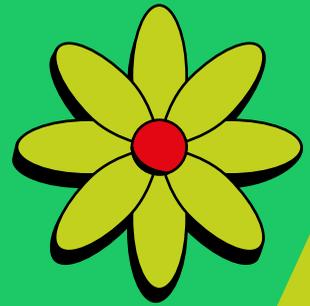




agi son
agir pour une bonne gestion sonore

présente :

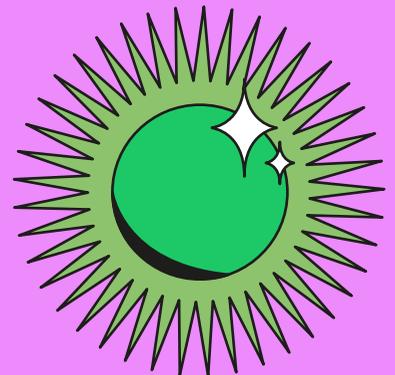
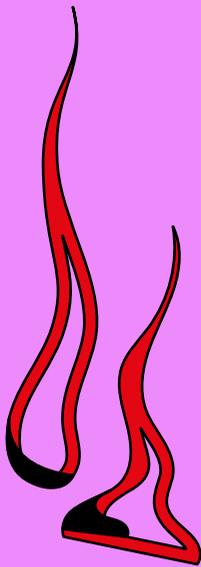


BAROMÈTRE DES PUBLICS DE CONCERT

2023

SYNTHÈSE

GOÛTS MUSICAUX
SORTIE AU CONCERT
EXPÉRIENCE SONORE
RISQUES AUDITIFS



Réalisé par **opale**
Culture & ESS

En partenariat avec **cNM**
Centre national de la musique

Soutenu par

MINISTÈRE DE LA CULTURE
Égalité
Territoires

Audiens

Thalys Santé
L'ART ET LA SANTÉ

sacem

uvex

HAXO-BLUN

gearcare
DEVELOPMENT

FERAROCK

MOUV'

Méthodologie

2 465 répondant·e·s de juin à novembre 2023 interrogés via un questionnaire en ligne dans les newsletters et sur les réseaux sociaux des salles de concerts, festivals et structures culturelles qui relaient la campagne de prévention sur les risques auditifs *EAR WE ARE*.

Objectifs

- **Suivre l'évolution** des goûts et des pratiques culturelles du public en matière d'écoute musicale et de sortie au concert
- **Évaluer l'impact** de la campagne *EAR WE ARE* et les comportements de protection face aux risques auditifs

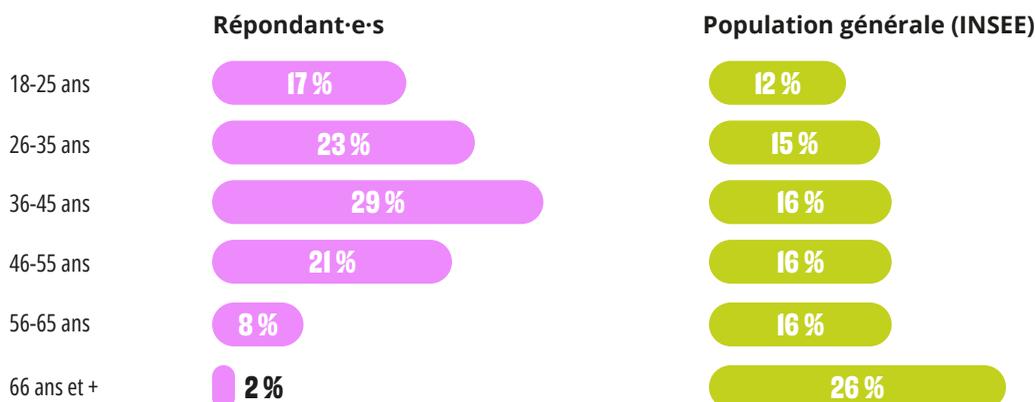


Panel

La population étudiée est celle des publics (18 ans et +) de concerts de musiques actuelles dans une visée d'évaluation de la prévention des risques auditifs à travers la Campagne *EAR WE ARE* diffusée dans les lieux d'écoute et de pratique musicale.

