

# **BAROMÈTRE NATIONAL DES PUBLICS DE CONCERT 2022**



## **VERSION INTÉGRALE**

**Profil des spectateur·ices  
Évolution des goûts, des pratiques  
et rapport aux risques auditif**

**Réalisé par**



**En partenariat avec**



<b>ENTRÉE EN MATIÈRE .....</b>	<b>3</b>
<b>PRÉSENTATION D'AGI-SON .....</b>	<b>3</b>
<b>CONTEXTE DE L'ÉTUDE : UNE CAMPAGNE DE PRÉVENTION RENOUVELÉE .....</b>	<b>3</b>
<b>MÉTHODOLOGIE ET OBJECTIFS .....</b>	<b>4</b>
<b>I. PROFILS SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES ET GOÛTS MUSICAUX .....</b>	<b>5</b>
<b>1.1. UN PUBLIC PLUTÔT JEUNE, FÉMININ, CITADIN ET DIPLÔMÉ.....</b>	<b>5</b>
Deux tiers des spectateurs sont des spectatrices.....	5
Des répondant-es plus jeunes qu'en 2021 .....	5
Des spectateur-riche-s plutôt urbains.....	6
Des cadres et des ouvrier-es-employé-es à parts égales .....	7
<b>1.2. GOÛTS MUSICAUX DES PUBLICS : UN ÉCLECTISME TOUJOURS DOMINÉ PAR LE ROCK-POP-FOLK .....</b>	<b>9</b>
L'éclectisme des goûts musicaux est désormais la norme .....	9
Le rock-pop-folk toujours consensuel, à l'écoute comme en concert.....	9
Des goûts musicaux modelés par le genre, l'âge et le niveau scolaire.....	11
Le concert, une expérience de renforcement des goûts musicaux.....	14
<b>II. CONCERT ET ÉCOUTE MUSICALE .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1. SORTIES EN CONCERT : UNE REPRISE NETTE, MAIS MOINS INTENSIVE QU'AVANT LA CRISE SANITAIRE ....</b>	<b>18</b>
Recul de la fréquence des sorties en concert.....	18
Le livestream en régression.....	20
<b>2.3. L'ÉCOUTE DE MUSIQUE ET DE SONS AMPLIFIÉS : UNE HABITUDE QUOTIDIENNE .....</b>	<b>23</b>
Une pratique stable et partagée .....	23
Une diversité de conditions d'écoute .....	24
<b>III. LE RAPPORT DES PUBLICS AUX RISQUES AUDITIFS.....</b>	<b>27</b>
<b>3.1. PRÉVALENCE DES TROUBLES AUDITIFS ET PERCEPTION DU RISQUE .....</b>	<b>27</b>
93 % répondant-es ont déjà ressenti au moins un trouble auditif.....	27
Durée d'exposition au son et intensité des fréquences basses : des risques mieux identifiés par le public.....	29
Des niveaux sonores moins bien supportés depuis la pandémie .....	29
<b>3.2. LES COMPORTEMENTS DE PROTECTION DU PUBLIC .....</b>	<b>31</b>
Les publics alternent les comportements de protection .....	31
Le port de protections auditives : un comportement occasionnel mais ancré.....	33
Des écarts d'utilisation des protections auditives selon le sexe, l'âge et le niveau de diplôme.....	34
Accessibilité des bouchons d'oreille : des disparités à combler selon les lieux .....	35
L'audition des mineur-es : un capital à mieux protéger.....	37
<b>3.3. LES RELAIS D'INFORMATION SUR LES RISQUES AUDITIFS.....</b>	<b>38</b>
Vers une digitalisation de la prévention des risques auditifs.....	38
Réception de la nouvelle campagne de prévention EAR WE ARE .....	39
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>41</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>43</b>

## ENTRÉE EN MATIÈRE

### PRÉSENTATION D'AGI-SON

AGI-SON [Agir pour une bonne gestion SONore] a fêté ses 20 ans en 2020. Créée par les professionnel·les de la musique, l'association défend l'écoute, la création et la pratique des musiques amplifiées dans le respect des réglementations en vigueur. L'association fédère plus de 60 organisations nationales et régionales (syndicats, organismes de formation, fédérations) et s'est ouverte depuis 2022 aux structures musicales en direct : festivals, lieux de concert, écoles de musique... Ensemble, elles œuvrent à une gestion sonore maîtrisée conciliant plaisir d'écoute, maintien de bonnes conditions d'exercice et préservation de la santé publique. AGI-SON est un espace de concertation et un moteur de la promotion de la qualité sonore.

### CONTEXTE DE L'ÉTUDE : UNE CAMPAGNE DE PRÉVENTION RENOUVELÉE

AGI-SON coordonne chaque année une campagne de prévention qui sensibilise et informe le public quant aux risques auditifs et aux moyens de s'en prémunir. De nombreuses salles de concert en France participent à cette campagne et bénéficient d'outils de communication adaptés et de bouchons d'oreilles distribués gratuitement aux spectateur·rices.

En 2022, AGI-SON a confié la refonte intégrale de sa campagne de prévention, anciennement intitulée HEIN?! et rebaptisée EAR WE ARE, à l'agence Kibblind. Un travail de plusieurs mois a permis de renouveler les messages et le concept global de la campagne pour répondre à trois grands objectifs :

- Changer d'échelle : lui donner un nouvel élan avec la réglementation récente qui impose l'information sur les risques auditifs ;
- Renouveler le concept de communication ;
- Réduire son impact écologique sur les supports, les protections auditives et la logistique de la campagne pour tendre vers les exigences du développement durable.

Afin d'évaluer l'efficacité de sa campagne nationale de prévention et de connaître les profils et pratiques des publics des musiques actuelles<sup>1</sup> et leur rapport aux risques auditifs, une étude nationale coordonnée par AGI-SON est réalisée chaque année. Depuis 2021, elle est menée par Opale<sup>2</sup>, en partenariat avec le Centre national de la musique.

Créée il y a plus de 30 ans, l'association Opale soutient le développement des initiatives artistiques et culturelles au travers de travaux d'étude et d'observation, de formations et de rencontres. Depuis 2004, elle porte également une mission nationale de ressources pour le DLA (dispositif local d'accompagnement), un dispositif public de soutien à l'emploi dans l'économie solidaire.

---

<sup>1</sup> Les termes de musiques actuelles désignent tous les styles musicaux en dehors de la musique classique (donc l'électro, le rock, le jazz, le hip-hop, la chanson, la pop, etc.)

<sup>2</sup> <https://www.opale.asso.fr/>

## MÉTHODOLOGIE ET OBJECTIFS

La présente étude répond à quatre objectifs :

- 1 | Évaluer l'impact de la campagne de prévention des risques auditifs EAR WE ARE ;
- 2 | Connaître les pratiques culturelles du public en matière d'écoute musicale et de sorties et leurs évolutions ;
- 3 | Sonder les comportements de protection face aux risques auditifs, en vue d'adapter la campagne de prévention EAR WE ARE ;
- 4 | Partager publiquement les résultats aux acteur·rices de la culture et de la santé.

Cette étude repose sur la diffusion d'un questionnaire en ligne, relayé par les salles de concerts, festivals et structures musicales qui diffusent la campagne EAR WE ARE et via les réseaux sociaux. Il a permis de récolter les réponses de 853 spectateur·rices de concerts de musiques actuelles en France entre janvier 2022 et janvier 2023.

Quelques modifications ont été apportées au questionnaire 2021 :

- Les personnes âgées de moins de 18 ans, trop peu nombreuses en 2021 (4 sur 1117 répondant·es) n'ont pas été enquêtées en 2022, d'autant plus qu'AGI-SON coordonne par ailleurs une enquête nationale sur les pratiques des jeunes : le baromètre des 12-18 ans ;
- L'ancienne tranche d'âge des 46 ans et plus a été affinée ;
- Les questions relatives aux pratiques culturelles en temps de pandémie, ajoutées en 2021, ont été supprimées en 2022 ;
- Des questions relatives à l'accessibilité des protections auditives ont été ajoutées ;
- Compte-tenu des évolutions constatées en matière de sonorisation des concerts, de nouvelles questions visant à investiguer le ressenti des publics face aux basses fréquences ont été insérées au questionnaire.

## I. PROFILS SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES ET GOÛTS MUSICAUX

### I.1. UN PUBLIC PLUTÔT JEUNE, FÉMININ, CITADIN ET DIPLOMÉ

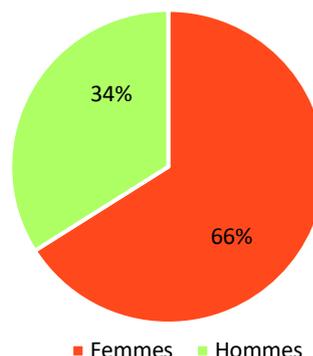
#### Deux tiers des spectateurs sont des spectatrices

La composition du public du baromètre EAR WE ARE 2022 confirme la **tendance à l'augmentation de la part des femmes au sein du public des concerts de musiques amplifiées.**

Elle passe de 60 % en 2021 à 66 % des répondant-es en 2022, pour 34 % d'hommes. Repérée dans le précédent baromètre, la féminisation du public des concerts de musiques actuelles, déjà mise en

lumière depuis quelques années dans les festivals<sup>3</sup>, constitue un véritable renversement de tendance pour des habitudes de sortie longtemps réputées masculines. En 2005, Olivier Donnat notait encore : « les seules sorties culturelles à dominante masculine sont les concerts de jazz et ceux de musiques électroniques (techno) et de rock, où les femmes ne représentent environ qu'un tiers du public<sup>4</sup> ». Cependant, **si elles sont numériquement plus nombreuses à sortir en concert, les femmes s'y rendent moins fréquemment que les hommes, lesquels constituent toujours le noyau dur des habitué-es des programmations** (voir infra : habitudes de sortie au prisme du genre).

Répartition des répondant-es selon le genre  
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



#### Des répondant-es plus jeunes qu'en 2021

Conformément à la méthodologie décrite ci-dessus, seuls les spectateur-rices âgés de 18 ans et plus ont été interrogés dans le cadre de la présente enquête. Par rapport à 2021, la part des 18-25 ans a doublé en 2022 : ceux-ci représentent 23 % des répondant-es, soit près d'un quart du public, contre 11 % en 2021, soit une progression spectaculaire de 12 points. **Les 18-25 ans sont ainsi sur-représentés au sein du public des concerts de musiques actuelles en 2022 au regard de la place qu'ils occupent dans la population générale** (12 % des Français-es de 18 ans et plus)<sup>5</sup>. Il conviendra de rester attentif à l'évolution de ce phénomène lors des prochains baromètres, de manière à déterminer s'il peut être attribué au renouvellement de la campagne, aux relais de passation du questionnaire 2022 (influence des réseaux sociaux par exemple), s'il est conjoncturel (sortie de crise plus marquée pour la tranche d'âge) ou encore s'il signale l'amorce d'une évolution – plutôt contre-

<sup>3</sup> En 2018, l'enquête SoFest ! (Aurélien DJAKOUANE, Emmanuel NEGRIER (dir.), *Publics. Sociologie, fréquentation, motivations*, SoFest ! – France Festivals, Paris, 2020, p. 9) établissait à 61% la part des femmes au sein des publics de festivals musicaux, toutes esthétiques confondues. Elle soulignait une plus grande mixité dans les concerts de jazz et de musiques actuelles (rock, pop, électro, rap) que dans l'ensemble des festivals, très féminisés, mais sans que les hommes n'y soient désormais plus majoritaires.

<sup>4</sup> *Ibid.*, pp. 2-3

<sup>5</sup> INSEE, *Pyramide des âges*, 2022

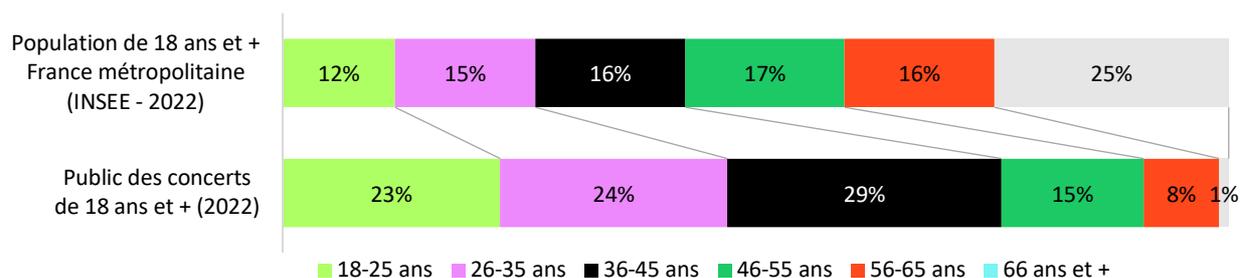
intuitive – des pratiques culturelles des jeunes majeur-es et/ou des habitudes de programmation des salles de concert. Quoiqu'il en soit, il convient de garder en mémoire que la variable générationnelle impacte fortement certains résultats de la présente enquête.

Concomitamment, la part des trentenaires (26-35 ans) et des quarantenaires (36-45 ans) est en légère baisse par rapport à 2021 (-4 points et -3 points). **Ils et elles forment néanmoins toujours le noyau dur du public des concerts de musiques actuelles**, représentant respectivement 24 % et 29 % des spectateur·rices, alors qu'ils ne composent que 15 % et 16 % de la population française adulte. **Au total, les trois-quarts (76 %) des spectateur·rices des concerts de musiques actuelles en 2022 ont entre 18 et 45 ans, ce qui est le cas de moins de la moitié (43 %) de la population française de 18 ans et plus.** *A contrario*, les personnes de 46 ans et plus composent à peine un quart (24 %) du public des concerts, alors qu'elles représentent 60 % de la population générale ayant atteint la majorité.

Ces résultats interrogent par conséquent l'idée largement répandue d'un vieillissement du public des concerts de musiques actuelles. Certes, les générations nées dans le dernier tiers du vingtième siècle apportent la preuve qu'une pratique culturelle telle que la sortie au concert, fusse-t-elle générationnelle et acquise au cours des années de jeunesse, peut perdurer tout au long de la vie. Mais les générations nées après l'an 2000 ne semblent pas s'en détourner pour autant.

**Répartition des répondant-es à l'enquête selon l'âge au regard de la population de France métropolitaine**  
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

	Public des concerts de 18 ans et plus (2021)	Public des concerts de 18 ans et plus (2022)	Population de 18 ans et plus France métropolitaine <sup>6</sup> (2022)
18-25 ans	11 %	23 %	12 %
26-35 ans	28 %	24 %	15 %
36-45 ans	32 %	29 %	16 %
46-55 ans	28 %	15 %	17 %
56-65 ans		8 %	16 %
66 ans et +		1 %	25 %



## Des spectateur·rices plutôt urbains

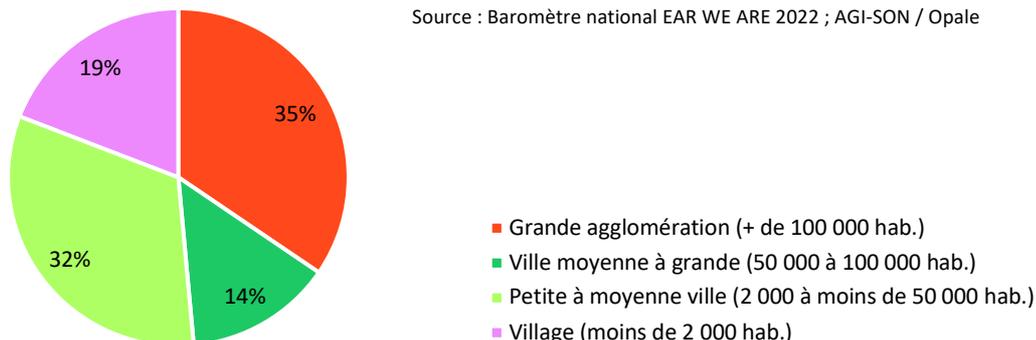
En 2022, **près de la moitié (49 %) du public des concerts de musiques actuelles réside dans une commune de moyenne ou grande taille** (50 000 habitant-es ou plus), contre un quart de la population générale. 35 % des répondant-es vivent dans l'une des 42 villes françaises comptant plus

<sup>6</sup> Ibid.

de 100 000 habitant·es, ce qui n'est le cas que de 15 % des Français·es<sup>7</sup>. En revanche, moins de 20 % d'entre elles et eux sont originaires d'un village de moins de 2 000 habitant·es, contre 23 % de la population nationale. Ces données témoignent d'un public plus citadin que la moyenne des Français·es, mais aussi de l'implantation majoritairement urbaine des salles de concert. En 2019, la FEDELIMA a établi que 72 % de ses 145 adhérent·es développaient un projet musical en milieu urbain, tandis que 18 % étaient implantés en milieu rural mais dans un environnement urbain et seulement 10 %, hors de toute zone urbaine<sup>8</sup>.

#### Répartition des répondant·es selon la taille de leur commune de résidence

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

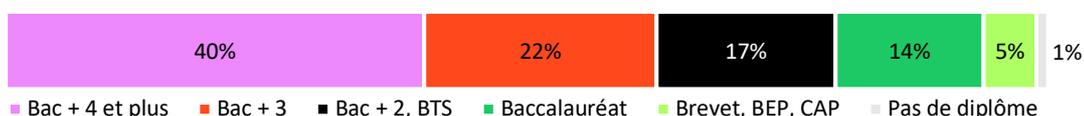


## Des cadres et des ouvrier·es-employé·es à parts égales

**Le public des concerts de musiques actuelles 2022 se distingue, comme les années précédentes, par son haut niveau de qualification scolaire :** 80 % des répondant·es non scolarisés (hors élèves et étudiant·es) sont diplômés de l'enseignement supérieur et 62 % sont titulaires d'un diplôme de niveau bac + 3 ou plus. Ces proportions sont beaucoup plus élevées que dans l'ensemble de la population française non scolarisée, qui compte 31 % de diplômé·es du supérieur et 20 % de titulaires d'un diplôme de niveau bac + 3 ou plus<sup>9</sup>.

#### Répartition des répondant·es non scolarisés (hors élèves et étudiant·es) selon le niveau de diplôme

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



Cette spécificité impacte les catégories socioprofessionnelles des répondant·es. 20 % d'entre eux·elles exercent une profession intermédiaire (enseignant·e, technicien·ne, professionnel·le de la santé ou du social, agent·e de maîtrise...), ce qui n'est le cas que de 14 % de la population française

<sup>7</sup> INSEE, *Fichier d'ensemble des populations légales en 2018*

<sup>8</sup> Hyacinthe CHATAIGNE, *Chiffres clés de la FEDELIMA. Données 2019*, Nantes, FEDELIMA, 2021, p. 3

<sup>9</sup> INSEE, « Diplôme le plus élevé de la population non scolarisée de 15 ans ou plus en 2018 », *Recensement de la population, 2021*. NB : les chiffres de l'INSEE ne sont pas disponibles pour la population de 18 ans et plus qui compose notre échantillon. Les comparaisons effectuées sont présentées pour brosser de grandes tendances, les 15-18 ans représentant 5% de la population de référence de l'INSEE.

de 15 ans et plus<sup>10</sup>. **La part des cadres et des professions supérieures**, intellectuelles ou artistiques (26 %) est en forte baisse par rapport à 2021 (-8 points), mais elle **reste largement supérieure à celle qu'ils-elles occupent dans la population française** (10 %)<sup>11</sup>.

Avec 26 % de répondant-es, **la part des ouvrier-es et employé-es est identique à celle des cadres**. Stable par rapport à 2021, elle correspond peu ou prou à la part d'ouvrier-es et d'employé-es dans la population générale, qui s'élève à 28 %. En effet, les concerts et festivals de musiques actuelles attirent davantage les classes moyennes et populaires que les autres événements musicaux<sup>12</sup>.

