



**GOÛTS MUSICAUX • SORTIE AU CONCERT  
EXPÉRIENCE SONORE • RISQUES AUDITIFS**

**VERSION INTÉGRALE**



<b>I. ENTRÉE EN MATIÈRE .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1. PRÉSENTATION D'AGI-SON .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2. CONTEXTE DE L'ÉTUDE : UNE CAMPAGNE DE PRÉVENTION RENOUVELÉE .....</b>	<b>3</b>
<b>1.3. MÉTHODOLOGIE ET OBJECTIFS .....</b>	<b>3</b>
<b>II. PROFILS SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES ET GOÛTS MUSICAUX DES RÉPONDANT-E-S .....</b>	<b>5</b>
<b>2.1. UN PUBLIC TOUJOURS JEUNE, FÉMININ, CITADIN ET DIPLOMÉ .....</b>	<b>5</b>
Six spectateurs sur dix sont des spectatrices .....	5
Sept spectateur-ric-e-s sur dix ont moins de 46 ans.....	5
Un public qui vit en ville .....	7
Des répondant-e-s hautement qualifiés et bien insérés professionnellement .....	7
<b>2.2. I LOVE ROCK'N ROLL : LE ROCK STRUCTURE DES GOÛTS ECLECTIQUES .....</b>	<b>9</b>
L'éclectisme des goûts musicaux : une tendance lourde .....	9
Le rock, note fondamentale des goûts musicaux.....	9
Des goûts musicaux modelés par le genre, l'âge et le niveau scolaire.....	12
Le concert, une expérience sociale.....	15
<b>III. CONCERT ET ÉCOUTE MUSICALE .....</b>	<b>18</b>
<b>3.1. UNE REPRISE PROGRESSIVE DES SORTIES EN CONCERT .....</b>	<b>18</b>
Certains freins à la sortie persistent.....	18
Les critères de choix du lieu de concert et du festival .....	19
Un public plus nombreux, mais aussi plus dilettante .....	20
Sexe, âge, milieu social, niveau scolaire : autant de variables qui jouent sur la fréquentation des concerts .....	22
Livestream et replay, des pratiques en stagnation .....	24
<b>3.2. L'ÉCOUTE DE MUSIQUE ET DE SONS AMPLIFIÉS : UNE PRATIQUE QUOTIDIENNE BANALISÉE .....</b>	<b>27</b>
Durées d'écoute : de fortes disparités générationnelles.....	27
Diversité des matériels d'écoute.....	29
<b>IV. LE RAPPORT DES PUBLICS AUX RISQUES AUDITIFS.....</b>	<b>32</b>
<b>4.1. SANTÉ AUDITIVE ET PERCEPTION DU RISQUE .....</b>	<b>32</b>
L'identification des troubles auditifs.....	32
Des risques connus mais inégalement identifiés .....	34
Perception du son en live : la majorité considère le volume bien réglé.....	35
<b>4.2. LES COMPORTEMENTS DE PROTECTION DU PUBLIC.....</b>	<b>36</b>
Des stratégies de protection à renforcer chez le public plus occasionnel.....	36
Zoom sur l'ancienneté et la fréquence du port de protections auditives.....	38
Usage et accessibilité des différents types de protections auditives.....	41
Connaissance des différents types de protections auditives.....	42
L'audition des mineur-e-s : un capital à protéger .....	43
<b>4.3. LES RELAIS D'INFORMATION SUR LES RISQUES AUDITIFS .....</b>	<b>44</b>
Le lieu de concert est l'espace privilégié de la prévention .....	44
L'identification de la campagne de prévention EAR WE ARE .....	45
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>46</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>47</b>

## **I. ENTRÉE EN MATIÈRE**

### **1.1. PRÉSENTATION D'AGI-SON**

AGI-SON [Agir pour une bonne gestion SONore] a fêté ses 20 ans en 2020. Créée par des 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.

### **1.2. CONTEXTE DE L'ÉTUDE : UNE CAMPAGNE DE PRÉVENTION RENOUELÉE**

AGI-SON coordonne chaque année la campagne de prévention EAR WE ARE (anciennement HEIN?!), qui sensibilise et informe le public sur les risques auditifs et les moyens de s'en prémunir. De nombreuses salles de concert des musiques actuelles<sup>1</sup> en France participent à cette campagne et bénéficient d'outils de communication adaptés et de bouchons d'oreilles, distribués gratuitement aux spectateur·rice·s.

Afin d'évaluer l'efficacité de sa campagne nationale de prévention et de connaître les profils et pratiques des publics des musiques actuelles 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.

### **1.3. 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 2023 ;
- 2 | Connaître les pratiques culturelles du public en matière d'écoute musicale et de sorties et leurs évolutions ;

---

<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/>

- 3 | Sonder les comportements de protection face aux risques auditifs, en vue d'adapter la campagne de prévention EAR WE ARE dans les années à venir ;
- 4 | Partager publiquement les résultats aux acteur·rice·s de la culture et de la santé.

Cette étude repose sur l'administration 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**. Traditionnellement lancé à l'automne, le questionnaire a été diffusé en 2023 entre juin et novembre, de manière à prendre appui sur la période festivalière et la rentrée musicale de septembre. 2465 spectateur·rice·s de concerts de musiques actuelles y ont ainsi répondu, contre 1117 en 2022, soit plus du double. La probabilité de toucher des spectateurs moins réguliers, plus occasionnels des concerts de musiques actuelles, s'en trouve accrue et il conviendra de garder cette caractéristique à l'esprit lors de la lecture des résultats sur la fréquentation des lieux du live ou sur les comportements de protection face aux risques auditifs.

Par ailleurs, quelques modifications ont été apportées au questionnaire à l'issue de la précédente évaluation en 2022.

Tout d'abord, celle-ci a fait apparaître l'intérêt d'approfondir certains sujets, comme les habitudes de sortie post-Covid, les motivations à la sortie au concert ou la pratique des pauses lors de l'écoute de musique et de sons amplifiés. De nouvelles questions ont donc été ajoutées à cet effet.

Ensuite, le Centre national de la musique a lancé en 2022 son projet de baromètre des usages de la musique en France, auquel AGI-SON a contribué activement. Le partage et le croisement des deux questionnaires en amont de leur passation a favorisé le rapprochement de certains items, dans la perspective de procéder à des comparaisons ultérieures sur les pratiques et habitudes de sortie des **publics de concerts de musiques actuelles visés par la campagne de prévention EAR WE ARE** et l'enquête d'AGI-SON, et celles de la **population générale**, visée par l'enquête du CNM. Certaines variables ou modalités ont donc été reprises ou ajoutées de manière à être communes aux deux questionnaires, ou les plus proches possibles. C'est notamment le cas de la liste des styles musicaux, de la liste des lieux de concert, de la liste du matériel d'écoute de la musique, mais aussi des critères de choix de la sortie au concert, de certaines habitudes d'écoute et de sortie. Si elle complexifie la comparaison *stricto sensu* avec les précédents baromètres de la campagne de prévention d'AGI-SON, cette collaboration marque une étape importante dans la connaissance du public des concerts de musiques actuelles. Les résultats du baromètre EAR WE ARE 2023 ont ainsi pu être nourris par ceux du premier baromètre des usages de la musique en France, réalisé par IPSOS pour le CNM entre le 3 et le 11 mai 2023 auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 4 035 personnes âgées de 15 ans et plus et résidant en France métropolitaine<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> IPSOS, *Le baromètre des usages de la musique en France*, CNM, 2023, 198 p.