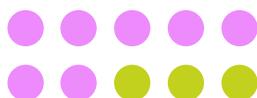
PROFIL DU PUBLIC

TRENTENAIRES ET QUARANTENAIRES FORMENT LE COEUR DU PUBLIC DES CONCERTS



Le public de concert interrogé

RESTE PLUS JEUNE QUE LA MOYENNE D'ÂGE DE LA POPULATION FRANÇAISE



7 SPECTATEUR·RICE·S SUR 10 ONT MOINS DE 46 ANS

LES CINQUANTENAIRES REPRENENT LEURS HABITUDES DE SORTIE AU CONCERT

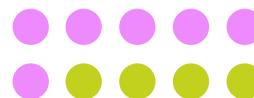
Iels ont été plus longs à revenir après la crise sanitaire que les autres tranches d'âge.

LA PART DES 46-55 ANS EST EN NETTE HAUSSE, elle représente

21% du public.

+ 6 pts

CONFIRMATION DU PHÉNOMÈNE DE FÉMINISATION DU PUBLIC INTERROGÉ



6 SPECTATEURS SUR 10 SONT DES SPECTATRICES.

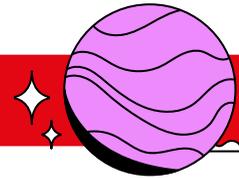
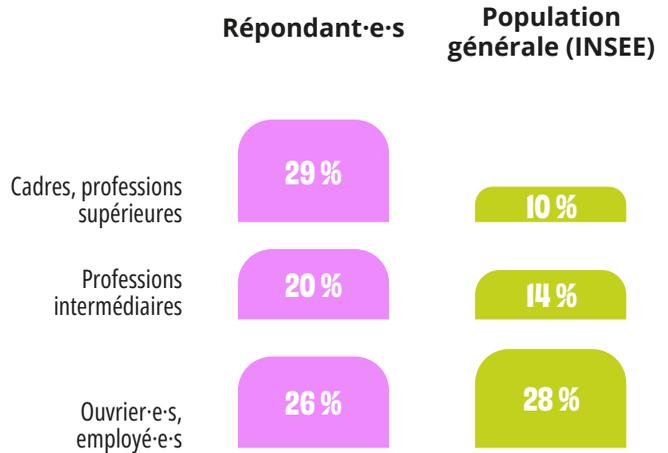
UN PUBLIC HAUTEMENT QUALIFIÉ ET BIEN INSÉRÉ PROFESSIONNELLEMENT

8 répondant·e·s sur 10

(hors élèves et étudiant·e·s) sont diplômés de l'enseignement supérieur contre 3 Français·e·s sur 10.

Comme les années précédentes, les répondant·e·s se distinguent par un **haut degré de qualification scolaire** qui engendre **une sur-représentation des cadres et des professions supérieures, intellectuelles ou artistiques**.

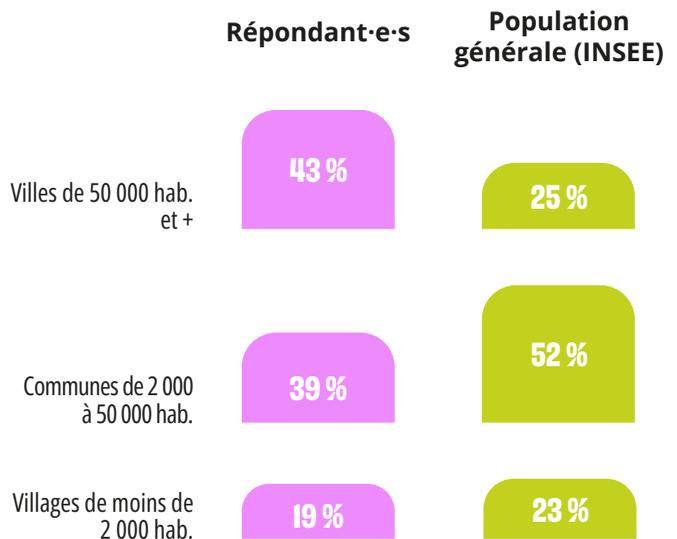
La part des ouvrier·e·s et employé·e·s est quant à elle quasi égale à celle occupée dans la population générale.



UN PUBLIC PLUS CITADIN QUE LA MOYENNE DES FRANÇAIS

43% du public des concerts de musiques actuelles est établi dans une ville de moyenne ou grande taille (50 000 habitant·e·s ou plus), contre **1/4** seulement de la population générale.

La part des personnes habitant en zone rurale reste sous la barre des **19%**, alors qu'elle s'élève à 23% de la population nationale.





GOÛTS MUSICAUX

L'ÉCLECTISME DES GOÛTS MUSICAUX : UNE TENDANCE DE FOND

Fortement influencé par les tendances, le classement des styles est assez volatile d'une année sur l'autre. La diversité des goûts est plus marquée chez les cadres, les professions intermédiaires et les étudiant·e·s que chez les autres catégories socioprofessionnelles.