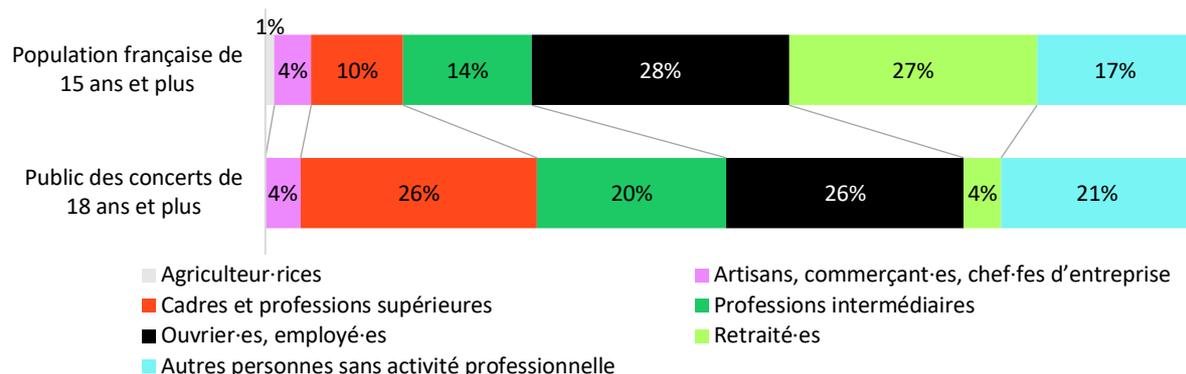
Mais le trait le plus distinctif du baromètre EAR WE ARE 2022 est la **progression spectaculaire de la part des étudiant-es au sein du public** : établie à 13 %, elle gagne 7 points par rapport à 2021 et est à mettre en relation avec le rajeunissement des répondant-es. Elle entraîne logiquement une augmentation de la part des personnes sans activité professionnelle autres que retraitées, qui englobe les étudiant-es, les chômeur-ses et les personnes au foyer.

Les professions et catégories sociales les moins représentées sont les agriculteur-rices exploitants (aucun répondant-e en 2022) et les retraité-es, qui constituent 4 % des spectateur-rices de concerts de musiques actuelles, alors qu'ils-elles composent 27 % de la population française de 15 ans et plus<sup>13</sup>.

#### Répartition des répondant-es à l'enquête selon la catégorie socio-professionnelle au regard de la population française de 15 ans et plus

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale / INSEE

	Public des concerts de 18 ans et plus	Population française de 15 ans et plus <sup>14</sup>
Agriculteur-rices	0 %	1 %
Artisans, commerçant-es, chef-fes s d'entreprise	4 %	4 %
Cadres et professions intellectuelles supérieures	26 %	10 %
Professions intermédiaires	20 %	14 %
Ouvrier-es, employé-es	26 %	28 %
Retraité-es	4 %	27 %
Autres personnes sans activité professionnelle	21 %	17 %
<i>Dont étudiant-es</i>	13 %	



<sup>10</sup> INSEE, « Population de 15 ans ou plus par sexe, âge et catégorie socioprofessionnelle en 2018 », *Recensement de la population*, 2021

<sup>11</sup> *Ibid.*

<sup>12</sup> Aurélien DJAKOUANE, Emmanuel NEGRIER (dir.), *op. cit.*, p. 19

<sup>13</sup> INSEE, *op. cit.*

<sup>14</sup> *Ibid.*

## 1.2. GOÛTS MUSICAUX DES PUBLICS : UN ÉCLECTISME TOUJOURS DOMINÉ PAR LE ROCK-POP-FOLK

### L'éclectisme des goûts musicaux est désormais la norme

Les spectateur·rices de concerts de musiques actuelles se caractérisent par leurs **goûts éclectiques**. En moyenne, ils déclarent apprécier 4,9 styles musicaux<sup>15</sup> parmi les 14 proposés dans le questionnaire EAR WE ARE. Ce phénomène est **à mettre en perspective avec leur niveau d'études particulièrement élevé et leur appartenance massive aux professions intermédiaires et supérieures, mais aussi avec leur jeune âge**. L'omnivorisisme<sup>16</sup> ou l'éclectisme culturel<sup>17</sup>, entendu comme « l'aptitude à apprécier l'esthétisme propre à une vaste gamme de formes culturelles<sup>18</sup> » est particulièrement répandu et valorisé parmi les fractions les plus diplômées de la société et les catégories socioprofessionnelles supérieures<sup>19</sup>, mais aussi chez les jeunes qui « ajoutent des genres et des artistes à leur répertoire, sans jamais (ou presque) délaissier ceux qui y figurent depuis plus longtemps. On assiste donc à un cumul [de leurs] goûts, qui peuvent être assez variables.<sup>20</sup> »

### Le rock-pop-folk toujours consensuel, à l'écoute comme en concert

Comme les années précédentes, **le rock-pop-folk se détache des autres styles musicaux en cela qu'il suscite l'adhésion d'un large public**. Apprécié de 77 % des spectateur·rices, il est aussi le style préféré de 41 % d'entre eux·elles. Le plébiscite du public pour le rock-pop-folk est cependant en léger recul par rapport à 2021, année où il était apprécié de 85 % des répondant·es (-8 points) et s'affirmait comme le style préféré de 48 % d'entre eux·elles (-7 points).

En 2021, le métal-punk-indus (cité par 19 % des répondant·es) arrivait en deuxième position des styles préférés, très loin derrière le rock-pop-folk. En 2022, recueillant 11 % des suffrages, c'est **le hip-hop-R'n'B-rap qui s'impose à la deuxième place des styles préférés**, talonné par la chanson française et les variétés (un peu moins de 11 %) et suivi par le métal-punk-indus et les musiques électroniques (9 %). Rock-pop-folk mis à part, le classement des styles appréciés et préférés des spectateur·rices de concerts s'avère ainsi assez volatile d'une année sur l'autre, comme le soulignait déjà le baromètre 2018-2019<sup>21</sup>.

---

<sup>15</sup> Dans le strict cadre de la présente étude, les termes de style musical désignent, par souci de simplification, un ensemble non exhaustif de styles, genres, courants, mouvements, esthétiques ou traditions musicales, regroupés selon une double logique musicologique et écosystémique (au sens des modes et des univers de production). L'étude en distingue 14.

<sup>16</sup> Richard A. PETERSON, « Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives », *Sociologie et société*, 36, n°1, printemps 2004, p. 145-164

<sup>17</sup> Olivier DONNAT, *Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme*, Paris, La Découverte, 1994, 372 p.

<sup>18</sup> Richard A. PETERSON, *op. cit.*, p. 147

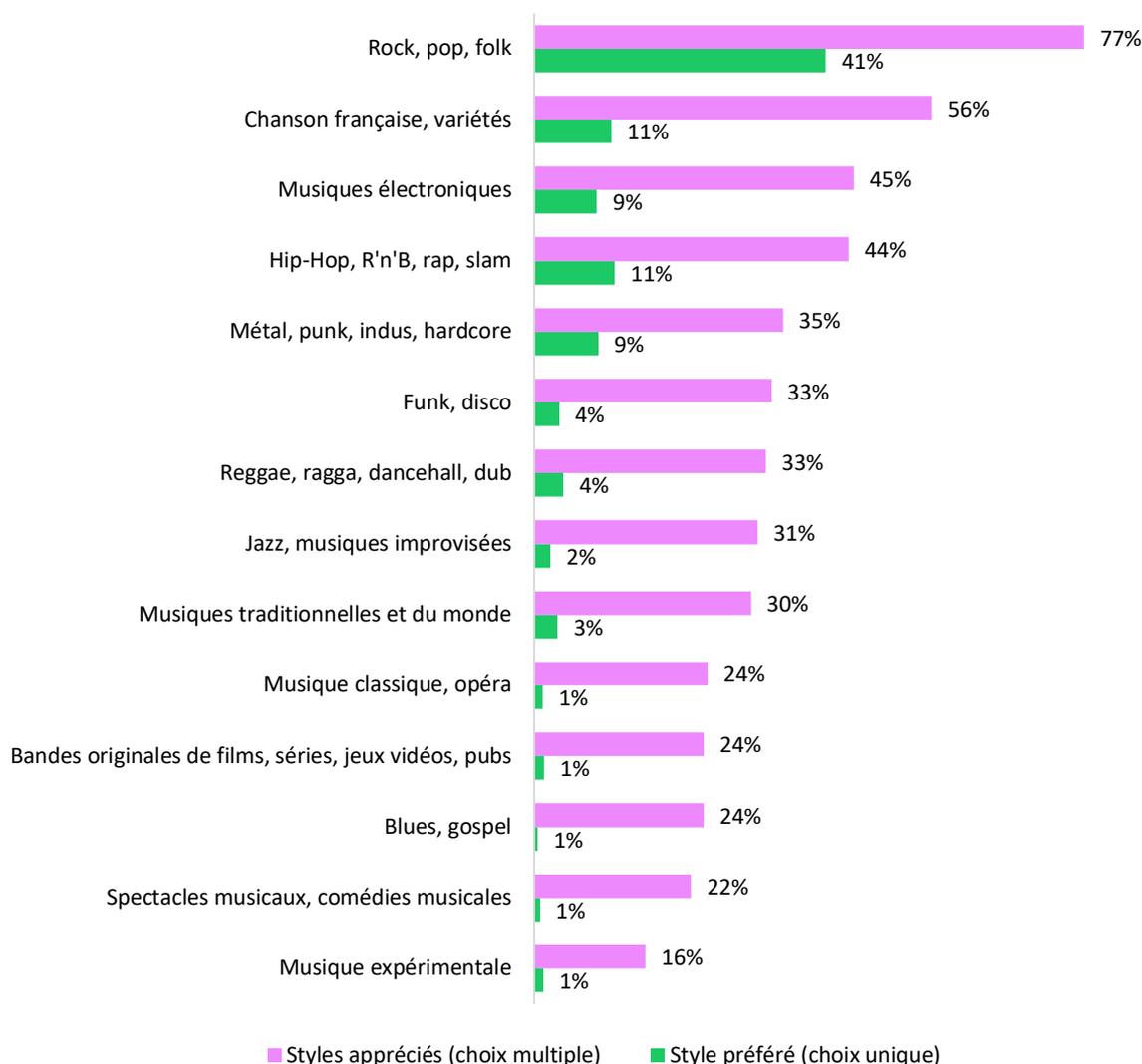
<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> Marie-Claude LAPOINTE, Anne-Sophie PREVOST, Gilles PRONOVOST, « Musique et cosmopolitisme culturel chez les jeunes », *Communication* [Online], Vol. 38/1 | 2021, URL: <http://journals.openedition.org/communication/13680>, consulté le 6 mars 2023

<sup>21</sup> Claire HANNECART, *Baromètre national HEIN ?! 2018-2019*, AGI-SON / SoCo Études, 2019, p. 11

### Styles musicaux appréciés et style préféré des répondant-es

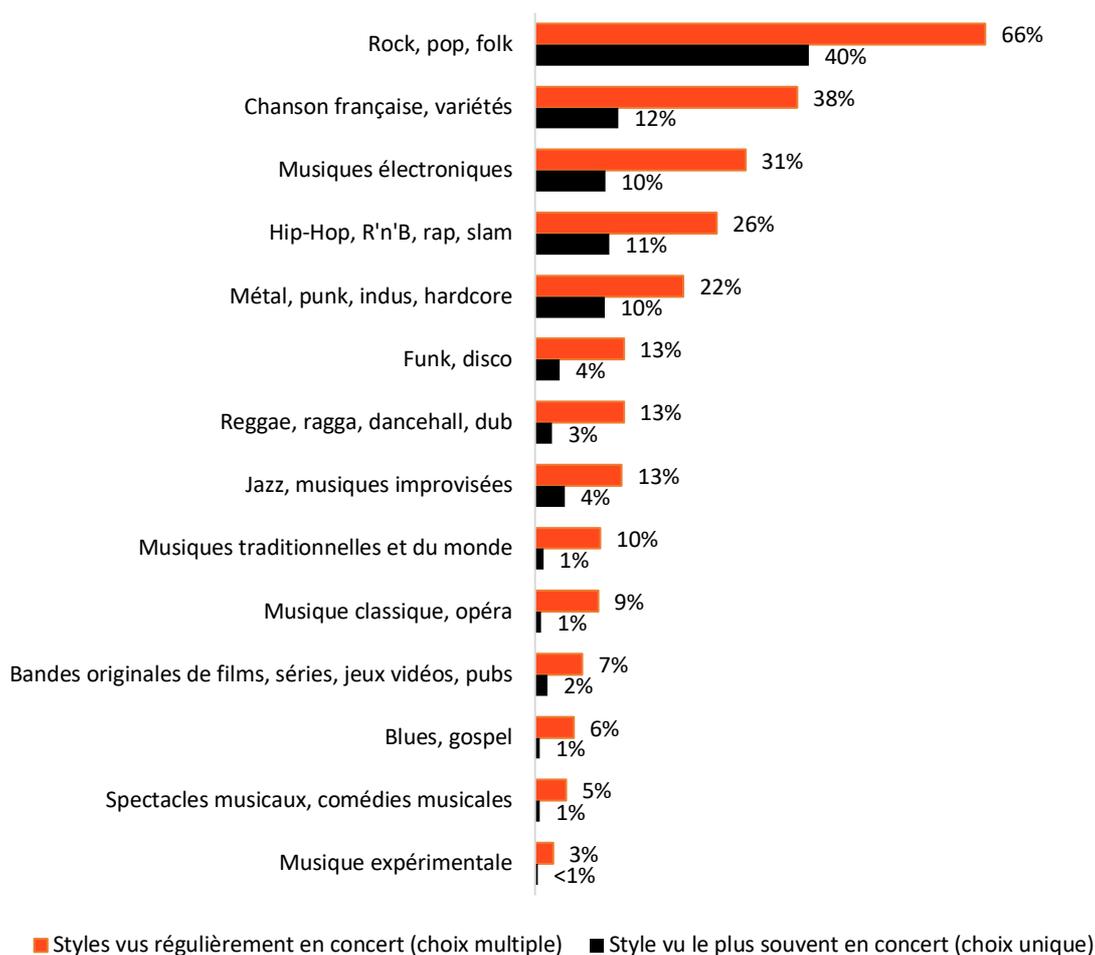
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



Il en va de même pour les sorties au concert : 66 % des répondant-es vont voir des concerts de rock-pop-folk (contre 76 % en 2021, soit un recul de 10 points). Et pour 40 % des personnes interrogées, il s’agit aussi du style qu’ils et elles vont voir le plus souvent en concert (46 % en 2021 ; -6 points). En 2021, le métal-punk-indus arrivait ainsi en deuxième position des styles vus régulièrement et le plus souvent en concert, devant les musiques électroniques et la chanson et les variétés. En 2022, les styles vus régulièrement en concert après le rock-pop-folk sont la chanson française et les variétés (38 % des répondant-es), les musiques électroniques (31 %) et le hip-hop-R’n’B-rap (26 %), le métal-punk-indus se classant à la cinquième position (22 %). **Le hip-hop-R’n’B-rap effectue également une percée parmi les styles le plus souvent vus en concert**, réunissant 11 % des répondant-es et remontant à la troisième place, juste derrière la chanson française et les variétés (12 %).

### Styles musicaux vus régulièrement et le plus souvent en concert

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON



### Des goûts musicaux modelés par le genre, l'âge et le niveau scolaire

L'appréciation des différents styles par les répondant-es recouvre une partition genrée, générationnelle et scolaire des goûts musicaux. En effet, **l'âge, mais aussi le sexe<sup>22</sup> et le niveau d'études, constituent des variables clivantes dans la construction sociale des goûts et dans les pratiques de consommation<sup>23</sup> et de sortie qui en découlent.**

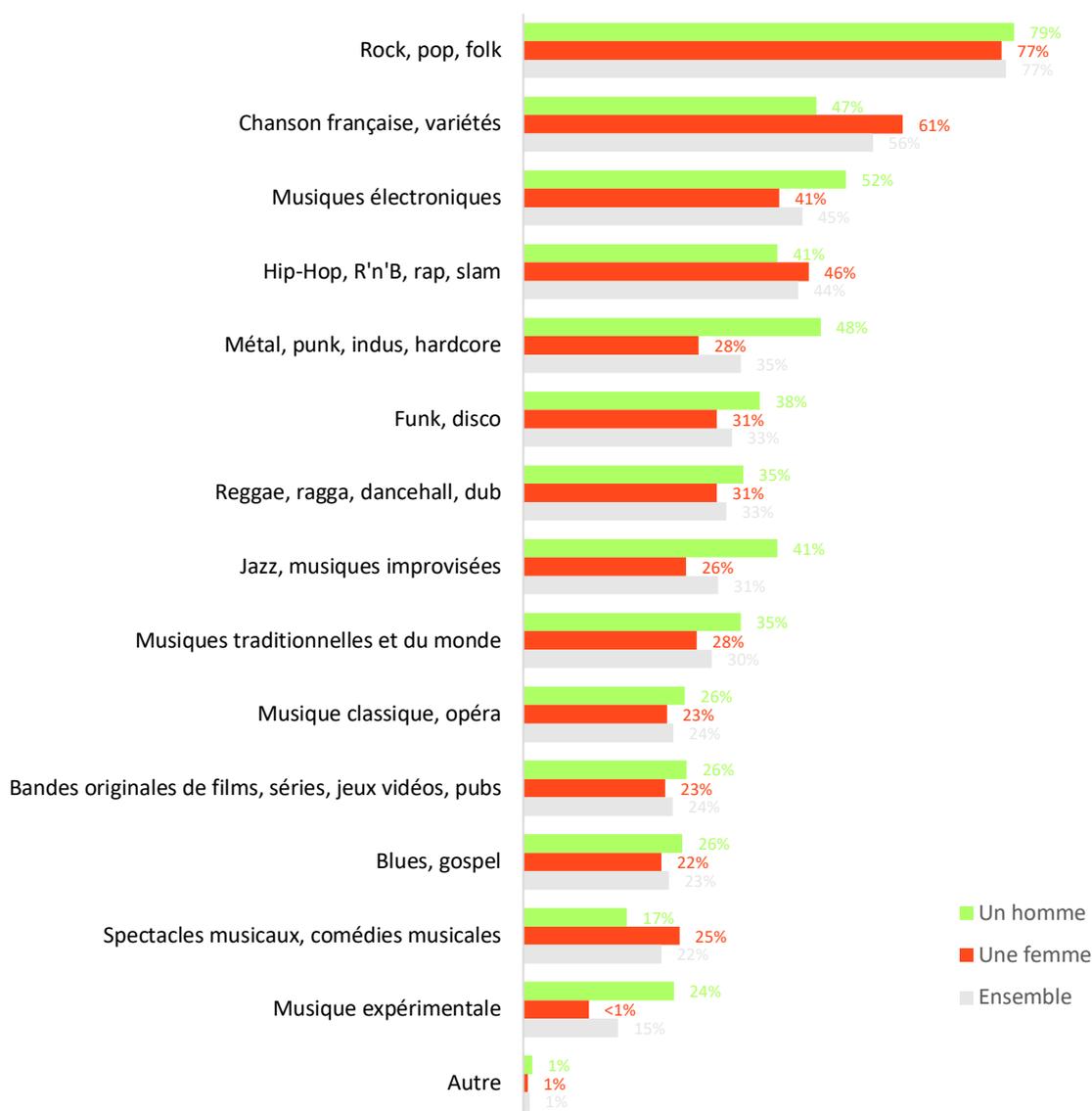
52 % des hommes sont ainsi amateurs de musiques électroniques, 48 % de métal-punk-indus, 41 % de jazz et musiques improvisées et 35 % de reggae-ragga-dancehall-dub, contre respectivement 41 %, 28 %, 26 % et 31 % des femmes. Inversement, 61 % des femmes sont amatrices de chanson et variétés (contre 47 % des hommes), 46 % apprécient le hip-hop-R'n'B-rap (contre 41 % des hommes) et 25 % aiment les spectacles musicaux et comédies musicales (contre 17 % des hommes).