## II. PROFILS SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES ET GOÛTS MUSICAUX DES RÉPONDANT·E·S

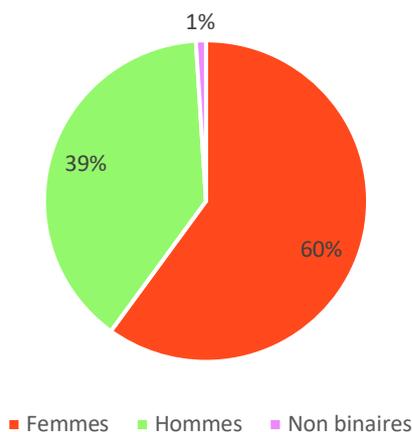
### 2.1. UN PUBLIC TOUJOURS JEUNE, FÉMININ, CITADIN ET DIPLOMÉ

#### Six spectateurs sur dix sont des spectatrices

La part des femmes au sein du public des répondant·e·s à l'enquête s'élève à 60%, pour 39% d'hommes et 1% de personnes se déclarant non binaires. Cette répartition est sensiblement la même qu'en 2021 et en 2022. Elle atteste de la stabilisation du phénomène, mis en lumière depuis quelques années<sup>4</sup>, de féminisation du public des concerts de musiques actuelles, sorties longtemps réputées masculines.

Cependant, ce phénomène demeure encore souterrain et peu décelable à l'œil nu, dans la mesure où les femmes sont certes numériquement plus nombreuses à se rendre dans les lieux de concert, mais le font moins fréquemment que les hommes. Ceux-ci composent par conséquent toujours le noyau dur des habitué·e·s des programmations (voir infra : habitudes de sortie au prisme du genre). Pour forcer le trait, lorsque soixante femmes se rendent chacune à un concert et que quarante hommes assistent à tous les concerts, la salle reste de fait un espace massivement masculin.

Répartition des répondant·e·s selon le genre  
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale



#### Sept spectateur·rice·s sur dix ont moins de 46 ans

En 2023, les 18-25 ans représente 17% des répondant·e·s, contre 11% en 2021 et 23% en 2022, année tout à fait atypique en ce qui concerne la composition par âge de la population enquêtée par le baromètre EAR WE ARE. Les 18-25 ans perdent ainsi 6 points en une année, mais ils restent sur-représentés au sein du public des concerts de musiques actuelles, au regard de la place qu'ils occupent dans la population française de 18 ans et plus (12%)<sup>5</sup>.

Il en va de même pour les trentenaires (26-35 ans) et les quarantenaires (36-45 ans) : iels forment toujours le cœur du public des concerts de musiques actuelles, constituant respectivement 23% (-1 point par rapport à 2022) et 29% des spectateur·rice·s, alors qu'ils ne représentent que 15% et 16% de la population française adulte<sup>6</sup>.

La part des 46-55 ans est quant à elle en nette hausse par rapport à 2022 : elle représente 21% du public (+6 points), pour seulement 16% de la population générale. Les cinquantenaires semblent donc

<sup>4</sup> Voir par exemple Aurélien DJAKOUANE, Emmanuel NEGRIER (dir.), *Publics. Sociologie, fréquentation, motivations*, SoFest ! - France Festivals, Paris, 2020, 40 p.

<sup>5</sup> INSEE, *Pyramide des âges*, 2023

<sup>6</sup> *Ibid.*

avoir repris leurs habitudes de sortie d'avant la crise de la Covid-19, ce qu'ils ont été plus longs à faire que les autres tranches d'âge<sup>7</sup>.

Enfin, les 56-65 ans (8%) et, plus encore, les 66 ans et plus (2%, +1 point par rapport à 2022) sont nettement moins nombreux parmi les répondant·e·s qu'au sein de la population française adulte, où ils sont respectivement 16% et 26%. Sans perdre de vue que « le fait d'être âgé reste un handicap majeur dans l'accès à la culture<sup>8</sup> », l'évolution des sorties aux concerts de musiques actuelles des plus de 65 ans sera intéressante à observer dans les baromètres à venir. Les plus jeunes des seniors, nés dans les années 1950, ont en effet vécu dans leur jeunesse la massification des musiques populaires amplifiées, véritable marqueur générationnel, au sens où chaque « génération est "marquée" – souvent pour la vie – par ses expériences initiatrices.<sup>9</sup> ». Agés de 20 ans en 1968, ils ont en outre connu « une rupture forte des sensibilités, des pratiques et des goûts<sup>10</sup> » par rapport aux générations précédentes.

Au total, **sept spectateur·rice·s de concerts de musiques actuelles sur dix (69%) 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 sont quasiment moitié moins nombreuses au sein du public des concerts (31%), qu'elles ne le sont dans la population générale ayant atteint la majorité (58%)<sup>11</sup>. Une nouvelle fois, ces résultats nuancent l'idée largement répandue d'un vieillissement ou d'un difficile renouvellement générationnel du public des concerts de musiques actuelles et témoignent de la transmission de la sortie au concert entre générations. A titre de comparaison, l'âge médian des spectateur·rice·s de concerts de musique classique n'a cessé d'augmenter depuis les années 1980, passant de 36 ans en 1981 à 61 ans en 2015<sup>12</sup>.

**Répartition des répondant·e·s 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 (2022)	Public des concerts de 18 ans et plus (2023)	Population de 18 ans et + France métropolitaine <sup>13</sup> (2023)
18-25 ans	23%	17% ↓	12%
26-35 ans	24%	23%	15%
36-45 ans	29%	29%	16%
46-55 ans	15%	21% ↗	16%
56-65 ans	8%	8%	16%
66 ans et +	1%	2%	26%

<sup>7</sup> Voir le baromètre EAR WE ARE 2022

<sup>8</sup> Aurélien DJAKOUANE, Marie JOURDA, Emmanuel NEGRIER *et al.*, « Les seniors au festival. Le critère de l'âge dans l'analyse des pratiques et des goûts culturels », *Gérontologie et société*, 2011/3 (vol. 34 / n° 138), p. 197.

<sup>9</sup> Olivier DONNAT, Florence LEVY, « Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques », *Culture prospective*, 2007/3 (n°3), p. 2.

<sup>10</sup> *Ibid.*

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

<sup>12</sup> <https://www.radiofrance.fr/francemusique/podcasts/le-dossier-du-jour/le-renouvellement-des-publics-de-la-musique-classique-1929866>

<sup>13</sup> *Ibid.*

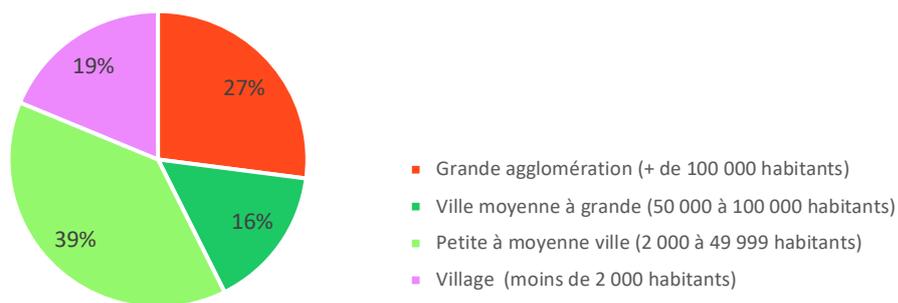
## Un public qui vit en ville

En 2023, la part des répondant·e·s résidant dans les 42 communes françaises de 100 000 habitant·e·s ou plus (27%) est en baisse de 8 points par rapport à 2022, tandis que la part des habitant·e·s des villes moyennes (16%) et petites (39%) progressent respectivement de 2 et 7 points. Cette particularité du baromètre 2023 s'explique, en tout cas en partie, par la faible part de répondant·e·s issus d'Ile-de-France (5%), région qui recense à elle seule cinq villes majeures.

