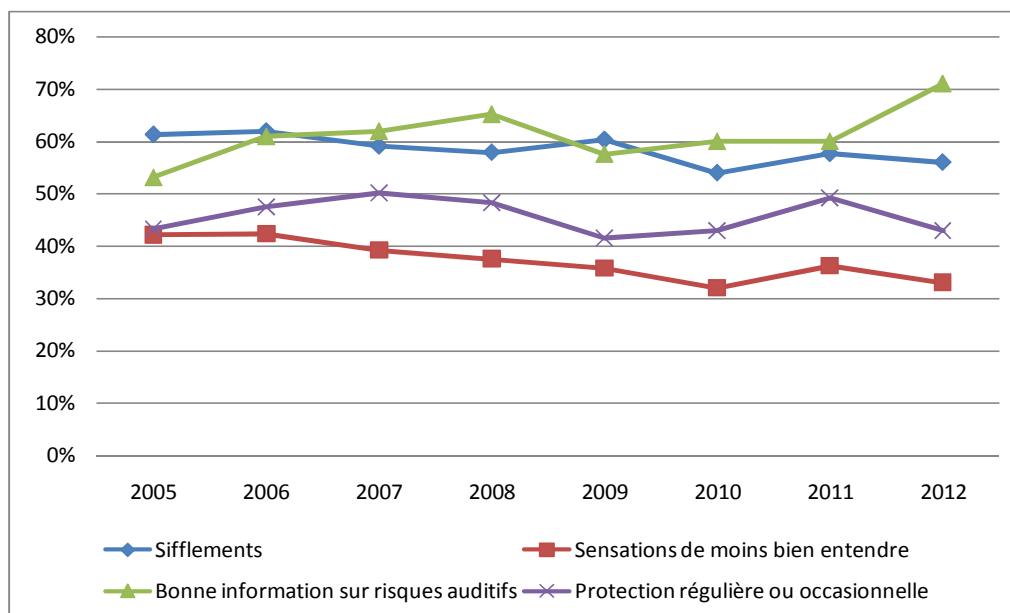
84% des musiciens déclarent avoir l'intention de diffuser les informations sur les risques auditifs liés à l'écoute de musique amplifiée à leur entourage après la lecture du dépliant.

## Conclusion

En 2012, 63% du public fréquentent les lieux d'écoute de musique amplifiée une fois par mois ou moins souvent, ils étaient 60% en 2011. La fréquence d'usage du baladeur a également progressé : ils étaient 33% du public à l'utiliser tous les jours ou presque en 2011, ils sont 39% en 2012. La durée d'écoute a également progressé puisque 40% du public utilisent leur baladeur plus de 4h par semaine en 2012, tandis qu'ils étaient 33% en 2011.

68% des musiciens fréquentent une ou plusieurs fois par semaine les lieux de diffusion de musique amplifiée, sans évolution puisqu'ils étaient 67% lors de la précédente enquête. En revanche, l'évolution de l'usage du baladeur est très nette : 35% des musiciens utilisaient leur baladeur quotidiennement ou presque en 2011, contre 54% en 2012. La durée d'écoute du baladeur a évolué dans le même sens : 42% des musiciens écoutaient leur baladeur plus de 4h par semaine en 2011 contre 49% en 2012.

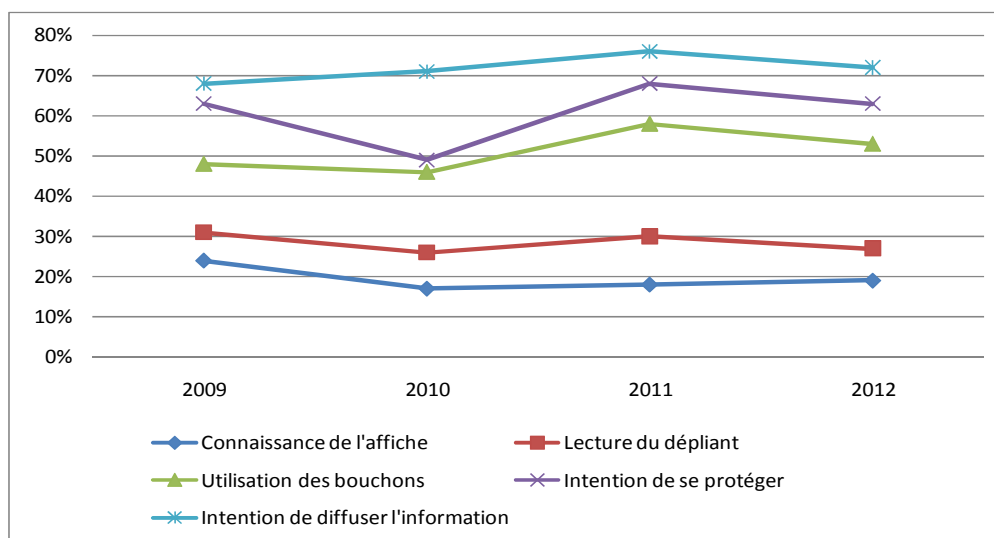
Graphique 20 : L'évolution des pratiques auditives du public (2005-2012)