<sup>22</sup> Éric MACE, Sandrine RUI, « Avoir vingt ans et "faire avec" le genre Call of Duty et Desperate Housewives, métaphores de l'asymétrie », in Octobre Sylvie (dir.), *Questions de genre, questions de culture*, Paris, Ministère de la Culture - DEPS, « Questions de culture », 2014, pp. 53-73

<sup>23</sup> Clément COMBES, Fabien GRANJON, « La numérimorphose des pratiques de consommation musicale. Le cas de jeunes amateurs », *Réseaux*, 2007/6-7, p. 294

### Répartition des répondant-es selon les styles appréciés et le sexe

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

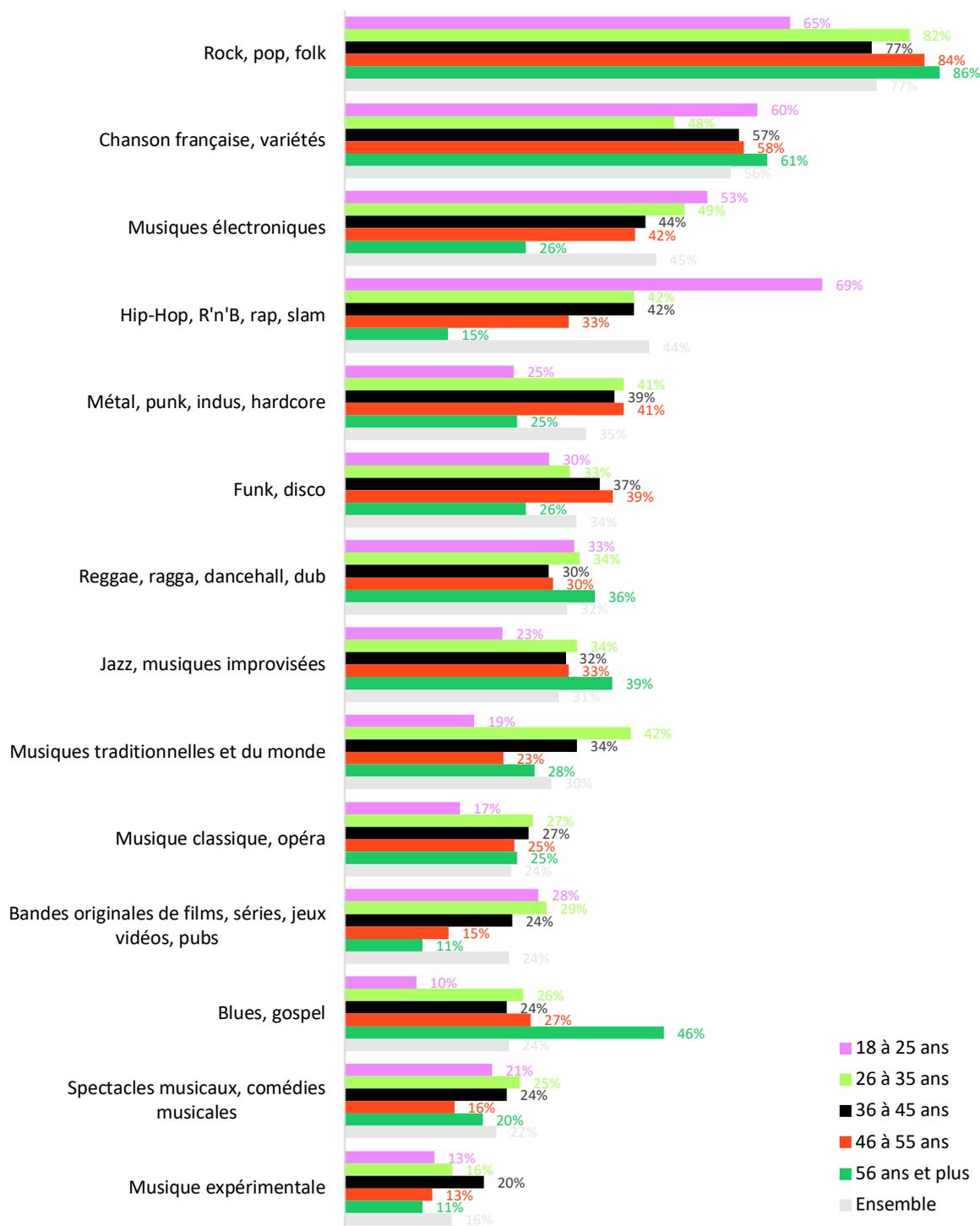


Contrairement à d'autres styles musicaux, le rock-pop-folk, de même que la chanson française et les variétés, bénéficie des faveurs de toutes les générations et plus particulièrement des 46 ans et plus. **La percée du hip-hop-R'n'B-rap est clairement corrélée au rajeunissement des répondant-es sur l'année 2022** : les spectateur-rices les plus jeunes (18-25 ans) se détachent en effet des autres classes d'âge par leur goût plus prononcé pour le hip-hop (69 % contre 65 % pour le rock) et, dans une moindre mesure, pour les musiques électroniques (53 %). Certaines recherches portant sur les goûts et les pratiques des jeunes des milieux populaires soulignent que « le rap domine et structure [leurs] goûts. En effet, si beaucoup d'ados affichent un certain éclectisme (on écoute 'de tout' et on ne rejette aucun genre musical), c'est bien le rap qui concentre la quasi-totalité des consommations effectives en étant le genre préféré de plus des trois-quarts des jeunes rencontré-es<sup>24</sup>. »

<sup>24</sup> Clémence PERONNET, « Les univers culturels des ados dans les quartiers politique de la ville : bilan des trois terrains », in Chantal Dahan, Christine Détrez (dir.), *Goûts, pratiques et usages culturels des jeunes en milieu populaire*, INJEPR-2020, octobre 2020, p. 217

## Répartition des répondant-es selon les styles appréciés et l'âge

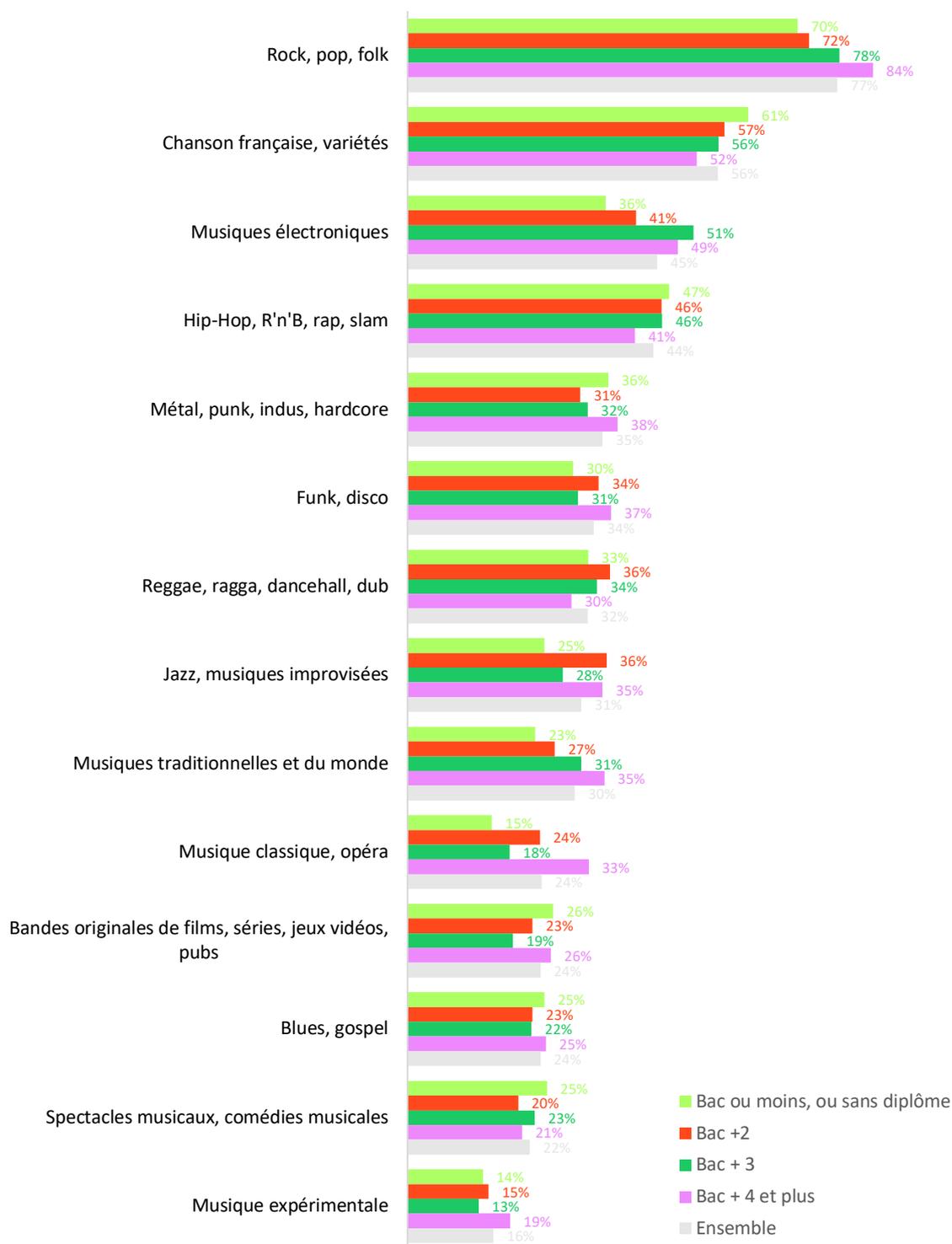
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



Enfin, la musique classique et l'opéra, le rock-pop-folk, ainsi que le jazz et les musiques improvisées suscitent un intérêt accru chez les répondant-es faisant valoir un niveau scolaire élevé (bac + 4 et plus) et chez les cadres et professions supérieures. En 2022, seuls le hip-hop-R'n'B-rap, la chanson-variétés et les spectacles musicaux et comédies musicales sont plus prisés par les personnes non titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur que par les diplômé-es d'un bac + 4 ou plus.

### Répartition des répondant-es selon les styles appréciés et le niveau de diplôme

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



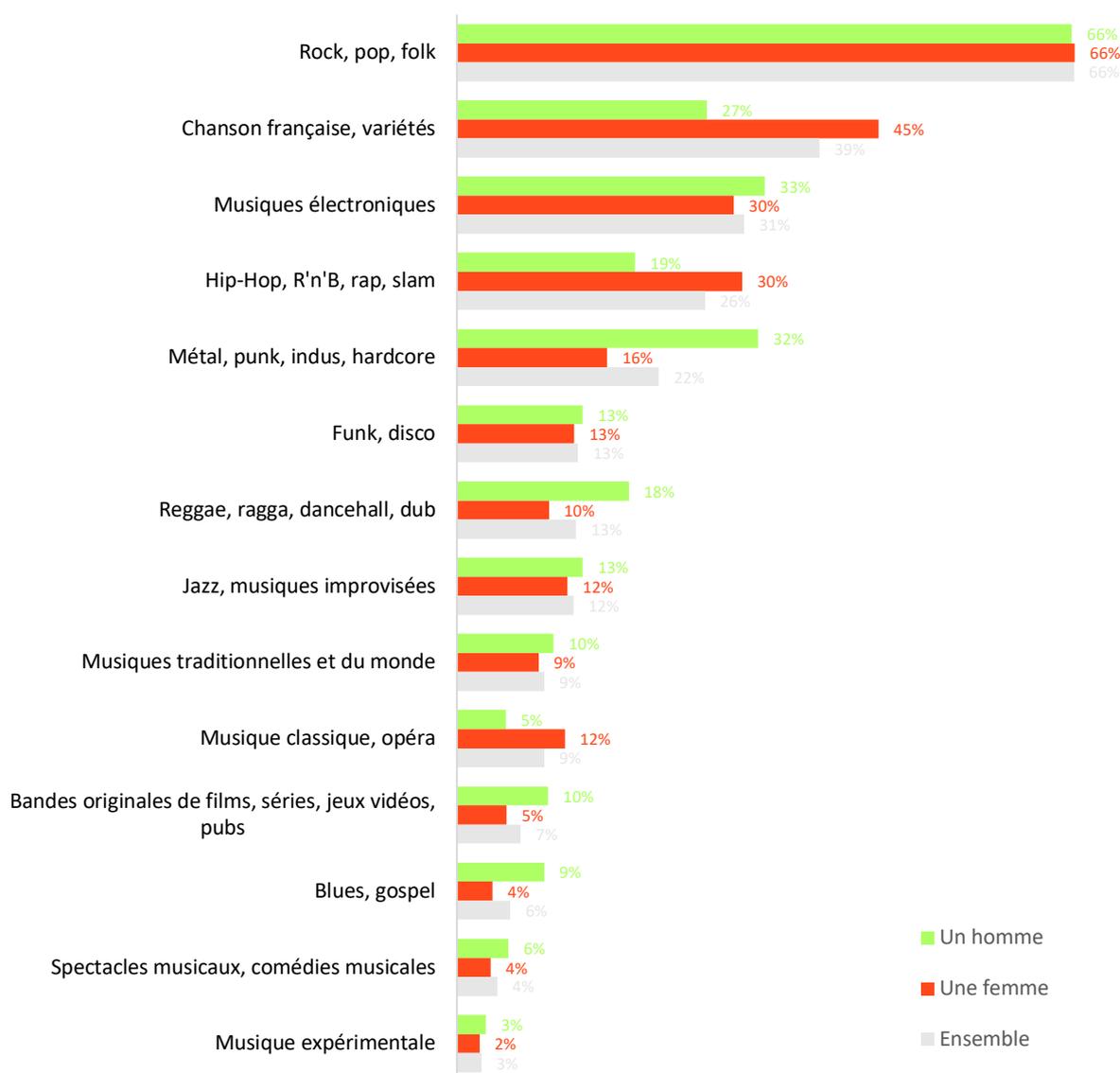
### Le concert, une expérience de renforcement des goûts musicaux

De manière générale, **la sortie au concert s'inscrit dans une logique de renforcement des goûts**, les publics allant voir prioritairement sur scène les styles qu'ils affectionnent. A l'exception des concerts de rock-pop-folk et de funk-disco, qui attirent les deux sexes à parts égales, les sorties au concert épousent la partition genrée des goûts musicaux. Les femmes se rendent ainsi plus souvent que les

hommes aux concerts de chanson française-variétés et de hip-hop-R'n'B-rap (45 % et 30 % des premières contre 27 % et 19 % des seconds). Les hommes apprécient quant à eux davantage que les femmes les concerts de métal-punk-indus et de reggae-ragga-dancehall-dub (32 % et 18 % d'entre eux, contre respectivement 16 % et 10 % des femmes). Mais pour bon nombre d'esthétiques (musiques électroniques, jazz et musiques improvisées, musiques traditionnelles et du monde, spectacles et comédies musicales...), les pratiques des répondantes et des répondants s'avèrent moins clivées en concert qu'à l'écoute. La sortie au concert apparaît ici comme **une expérience certes esthétique, mais aussi sociale, et à ce titre davantage partagée en couple, en famille ou entre ami-es que ne l'est l'écoute individuelle de la musique.**

### Répartition des répondant-es selon les styles vus en concert et le sexe

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



## Répartition des répondant-es selon les styles appréciés et vus en concert et selon le sexe

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

		Hommes	Femmes	Ensemble
Rock, pop, folk	Goûts	79%	77%	77%
	Concert	66%	66%	66%
Chanson française, variétés	Goûts	47%	61%	56%
	Concert	27%	45%	39%
Musiques électroniques	Goûts	52%	41%	45%
	Concert	33%	30%	31%
Hip-hop, R'n'B, rap, slam	Goûts	41%	46%	44%
	Concert	19%	30%	26%
Metal, punk, indus, hardcore	Goûts	48%	28%	35%
	Concert	32%	16%	22%
Funk, disco	Goûts	38%	31%	33%
	Concert	10%	5%	7%
Reggae, ragga, dancehall, dub	Goûts	35%	31%	33%
	Concert	13%	13%	13%
Jazz et musiques improvisées	Goûts	41%	26%	31%
	Concert	18%	10%	13%
Musiques traditionnelles et du monde	Goûts	35%	28%	30%
	Concert	13%	12%	12%
Blues, gospel	Goûts	26%	23%	24%
	Concert	6%	4%	4%
Musique classique, opéra	Goûts	26%	23%	24%
	Concert	10%	9%	9%
Bandes originales de films, séries, jeux vidéo, pubs	Goûts	26%	22%	23%
	Concert	3%	2%	3%
Spectacles musicaux, comédies musicales	Goûts	17%	25%	22%
	Concert	5%	12%	9%
Musique expérimentale	Goûts	24%	11%	15%
	Concert	9%	4%	6%

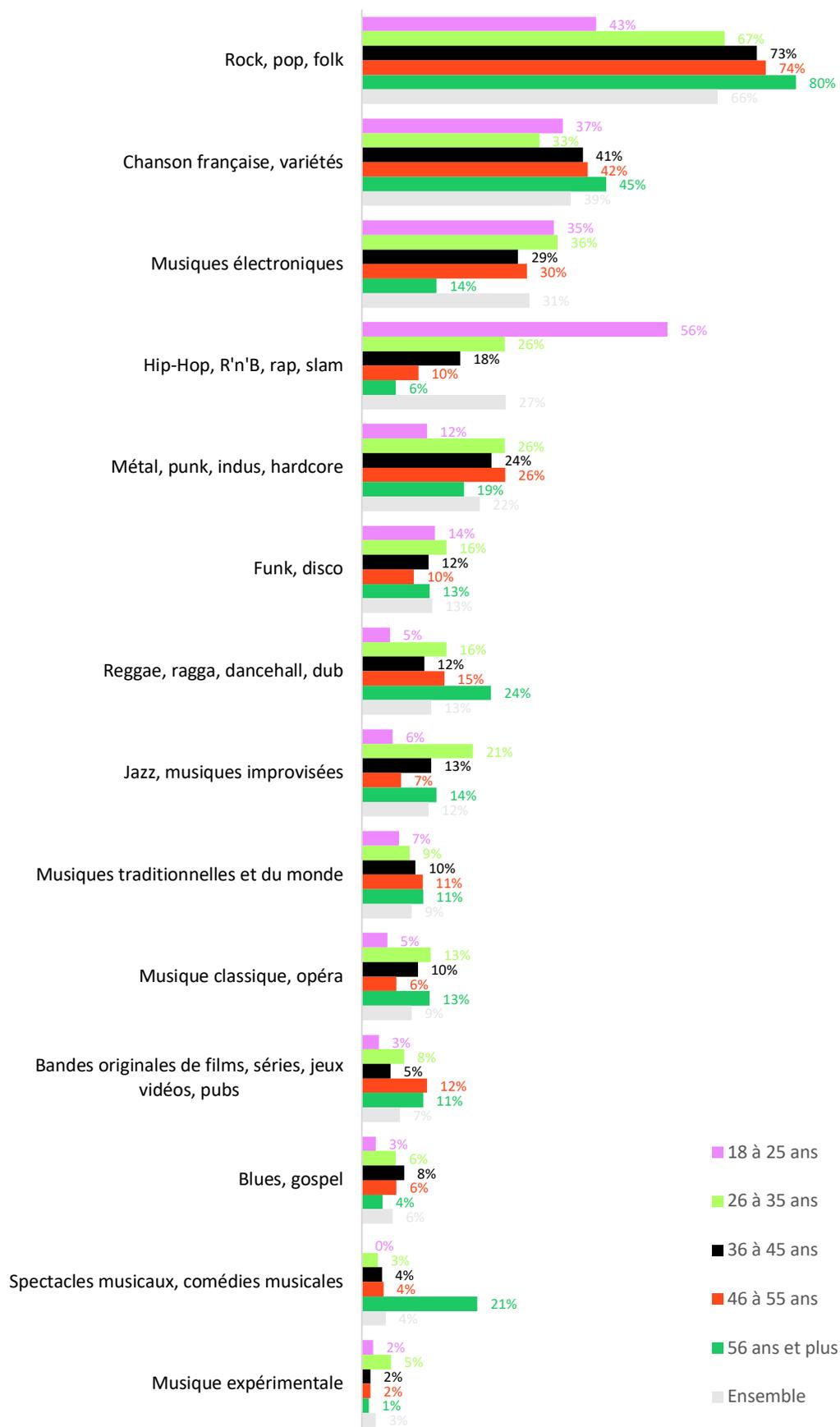
De même, les sorties au concert coïncident avec la distribution des goûts musicaux selon l'âge, mais les styles vus en concert ne recouvrent pas exactement le calque des styles de prédilection. Les 18-25 ans sont ainsi celles et ceux qui fréquentent le plus les concerts de hip-hop-R'n'B-rap (56 % d'entre eux-elles contre 27 % de l'ensemble des spectateur·rices), mais pas les concerts de rock-pop-folk ni de chanson et variétés, dont ils sont pourtant des auditeur·rices assidus. Les 56 ans et plus sont quant à eux les plus nombreux à assister à des concerts de rock-pop-folk, de chanson française et variétés, de reggae-ragga et à des spectacles musicaux ou comédies musicales.