Il n'en demeure pas moins que 43% du public des concerts de musiques actuelles est établi dans une commune de moyenne ou grande taille (50 000 habitant·e·s ou plus), contre un quart seulement de la population générale<sup>14</sup>. La part des personnes originaires d'un village de moins de 2 000 habitant·e·s reste sous la barre des 20%, alors qu'elle s'élève à 23% de la population nationale. Ces données témoignent par conséquent d'un public **plus citadin que la moyenne des Français·e·s**, mais aussi de l'implantation majoritairement urbaine des salles de concert. En 2019, la FEDELIMA a établi que 72 % de ses 145 adhérent·e·s 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>15</sup>.

Répartition des répondant·e·s selon la taille de leur commune de résidence

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale



## Des répondant·e·s hautement qualifiés et bien insérés professionnellement

Le public enquêté en 2023 se distingue, comme les années précédentes, par son **haut degré de qualification scolaire** : 82% des répondant·e·s non scolarisés (hors élèves et étudiant·e·s) sont diplômés de l'enseignement supérieur (+2 points par rapport à 2022) et 61% sont titulaires d'un diplôme de niveau bac + 3 ou plus (-1 point). Ces proportions sont beaucoup plus élevées que dans l'ensemble de la population française non scolarisée, qui compte 31 % de diplômé·e·s du supérieur et 20 % de titulaires d'un diplôme de niveau bac + 3 ou plus<sup>16</sup>.

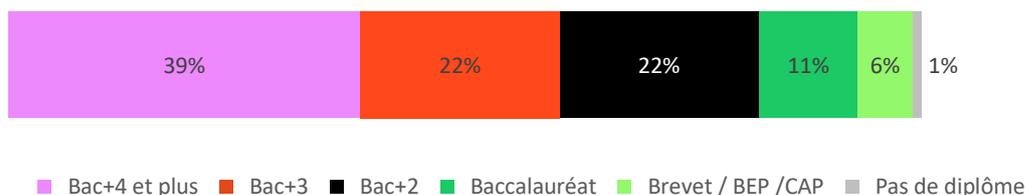
<sup>14</sup> INSEE, *Recensement de la population*, 2021

<sup>15</sup> Hyacinthe CHATAIGNE, *Chiffres clés de la FEDELIMA. Données 2019*, Nantes, FEDELIMA, 2021, p. 3

<sup>16</sup> INSEE, *Recensement de la population*, *op. cit.*. 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.

### Répartition des répondant·e·s non scolarisés (hors élèves et étudiant·e·s)

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale



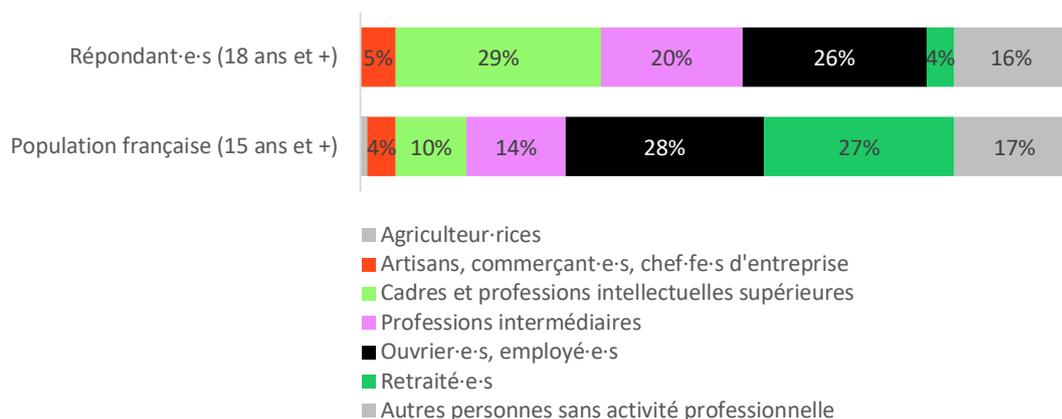
Cette spécificité impacte les catégories socioprofessionnelles des répondant·e·s et se traduit par **une sur-représentation des cadres et des professions supérieures, intellectuelles ou artistiques** (29%, +3 points par rapport à 2022), qui ne composent pourtant que 10 % de la population française de 15 ans et plus<sup>17</sup>. De même, et comme en 2021 et en 2022, 20% des spectateur·rice·s interrogés 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>18</sup>.

Les ouvrier·e·s et employé·e·s sont la catégorie socioprofessionnelle la plus représentée après les cadres et professions supérieures (26% de répondant·e·s, comme en 2021 et 2022). Leur part est proche de celle qu'ils occupent dans la population générale (28%)<sup>19</sup>. En effet, si les concerts et festivals de musiques actuelles concentrent une majorité de cadres, ils attirent aussi davantage les classes moyennes et populaires que les autres événements musicaux<sup>20</sup>.

La faiblesse des retraité·e·s, qui représentent 4% du public alors qu'ils composent 27% de la population française de 15 ans et plus<sup>21</sup>, est également à noter et à mettre en perspective avec l'âge des répondant·e·s.

### Professions et catégories sociales des répondant·e·s et de la population française

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale



<sup>17</sup> *Ibid.*

<sup>18</sup> INSEE, *Recensement de la population, op. cit.*

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

<sup>20</sup> Aurélien DJAKOUANE, Emmanuel NEGRIER (dir.), *Publics. Sociologie, fréquentation, motivations, op. cit.*, p. 19

<sup>21</sup> INSEE, *op. cit.*

## 2.2. I LOVE ROCK'N ROLL : LE ROCK STRUCTURE DES GOÛTS ECLECTIQUES

### L'éclectisme des goûts musicaux : une tendance lourde

Les spectateur·rice·s de concerts de musiques actuelles se caractérisent par leurs **goûts éclectiques**. En moyenne, iels déclarent apprécier 5,1 genres musicaux<sup>22</sup> parmi les 16 proposés dans le questionnaire EAR WE ARE (contre 4,9 en 2022). Ce phénomène est à **mettre en perspective avec leur niveau d'études particulièrement élevé et leur appartenance massive aux professions intermédiaires et supérieures**, dans la mesure où l'omnivorisme<sup>23</sup> ou l'éclectisme culturel<sup>24</sup>, entendus comme « l'aptitude à apprécier l'esthétisme propre à une vaste gamme de formes culturelles<sup>25</sup> », sont particulièrement répandus et valorisés parmi les fractions les plus diplômées de la société et les catégories socioprofessionnelles supérieures<sup>26</sup>. Les cadres et les professions intermédiaires ont ainsi des goûts plus éclectiques que les autres catégories socioprofessionnelles, avec en moyenne 5,3 et 5,2 styles appréciés. L'omnivorisme est aussi plus marqué chez les jeunes générations, les 18-25 ans déclarant apprécier 5,2 styles en moyenne. En effet, les jeunes « ajoutent des genres et des artistes à leur répertoire, sans jamais (ou presque) délaisser ceux qui y figurent depuis plus longtemps. On assiste donc à un cumul [de leurs] goûts, qui peuvent être assez variables.<sup>27</sup> »