TOP DES GENRES MUSICAUX LES PLUS ÉCOUTÉS

Par les répondant·e·s à l'enquête

Écoutés (vert) Le + écouté (rouge)



Par les auditeur·rice·s de musique enregistrée en France (94% de l'échantillon total interrogé par le CNM en 2023)



LE ROCK RESTE LA NOTE FONDAMENTALE

Apprécié par 74% des répondant·e·s, le rock maintient sa position en tête du classement des genres musicaux les plus écoutés et s'impose encore comme le style le plus vu en concert (61%). Malgré la prédominance du rock, il y a une forte hétérogénéité des genres musicaux écoutés autant sur support enregistré qu'en live.

TOP DES GENRES MUSICAUX LES PLUS VUS EN CONCERT

Par les répondant·e·s à l'enquête

Vus (vert) Le + vu (rouge)



Par les spectateur·rice·s de concerts et de festivals en France (58% de l'échantillon total interrogé par le CNM en 2023)



LES GOÛTS MUSICAUX DIVERGENT ENTRE LES RÉPONDANT·E·S ET LA POPULATION GÉNÉRALE

Selon la comparaison du classement des styles musicaux les plus vus et écoutés par le public interrogé dans notre enquête à celui du panel représentatif de la population française interrogé par le CNM dans le baromètre 2023 des usages de la musique en France.



SORTIES AU CONCERT

LE CONCERT EST UNE EXPÉRIENCE SOCIALE

Les genres musicaux écoutés varient beaucoup plus d'un individu à l'autre lors de l'écoute de musique individuelle que lors de la sortie au concert. Cette dernière est en effet davantage partagée en couple, en famille ou entre ami.e.s. **38% des répondant-e-s se rendent en concert et/ou en festival avec un mineur.**

LE MÉTAL ET L'ÉLECTRO ONT UN PUBLIC DE PASSIONNÉS

Ces deux styles musicaux bénéficient d'un public plus assidu dans ses pratiques d'écoute et de sortie au concert. Le métal, n°5 des styles les plus écoutés est n°2 des styles les plus vus en concert.

UN RETOUR EN CONCERT MAIS DES FREINS PERSISTENT

99 %

des répondant-e-s affirment être retournés au concert depuis la crise sanitaire.

FREINS À LA SORTIE AU CONCERT DES SPECTATEUR-RICE-S MOINS SOUVENT OU PAS DU TOUT RETOURNÉS EN CONCERT

13% du public est moins retourné au concert, voire pas du tout.



UN NOUVEL ECLAIRAGE SUR LES CRITÈRES DE CHOIX DU PUBLIC

Dans une liste d'une dizaine de critères, les répondant-e-s ont sélectionné les 4 plus importants pour eux.



LIEU DE CONCERT : TOP 4 DES CRITÈRES

L'artiste / les artistes / la programmation

95 %

Le prix

57 %

Votre proximité géographique avec l'événement

56 %

La qualité sonore du lieu

45 %

FESTIVAL : TOP 4 DES CRITÈRES

la programmation de l'événement / les artistes

86 %

Le prix

52 %

L'expérience festivalière (âme du festival / ambiance / rencontres)