Enfin, comme en 2021, on observe pour certains styles un phénomène de décrochage entre les pratiques d'écoute et la sortie au concert, tels que les comédies musicales et plus encore, les bandes originales de films ou supports vidéo, qui sont peu vus en concert par les personnes qui les apprécient, mais aussi peu présents dans les programmations des salles de musiques actuelles de petite et moyenne jauge<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> Hyacinthe CHATAIGNE, *op. cit.*, p. 6

## Répartition des répondant-es selon les styles vus en concert et selon l'âge

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



## II. CONCERT ET ÉCOUTE MUSICALE

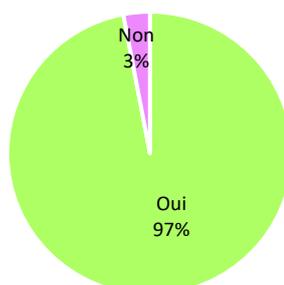
### 2.1. SORTIES EN CONCERT : UNE REPRISE NETTE, MAIS MOINS INTENSIVE QU'AVANT LA CRISE SANITAIRE

#### Recul de la fréquence des sorties en concert

97 % des personnes interrogées affirment être retournées en concert et 73 % déclarent avoir assisté à plus de trois concerts depuis la réouverture des salles suite à la crise sanitaire de la Covid-19 (contre 87 % en 2021, soit une progression de 10 points). Les 3 % de spectateur·rices qui n'ont pas retrouvé le chemin du live mentionnent avoir été pris par d'autres priorités (2 %) et une poignée d'entre elles et eux (moins d'1 %) avoir changé leurs habitudes.

Part des répondant·es retournés en concert depuis la réouverture des lieux

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



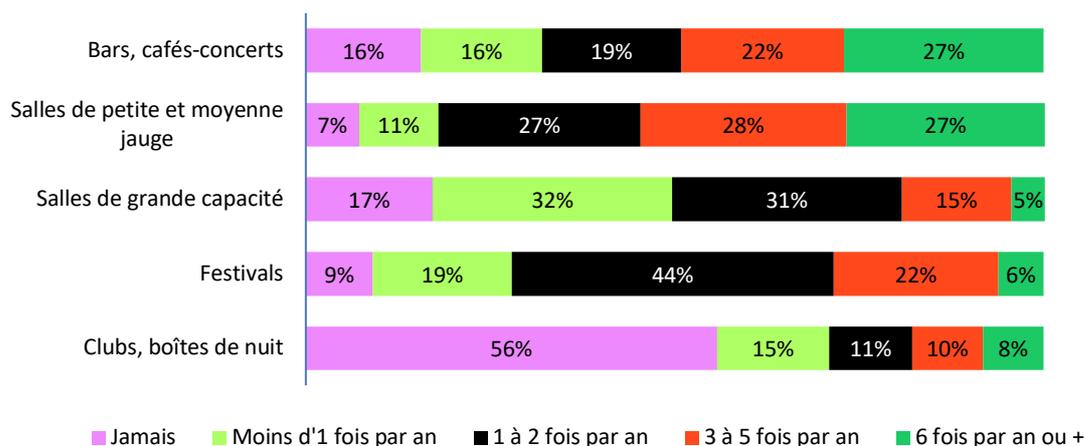
Les répondant·es au baromètre EAR WE ARE sont des publics plutôt réguliers des concerts de musiques actuelles. Cependant, **la pandémie semble avoir infléchi la fréquence de leurs sorties à la baisse, celles-ci n'ayant pas repris avec la même intensité qu'avant la crise sanitaire.** 93 % des répondant·es 2022 assistent ainsi à des concerts dans des salles de petite et moyenne jauge (250 à 900 places), mais un peu plus de la moitié d'entre eux·elles seulement (55 %) s'y rendent au moins trois fois par an et à peine plus d'un quart (27 %), au moins six fois par an, contre respectivement 72 % et 33 % avant la pandémie de Covid-19 (soit une baisse de 17 et 6 points). De même, 84 % des répondant·es sortent dans des bars ou des cafés-concerts, mais moins de la moitié (49 %) les fréquentent au moins trois fois par an et 27 % au moins six fois par an, contre 60 % et 32 % avant la crise sanitaire (-11 et -5 points). Davantage de répondant·es qu'auparavant indiquent également ne jamais s'y rendre : 16 % pour les cafés-concerts (contre 9 % avant la pandémie, soit +7 points) et 7 % pour les salles de petite et moyenne jauge (contre 1 % avant la pandémie, soit +6 points). Pour autant, **comparés aux autres lieux, les salles de petite et moyenne jauge et les bars et cafés-concerts restent bien les espaces privilégiés d'une pratique régulière (trois à cinq fois par an) et intensive (six fois par an ou plus) du concert.**

En 2022, **les festivals font toujours l'objet d'une fréquentation plus occasionnelle, elle aussi en diminution** : 44 % des répondant·es déclarent s'y rendre une à deux fois par an (contre 49 % avant la pandémie, soit une baisse de 5 points). *A contrario*, **la fréquentation des salles de grande capacité, de type Zénith ou Aréna, augmente légèrement**, sans doute du fait de la reprise d'activité post-Covid-19, plus tardive que dans d'autres lieux, et du retour des grandes tournées internationales. La

part des répondant·es à ne jamais s’y rendre (17 %) baisse de 2 points, tandis que celle des spectateur·rices qui les fréquentent au moins trois fois par an augmente de 2 points (15 % contre 13 % avant la pandémie). Même si plus de la moitié des répondant·es (56 %) n’y mettent jamais les pieds, les clubs et boîtes de nuit attirent quant à eux davantage de spectateur·rices de concerts en 2022 qu’avant la crise sanitaire (44 % contre 38 %, soit +6 points). Leur fréquentation demeure ainsi marginale, mais s’accroît légèrement : 15 % des répondant·es y vont moins d’une fois par an, 11 % une à deux fois par an et 18 % plus de trois fois par an (contre respectivement 15 %, 8 % et 16 % avant la pandémie).

#### Fréquence des sorties des répondant·es dans différents lieux de concerts

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



Avant la crise sanitaire, les moins de 36 ans se distinguaient par l’intensité de leurs sorties et par la diversité des lieux de concert qu’ils et elles fréquentaient. Les 26-35 ans formaient le cœur des habitué·es des bars et des cafés-concerts, mais aussi des salles de petite et moyenne jauge<sup>26</sup>, où 75 % d’entre eux·elles se rendaient au moins trois fois par an, contre 72 % de l’ensemble. S’ils restent la tranche d’âge la plus assidue des bars et cafés-concerts (55 % y vont au moins trois fois par an, contre 49 % de l’ensemble), ils sont devancés en 2022 par leurs aîné·es dans les salles moyennes. Plus prompts à retrouver leurs habitudes, les 56 ans et plus en particulier sont 63 % à s’y rendre au moins trois fois par an, contre 55 % de l’ensemble. De même, les 18-25 ans n’étaient que 11 % et 6 % à ne jamais franchir la porte des bars et café-concerts et des salles de moyenne jauge avant la pandémie. Ils sont désormais respectivement 22 % et 15 % à ne jamais les fréquenter (contre 16 % et 7 % de l’ensemble des publics), soit une hausse de 11 et 9 points. Cette désaffection des plus jeunes est cependant à relativiser : **les 18-25 ans restent plus nombreux que les autres tranches d’âge à fréquenter au moins neuf fois par an les cafés-concerts** (21 % contre 17 % de l’ensemble des répondant·es), **les salles de grande jauge** (4 % contre 2 %) **et les clubs et boîtes de nuit** (9 % contre 4 %). Par ailleurs, les jeunes générations sont toujours davantage portées sur les festivals : 76 % des 18-25 ans et 77 % des 26-35 ans s’y rendent au moins une fois par an (contre 72 % de l’ensemble). Elles y trouvent en effet une ambiance festive et l’occasion de vivre une expérience partagée entre amis<sup>27</sup>.

<sup>26</sup> Priscilla MARTIN, Cécile OFFROY, *Baromètre national HEIN ?! 2020-2021*, AGI-SON / Opale, 2022, p. 19

<sup>27</sup> Aurélien DJAKOUANE, Emmanuel NEGRIER (dir.), *op. cit.*, 2020, p. 13

**Répartition des répondant-es se rendant régulièrement et souvent en concert  
selon l'âge et le type de lieux fréquentés**

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

	18-25 ans		26-35 ans		36-45 ans		46-55 ans		56 ans et +		Ensemble 3 X par an et +
	3 à 5 X par an	6 X par an et +	3 à 5 X par an	6 X par an et +	3 à 5 X par an	6 X par an et +	3 à 5 X par an	6 X par an et +	3 à 5 X par an	6 X par an et +	
Bars, cafés-concerts	21 %	27 %	25 %	30 %	22 %	28 %	19 %	23 %	23 %	22 %	49 %
Salles moyenne jauge	24 %	20 %	28 %	28 %	31 %	28 %	27 %	30 %	30 %	33 %	55 %
Salles grande capacité	16 %	8 %	14 %	4 %	14 %	3 %	14 %	4 %	19 %	6 %	20 %
Festivals	21 %	8 %	28 %	7 %	20 %	6 %	19 %	4 %	23 %	4 %	29 %
Clubs, boîtes de nuit	21 %	20 %	9 %	8 %	4 %	4 %	6 %	1 %	2 %	0 %	18 %

Concernant les habitudes des répondant-es au prisme du genre, **les hommes se distinguent toujours par la fréquence systématiquement plus élevée de leurs sorties en concert dans tous les lieux de spectacle**, exception faite des clubs et boîtes de nuit où les femmes se rendent plus souvent que les hommes. En d'autres termes, les femmes sont numériquement plus nombreuses à sortir en concert, mais elles s'y rendent moins souvent que les hommes.

**Répartition des répondant-es se rendant régulièrement et souvent en concert  
selon le sexe et le type de lieux fréquenté**

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

	Hommes			Femmes			Ensemble		
	3 à 5 X par an	6 X par an et +	Total	3 à 5 X par an	6 X par an et +	Total	3 à 5 X par an	6 X par an et +	Total
Bars, cafés-concerts	27 %	28 %	55 %	20 %	26 %	46 %	22 %	27 %	49 %
Salles moyenne jauge	32 %	33 %	65 %	26 %	24 %	50 %	28 %	27 %	55 %
Salles grande capacité	16 %	6 %	22 %	15 %	4 %	19 %	15 %	5 %	20 %
Festivals	24 %	7 %	31 %	22 %	6 %	28 %	22 %	6 %	29 %
Clubs, boîtes de nuit	8 %	7 %	15 %	11 %	9 %	20 %	10 %	8 %	18 %

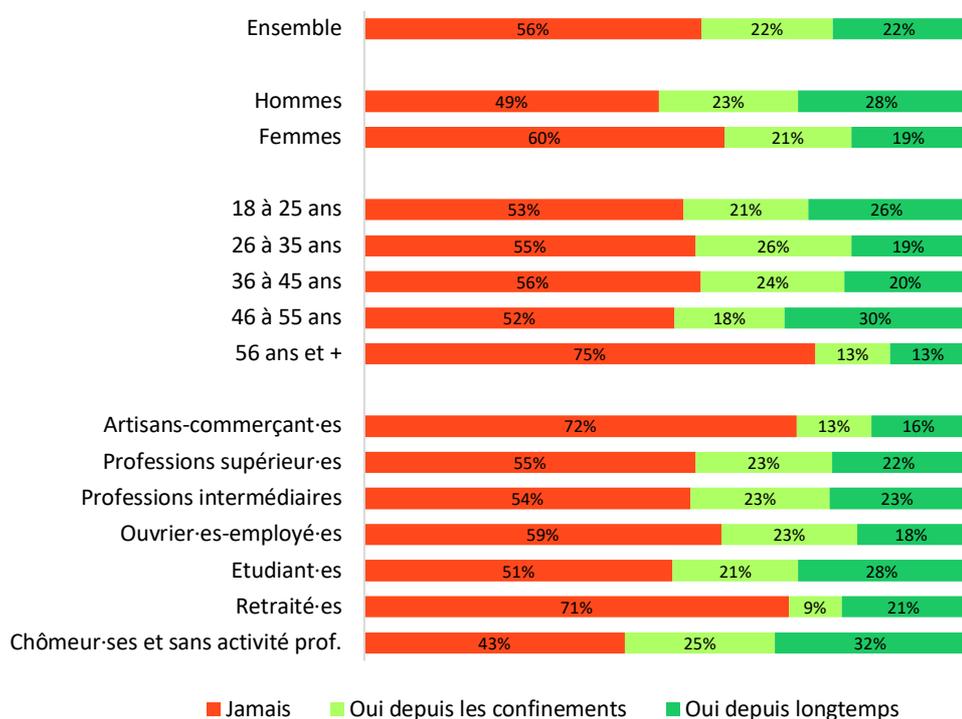
La situation socioprofessionnelle des personnes imprègne également leurs habitudes de sortie au concert. Ainsi, les étudiant-es sont les plus nombreux à fréquenter les festivals et les clubs et boîtes de nuit : 95 % et 67 % contre 81 % et 44 % de l'ensemble. Les cadres et professions supérieures, ainsi que les professions intermédiaires, se rendent plus souvent que les autres catégories professionnelles dans les bars ou cafés-concerts (90 % et 87 %, contre 84 % de l'ensemble) et dans les salles de petite et moyenne jauge (98 % et 96 %, contre 93 % de l'ensemble). Les artisans-commerçant-es et les chômeur-ses sont quant à eux-elles 93 % et 89 % à fréquenter les salles de grande capacité, contre 83 % de l'ensemble.

## Le livestream, une pratique en régression

Le retour des sorties en concert, fussent-elles moins intensives qu'avant la crise sanitaire, semble avoir relégué la pratique du visionnage de concerts en direct (ou livestream) au second plan. 56 % des répondant-es déclarent ne jamais s'y livrer, contre 46 % en 2021, soit une baisse de 10 points. C'est plus particulièrement le cas des 56 ans et plus, qui sont 75 % à ne jamais visionner de concert en live. Un répondant-e sur cinq (22 %) rapporte pratiquer le livestream depuis longtemps, en particulier les 18-25 ans et les 46-55 ans. Les habitués du livestream sont plus souvent des hommes (28 %) que des femmes (19 %). Pour un autre cinquième des répondant-es (22 %), le livestream s'implante durablement en tant que mode de consommation culturelle, adopté depuis les confinements. C'est notamment le cas des 26-35 ans (26 %) et des personnes sans activité professionnelle (30 %).

### Visionnage de concerts en direct sur écran (livestream) selon le sexe, l'âge et certaines catégories socioprofessionnelles des répondant-e-s

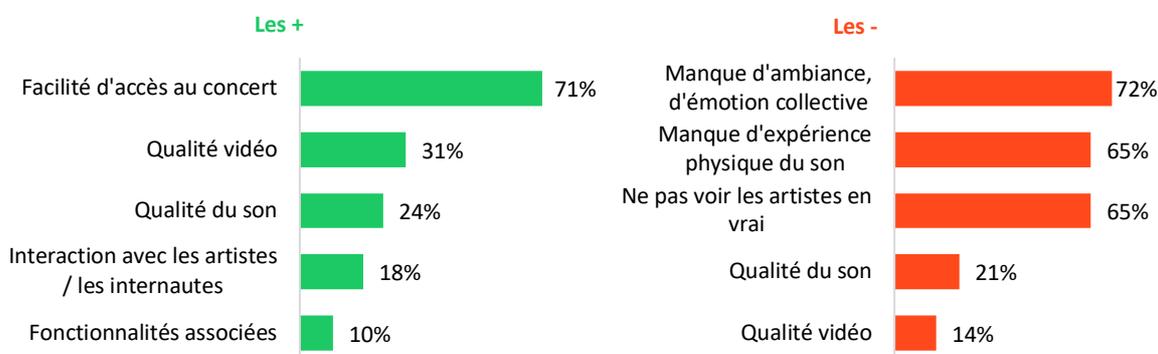
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



La note moyenne attribuée au livestream augmente légèrement en 2022, atteignant 3,23 sur 5, contre 3,05 en 2021. Les répondant-es concernés considèrent que la facilité d'accès au concert (71 %), la qualité de la vidéo (31 %) et du son (24 %) constituent les principaux avantages du livestream. Les pratiquant-es du livestream déplorent avant tout l'absence d'émotion collective (72 %), d'expérience physique du son (65 %) et l'impossibilité de voir l'artiste ou les artistes en chair et en os (65 % également). Ces résultats confirment une nouvelle fois que ce sont les « **dynamiques émotionnelles collectives qui font la spécificité et la richesse de l'expérience de festival ou de concert**<sup>28</sup> ».

### Evaluation du livestream par les répondant-es

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

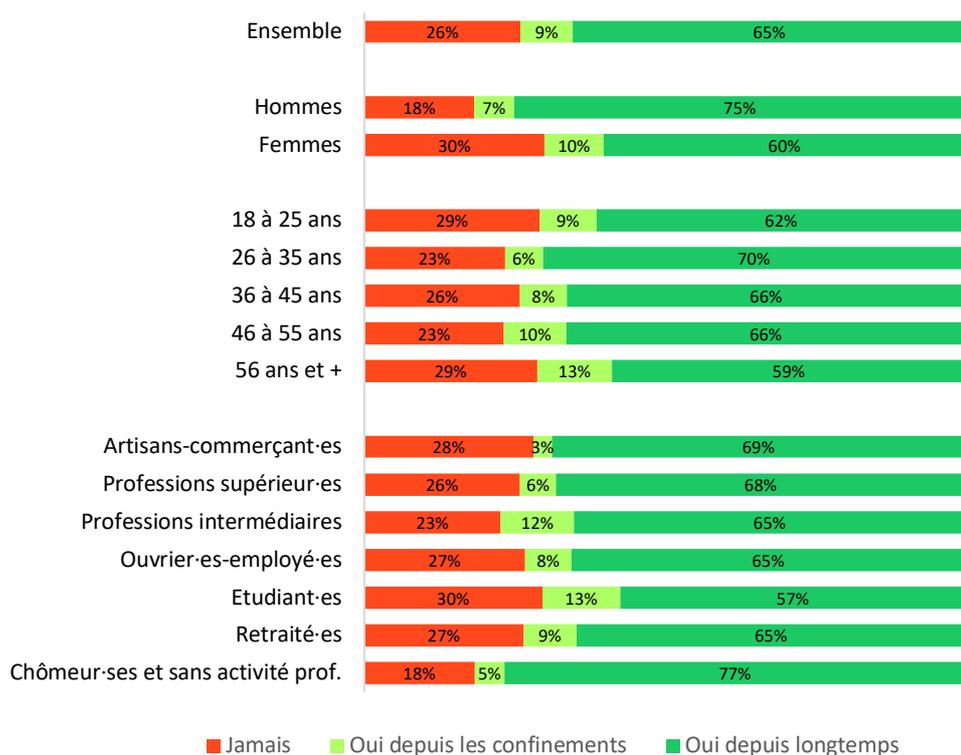


<sup>28</sup> Nico DIDRY, « Festivals et concerts en temps de Covid-19 : une expérience émotionnelle appauvrie ? », *The Conversation*, 11 mai 2021

En comparaison avec le livestream, **la pratique du replay** (visionnage de concerts en différé) **apparaît comme plus ancienne et mieux implantée dans toutes les tranches d'âge**. 26 % des répondant-es déclarent n'y avoir jamais recours, mais 65 % l'expérimentent depuis longtemps, particulièrement les chômeur-ses et les personnes sans activité professionnelle (77 %). Pour autant, le visionnage de concerts en différé obtient une note moyenne de 3,41 sur 5, à peine supérieure à celle du livestream. Comme en 2021, c'est parmi les femmes que la progression est la plus marquée, puisqu'elles représentent 74 % des nouveaux consommateur-rices de concerts en replay.