### Le rock, note fondamentale des goûts musicaux

Bien qu'il ait été rapproché du punk lors du remaniement des catégories esthétiques proposées aux répondant·e·s, **le rock se détache toujours nettement des autres genres musicaux par le plébiscite dont il fait l'objet**. Apprécié par 74% des spectateur·rice·s, il est suivi d'assez loin par la pop-folk (57%), les musiques électroniques (47%), la variété ou chanson française (39%) et le métal-hard rock (37%). Le rock-punk s'impose aussi comme le style préféré d'un tiers (32%) des répondant·e·s. Alors que le métal-hard rock n'arrive qu'en cinquième position des styles appréciés par les personnes enquêtées, il est de retour à la deuxième place des styles préférés du public avec 12% de partisan·e·s, rang qu'il occupait déjà en 2021. En 2022, c'est le hip-hop qui tenait cette position, relégué en 2023 à la sixième place des styles préférés. Viennent ensuite, *ex-aequo* à la troisième place des styles préférés, les musiques électroniques et la pop-folk (11%).

Ce classement, assez volatile d'une année sur l'autre, est fortement influencé par les tendances promues par l'industrie musicale, mais aussi par la variable générationnelle. La percée du hip-hop en 2022, genre de prédilection des jeunes<sup>28</sup>, correspondait à la part exceptionnellement élevée des 18-25 ans (23%) au sein de la population des répondant·e·s.

---

<sup>22</sup> En 2023, la nomenclature des genres musicaux a été modifiée, afin de mieux concorder avec une approche historique des courants du champ des musiques populaires. Pour permettre la comparaison, c'est la typologie du CNM qui a été retenue, d'autant qu'elle est proche de celle choisie par la FEDELIMA dans les observations qu' elle mène avec ses adhérents.

<sup>23</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>24</sup> Olivier DONNAT, *Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme*, Paris, La Découverte, 1994, 372 p.

<sup>25</sup> Richard A. PETERSON, *op. cit.*, p. 147

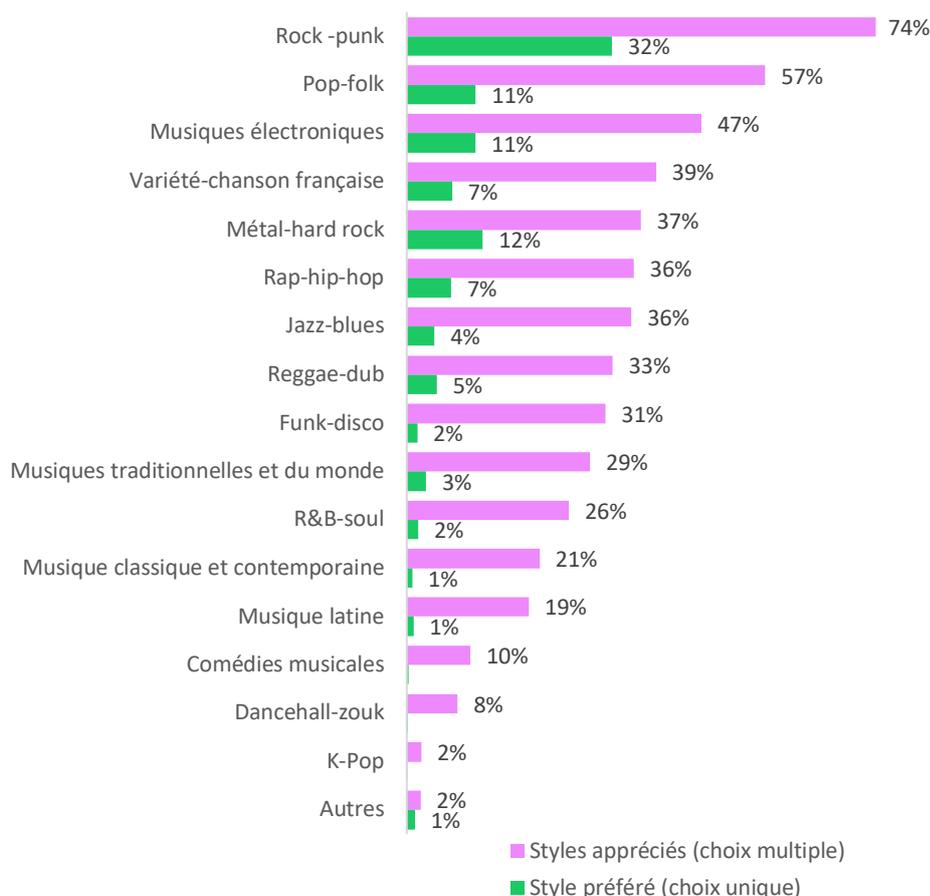
<sup>26</sup> *Ibid.*

<sup>27</sup> Marie-Claude LAPOINTE, Anne-Sophie PREVOST, Gilles PRONOVOST, « Musique et cosmopolitisme culturel chez les jeunes », *Communication* [Online], Vol. 38/1 | 2021

<sup>28</sup> Clémence PERONNET, « Les univers culturels des ados dans les quartiers politique de la ville : bilan des trois terrains », in Chantal DAHAN, Christine DETREZ (dir.), *Goûts, pratiques et usages culturels des jeunes en milieu populaire*, INJEPR-2020, octobre 2020, p. 217