47 %

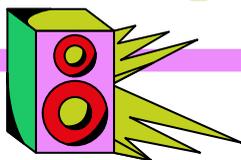
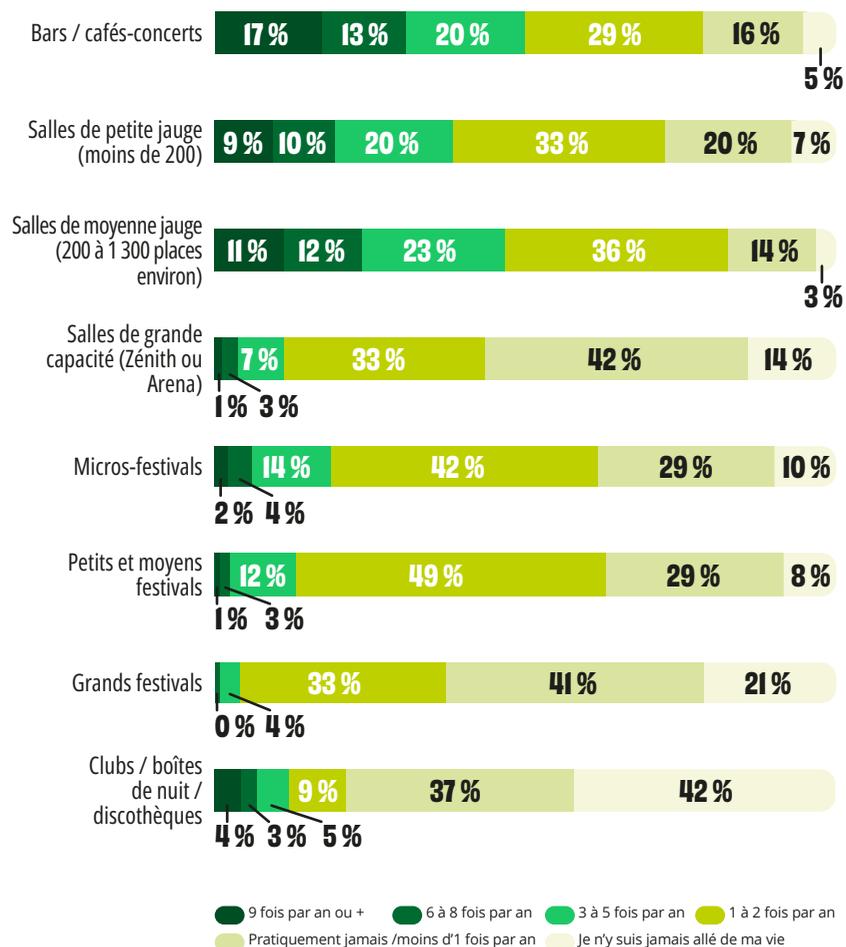
Passer du bon temps / faire la fête avec ses proches

36 %

Les 18-25 ans sont les plus sensibles aux enjeux sociaux et environnementaux lors du choix d'un concert ou d'un festival.

Les tops 3 des critères du public sont identiques entre le Baromètre d'AGI-SON et celui du CNM. A l'exception de la convivialité des festivals qui apparaît en 3ème position chez les répondant-e-s du CNM

LA FRÉQUENCE DE SORTIES EN CONCERTS SELON LES LIEUX



FOCUS SUR LE PUBLIC QUI SORT 3 FOIS OU PLUS PAR AN

LES JEUNES ONT DES HABITUDES DE SORTIES PLUS INTENSIVES

	Bars, cafés /concerts	Salles petite jauge	Salles moyenne jauge	Salles grande capacité	Micros-festivals	Grands festivals	Clubs, boîtes de nuit	Petits et moyens festivals
18-25 ans	52%	33%	47%	19%	17%	14%	7%	30%
26-35 ans	56%	42%	50%	10%	24%	18%	5%	17%

Les 18-25 ans sortent davantage en concert que les autres tranches d'âge, notamment dans les bars, les grands festivals et les salles de grande taille.

Les 26-35 ans fréquentent le plus assidûment les bars et cafés concert, les festivals moyens et les salles de moyenne jauge.

UN PUBLIC PLUS NOMBREUX EN CONCERT MAIS MOINS FIDÈLE

La sortie au concert est globalement en progression, mais la fréquentation régulière et intensive des lieux de concert n'a pas retrouvé son niveau d'avant la crise sanitaire, même si les petites salles et les bars connaissent une légère embellie.

Il n'est pas exclu, vu la taille importante de l'échantillon des répondant-e-s en 2023, que les spectateur-ric-e-s occasionnels y soient davantage représentés que dans les précédentes éditions du baromètre d'AGI-SON.