### Visionnage de concerts en rediffusion sur écran (replay) selon le sexe, l'âge et certaines catégories socioprofessionnelles des répondant-es

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

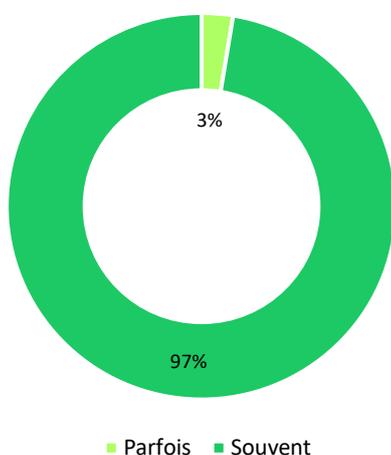


## 2.3. L'ÉCOUTE DE MUSIQUE ET DE SONS AMPLIFIÉS : UNE HABITUDE QUOTIDIENNE

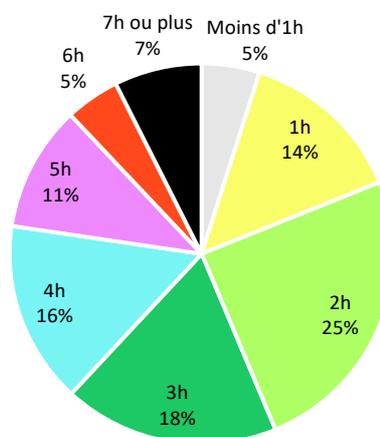
### Une pratique stable et partagée

En dehors des concerts, 100 % des répondant-es disent écouter de la musique et 97 % déclarent en écouter souvent, tout comme en 2021. Un quart des répondant-es (25 %) estiment à environ 2 heures par jour le temps qu'ils-elles passent à écouter de la musique et/ou des sons amplifiés (jeux-vidéos, vidéos, visios...) et 18 %, à environ 3 heures. 7 % déclarent 7 heures d'écoute par jour ou plus.

**Part des répondant-es écoutant de la musique en dehors des concerts**  
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



**Durées journalières moyennes d'écoute de musique et de sons amplifiés**  
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



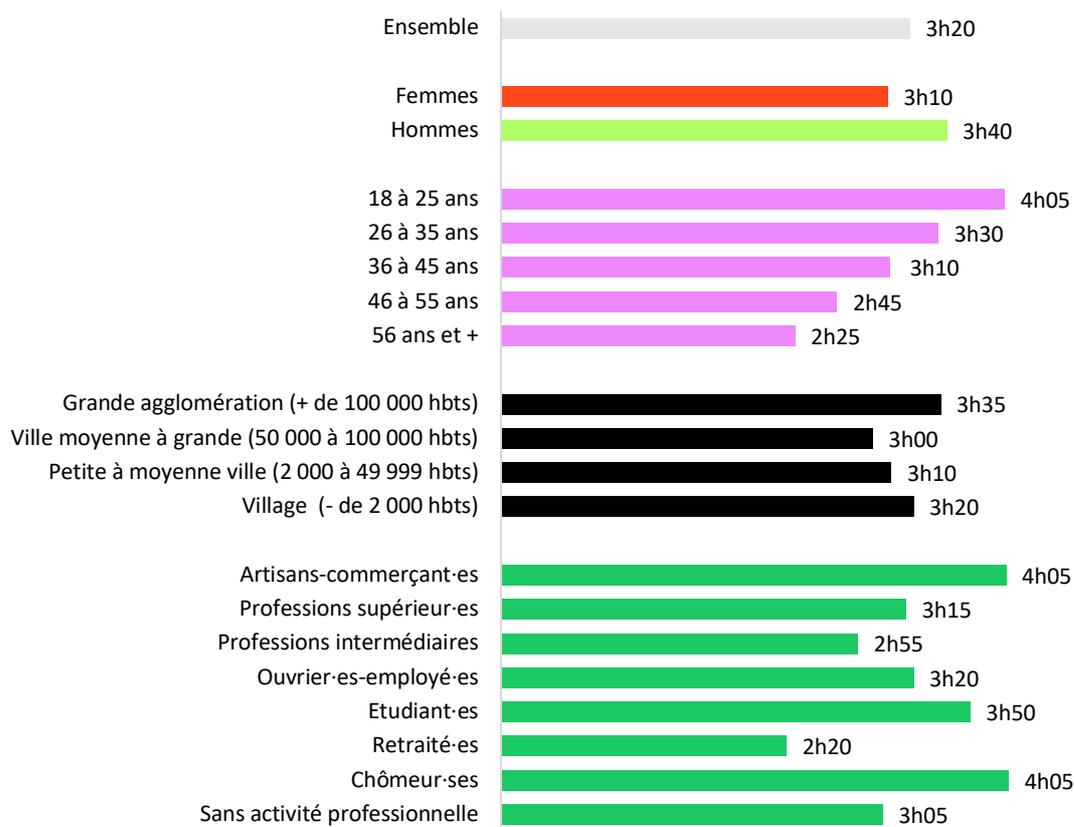
Comme en 2021, **la durée journalière moyenne d'écoute de musique et de sons amplifiés s'établit à 3h20 pour l'ensemble des répondant-es**. Elle est à mettre en perspective avec le développement historique qu'a connu l'écoute quotidienne de la musique depuis 50 ans, mais aussi avec l'essor des pratiques culturelles numériques au cours de la dernière décennie<sup>29</sup>. La pratique d'écoute est, là encore, plus intensive chez les hommes que chez les femmes (3h40 contre 3h10). Elle s'avère également fortement impactée par la variable de l'âge. **Les jeunes se démarquent par l'omniprésence de la musique et des sons amplifiés dans leur vie quotidienne, la durée moyenne d'écoute journalière diminuant progressivement avec l'âge. Elle s'établit à 4h05 chez les 18-25 ans** (contre 4h25 en 2021) **et à 2h25 chez les 56 ans et plus**. La taille de la commune de résidence se révèle peu discriminante quant à la durée d'écoute journalière. « Alors que les usages numériques en matière d'écoute de musique ont favorisé une certaine convergence des pratiques, que ce soit entre générations, entre classes d'âge, types de territoires et milieux sociaux (...), le développement de l'offre audiovisuelle numérique se traduit au contraire par un renforcement des écarts de pratiques entre classes d'âge<sup>30</sup>. »

<sup>29</sup> Philippe LOMBARDO, Loup WOLFF, *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*, DEPS, Culture – Etudes, 2020-2, 96 p.

<sup>30</sup> *Ibid.*, p. 22

### Durée journalière d'écoute de musique et de sons amplifiés selon le sexe, l'âge, la commune de résidence et les catégories socioprofessionnelles des répondant-es

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

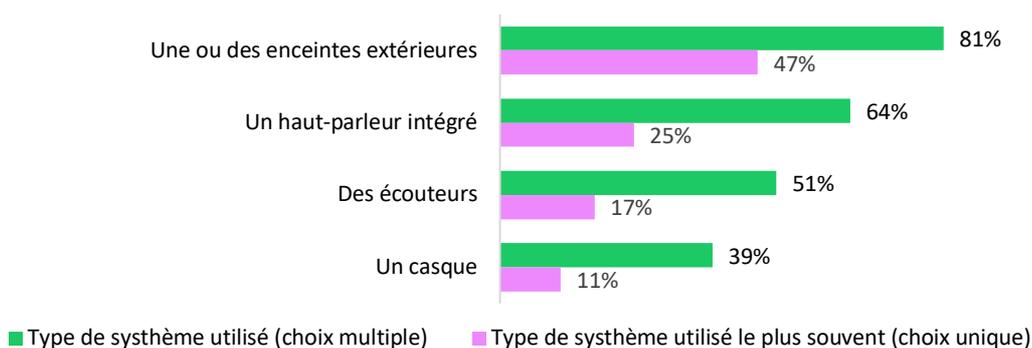


### Une diversité de conditions d'écoute

Pour écouter de la musique et/ou des sons amplifiés, 81 % des répondant-es utilisent une ou des enceintes extérieures (connectées ou bluetooth), soit la même proportion qu'en 2021. 64 % utilisent le haut-parleur intégré d'un terminal (ordinateur, smartphone, tablette, télévision, radio...), contre 59 % en 2021. **51 % emploient des écouteurs, contre 41 % en 2021, soit une progression de 10 points.** Le casque, utilisé par 39 % des répondant-es (contre 44 % en 2021) connaît un recul de 5 points. Les sorties audios les plus souvent utilisées sont les enceintes extérieures (47 %), suivies des haut-parleurs intégrés (25 %), des écouteurs (17 %) et du casque (11 %).

### Types de systèmes d'écoute utilisés par les répondant-e-s pour écouter du son

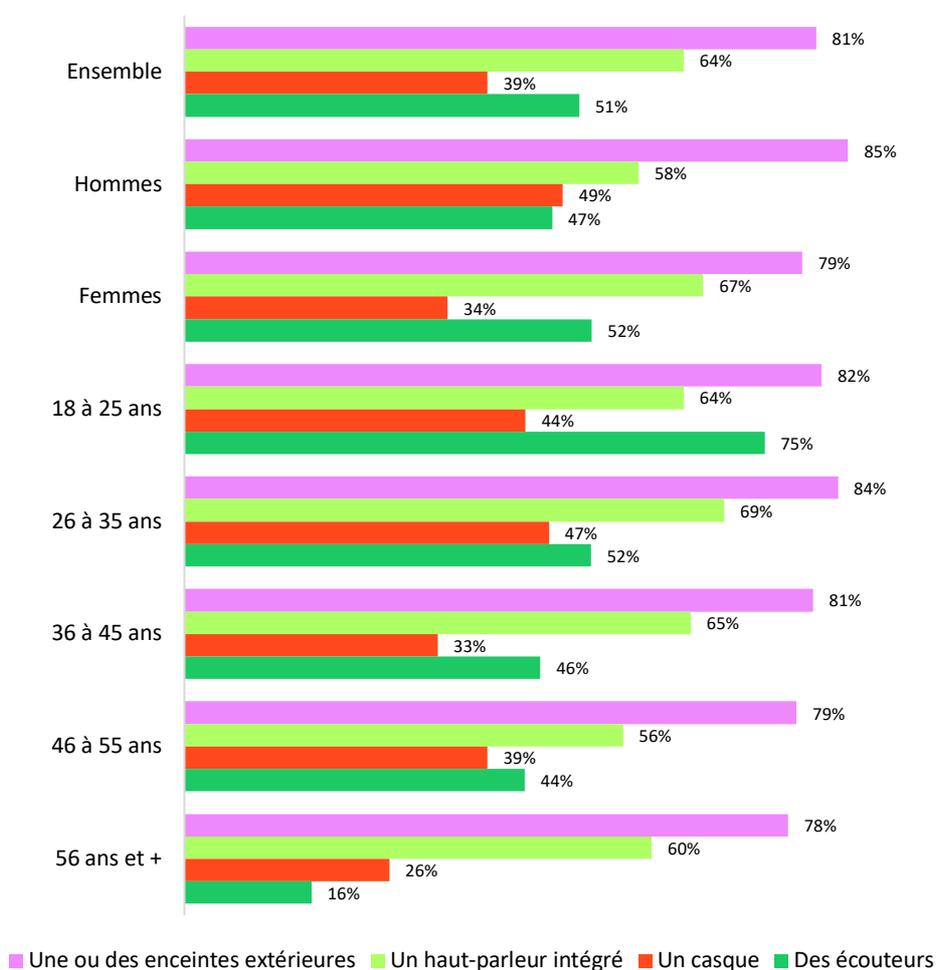
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



Les enceintes extérieures sont un peu plus employées par les hommes (85 %) que par les femmes (79 %). Ces dernières se servent en revanche plus souvent de haut-parleurs intégrés (à 67 % contre 58 %) et d'écouteurs (à 52 % contre 47 %) que les hommes, lesquels préfèrent le casque qu'ils sont 49 % à utiliser, contre 34 % des femmes seulement. Si les chiffres varient entre 2021 et 2022, les tendances restent inchangées. **Contrairement aux idées reçues, les plus jeunes sont celles et ceux qui utilisent le plus les enceintes extérieures.** C'est le cas de 82 % des 18-25 ans, 84 % des 26-35 ans et 81 % des 36-45 ans, contre 79 % des 46-55 ans et 78 % des 56 ans et plus. De manière générale, ce sont les 18-35 ans qui usent de la plus grande variété de transducteurs audios, passant aisément de l'un à l'autre : la part de celles-celles qui se servent d'enceintes extérieures (83 %), de haut-parleurs intégrés (68 %) et d'écouteurs (63 %) est supérieure à la part d'utilisateur-rices de chaque type de sortie dans les autres classes d'âge. A titre de comparaison, les 56 ans et plus sont 26 % à se servir de casques et 16 % à utiliser des écouteurs.

### Types de systèmes d'écoute utilisés selon le sexe et l'âge des répondant-es

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

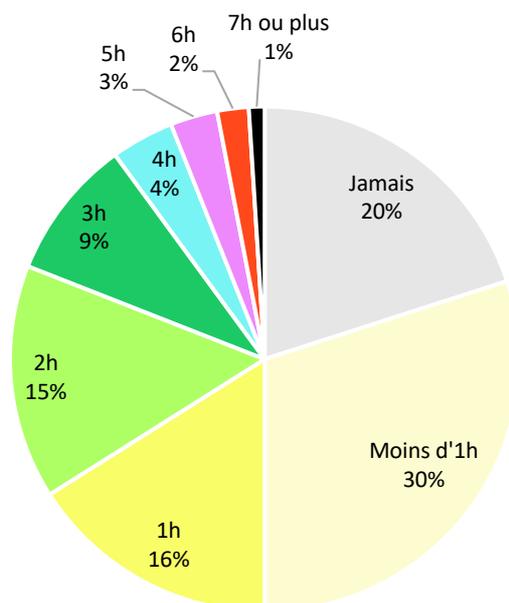


En moyenne, les amateur-rices de casques et d'écouteurs les utilisent 1h25 par jour. 30 % des répondant-es s'en servent moins d'une heure et 31 % une à deux heures par jour. Ces résultats sont équivalents à ceux obtenus en 2021. **Sans surprise, les 18-25 ans, et dans une moindre mesure les 26-35 ans, comptabilisent des durées d'écoute journalière au casque ou aux écouteurs supérieures**

à celles des autres tranches d'âge : 2h15 pour les premier-es (contre 2h30 en 2021) et 1h25 pour les second-es (contre 1h35 en 2021). Les habitant-es de l'Île-de-France passent aussi plus de temps au casque ou avec des écouteurs que les autres Français-es (2h15 par jour en moyenne contre 2h05 en 2021), sans doute en raison des temps de transport public importants auxquels ils et elles sont confrontés. La diversification des appareils audios, « de l'arrivée des chaînes hi-fi dans les ménages aux baladeurs et jusqu'aux smartphones, désormais premier terminal culturel nomade<sup>31</sup> » a fortement contribué à la massification de l'écoute de musique et, plus largement, des pratiques numériques.

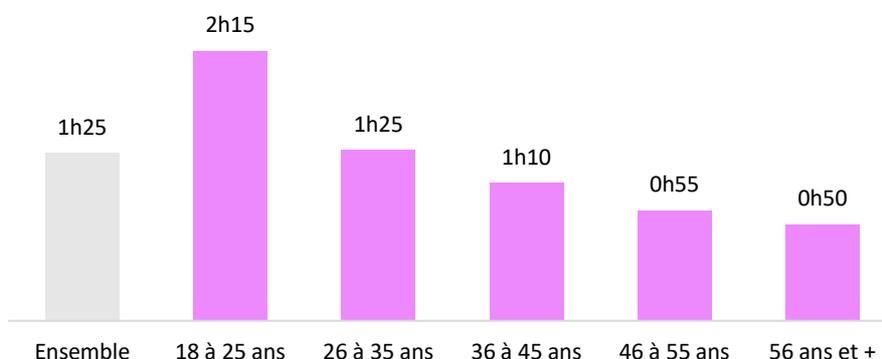
#### Durées journalières moyennes d'écoute de musique et de sons amplifiés au casque ou aux écouteurs

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



#### Durée journalière moyenne d'écoute de musique et de sons amplifiés au casque ou aux écouteurs selon l'âge des répondant-es

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



<sup>31</sup> Ibid., p. 8

### III. LE RAPPORT DES PUBLICS AUX RISQUES AUDITIFS

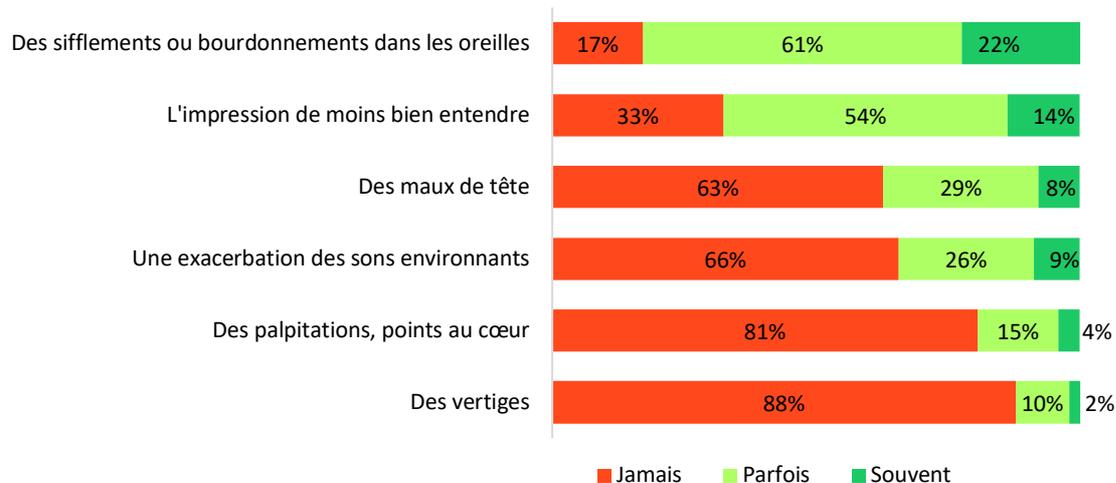
#### 3.1. PRÉVALENCE DES TROUBLES AUDITIFS ET PERCEPTION DU RISQUE

##### 93 % des répondant·es ont déjà ressenti au moins un trouble auditif

Après une exposition au son, en concert ou dans la vie de tous les jours, 83 % des répondant·es ont déjà éprouvé des sifflements ou des bourdonnements dans les oreilles (acouphènes). Si cette proportion est exactement la même qu'en 2021, **tous les autres troubles auditifs obtiennent des scores supérieurs en 2022** : 68 % des répondant·es ont déjà eu l'impression de moins bien entendre (contre 59 % en 2021, soit +9 points), 35 % ont déjà ressenti une exacerbation des sons environnants (+6 points), 37 % des maux de tête (+9 points), 19 % des palpitations ou des points au cœur (+4 points) et 12 % des vertiges (+6 points). Au total, **ce sont 93 % des répondant·es qui ont déjà éprouvé un trouble auditif, contre 91 % en 2021 (+2 points) et 56 % en 2011 (+37 points).**

##### Troubles auditifs ressentis par les répondant·es après une exposition au son en concert ou dans la vie de tous les jours

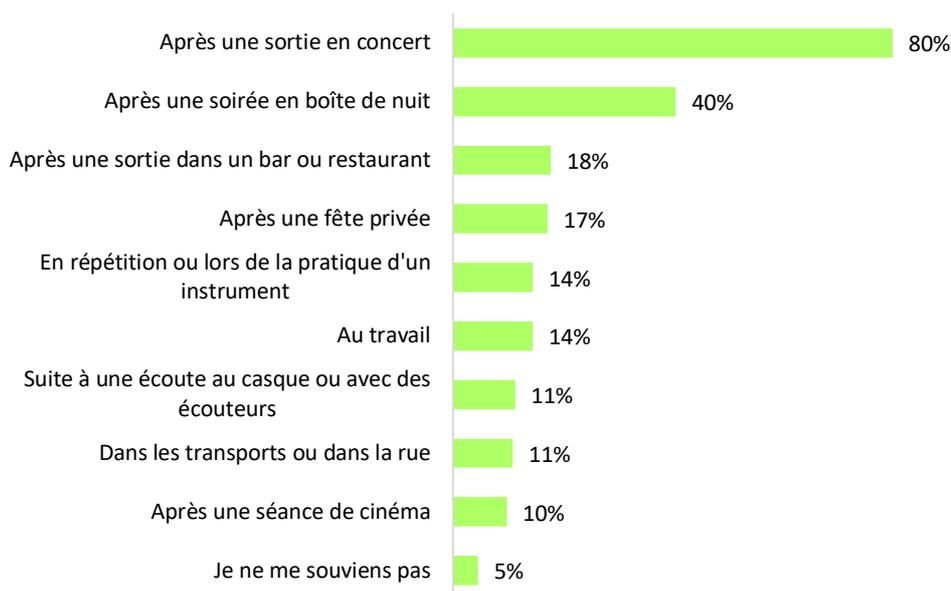
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



Dans la grande majorité des cas, les troubles auditifs sont apparus après un concert (80 %, +1 point par rapport à 2021) ou une soirée en club ou en boîte de nuit (40 %, +7 points). 11 % des cas mettent en cause une écoute au casque ou au moyen d'écouteurs.