### Styles musicaux appréciés et style préféré des répondant·e·s

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale



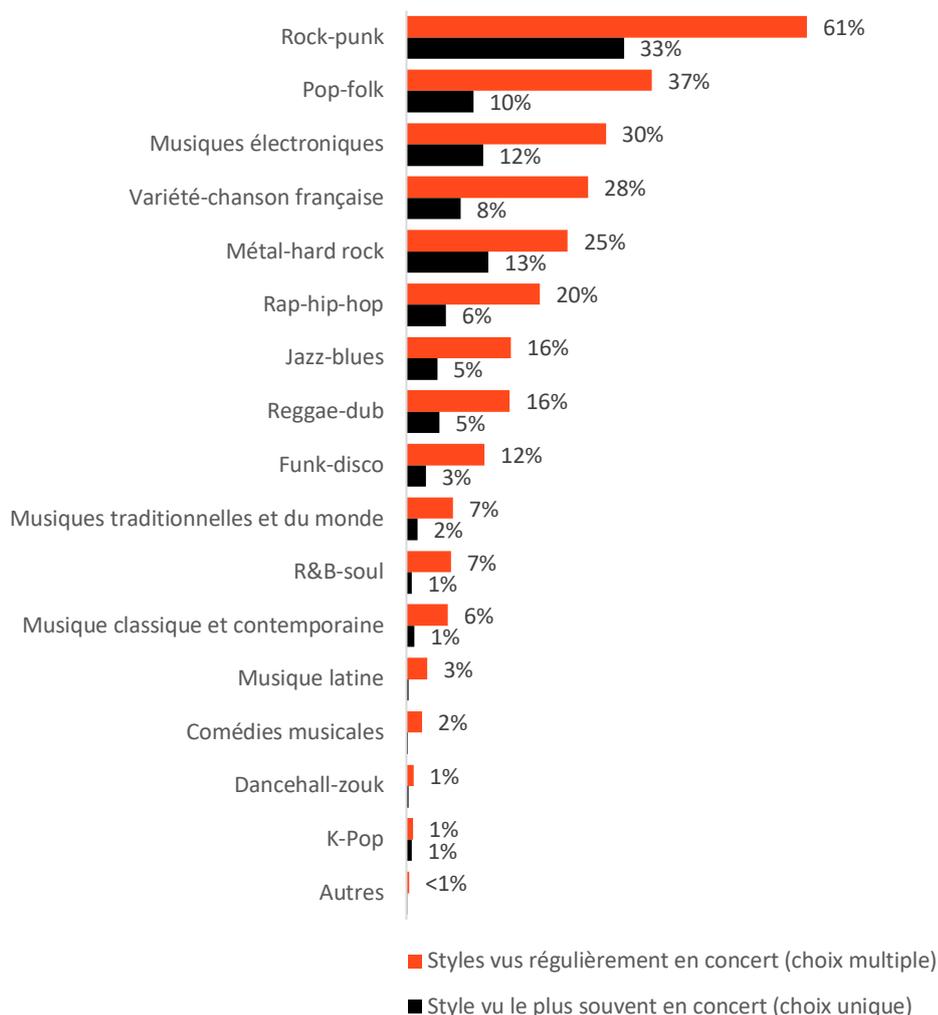
La prédominance du rock s’applique aussi au live : les répondant·e·s qui vont voir des concerts de rock-punk (61%) sont presque deux fois plus nombreux que celles et ceux qui fréquentent les concerts de pop-folk (37%) ou les concerts de musiques électroniques (30%).

Le rock-punk est également le genre le plus souvent vu en concert par les répondant·e·s (33%), suivi par le métal-hard rock (13%) et les musiques électroniques (12%), tout comme en 2021. On observe ainsi l’alignement des styles vus en concert sur les styles appréciés à l’écoute et des styles les plus souvent vus en concert sur les styles préférés à l’écoute. La sortie au concert s’inscrit ainsi dans une logique de renforcement des goûts, les publics allant voir prioritairement sur scène les styles qu’ils affectionnent. Les musiques électroniques, et plus encore le métal, bénéficient à ce propos des faveurs d’un public de passionné·e·s, dont les pratiques d’écoute et de sortie se révèlent plus intensives que celles des autres répondant·e·s. Cette caractéristique des publics du métal et de l’électro apparaît également à l’échelle nationale, telle que relevée dans le baromètre des usages de la musique du Centre national de la musique.<sup>29</sup>

<sup>29</sup> IPSOS, *Le baromètre des usages de la musique en France*, op. cit., p. 27

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

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale



La comparaison avec les résultats du baromètre 2023 des usages de la musique du CNM montre que **le public de notre enquête diverge assez nettement de la population générale par ses goûts musicaux et ses habitudes de sortie**. Les auditeur·rice·s de musique enquêtés par le CNM<sup>30</sup> classent ainsi la variété et chanson française en tête des styles qu'ils écoutent régulièrement et écoutent le plus souvent (cité par 67% et 27% des répondant·e·s), suivie par la pop-folk (50% et 13%) et le rock-punk (43% et 11%)<sup>31</sup>. De même, les styles vus et le plus souvent vus en concert par les spectateur·rice·s du live en France<sup>32</sup> sont parfaitement alignés sur la hiérarchie des goûts à l'écoute<sup>33</sup>, la variété et chanson française recueillant respectivement 62% et 27% des suffrages en concert, la pop-folk 44% et 13% et le rock-punk 40% et 11%.

<sup>30</sup> Il s'agit des personnes déclarant avoir écouté de la musique au cours des 12 derniers mois, soit 94% de l'échantillon du CNM.

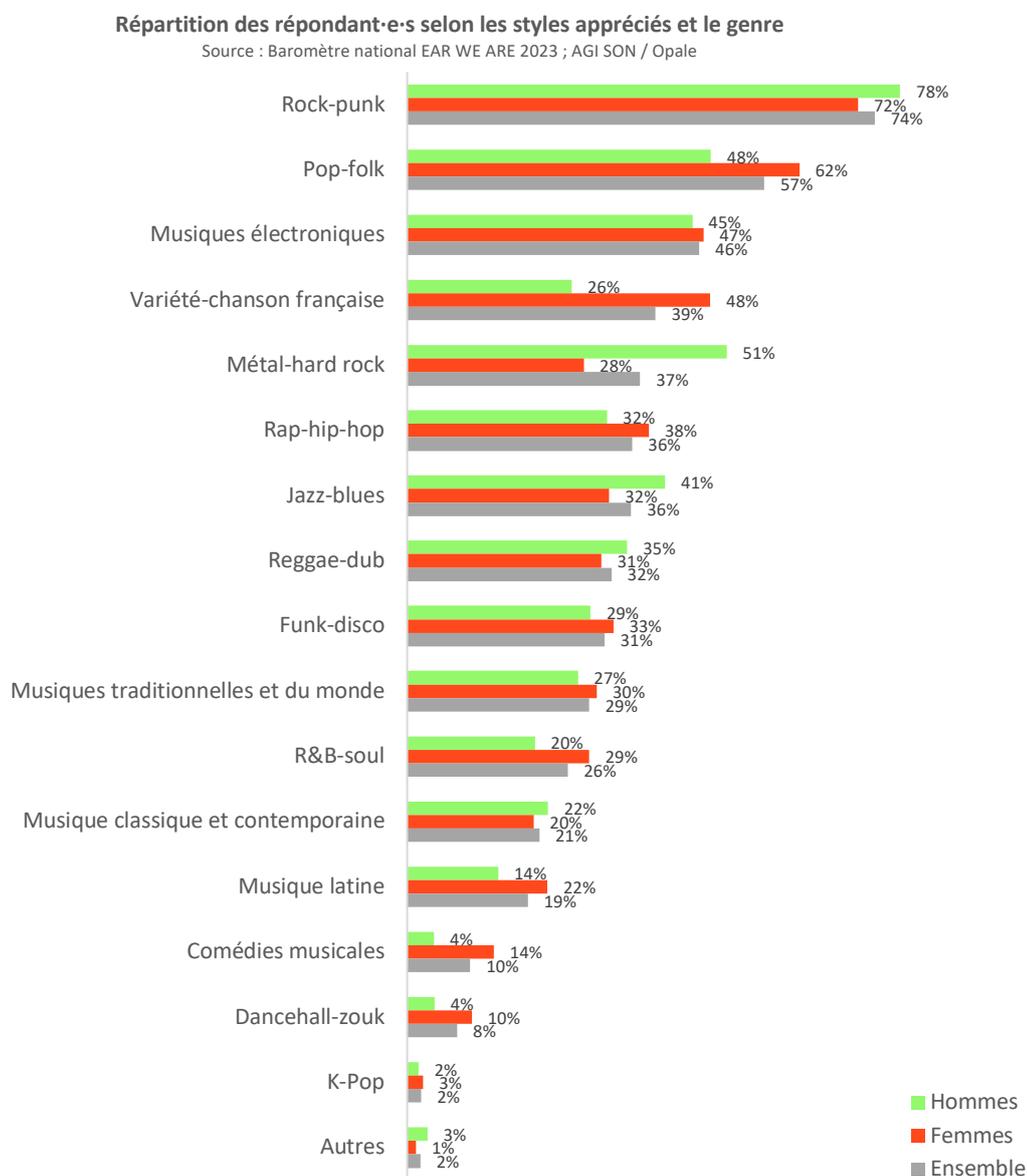
<sup>31</sup> PSOS, *Le baromètre des usages de la musique en France*, op. cit., p. 19

<sup>32</sup> Il s'agit ici des personnes déclarant avoir assisté à au moins un événement live (concert ou festival) au cours des 12 derniers mois, soit 58% de l'échantillon du CNM.