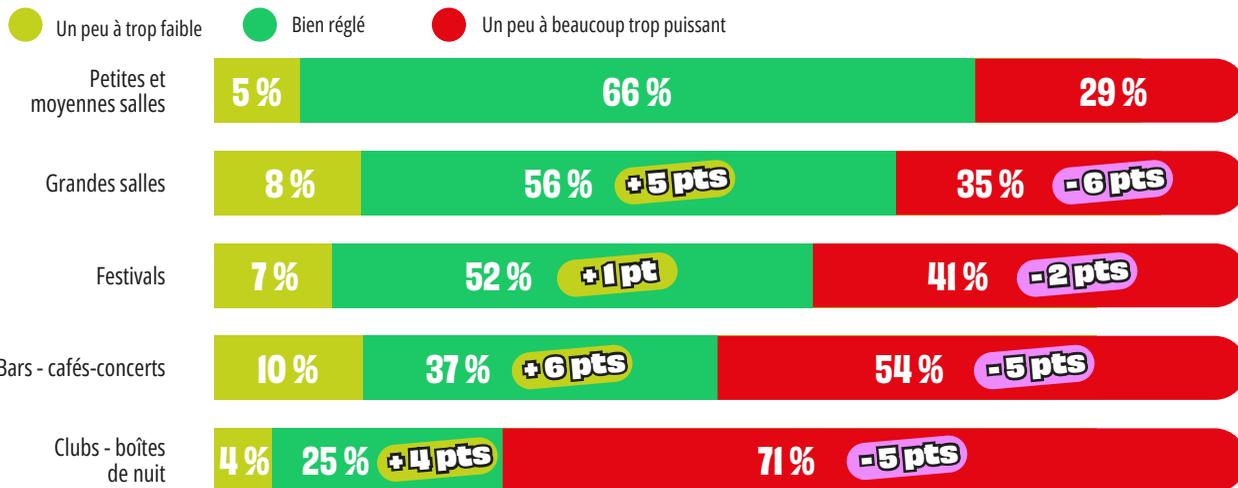


Les cafés-concerts et les salles de petite et moyenne taille restent les espaces privilégiés de la sortie régulière (trois à cinq fois par an) et intensive (au moins six fois par an) au concert, loin devant les autres lieux.

L'habitude de sortie au concert des publics reste globalement plus intense dans les cafés-concerts et dans les petites et moyennes salles.

PERCEPTION DU SON EN LIVE

LA MAJORITÉ DES RÉPONDANT-E-S CONSIDÈRENT LE SON COMME BIEN RÉGLÉ EN CONCERT



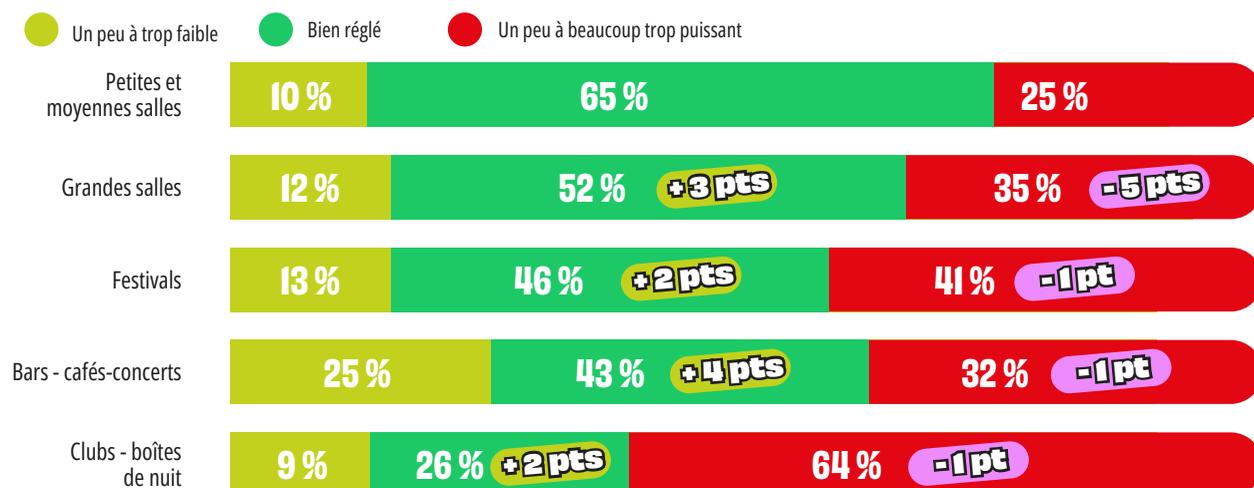
PROGRESSION DE LA SATISFACTION DU PUBLIC PAR RAPPORT AUX NIVEAUX SONORES

53%
des répondant-e-s sont informés de la baisse réglementaire des niveaux sonores