### Contexte du ou des chocs auditifs déjà ressentis par les répondant-es concerné-es

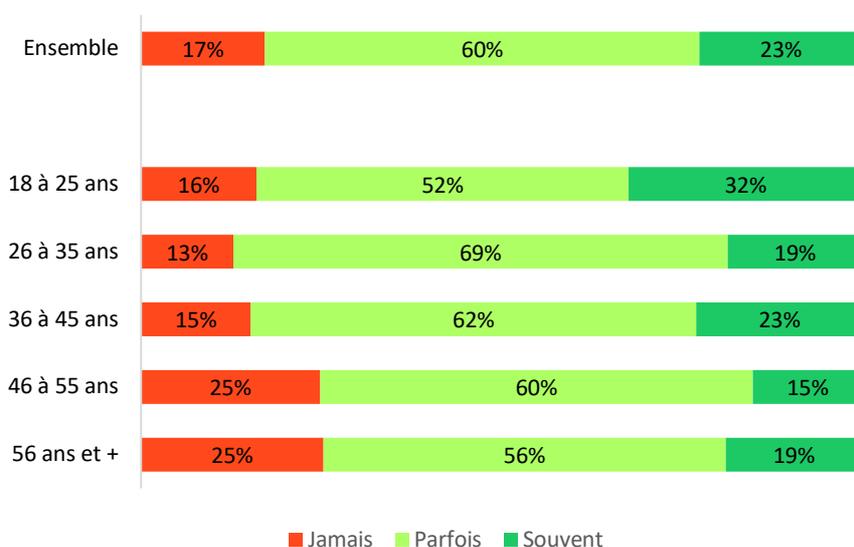
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



Les femmes sont moins sujettes aux acouphènes que les hommes (81 % contre 86 %), mais davantage aux maux de tête, aux vertiges et aux palpitations. Au total, près d'un quart (23 %) des répondant-es déclarent souffrir souvent d'acouphènes. En 2022 comme en 2020, **c'est parmi les 26-35 ans que la prévalence des acouphènes est la plus élevée** (87 % de répondant-es concerné-es). Mais **les plus fréquemment touchés sont les 18-25 ans : un tiers d'entre elles-eux (32 %) ressentent souvent des sifflements ou des bourdonnements d'oreille**. Ces chiffres particulièrement alarmants peuvent être mis en relation avec l'écoute prolongée de musique avec des écouteurs et au casque, plus fréquente au sein des tranches les plus jeunes et qui laisse peu de repos à l'appareil auditif.

### Fréquence des acouphènes ressentis par les répondant-es selon l'âge

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

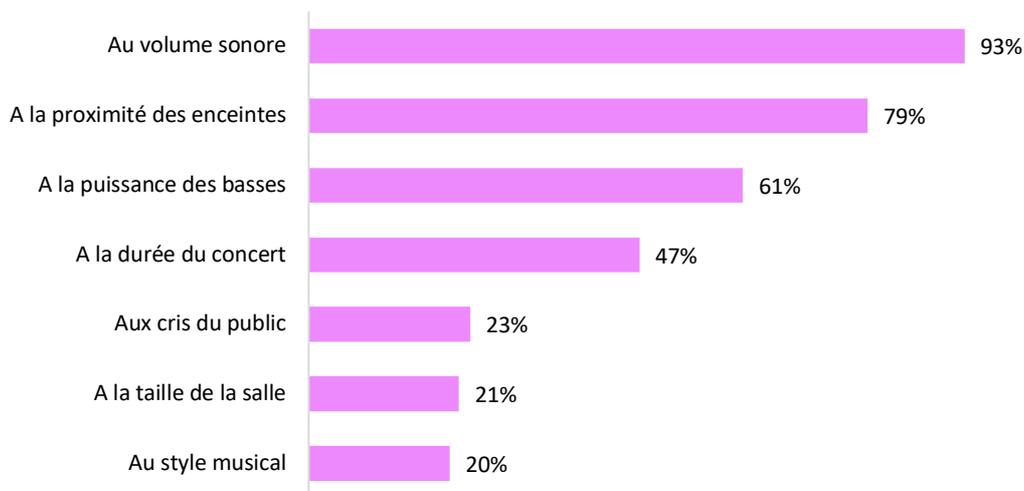


## Durée d'exposition au son et intensité des fréquences basses : des risques mieux identifiés

Une très large majorité des répondant-es associent les risques auditifs en concert d'abord au volume sonore (93 %, +1 point par rapport à 2021), puis à la proximité des enceintes (79 %, +2 points). La puissance des fréquences basses inquiète 61 % des répondant-es<sup>32</sup>, tandis que 47 % se préoccupent de la durée d'exposition au son. Encore sous-estimé par le public, mais mieux identifié qu'en 2021 (+8 points), ce facteur de risques est particulièrement important lors des festivals, où les affiches se succèdent.

### Selon les répondant-es, les risques auditifs en concert sont liés...

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



## Des niveaux sonores moins bien supportés depuis la pandémie

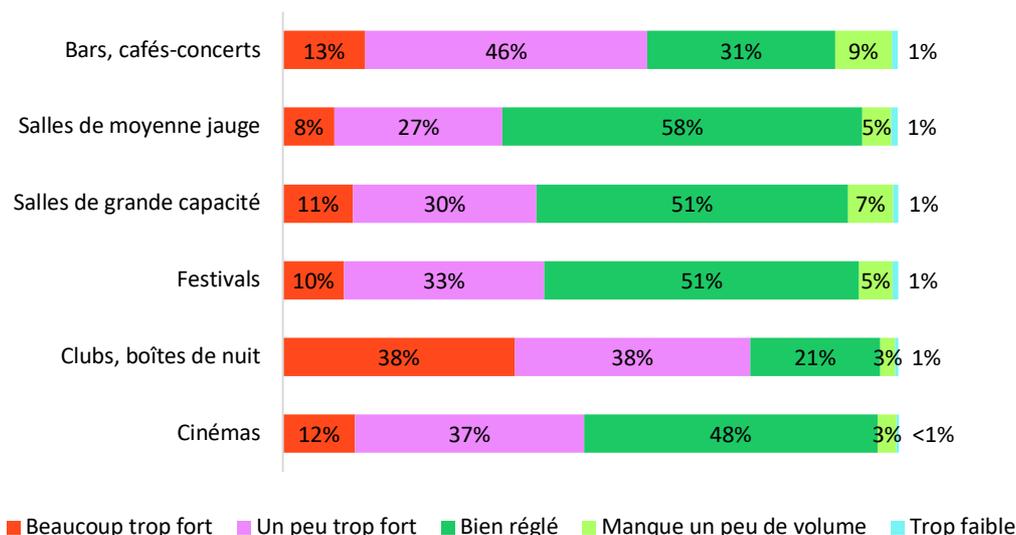
Une majorité de répondant-es considèrent le son comme bien réglé dans les grandes salles et dans les festivals (51 %), et en tout premier lieu, dans les petites et moyennes salles de concert (58 %). Pour autant, 43 % du public des festivals et 41 % de celui des grandes salles y trouve le volume sonore un peu ou beaucoup trop fort, de même que 36 % du public des petites et moyennes salles. Malgré les effets du décret de limitation sonore en concert du 7 août 2017, entré en vigueur le 1<sup>er</sup> octobre 2018, **la part des spectateur-rices gênés par le niveau sonore dans les petites et moyennes salles remonte en 2022, après une baisse significative en 2021 (+7 points) : 27 % des spectateur-rices estiment qu'il y est un peu trop fort et 8 % beaucoup trop fort.** Il est probable qu'avec l'interruption des concerts durant la crise sanitaire, les publics se soient déshabitués des volumes sonores élevés.

Les autres lieux exposant le public à de forts niveaux sonores sont quant à eux jugés encore plus sévèrement par les spectateur-rices. Les cinémas et les bars et cafés-concerts sont respectivement considérés comme trop bruyants par 49 % et 59 % d'entre elles et eux (contre 49 % et 53 % en 2021). Mais ce sont toujours les boîtes de nuit qui arrivent en tête des lieux les plus bruyants, avec 76 % de client-es gênés par le volume sonore excessif (contre 71 % en 2021, soit une progression de 5 points).

<sup>32</sup> La question a été posée pour la première fois cette année, elle ne figurait pas dans les précédentes éditions du baromètre.

### Perception par les répondant-es du volume sonore dans différents lieux de concert

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



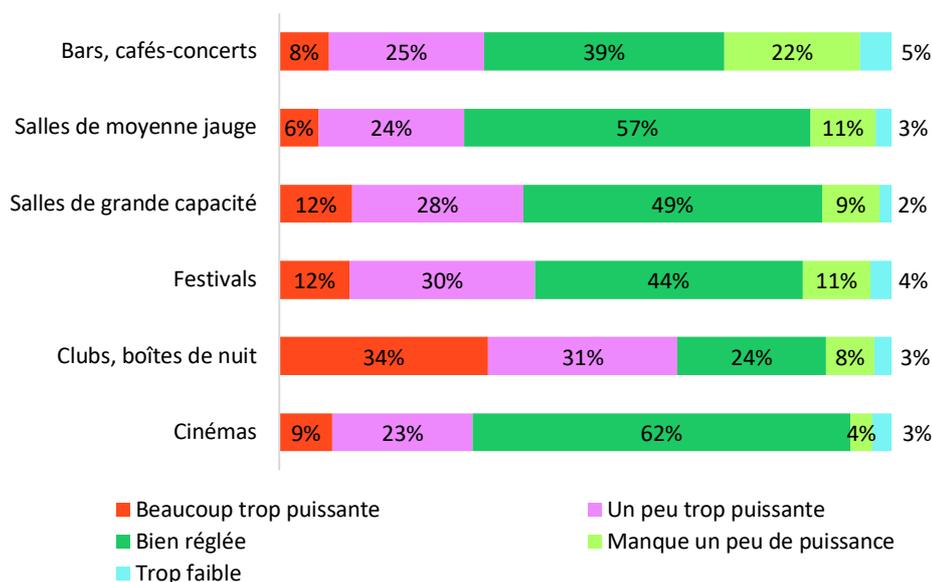
En 2022, les répondant-es au baromètre ont été interrogés pour la première fois sur leur perception des fréquences basses en concert. A l'origine de sensations vibratoires procurant une agréable envie de danser<sup>33</sup>, elles connaissent un engouement croissant dans les salles de concert et les boîtes de nuit. En effet, « les performances accrues des systèmes électroacoustiques et certains choix artistiques sollicitant plus fréquemment les très basses fréquences ont conduit à la génération de sons de très forts niveaux dans la gamme "20-80 Hz". Cette extension de la bande passante vers les graves est source de nuisances sonores pour le voisinage aussi bien dans le cadre d'événements en plein air, pour lesquels ces fréquences peuvent se propager sur de très longues distances, que pour la diffusion en salles, où les parois et les planchers isolent généralement très peu dans cette gamme fréquentielle<sup>34</sup> ». Les sons de basse fréquence peuvent en outre provoquer des troubles et lésions du système auditif (notamment des acouphènes), mais aussi d'autres organes (troubles cardio-vasculaires, décollement de la plèvre...). Les répondant-es à l'enquête n'y sont pas indifférent-es : plus de 6 personnes sur 10 (65 %) les jugent un peu ou beaucoup trop puissantes dans les clubs et boîtes de nuit. Il en va de même pour 4 personnes sur 10 concernant les festivals (42 %) et les salles de grande capacité (40 %) et pour une personne sur 3 concernant les bars et cafés-concerts (33 %), les cinémas (32 %) et les salles de petite et moyenne jauge (30 %).

<sup>33</sup> SCIENCES ET AVENIR, « La science le confirme : pour faire danser, allumez les basses », *sciencesetavenir.fr*, 7 novembre 2022

<sup>34</sup> Manuel MELON, David ROUSSEAU, « La gestion des sons de très basses fréquences dans le domaine de l'audio », *Acoustique et techniques*, n° 67, 2011, p. 46

### Perception par les répondant-es de l'intensité des fréquences basses dans différents lieux de concert

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



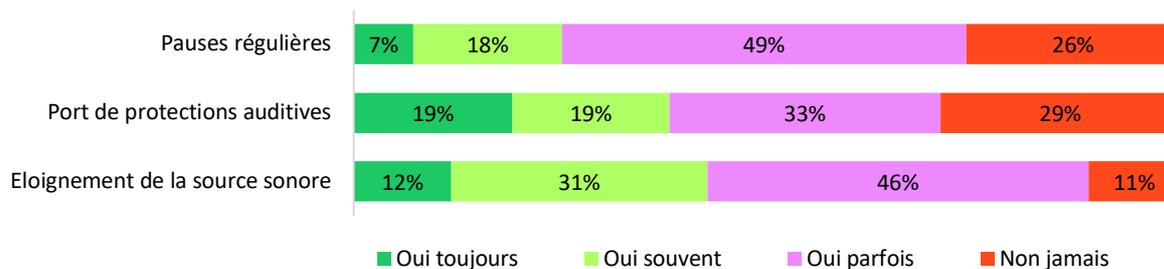
## 3.2. LES COMPORTEMENTS DE PROTECTION DU PUBLIC

### Les publics alternent les comportements de protection

Face aux risques auditifs, **les publics des concerts de musiques actuelles alternent différentes stratégies de protection**. La plus répandue consiste à s'éloigner de la source sonore (les enceintes) et concerne, comme en 2021, 89 % des répondant-es. Viennent ensuite les pauses à l'écart du son, adoptées par 74 % des répondant-es, contre 56 % en 2021. On peut rapprocher ce bond spectaculaire de 18 points d'une meilleure prise en compte par les publics de la durée d'exposition au son en tant que facteur de risques auditifs (voir supra). Enfin, le port de protections auditives est retenu par 71 % des spectateur-rices (contre 69 % en 2021, +2 points). Comme en 2021, moins de 5 % des répondant-es déclarent ne jamais faire de pause, ne jamais porter de protections auditives et ne jamais s'éloigner de la source sonore.

#### Stratégies de protection de l'audition des répondant-es

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



En 2021, l'éloignement des enceintes était un peu plus souvent mobilisé par les femmes. C'est l'inverse en 2022, avec 87 % de spectatrices concernées pour 92 % de spectateurs. Les pauses à l'écart du son sont indifféremment le fait des deux sexes. En revanche, **le port de protections auditives est toujours une stratégie nettement plus masculine : deux-tiers des femmes seulement (66 %) en utilisent contre plus des trois-quarts des hommes (77 %)** qui sont, rappelons-le, des spectateurs plus assidus (et visiblement mieux équipés) des concerts de musiques amplifiées.

Comme en 2021, les personnes âgées de 46 ans et plus préfèrent s'éloigner de la source sonore, tandis que les moins de 46 ans privilégient les pauses à l'écart du son. **Concernant les protections auditives, 39 % des plus jeunes (18-25 ans) et 33 % des plus âgés (56 ans et plus) n'en portent jamais, contre 29 % de l'ensemble des répondant-es.**

**Le niveau de diplôme apparaît comme une variable significative des stratégies de protection, systématiquement plus mobilisées par les titulaires d'un diplôme de niveau bac + 3 ou supérieur que par les autres répondant-es :** plus de 90 % d'entre elles et eux s'éloignent des enceintes et plus des trois-quarts font des pauses à l'écart du son et portent des protections auditives.

#### Stratégies d'éloignement des enceintes et de pauses à l'écart du son mises en œuvre par quelques catégories de répondant-es

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

Non, jamais	Oui, parfois, souvent ou toujours
-------------	-----------------------------------

##### Pauses à l'écart du son

	Non, jamais	Oui, parfois, souvent ou toujours
<b>Ensemble</b>	<b>26 %</b>	<b>74%</b>
Femmes	26 %	74%
Hommes	26 %	74%
18 à 25 ans	25 %	75%
26 à 35 ans	24 %	76%
36 à 45 ans	24 %	76%
46 à 55 ans	28 %	72%
56 ans et +	35 %	65%
Bac ou < ou sans diplôme	34 %	66%
Bac +2 / BTS	35 %	65%
Bac + 3	12 %	88%
Bac +4 et plus	23 %	77%

##### Protections auditives

	Non, jamais	Oui, parfois, souvent ou toujours
<b>Ensemble</b>	<b>29 %</b>	<b>71%</b>
Femmes	34 %	66%
Hommes	23 %	77%
18 à 25 ans	39 %	61%
26 à 35 ans	24 %	76%
36 à 45 ans	27 %	73%
46 à 55 ans	28 %	72%
56 ans et +	33 %	67%
Bac ou < ou sans diplôme	41 %	59%
Bac +2 / BTS	25 %	75%
Bac + 3	21 %	79%
Bac +4 et plus	24 %	77%

Non, jamais	Oui, parfois, souvent ou toujours
-------------	--------------------------------------

#### Eloignement des enceintes

Ensemble	11 %	89 %
Femmes	14 %	87 %
Hommes	8 %	92 %
18 à 25 ans	19 %	81 %
26 à 35 ans	11 %	89 %
36 à 45 ans	12 %	88 %
46 à 55 ans	4 %	96 %
56 ans et +	8 %	92 %
Bac ou < ou sans diplôme	20 %	80 %
Bac +2 / BTS	8 %	92 %
Bac + 3	4 %	96 %
Bac +4 et plus	8 %	92 %

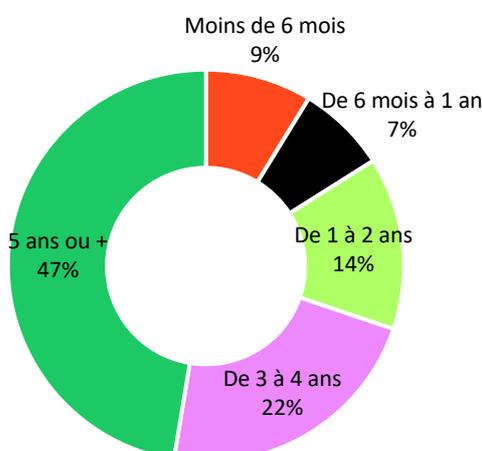
## Le port de protections auditives : un comportement occasionnel mais ancré

**Malgré des sorties fréquentes, près d'un tiers (29 %) des répondant-es n'utilisent jamais de protections auditives (bouchons ou casque) en concert.** Certes, le taux d'équipement en protections auditives ne cesse d'augmenter d'année en année (+17 points depuis 2018), mais leur emploi demeure occasionnel pour près un tiers des répondant-es : 33 % en mettent parfois, 19 % souvent et 19 % également en portent toujours. La part des spectateur-rices portant systématiquement des protections auditives en concert semble même subir une légère baisse depuis la pandémie : elle s'élevait à 22 % en 2019 (-3 points).

47 % des utilisateur-rices de protections auditives en portent depuis cinq ans et plus, contre 44 % en 2019 (+3 points). La part des utilisateur-rices récentes (depuis moins d'un an) s'élève à 16 %. En baisse en 2020 du fait de la suspension des concerts durant la crise sanitaire, elle retrouve son niveau d'avant la pandémie et augment même légèrement par rapport à 2019 (+2 points).

