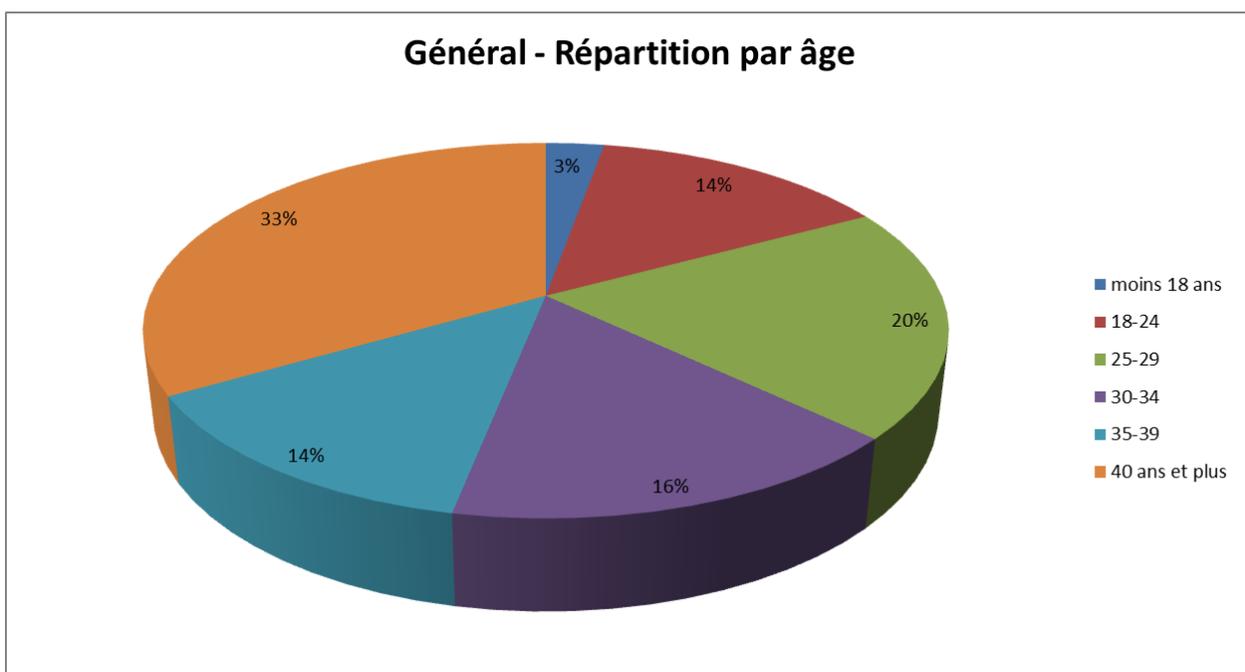
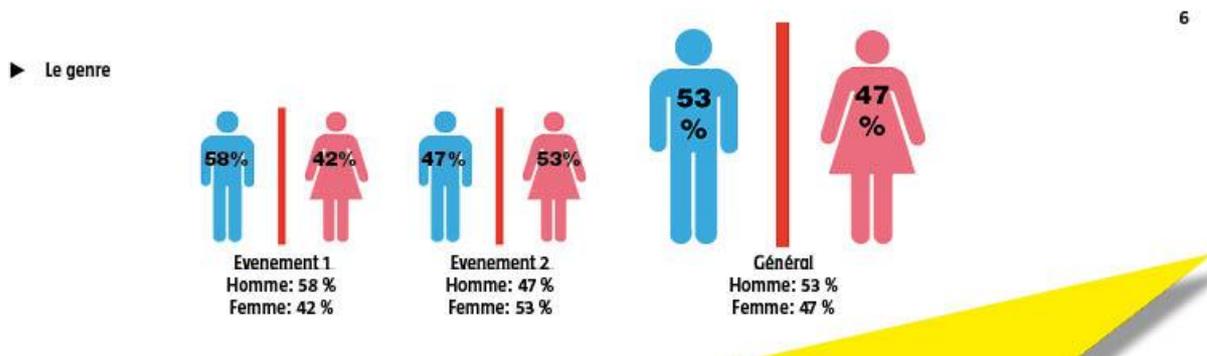


AGI-SON [RESSOURCES & EXPERTISES]

MOIS DE LA GESTION SONORE & CAMPAGNE DE SENSIBILISATION BILAN & EVALUATION

AGI-SON réalise tous les ans l'évaluation de l'impact de sa campagne de novembre mais également un bilan des pratiques des publics¹. Cette étude est menée directement dans les lieux d'écoute de la musique, les salles de concerts, au plus près de la réalité des pratiques.