PRÈS DE 90%
en sont satisfaits



BASSES FRÉQUENCES : UNE AMORCE DE LA BAISSÉ DE LA GÊNE DU PUBLIC

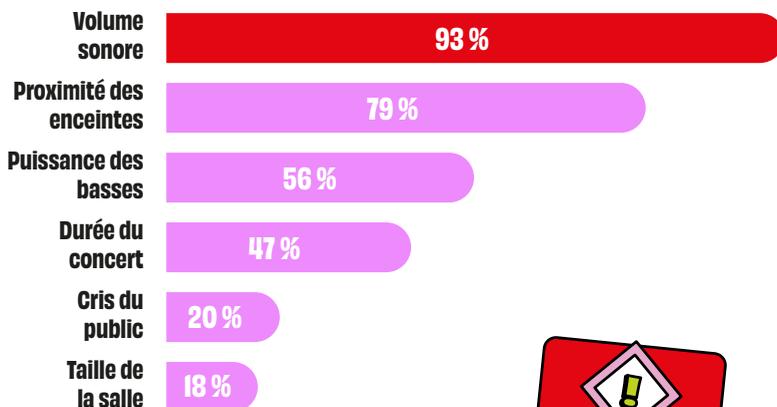


Pour **4 personnes sur 10**, les basses fréquences sont un peu ou beaucoup trop puissantes en festivals et c'est encore le cas pour un tiers des personnes concernant les salles de grande capacité, les bars et cafés-concerts.

C'est dans les clubs et boîtes de nuit qu'elles sont le plus gênantes : **6 personnes sur 10**.

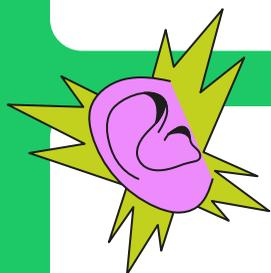
RAPPORT AUX RISQUES AUDITIFS

DES FACTEURS DE RISQUES ENCORE INÉGALEMENT CONNUS



LA DURÉE D'EXPOSITION EST UN RISQUE ENCORE SOUS-ESTIMÉ, OR C'EST UN LEVIER IMPORTANT DE LA PROTECTION DE L'AUDITION.

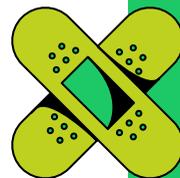
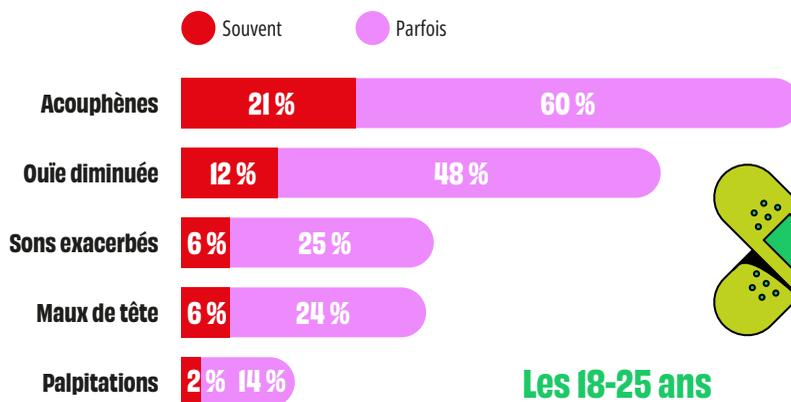
Le temps d'exposition du concert est à intégrer au spectre de l'exposition quotidienne au bruit (transport, travail, écoute au casque). Ce cumul peut favoriser l'avènement de troubles auditifs. Ce principe de dosimétrie (durée d'exposition + intensité du son) est un paramètre majeur sur lequel le ou la spectateur-riche peut agir en évitant par exemple une écoute intensive de musique au casque avant de se rendre en festival.



**9 RÉPONDANT·E·S
SUR 10**

**ONT DÉJÀ RESENTI AU MOINS
UN TROUBLE AUDITIF**

LES SYMPTÔMES RESENTIS



**Les 18-25 ans
sont la tranche la plus touchée
par les acouphènes.**

L'EXPOSITION SONORE : UN ENJEU DE SANTÉ AUDITIVE BIEN IDENTIFIÉ PAR LE PUBLIC

9 répondant·e·s sur 10

sont informés sur les répercussions sanitaires des chocs auditifs.

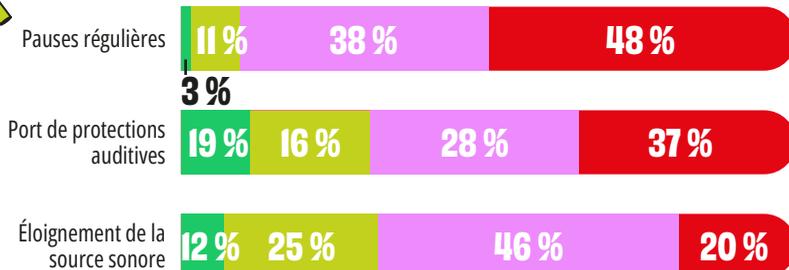
89%

des répondant·e·s sont au courant que les symptômes peuvent produire des handicaps invisibles à vie.