<sup>33</sup> *Ibid.*, p. 26

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

Comme les années précédentes, l'appréciation des différents styles par les répondant·e·s recouvre une partition genrée, générationnelle et scolaire des goûts musicaux. En effet, **l'âge, mais aussi le sexe<sup>34</sup> et le niveau d'études, constituent des variables clivantes dans la construction sociale des goûts et dans les pratiques de consommation<sup>35</sup> et de sortie qui en découlent.**



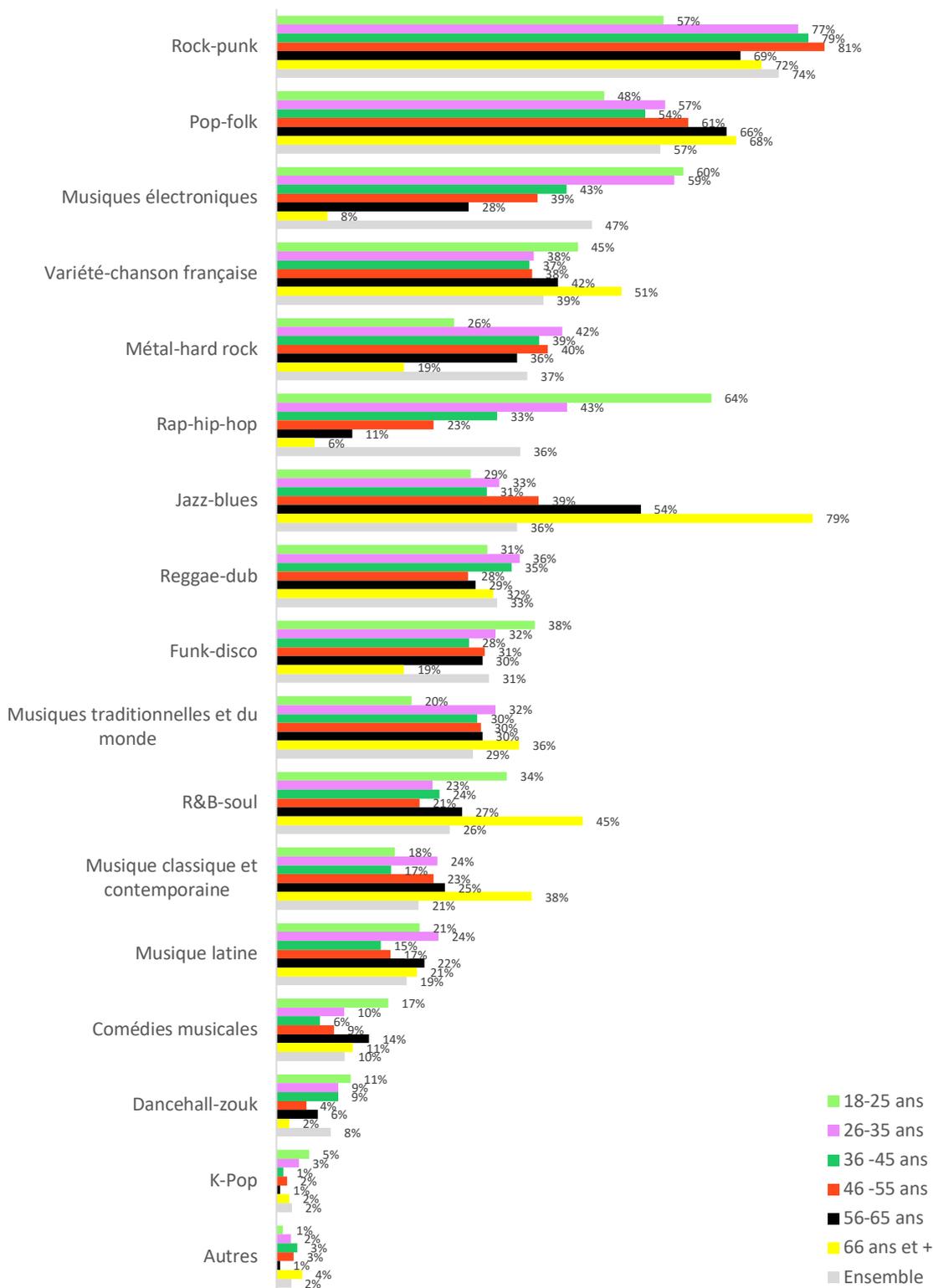
78% des hommes sont ainsi amateurs de rock-punk, 51% d'entre eux apprécient le métal-hard rock et 41% le jazz-blues, contre respectivement 72%, 28% et 32% des femmes. Inversement, les femmes apprécient davantage que les hommes la pop-folk, la variété et chanson française, le rap-hip-hop, la soul-R&B, la musique latine, le dancehall-zouk ou encore les comédies musicales

<sup>34</sup> Éric MACE, Sandrine RUI, « Avoir vingt ans et "faire avec" le genre Call of Duty et Desperate Housewives, métaphores de l'asymétrie », Sylvie OCTOBRE (dir.), *Questions de genre, questions de culture*, Paris, Ministère de la Culture - DEPS, « Questions de culture », 2014, pp. 53-73

<sup>35</sup> Clément COMBES, Fabien GRANJON, « La numérimorphose des pratiques de consommation musicale. Le cas de jeunes amateurs », *Réseaux*, 2007/6-7, p. 294