#### Ancienneté de l'usage de protections auditives chez les répondant-es concernés

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

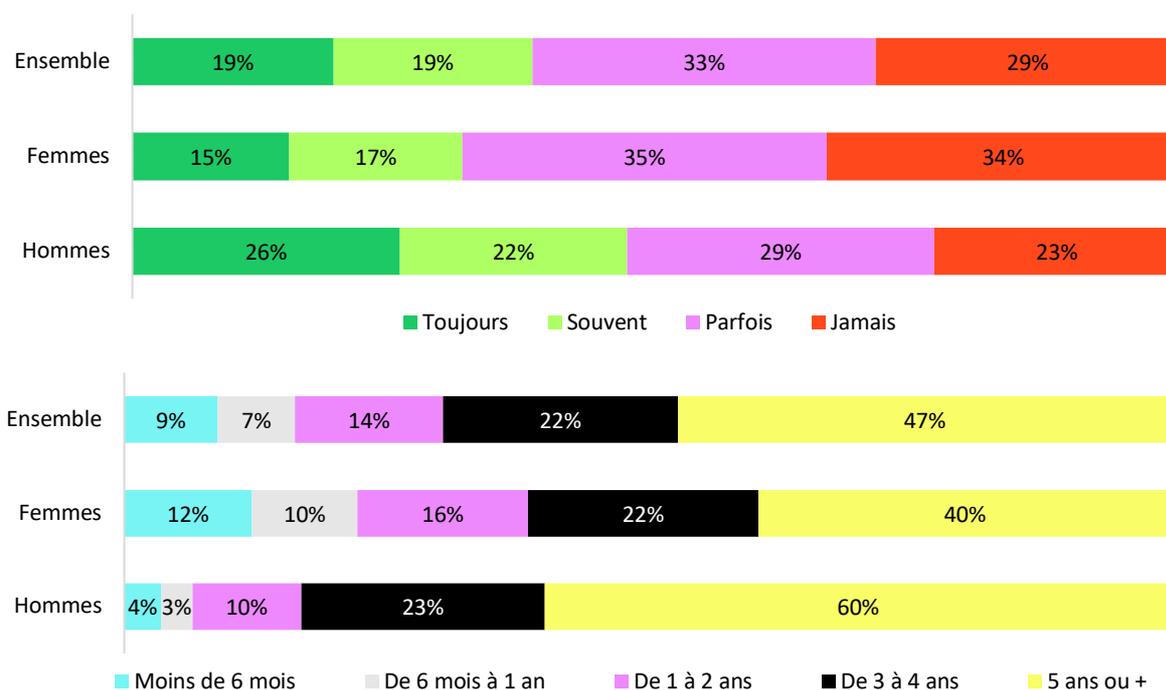


## Des écarts d'utilisation des protections auditives selon le sexe, l'âge et le niveau de diplôme

Moins bien équipées que les hommes en matière de protections auditives (voir supra), les femmes en portent aussi moins souvent et depuis moins longtemps que les hommes : 40 % le font depuis 5 ans ou plus contre 60 % des hommes et 12 % en utilisent depuis moins d'un an, contre 4 % des hommes.

Fréquence d'utilisation et ancienneté de l'usage de protections auditives selon le sexe des répondant-es concernés

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



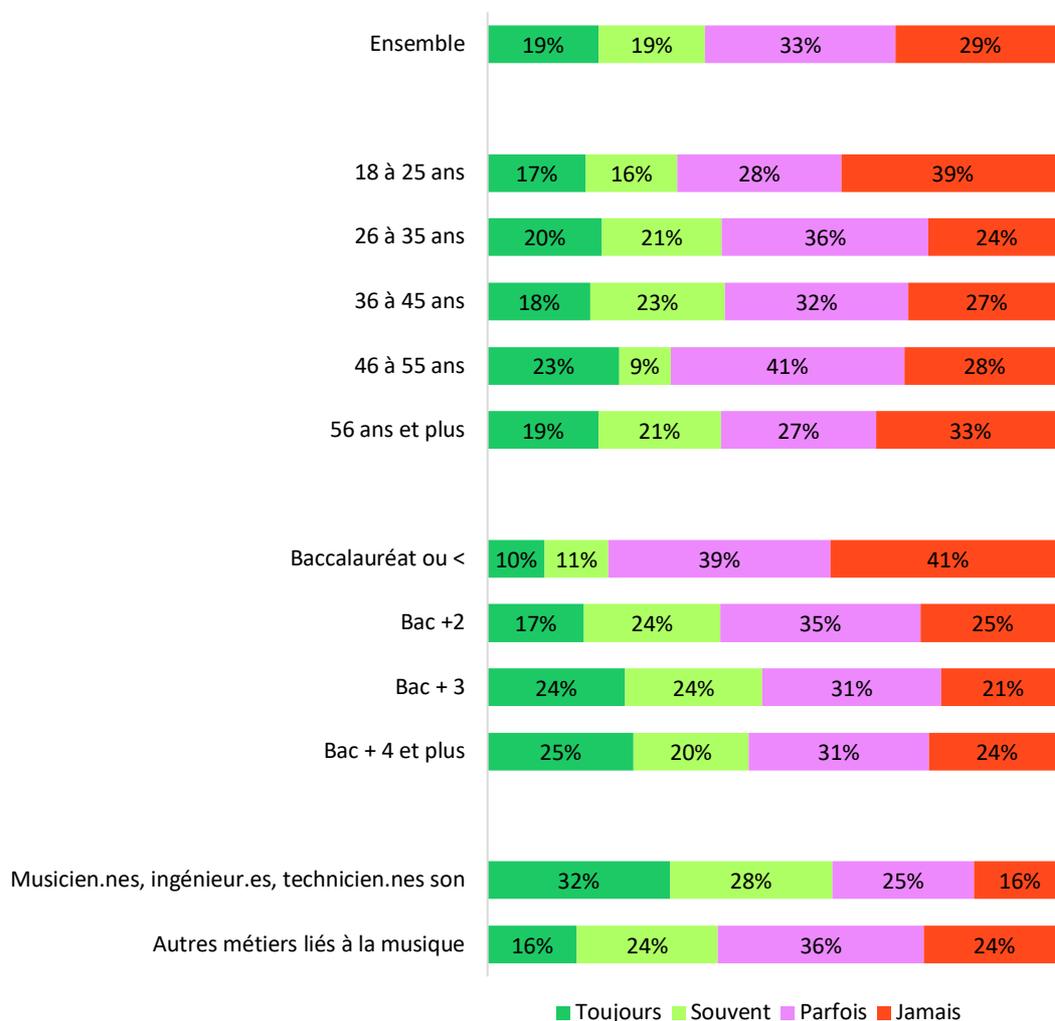
Comme en 2021, le port occasionnel de casques ou bouchons d'oreille (correspondant à la réponse « parfois ») est moins répandu chez les plus jeunes que parmi l'ensemble des spectateur-rices, révélant des pratiques assez clivées en matière de protections auditives au sein de la tranche d'âge. Si le taux d'utilisateur-rices de protections auditives s'élève avec le niveau de diplôme (voir supra), il en va de même pour la fréquence de leur utilisation : les personnes ne détenant aucun diplôme du supérieur ne sont que 10 % à en porter systématiquement en concert, contre 25 % des titulaires d'un diplôme de niveau bac + 4 ou supérieur. **Les professionnel·les du secteur musical**, et tout particulièrement celles et ceux qui travaillent avec le son, sont mieux sensibilisé-es aux risques auditifs que l'ensemble des répondant-es, mais ils **sont tout de même 22 % à ne jamais utiliser de protections auditives (+4 points par rapport à 2021) et à peine 20 % à en utiliser systématiquement en concert**. Ces résultats ouvrent le champ à une réflexion de fond sur l'activité de travail réelle, faite par définition de difficultés à contourner, de problèmes à résoudre, de ressources à mobiliser, de collaborations à assurer ou encore de représentations propres au métier<sup>35</sup>,

<sup>35</sup> Voir par exemple à ce sujet les travaux de Christophe Dejours ou de Pascale Molinier sur les stratégies collectives de défense face aux risques réels de l'activité.

susceptibles de favoriser la protection ou au contraire le déni des risques auditifs en situation professionnelle.

### Fréquence d'utilisation des protections auditives par les répondant-es selon l'âge, le niveau de diplôme et certains métiers de la musique

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

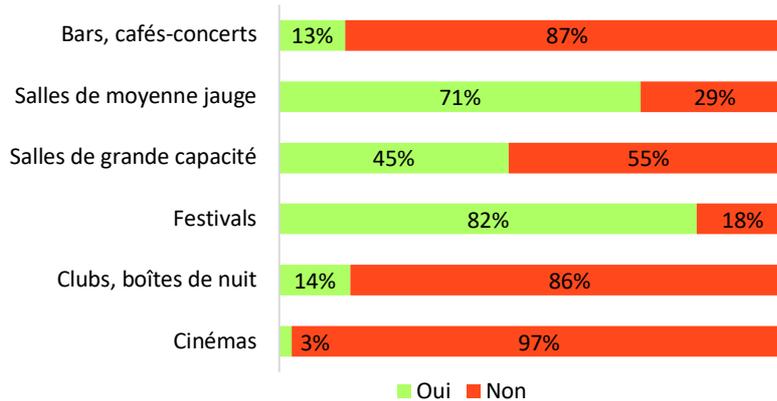


### Accessibilité des bouchons d'oreille : des disparités à combler selon les lieux

Comme en 2021, **les bouchons jetables en mousse constituent les protections auditives les plus couramment utilisées**. Ils sont portés par 53 % du public des concerts de musiques actuelles, lequel souligne cependant leur piètre qualité de restitution du son en leur attribuant la note de 2,59 sur 5. Après avoir été distribués gratuitement pendant de nombreuses années par le réseau AGI-SON, les bouchons jetables en mousse le sont maintenant par décret dans l'ensemble des salles. Pour autant, leur accessibilité ne semble pas également effective selon les lieux de concert. Les spectateur-rices relatent ainsi qu'il leur est facile de s'en procurer dans les festivals (82 %) et dans les salles de petite et moyenne jauge (71 %), mais observent qu'il est difficile d'en obtenir dans les salles de grande capacité (55 %), dans les clubs et boîtes de nuit (86 %), dans les bars et cafés-concerts (87 %) et plus encore dans les cinémas (97 %).

### Facilité d'accès gratuit aux bouchons en mousse selon les lieux

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



Les bouchons standards réutilisables (ou plugs) sont quant à eux jugés plus confortables que les bouchons en mousse (3,55 sur 5) et sont utilisés par 29 % des spectateur·rices. Les bouchons moulés sur mesure sont sans surprise les mieux notés pour leur confort (4,31 sur 5), mais ils ne concernent qu'une minorité d'utilisateur·rices (18 %). Ils restituent le son plus fidèlement que les autres types de protection, mais représentent un investissement coûteux (environ 100 euros) et nécessitent d'avoir été acquis en amont du concert. Adaptés à un usage intensif, ils sont particulièrement prisés des professionnel·les de la musique et du son. Enfin, les personnes qui protègent leur audition ont peu recours au casque (9 %), bien que cette solution obtienne une appréciation comparable aux bouchons standards réutilisables (3,21 sur 5).

### Part d'utilisateur·rices et confort des différents types de protections auditives

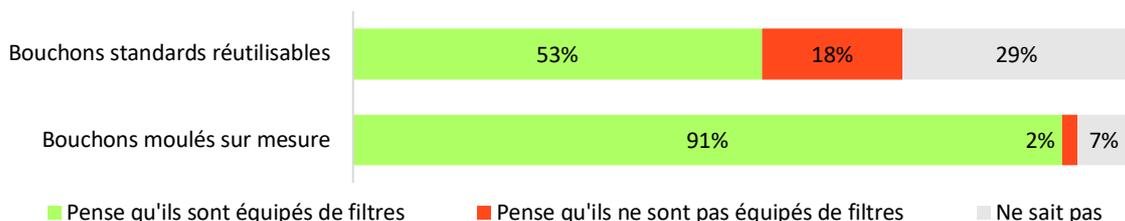
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

Type de protections auditives	Part d'utilisateur·rices en concert	Note de confort moyenne attribuée par les utilisateur·rices
Bouchons en mousse jetables	53 %	2,59 / 5
Bouchons standards réutilisables	29 %	3,55 / 5
Bouchons moulés sur mesure	18 %	4,31 / 5
Casques de protection	9 %	3,21 / 5

Notons que la connaissance des bouchons réutilisables et de leur efficacité est en progression, mais reste parcellaire au sein du public : 29 % des utilisateur·rices de bouchons standards ne savent pas s'ils sont équipés de filtres acoustiques et 18 % pensent qu'ils ne le sont pas. Les utilisateur·rices de bouchons moulés sont mieux renseignés sur leurs protections auditives : 91 % savent qu'ils contiennent des filtres acoustiques.

### Connaissance de la présence de filtres dans les bouchons utilisés

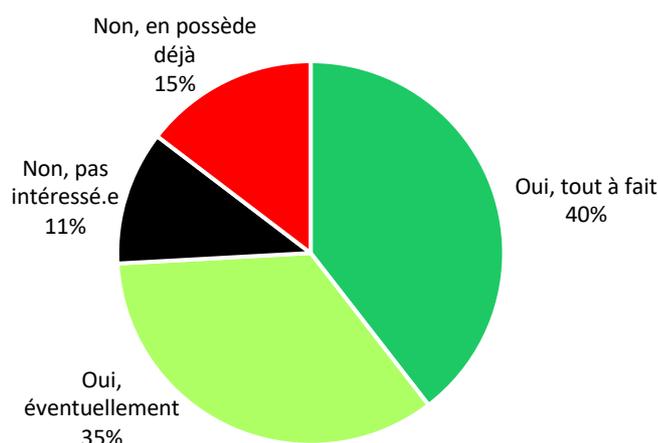
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



Comme en 2021, **trois quarts des répondant-es (75 %) se disent intéressés par l’acquisition de bouchons avec filtres**, plus respectueux du spectre sonore, et 40 % d’entre elles et eux se déclarent « tout à fait prêts » à réaliser cet achat. 85 % ignorent encore qu’il est possible de se fournir à moindre coût en casques, ainsi qu’en bouchons standards et sur-mesure, sur le site [www.earweare.org](http://www.earweare.org), mis en ligne en novembre 2022, soit à peine trois mois avant le terme de la passation du questionnaire.

#### Projet d'achat de bouchons avec filtres parmi les répondant-es

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



### L’audition des mineur-es : un capital à mieux protéger

Comme en 2021, 40 % des répondant-es fréquentent parfois les festivals et/ou les concerts avec un ou plusieurs mineur-es de moins de 18 ans, contre 22 % en 2019. Ce quasi doublement des sorties familiales fait écho au développement des spectacles pour le jeune public dans les salles, lesquels représentaient 4 % des concerts programmés par les structures adhérentes de la FEDELIMA en 2019<sup>36</sup>. Il rappelle également que les musiques actuelles font l’objet de transmissions générationnelles et d’interactions non hiérarchisées au sein des fratries et de l’espace familial<sup>37</sup>. 72 % des répondant-es concernés vont ainsi voir des concerts avec des adolescent-es âgés de 12 à 18 ans (+11 points par rapport à 2021) et 43 % avec des enfants de moins de 12 ans (-9 points), tant en salle (37 %) qu’en festival (19 %), voire les deux cumulativement (45 %). **Ces adultes sont en majeure partie des femmes (72 %)**, massivement en charge de la transmission des pratiques artistiques et culturelles au sein des familles<sup>38</sup>, et dont on a vu qu’elles portent moins souvent des protections auditives, et depuis moins longtemps, que les hommes.

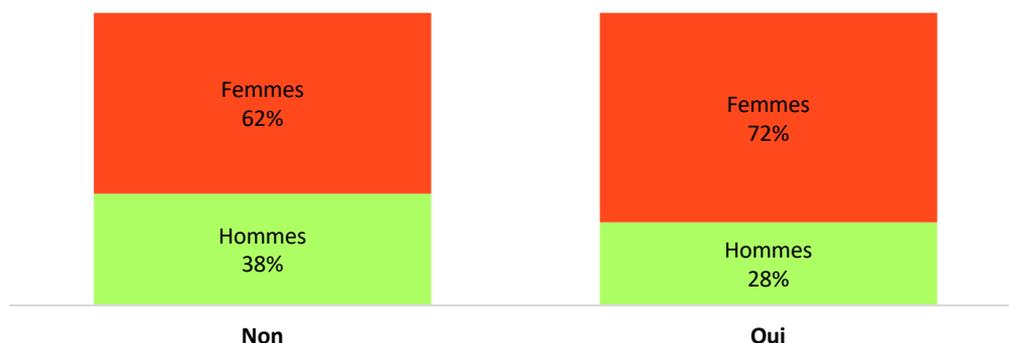
<sup>36</sup> Hyacinthe CHATAIGNE, *op. cit.*, p. 6

<sup>37</sup> Sylvain MARTET, « Les disques des parents. Récits de circulation de la musique au sein de la famille », *Volume !* 18 : 2, 2021, p. 135-148

<sup>38</sup> Voir à ce sujet Olivier DONNAT, *op. cit.*, 2005

### Sorties des répondant·es en concert ou festival avec des mineur·es

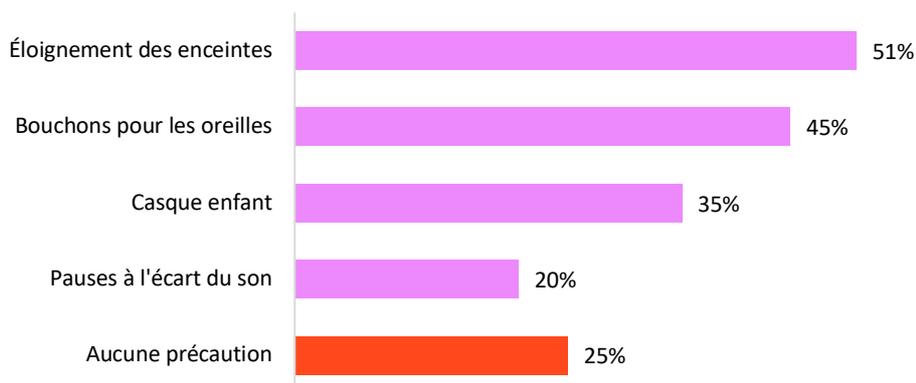
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2021-2022 ; AGI-SON / Opale



Au total, 51 % des adultes concernés veillent à éloigner les mineur·es des enceintes (-2 points par rapport à 2021), 45 % leur font porter des bouchons d'oreille (-2 points), 35 % optent pour un casque pour enfant (-7 points) et 20 % leur ménagent des pauses à l'écart du son (même score qu'en 2021). **Un quart d'entre elles et eux (25 %) déclarent cependant ne prendre aucune précaution particulière pour protéger l'audition des mineur·es qui les accompagnent.**

### Précautions prises pour les mineur·es accompagnés en concert

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



## 3.3. LES RELAIS D'INFORMATION SUR LES RISQUES AUDITIFS

### Vers une digitalisation de la prévention des risques auditifs

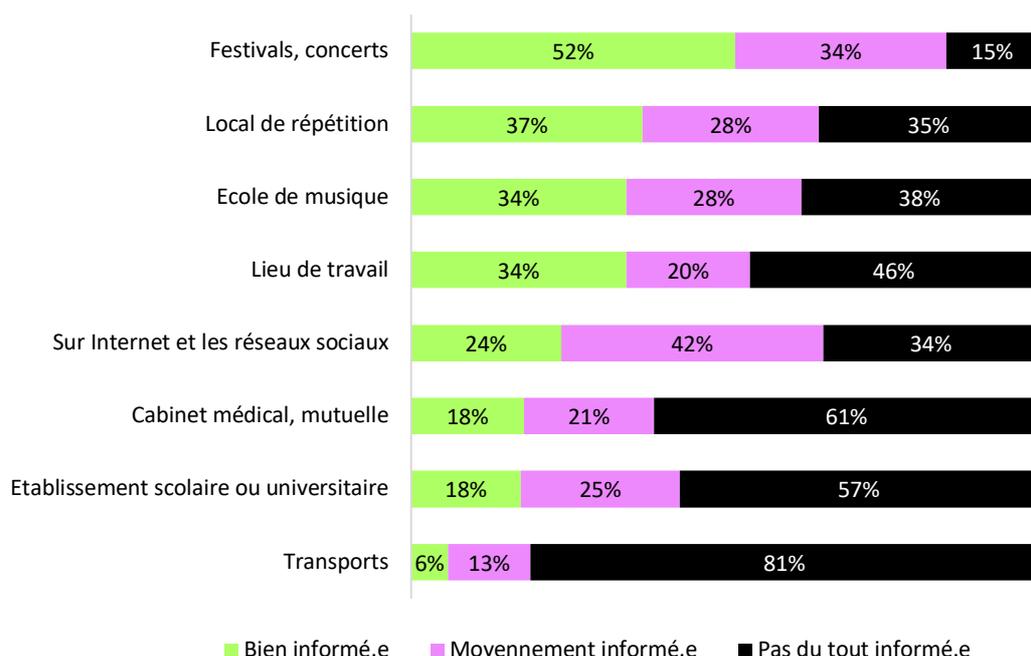
Certains espaces sont identifiés par les publics de concert comme des relais de l'information sur les risques auditifs. C'est le cas des festivals et des concerts, cités par 86 % des répondant·es, d'Internet et des réseaux sociaux (66 %), des locaux de répétition (65 %) ou encore des écoles de musique (62 %). Ces résultats sont quasiment identiques à ceux des précédents baromètres, à l'exception des outils numériques, qui se hissent à la deuxième place des principaux relais d'information en 2022 (+3 points par rapport à 2021) et des lieux de travail, mentionnés par 54 % des répondant·es (contre 48 % en 2021, soit une progression de 6 points).