LES STRATÉGIES DE PROTECTIONS AUDITIVES DES RÉPONDANT-E-S

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

● Oui toujours
 ● Oui souvent
 ● Oui parfois
 ● Non jamais



Les publics occasionnels, dont la présence est plus massive dans cette édition de l'enquête, sont moins nombreux à adopter des comportements de protection. Ce constat met en lumière les enjeux de sensibilisation à la santé auditive de la population française dans son ensemble. La transmission des bons réflexes à adopter a encore une marge importante de progression à réaliser.

1/4

DES PROFESSIONNEL·LE-S DE LA MUSIQUE INTERROGÉS N'UTILISENT PAS DE PROTECTIONS AUDITIVES.

La mise à disposition de protecteurs auditifs est une exigence du Code du travail. Le caractère multi-employeur des professions du spectacle et le statut d'intermittent rendent parfois plus difficile le financement des équipements. AGI-SON organise tout au long de l'année des sessions de moulage de protecteurs sur-mesure.

84%



DES ADULTES QUI VIENNENT AU CONCERT AVEC DES MINEUR-E-S PROTÈGENT L'AUDITION DES JEUNES QU'ILS ACCOMPAGNENT.

Un réflexe qui devrait être systématique, car la préservation du capital auditif doit s'instaurer dès le plus jeune âge. Le secteur des musiques amplifiées est très impliqué dans la sensibilisation des jeunes notamment via le label de concert pédagogique Peace&Lobe® porté par l'association AGI-SON.

LE PORT DE PROTECTION AUDITIVES :

	Sur la part de répondant-e-s qui déclare porter des protections	Sur l'ensemble des répondant-e-s
1 Bouchons en mousse à usage unique	81 %	51 %
2 Protecteurs auditifs standards réutilisables	53 %	33 %
3 Protecteurs auditifs sur mesure (moulés au conduit auditif)	23 %	14 %

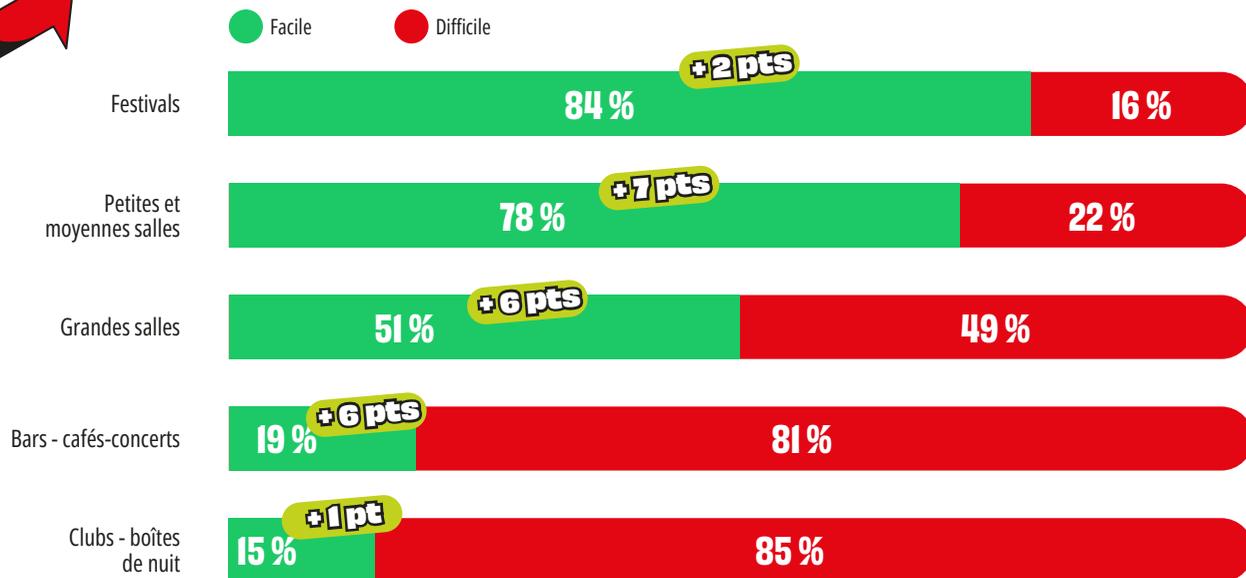
CELLES ET CEUX QUI PORTENT DES PROTECTIONS AUDITIVES SONT 72% À ÊTRE INTÉRESSÉS PAR L'ACQUISITION DE PROTECTEURS RÉUTILISABLES

avec filtres acoustiques qui ont le mérite d'offrir une meilleure écoute et de privilégier un support durable.