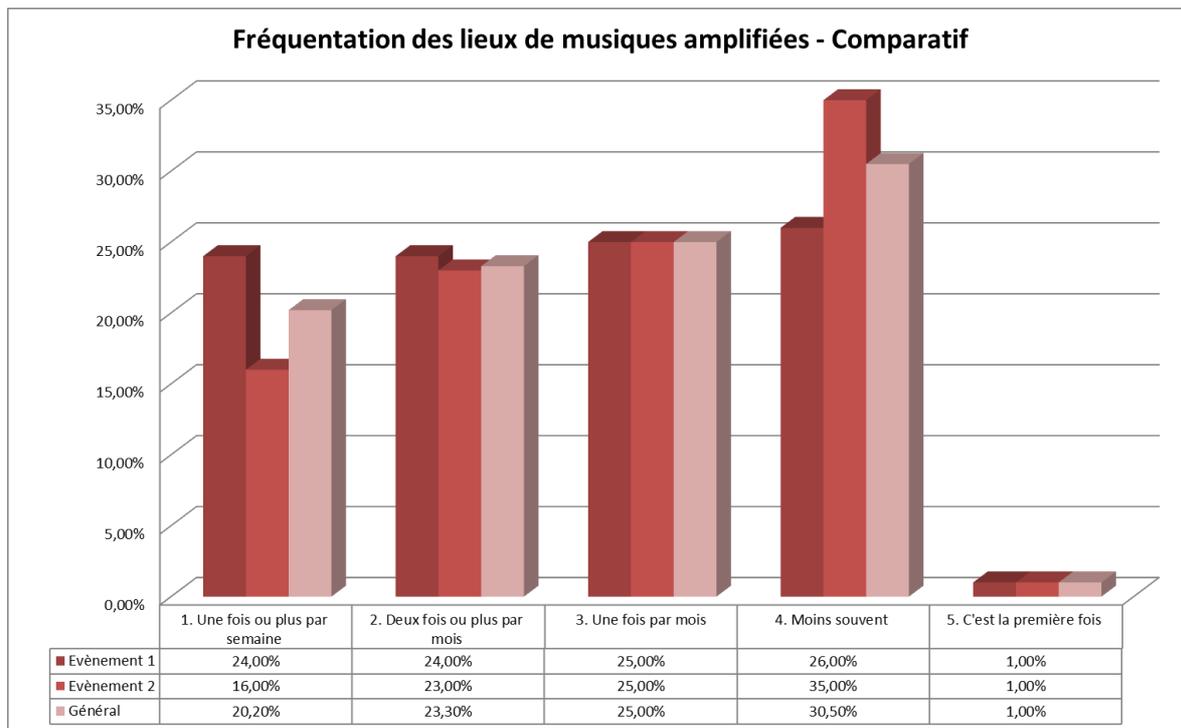


Le public compte 53% d'hommes et 47% de femmes. On a observé que les hommes ont tendance à fréquenter davantage les concerts rock, métal, hard-core, punk alors que les femmes sont majoritaires pour les concerts chanson, jazz, variété.