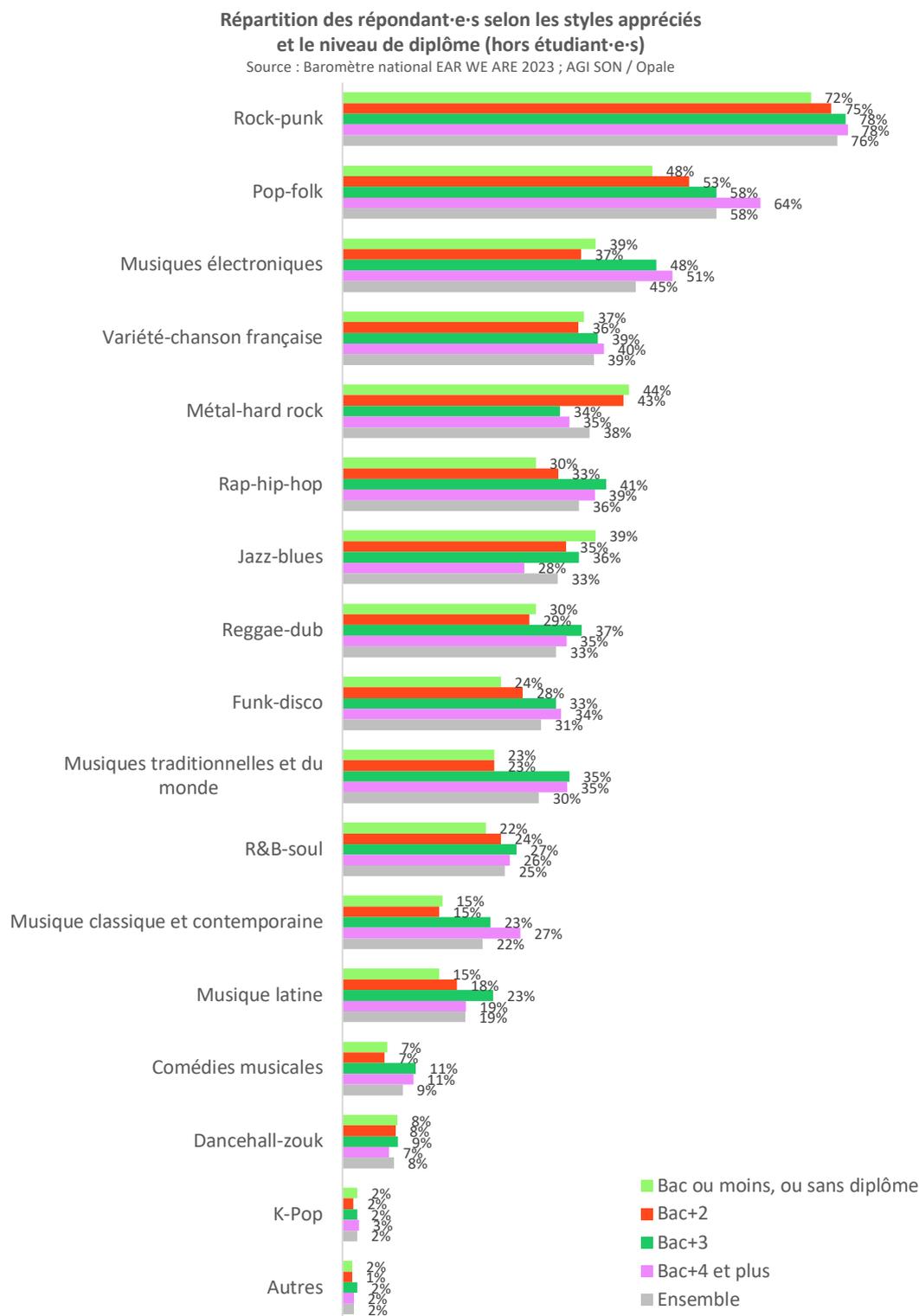
### Répartition des répondant·e-s selon les styles appréciés et l'âge

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale



Les spectateur·rice·s les plus jeunes (18-25 ans) se distinguent des autres classes d'âge par l'inclination dont ils et elles témoignent pour le rap-hip-hop, les musiques électroniques et la soul-R&B. Ils partagent ce goût de la soul-R&B avec les plus âgés (66 ans et plus), qui à l'opposé du spectre, affirment leur préférence pour le jazz-blues et la musique classique. Quant au métal-hard rock, il est massivement apprécié des 26-55 ans. Certains styles musicaux, tels le rock-punk, la pop-folk, la variété

et chanson française, le reggae-dub ou encore les musiques traditionnelles et du monde semblent bénéficier des faveurs de toutes les générations.



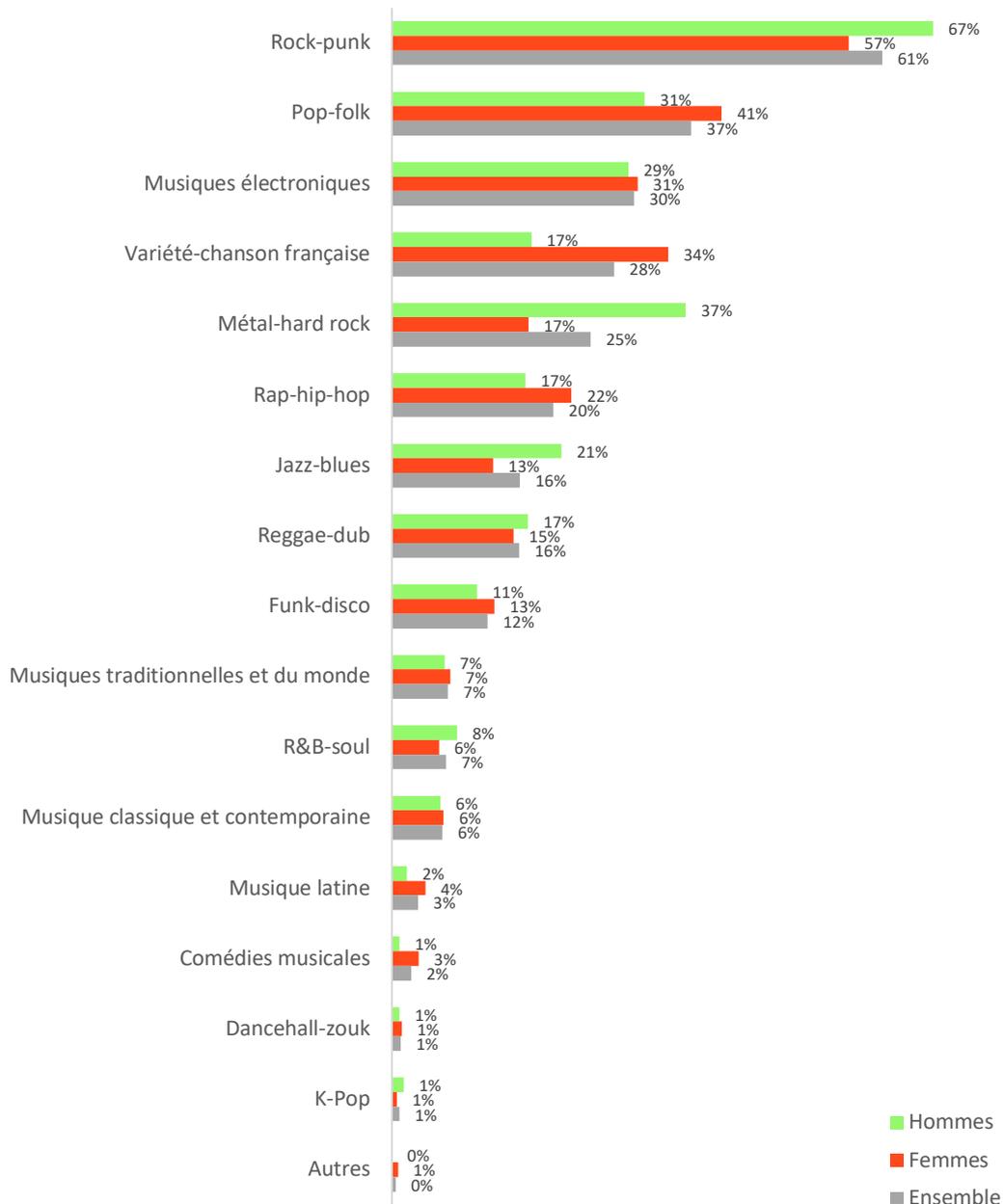
Enfin, le métal-hard rock est davantage apprécié par les personnes titulaires d'un diplôme de niveau bac + 2 ou inférieur. A l'inverse, l'intérêt pour les musiques électroniques, la funk-disco, les musiques traditionnelles et du monde, le rap-hip-hop, la musique classique ou les comédies musicales semble progresser avec le niveau de diplôme.