Les relais par lesquels les répondant·es s'estiment les mieux informés restent les festivals et les salles de concerts (52 %), suivis des locaux de répétition (37 %), des écoles de musique et des lieux de travail (34 %), loin devant Internet et les réseaux sociaux (24 %). Ils et elles reconnaissent par-là le travail de longue haleine mené par les professionnel·les des musiques actuelles via le réseau AGI-SON.

A l'inverse, les publics estiment ne pas être informés via les transports publics (81 %), les cabinets médicaux (61 %) et les établissements scolaires ou universitaires (57 %).

#### Niveau d'information des répondant·es selon les lieux relais

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale

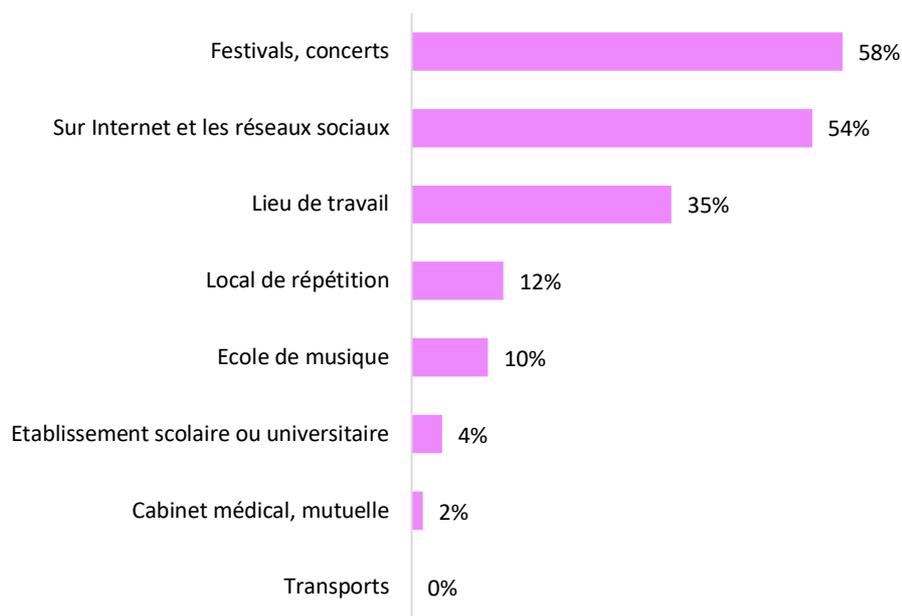


### Réception de la nouvelle campagne de prévention EAR WE ARE

23 % des répondant·es ont identifié la nouvelle campagne de prévention des risques auditifs EAR WE ARE, lancée en octobre 2022, tout juste trois mois avant le terme de l'enquête. 20 % des répondant·es avaient identifié la campagne HEIN ?! en 2021, ce qui entérine une progression prometteuse de 3 points. Parmi eux·elles, 58 % l'ont découverte en festival ou en concert (contre 71 % en 2021, soit une baisse de 13 points), 54 % sur Internet ou les réseaux sociaux (soit une progression de 8 points) et 12 % dans des locaux de répétition (-12 points). 35 % des répondant·es, essentiellement des professionnel·les du secteur de la musique (à 91 %), en ont pris connaissance sur leur lieu de travail (+8 points), ce qui met en exergue l'importance de la campagne EAR WE ARE dans la prévention des risques professionnels.

### Lieux où la campagne EAR WE ARE a été vue par les répondant-es concernés

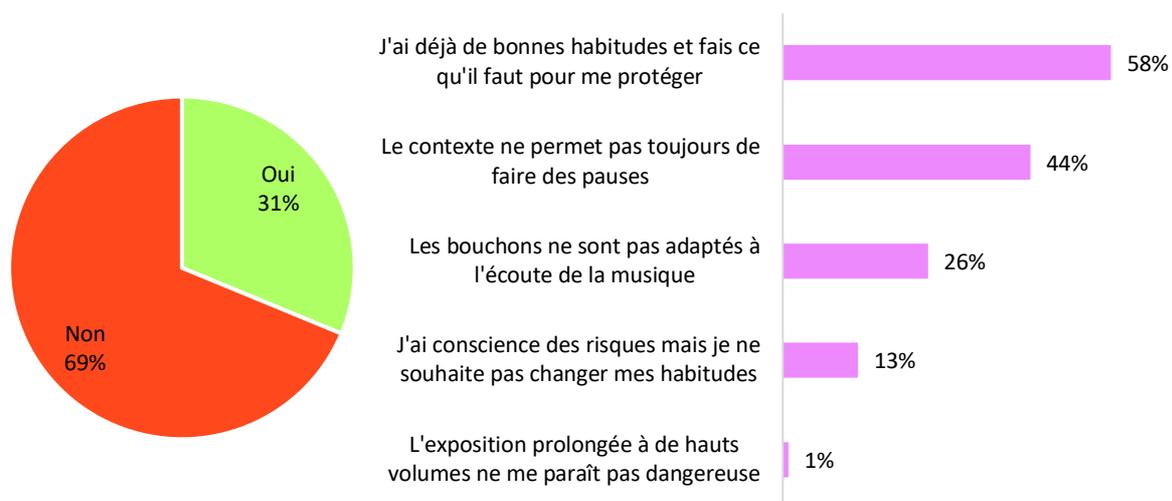
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



Parmi les personnes ayant identifié la campagne de prévention EAR WE ARE, un tiers des répondant-es (31 %) sont disposés à changer leurs habitudes. Celles et ceux qui ne l'estiment pas nécessaire considèrent massivement déjà se protéger efficacement (58 %). D'autres soulignent que le contexte n'est pas toujours propice aux pauses (44 %), qui peuvent nuire à l'expérience du concert ou s'avérer incompatibles avec les obligations des professionnel·les du son. Plus d'un quart des spectateur·rices (26 %) considèrent que les bouchons d'oreille ne sont pas adaptés à l'écoute de la musique en concert (ou qu'ils sont peu pratiques, peu confortables ou encore peu accessibles...) et 14 % préfèrent dénier les risques et ne pas se protéger.

### Part des répondant-es prêts à changer leurs habitudes après avoir vu la campagne EAR WE ARE et motifs énoncés par les personnes peu enclines au changement

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2022 ; AGI-SON / Opale



## CONCLUSION

Les répondant-es au baromètre EAR WE ARE 2022 composent le portrait d'un public plutôt citadin, hautement qualifié, mais aussi relativement jeune puisqu'un quart d'entre elles-eux sont âgés de moins de 26 ans et les trois-quarts, de moins de 46 ans. Si les femmes sont désormais numériquement plus nombreuses et représentent les deux-tiers du public, les hommes forment toujours le noyau dur des habitué-es des concerts de musiques actuelles.

Comme les années précédentes, le rock-pop-folk s'impose comme le style le plus apprécié des répondant-es (85 %) et plébiscité par toutes les tranches d'âge, tant à l'écoute qu'en concert. Le rajeunissement des répondant-es en 2022 favorise la percée du hip-hop, qui s'impose à la deuxième place des styles préférés du public, talonné par la chanson française et les variétés, le métal-punk-indus et les musiques électroniques. La partition genrée des préférences musicales apparaît plus prégnante à l'écoute qu'en concert, expérience certes esthétique, mais aussi sociale et partagée en couple, en famille ou entre ami-es.

L'année 2022 signe également la fin de la crise sanitaire de la Covid-19 et le retour du public dans les salles, avec 97 % de répondant-es concernés. La pratique du livestream accuse par conséquent un net recul par rapport à 2021 (-10 points). Cependant, la pandémie semble avoir infléchi la fréquence des sorties à la baisse. Les bars et cafés-concerts et les salles de petite et moyenne jauge, espaces privilégiés des sorties assidues au concert, sont particulièrement touchés. Depuis la pandémie, la part des spectateur·rices habitués à s'y rendre au moins trois fois par an a chuté de 11 points pour les premiers et de 17 points pour les secondes. *A contrario*, la fréquentation des salles de grande capacité et des clubs et boîtes de nuit est toujours occasionnelle, mais augmente légèrement, notamment chez les 18-25 ans.

Les pratiques d'écoute hors concert restent stables par rapport à 2021. 100 % des personnes interrogées déclarent écouter de la musique enregistrée et 97 % précisent le faire souvent. La durée moyenne d'écoute journalière de musique et de sons amplifiés s'établit à 3h20. Elle est significativement plus élevée chez les 18-25 ans (4h05), tout comme la durée journalière d'écoute au casque ou avec des écouteurs (2h15 contre 1h25 pour l'ensemble des répondant-es).

93 % des répondant-es déclarent avoir déjà ressenti un trouble auditif suite à une exposition au bruit (+2 points). Les plus touchés par les acouphènes sont les 26-35 ans (84 %). Dans la grande majorité des cas, les chocs auditifs sont apparus après un concert (80 %) ou après une soirée en club ou en boîte de nuit (40 %).

Malgré le décret de limitation des niveaux sonores, entré en vigueur en 2018, la part du public estimant le volume trop élevé en concert est en hausse en 2022, conséquence probable de l'interruption des spectacles pendant la pandémie. Les bars et cafés-concerts et les clubs et boîtes de nuit arrivent en tête des lieux les plus bruyants, avec respectivement 59 % et 76 % de spectateur·rices gênés par la puissance des volumes sonores.

Les publics identifient bien le volume sonore et la proximité des enceintes comme facteurs de risques auditifs en concert. La conscience des effets d'une exposition prolongée au son progresse (+8 points par rapport à 2021) et l'intensité des fréquences basses, introduite dans le questionnaire en 2022, préoccupe deux-tiers des répondant-es.

Les spectateur-rices alternent différentes stratégies de protection en concert : éloignement de la source sonore (89 %), pauses à l'écart du son (74 %, +18 points par rapport en 2021) et port de protections auditives (71 %). Près de 40 % des 18-25 ans et un tiers des plus de 55 ans ne portent néanmoins jamais de bouchons ou de casque. De même, les femmes utilisent moins souvent des protections auditives que les hommes et depuis moins longtemps. Le niveau de diplôme apparaît enfin comme une variable significative des stratégies de protection, systématiquement plus mobilisées par les titulaires d'un diplôme de niveau bac + 3 ou supérieur que par les autres répondant-es.

Les professionnel-les de la musique et du son s'avèrent certes plus sensibilisés que l'ensemble des répondant-es, mais ils et elles sont plus nombreux à ne jamais porter de protections auditives (22 %) qu'à en porter systématiquement (20 %), ce qui invite à la réflexion quant aux empêchements ou aux mécanismes de déni à l'œuvre en situation de travail réel. La sensibilisation à la préservation du capital auditif des enfants et des adolescent-es en concert constitue également un chantier à ouvrir, dans la mesure où un quart des adultes qui les accompagnent (25 %) déclarent ne prendre aucune précaution particulière pour protéger leur audition.

Les bouchons jetables en mousse constituent sans surprise les protections auditives les plus couramment utilisées. Pour autant, leur accessibilité ne semble pas également effective selon les lieux de concert. Les spectateur-rices relatent qu'il leur est facile de s'en procurer dans les festivals (82 %), dans les salles de petite et moyenne jauge (71 %) et dans les salles de grande capacité (55 %), mais notent qu'il est encore difficile d'en obtenir dans les clubs et boîtes de nuit (86 %), dans les bars et cafés-concerts (87 %) et, plus encore, dans les cinémas (97 %). Comme en 2021, trois quarts des répondant-es (74 %) se disent intéressés par l'acquisition de bouchons avec filtres, mais ne savent pas nécessairement comment s'en fournir.

L'écosystème des musiques actuelles (salles de concert, locaux de répétition, écoles de musique...) reste le relais le plus efficace de la prévention des risques auditifs et la digitalisation de la prévention, via Internet et les réseaux sociaux, gagne progressivement du terrain. En 2022, 23 % des répondant-es ont identifié la nouvelle campagne de prévention des risques auditifs EAR WE ARE, contre 20 % pour la campagne HEIN ?! en 2021, soit une progression notable de 3 points, d'autant plus prometteuse que la campagne EAR WE ARE a été lancée tout juste trois mois avant la fin de passation de l'enquête.

## BIBLIOGRAPHIE

- Hyacinthe CHATAIGNE, *Chiffres clés de la FEDELIMA. Données 2019*, Nantes, FEDELIMA, 2021, 14 p.
- Clément COMBES, Fabien GRANJON, « La numérimorphose des pratiques de consommation musicale. Le cas de jeunes amateurs », *Réseaux*, 2007/6-7, pp. 291-334
- Nico DIDRY, « Festivals et concerts en temps de Covid-19 : une expérience émotionnelle appauvrie ? », *The Conversation*, 11 mai 2021, <https://theconversation.com>, consulté le 8 mars 2022
- Aurélien DJAKOUANE, Emmanuel NEGRIER (dir.), *Publics. Sociologie, fréquentation, motivations*, SoFest ! - France Festivals, Paris, 2020, 40 p.
- Olivier DONNAT, *Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme*, Paris, La Découverte, 1994, 372 p.
- Claire HANNECART, *Baromètre national HEIN ?! 2018-2019*, AGI-SON / SoCo Etudes, 2019, 32 p.
- INSEE, *Fichier d'ensemble des populations légales en 2018*
- INSEE, *Pyramide des âges, 2022*
- INSEE, *Recensement de la population, 2021*
- Philippe LOMBARDO, Loup WOLFF, *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*, DEPS, Culture - Etudes, 2020-2, 96 p.
- Éric MACE, Sandrine RUI, « Avoir vingt ans et « faire avec » le genre *Call of Duty* et *Desperate Housewives*, métaphores de l'asymétrie », in Octobre Sylvie (dir.), *Questions de genre, questions de culture*, Paris, Ministère de la Culture - DEPS, « Questions de culture », 2014, pp. 53-73
- Sylvain MARTET, « Les disques des parents. Récits de circulation de la musique au sein de la famille », *Volume ! 18 : 2*, 2021, pp. 135-148
- Priscilla MARTIN, Cécile OFFROY, *Baromètre national HEIN ?! 2021-2022*, AGI-SON / Opale, 2022, 45 p.
- Manuel MELON, David ROUSSEAU, « La gestion des sons de très basses fréquences dans le domaine de l'audio », *Acoustique et techniques*, n° 67, 2011, pp. 46-51
- Clémence PERONNET, « Les univers culturels des ados dans les quartiers politique de la ville : bilan des trois terrains », in Chantal Dahan, Christine Détrez (dir.), *Goûts, pratiques et usages culturels des jeunes en milieu populaire*, INJEPR-2020, octobre 2020, pp. 217-228
- Richard A. PETERSON, « Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives », *Sociologie et société*, 36, n°1, printemps 2004, pp. 145-164
- Marie-Claude LAPOINTE, Anne-Sophie PREVOST, Gilles PRONOVOST, « Musique et cosmopolitisme culturel chez les jeunes », *Communication*, Vol. 38/1 | 2021, <https://journals.openedition.org/communication/13680#tocto1n6>, consulté le 14 mars 2023
- SCIENCES ET AVENIR, « La science le confirme : pour faire danser, allumez les basses », [sciencesetavenir.fr](http://sciencesetavenir.fr), 7 novembre 2022, consulté le 14 mars 2023

## LES RELAIS RÉGIONAUX D'AGI-SON

### AUVERGNE-RHONE-ALPES

- Grand Bureau (69, 01)
- Co-relais :
- La Cordo (26, 07)
  - Le Brise Glace (73, 74)
  - L'Ampérage (38)
  - La Coopérative de Mai (63, 15, 03)
  - Le Fil (42, 43)

### BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

- La Féma

### BRETAGNE

- Supermab
- Co-relais :
- La Carène (29)
  - L'Hydrophone (56)
  - Bonjour Minuit (22)
  - Les Trans (35)

### CENTRE VAL-DE-LOIRE

- FRACA-MA

### GRAND EST

- GRABUGE
- Co-relais :
- Réseau Jack (67,68)
  - L'Autre Canal (54, 55, 57, 88)
  - La Cartonnerie (08, 10, 51, 52)

### HAUTS-DE-FRANCE

- Haute Fidélité
- Co-relais :
- ARA (59, 62)
  - Lune des Pirates (02, 80, 60)

### ILE-DE-FRANCE

- Le RIF (77, 78, 91, 92, 93, 94, 95)
- Co-relais :
- Le MAP (75)

### NORMANDIE

- NORMA
- Le Kalif (76, 27)

### NOUVELLE AQUITAINE

- Le RIM (86, 24, 33)
- Co-relais :
- Fédération Hiéro (87, 23, 19)
  - La Nef (16, 17, 79)
  - CaféMusic (40, 47, 64)

### OCCITANIE

- Octopus

### PAYS DE LA LOIRE

- Le Pôle

### SUD

- Le PAM

### GUADELOUPE

- Eco-Sonore Guadeloupe

### RÉUNION

- PRMA de la Réunion

## ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE EAR WE ARE SUR LES RISQUES AUDITIFS BAROMÈTRE 2022

Le baromètre sur le public de concerts en France, proposé chaque année par AGI-SON, apporte des connaissances mises à jour concernant les profils socio-démographiques (âge, lieu de vie, diplôme, CSP), les goûts musicaux, les habitudes de sortie, la perception des niveaux sonores dans les salles et festivals, la survenue de troubles auditifs, la réception des messages de prévention et la réalité des comportements de protection face à ces risques. Le tout en évaluant l'impact de la campagne EAR WE ARE, diffusée via des affiches, tracts, sous-bocks et bouchons d'oreille en mousse dans les salles de concert sur le territoire national.

Comparées année après année, les données sur les pratiques du public permettent aux acteurs de la filière musicale et de la santé de saisir objectivement les évolutions en cours. Les résultats permettent en outre d'adapter et d'améliorer les actions de prévention. Le baromètre 2022, réalisé par Opale pour AGI-SON, repose sur les réponses de plus de 800 spectateur·rices de concerts en France.

<https://earweare.org/>

[https://www.instagram.com/earweare\\_campagne/](https://www.instagram.com/earweare_campagne/)

<https://www.facebook.com/campagne.earweare/>

## COMMANDITAIRE



AGI-SON - 43 boulevard de Clichy 75009 Paris - info@agi-son.org - 01 44 23 82 13 - [www.agi-son.org](http://www.agi-son.org)

## ENQUÊTE



Opale (Statistiques : Priscilla Martin - Analyse et rédaction : Cécile Offroy) - 21, rue des Malmaisons 75013 Paris - contact@opale.asso.fr - 01 45 65 20 00 - [www.opale.asso.fr](http://www.opale.asso.fr)

## PARTENAIRE



Centre national de la musique - 151-157 avenue de France 75013 Paris - infos@cnm.fr - 01 83 75 26 00 - <https://cnm.fr>