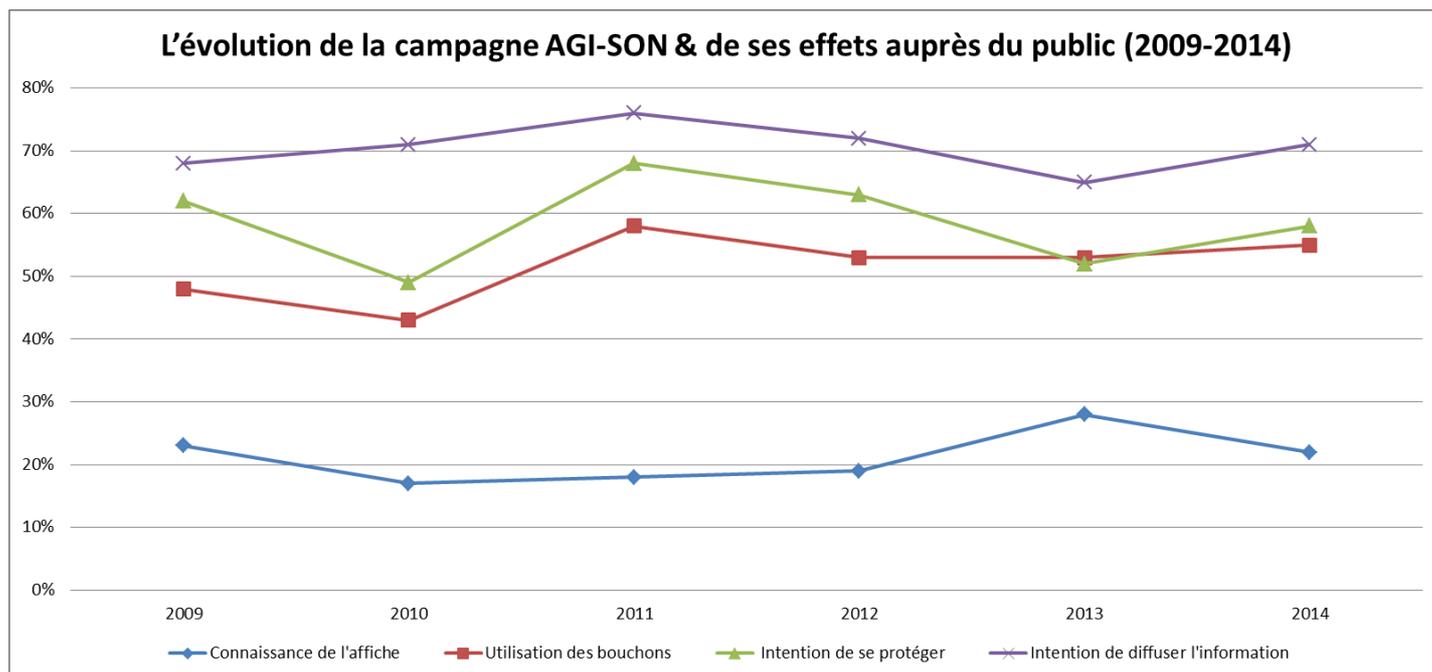
Les jeunes² constituent moins de 20% du public interrogé contre plus d'un tiers pour les 25-39 ans. Ils sont plus présents lors des concerts rock, métal, hard-core, punk (20 %) que pour les concerts chanson, jazz, variété (13%). On observe également nettement que les concerts chanson, jazz, variété sont fréquentés par beaucoup de public de 40 ans et plus.

¹ Bilan complet disponible en suivant ce lien : http://agi-son.org/IMG/pdf/evaluation_campagne_2014v2.pdf