PRÉVENTION DANS LES CONCERTS

LES CONCERTS RESTENT LE PREMIER ESPACE DE SENSIBILISATION AUX RISQUES AUDITIFS POUR 86% DES RÉPONDANT-E-S QUI Y VONT.

L'ACCESSIBILITÉ DES BOUCHONS EN MOUSSE POURSUIT SA PROGRESSION :



LES PERSONNES AYANT IDENTIFIÉ LA CAMPAGNE DE PRÉVENTION *EAR WE ARE* SONT MOINS NOMBREUSES À NE JAMAIS PROTÉGER LEUR AUDITION.



EVOLUTION DES COMPORTEMENTS SUITE À LA CAMPAGNE

- 1 Port de protections auditives
- 2 Faire des pauses
- 3 S'éloigner de la source sonore



RETROUVEZ LA VERSION COMPLÈTE DES RÉSULTATS DU BAROMÈTRE DES PUBLICS DE CONCERT SUR NOTRE SITE : AGI-SON.ORG

REMERCIEMENTS



AUX RELAIS RÉGIONAUX D'AGI-SON QUI ASSURENT LE DÉPLOIEMENT LA CAMPAGNE *EAR WE ARE*

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

Grand Bureau • La Cordo • Le Brise Glace • L' Ampérage • La
Coopérative de Mai • Le Fil

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

La Féma

BRETAGNE

Supermab • La Carène • L'Hydrophone • Bonjour Minuit • Les Trans

CENTRE-VAL DE LOIRE

La FRACAMA

GRAND EST

Grabuge • Réseau Jack • L'Autre Canal • La Cartonnerie

HAUTS-DE-FRANCE

Haute Fidélité • ARA • Lune des Pirates

ÎLE-DE-FRANCE

Le RIF • Le MAP

NORMANDIE

NORMA • Le Kalif

NOUVELLE AQUITAINE

Le RIM • Fédération Hiéro • La Nef • CaféMusic

OCCITANIE

Octopus

PAYS DE LA LOIRE

Le Pôle

RÉGION SUD

Le PAM

LA GUADELOUPE

Eco-Sonore Guadeloupe

LA RÉUNION

PRMA

ET MERCI

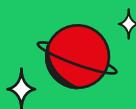
À L'ENSEMBLE DES SALLES DE CONCERT ET FESTIVALS IMPLIQUÉS DANS LA DIFFUSION DE LA CAMPAGNE *EAR WE ARE* ET DE SON ENQUÊTE AUPRÈS DES PUBLICS.

Le 6PAR4 • Le 9-9bis • L'Ampli • Art Rock festival • L'Astrolabe • Atabal • L'Autre Canal • Avenir Santé • La Belle Electrique • Bords 2
Scènes • Bref • Le Brise Glace • Le Cabaret Aléatoire • Camji • La Cartonnerie • Le Chabada • La Cordo • CraZyCats Production • Des
Lendemain Qui Chantent • Espace Django • La Fabrik à Sons • La Fraternelle • Le Gueulard Plus • Jazz dans le Bocage • La Lune des
Pirates • L'Ouvre-Boîte • Le Jardin du Michel • La Luciole • Le Metronum • Le Noumatrouff • L'Odeon • Oc'live • Pause Guitare Sud de
France • Papa's Production • Plages Magnétiques • La Petite • Le Plan • Pollux Asso • Quai M • Résonance Festival • Rock'O Marais festival
• Reperkusound festival • La Souris Verte • Le Sonambule • Superforma • Sans Reserve • Le Sax •
La Tannerie • Le Taquin Jazz Club • Le Temps Machine • La Vapeur • Le VIP • We Love Green...

LA LISTE EST NON EXHAUSTIVE !

AGI-SON

AGI-SON [AGIr pour une bonne gestion SONore]
défend la création et la qualité sonore dans les musiques
amplifiées. Créée en 2000 par les professionnels de
la musique, l'association fédère plus de 60 structures,
organisations nationales et régionales. Ses actions se
déploient au niveau national et local grâce à son réseau
de relais régionaux.



SUIVRE NOTRE ACTUALITÉ

WWW.AGI-SON.ORG



Découvrez la campagne :

WWW.EARWEARE.ORG



NOUS CONTACTER

INFO@AGI-SON.ORG

01 44 23 82 13