Bien que la protection soit en baisse, les sifflements et bourdonnements ressentis, ainsi que la sensation de moins bien entendre, n'ont pas augmenté. Au contraire, les troubles auditifs sont en légère baisse par rapport aux taux de 2011. Le taux de public se déclarant très bien et plutôt bien informé est en très nette hausse, dépassant les 70% encore jamais atteints. 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 2012 est de 26 ans, alors qu'il était de 29 ans en 2011 et 23 ans en 2008.

En 2012 comme en 2011, 35% des musiciens ne se protègent pas des risques auditifs lors de leurs sorties et environ 40% ne se protègent pas lors des répétitions (43% en 2011). La sensation de moins bien entendre déclarée par les musiciens est en baisse : de 40% en 2011 à 31% en 2012. Tandis que les sifflements et bourdonnements sont stables : 76% en 2011 et 75% en 2012. La bonne information des musiciens a progressé : 71% se déclaraient bien informés en 2011, contre 85% en 2012.

Graphique 21 : L'évolution de la campagne Agi-Son et de ses effets auprès du public (2009-2012)



Après une hausse de l'utilisation des bouchons d'oreilles, de l'intention de se protéger et de l'intention de diffuser l'information sur les risques auditifs en 2011, 2012 observe une légère baisse de ces indicateurs. La lecture du dépliant Agi-Son ayant connu une moindre hausse l'année précédente, est également en légère baisse. Quant à la connaissance de l'affiche Agi-Son, elle est en très légère hausse et semble se stabiliser près des 20%. 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.

La connaissance de l'affiche Agi-Son et l'utilisation des bouchons d'oreilles sont stables en comparaison avec 2011, mais la lecture du dépliant a reculé passant de 41% en 2011 à 30% en 2012. L'impact de la campagne sur les musiciens est remarquable puisque 75% d'entre eux ont l'intention de se protéger des risques auditifs à l'avenir, contre 69% en 2011, et 84% d'entre eux ont l'intention de diffuser l'information auprès de leur entourage, contre 78% en 2011.

## Table des graphiques

Graphique 1 : L'âge du public .....	p.6
Graphique 2 : L'âge des musiciens .....	p.6
Graphique 3 : La fréquentation des lieux de musique amplifiée selon l'âge du public .....	p.7
Graphique 4 : La fréquentation des lieux de musique amplifiée selon l'évènement auquel participe le public..	p.8
Graphique 5 : L'usage du baladeur par le public.....	p.8
Graphique 6 : L'usage du baladeur selon l'âge du public.....	p.9
Graphique 7 : Les durées d'écoute du baladeur par le public.....	p.9
Graphique 8 : La fréquentation des lieux de musique amplifiée selon l'âge des musiciens.....	p.10
Graphique 9 : L'usage du baladeur selon l'âge des musiciens.....	p.11
Graphique 10 : La pratique de la protection contre les risques auditifs selon l'âge du public.....	p.12
Graphique 11 : Les types de protection selon l'âge du public.....	p.13
Graphique 12 : L'usage du baladeur selon la protection des risques par le public.....	p.13
Graphique 13 : Les troubles auditifs du public et des musiciens.....	p.15
Graphique 14 : Le degré d'information selon l'évènement auquel participe le public.....	p.16
Graphique 15 : Le degré d'information selon la protection des risques auditifs par le public.....	p.16
Graphique 16 : L'utilisation des bouchons d'oreille selon l'âge du public.....	p.18
Graphique 17 : L'utilisation des bouchons d'oreilles selon l'évènement auquel participe le public.....	p.19
Graphique 18 : L'intention de se protéger selon l'âge du public.....	p.20
Graphique 19 : L'intention de diffuser l'information selon l'âge du public.....	p.20
Graphique 20 : L'évolution des pratiques auditives du public (2005-2012).....	p.22
Graphique 21 : L'évolution de la campagne Agi-Son et de ses effets auprès du public (2009-2012).....	p.23