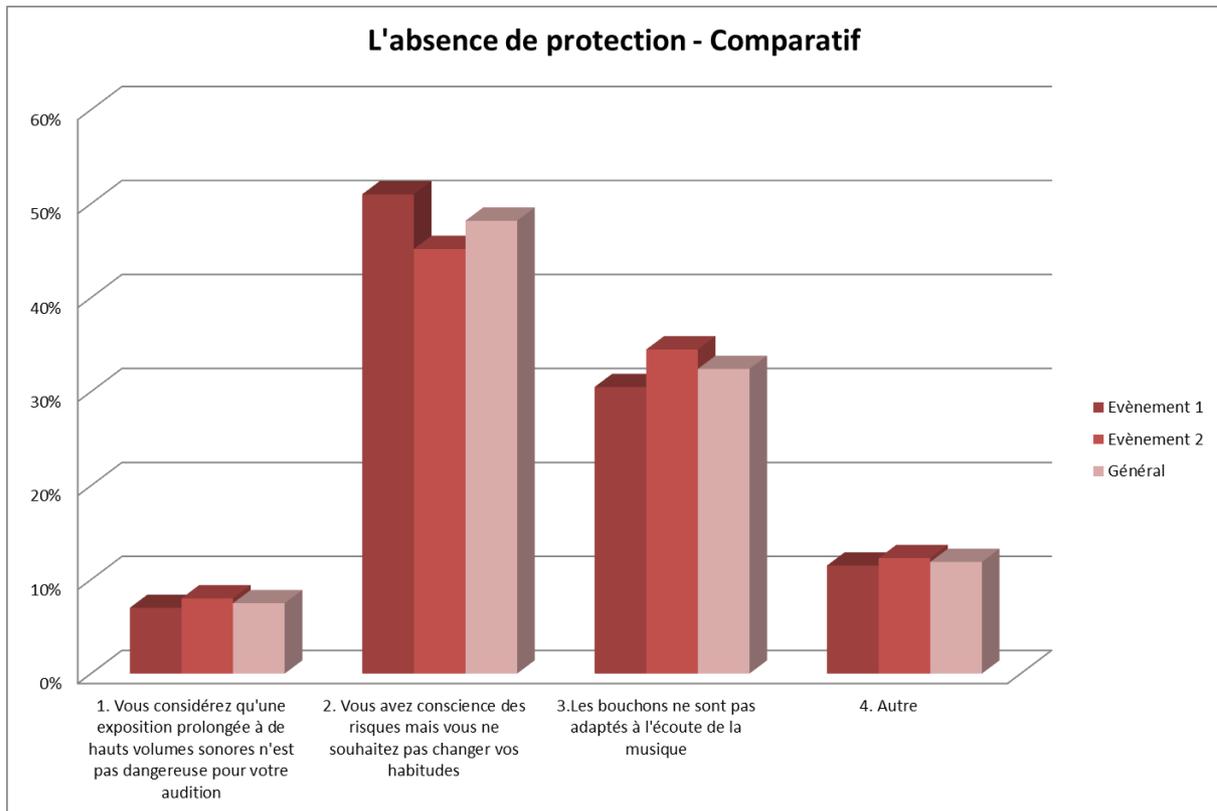
² Tranche regroupant les personnes de moins de 18 ans jusqu'à 24 ans selon les Nations Unies & l'Insee



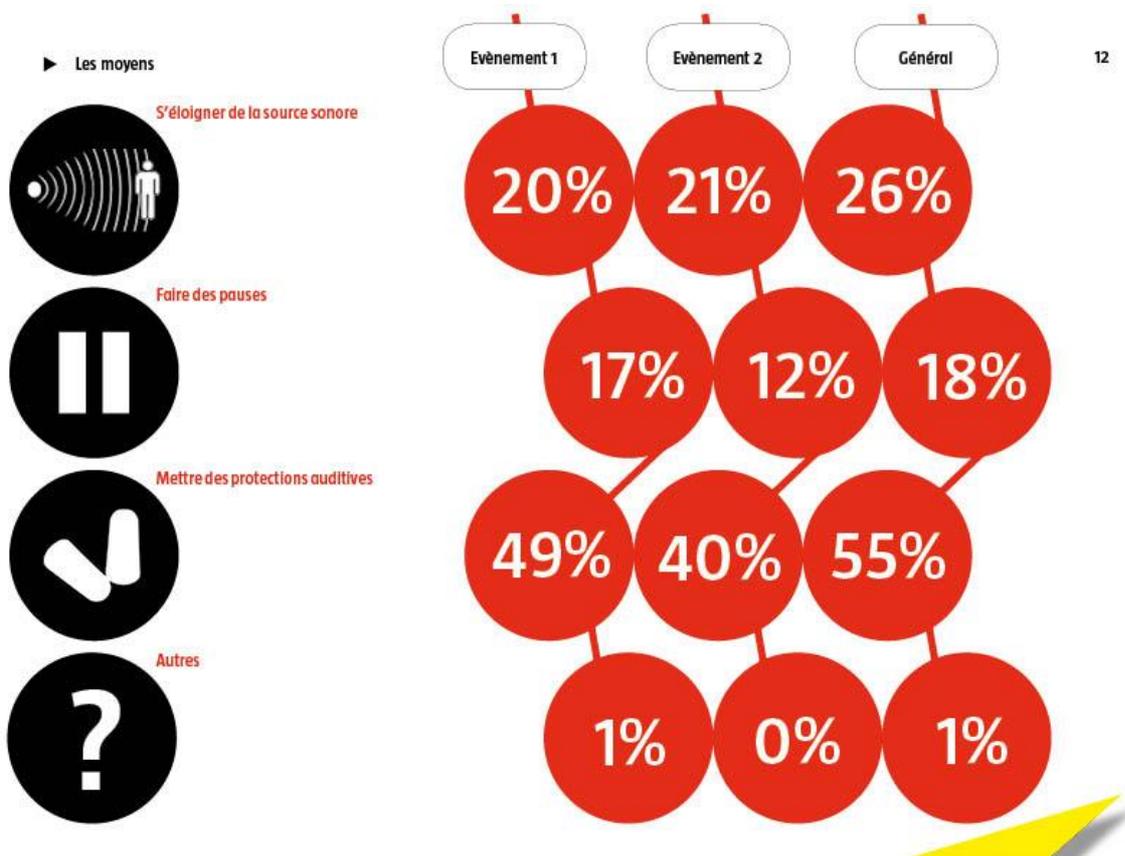
En termes de pratique, 30% du public fréquente moins d'une fois par mois les lieux diffusant de la musique amplifiée. Le public des concerts rock, métal, hard-core, punk est plus «fidèle» avec 24 % qui fréquentent les lieux de musiques amplifiées une fois par semaine ou plus contre 35% du public des concerts chanson, jazz, variété qui déclarent se rendre dans un lieu de musiques amplifiées moins d'une fois par mois.



Cette année encore le résultat de l'évaluation confirme l'impact positif de la campagne sur les comportements : l'intention de se protéger et l'intention de diffuser l'information sont des indicateurs en forte hausse par rapport à 2013 (respectivement 58% et 71%).



De même, on observe que pour ceux qui déclarent ne pas se protéger, 48% ne le font pas mais sont conscients des risques contre 7% qui n'ont pas conscience des risques.



Le bilan indique également une forte proportion du public qui se protège via l'utilisation de bouchons (55%) mais ce chiffre est en baisse par rapport aux années précédentes, au profit d'autres moyens de se protéger (26% en s'éloignant de la source, 18% en faisant des pauses)

Plusieurs études Ipsos ont été menées en ce début d'année et confirment l'impact positif des actions de sensibilisation menées, par AGI-SON notamment, sur le terrain depuis 15 ans. Ainsi notre étude montre également que 69% des personnes interrogées se déclarent très bien et plutôt bien informées sur les risques auditifs.

Dans les axes d'amélioration cependant, les propositions sont à envisager avec prudence.

Un suivi régulier des capacités auditives, c'est un souhait mais pour cela un engagement au niveau politique est nécessaire sans compter l'impact budgétaire : formation, matériel...C'est un travail qui doit réunir l'ensemble des professionnels.

L'utilisation des smartphones est un phénomène de société qu'il ne faut pas nier ainsi que le développement des applications pour mesurer le « son ». Des experts au sein du comité scientifique d'AGI-SON (acousticien, ORL) ainsi qu'au niveau européen ont questionné la fiabilité des micros des smartphones pour établir des mesures précises. Avant de faire des mesures, il s'agit avant tout de les comprendre : qu'est un niveau sonore, un décibel...

La mise en œuvre de campagnes « choc ». Cette approche a été envisagée par AGI-SON en collaboration avec l'INPES, le Ministère de la Santé, il y a quelques années mais l'approche humoristique avait été privilégiée car les messages avaient été considérés comme trop anxiogènes pour être efficaces³. L'utilisation de témoignages de jeunes et/ou d'artistes est une approche importante qu'AGI-SON mène déjà dans le cadre de son [DVD de sensibilisation](#) mais également de sa [campagne Mobyly'Son](#).

Il faut noter que certains dispositifs d'AGI-SON correspondent déjà à une réalité, il s'agit donc d'élargir et de renforcer le soutien aux actions déjà existantes. Ainsi il faut souligner également le travail des porteurs de projet Peace & Love, spectacle pédagogique de sensibilisation⁴ dans la prévention à l'école.

La mise à disposition de bouchons dans les festivals et les salles de concert, est également une réalité⁵. AGI-SON n'est pas en faveur d'une distribution systématique car elle est contraire à la sensibilisation menée jusqu'alors et à la responsabilité individuelle sur la question des risques auditifs.

Plus d'informations sur www.agi-son.org

³ Lire l'étude menée par L'IREPS en 2013 sur [les approches par la peur en éducation pour la santé : quelle pertinence?](#) ou l'article de [SpotPink](#)

⁴ Plus d'informations sur les Peace & Love [ici](#)

⁵ Notamment pendant le [Mois de la Gestion Sonore \(novembre\)](#) et au-delà par les partenariats d'AGI-SON