## Le concert, une expérience sociale

Les sorties au concert épousent sans surprise la partition genrée des goûts musicaux décrite ci-dessus. Les femmes sont ainsi plus enclines que les hommes à assister à des concerts de pop-folk, de variété et chanson française ou de rap-hip-hop, tandis que les hommes apprécient davantage que les femmes les concerts de rock-punk, de métal-hard rock et de jazz-blues. Mais pour bon nombre d'esthétiques, les pratiques des répondantes et des répondants s'avèrent moins clivées en concert qu'à l'écoute. Des styles comme les musiques électroniques, le reggae-dub, les musiques traditionnelles et du monde, la musique classique, la soul-R&B ou la funk disco attirent en live les deux sexes à parts égales ou quasi-égales. 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-e-s que ne l'est l'écoute individuelle de la musique.**

Répartition des répondant-e-s selon les styles vus en concert et le genre

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale



**Répartition des répondant-e-s selon les styles appréciés à l'écoute  
et vus en concert et selon le sexe**

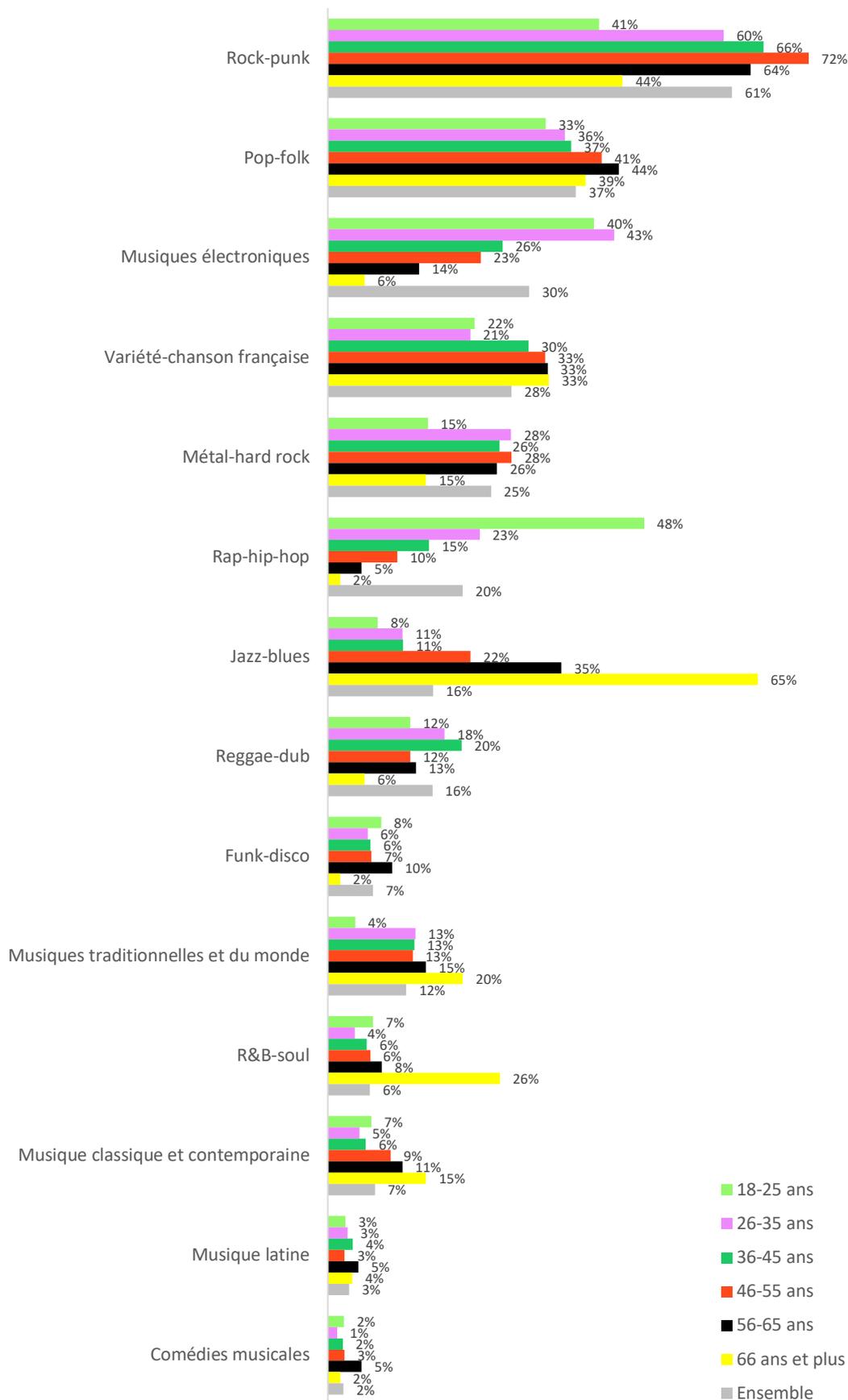
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale

		Hommes	Femmes	Ensemble
Rock-punk	Ecoute	78%	72%	74%
	Concert	67%	57%	61%
Pop-folk	Ecoute	48%	62%	57%
	Concert	31%	41%	37%
Musiques électroniques	Ecoute	45%	47%	47%
	Concert	29%	31%	30%
Variété-chanson française	Ecoute	26%	48%	39%
	Concert	17%	34%	28%
Métal-hard rock	Ecoute	51%	28%	37%
	Concert	37%	17%	25%
Rap-hip-Hop	Ecoute	32%	38%	36%
	Concert	17%	22%	20%
Jazz-blues	Ecoute	41%	32%	36%
	Concert	21%	13%	16%
Reggae-dub	Ecoute	35%	31%	33%
	Concert	17%	15%	16%
Funk-disco	Ecoute	29%	33%	31%
	Concert	8%	6%	7%
Musiques traditionnelles et du monde	Ecoute	27%	30%	29%
	Concert	11%	13%	12%
R&B-soul	Ecoute	20%	29%	26%
	Concert	6%	6%	6%
Musique classique et contemporaine	Ecoute	22%	20%	21%
	Concert	7%	7%	7%
Musique latine	Ecoute	14%	22%	19%
	Concert	2%	4%	3%
Comédies musicales	Ecoute	4%	14%	10%
	Concert	1%	3%	2%
Dancehall-zouk	Ecoute	4%	10%	8%
	Concert	1%	1%	1%
K-Pop	Ecoute	2%	3%	2%
	Concert	0%	1%	0%

Les sorties au concert coïncident également avec la distribution des goûts musicaux selon l'âge. Les 56-65 ans sont ainsi les plus nombreux à assister à des concerts de pop-folk, tandis que les 66 ans et plus apprécient tout particulièrement les concerts de jazz-blues, de musiques traditionnelles et du monde et de musique classique. Les 18-25 ans, quant à elles et eux, fréquentent volontiers les concerts de rap-hip-hop et de musiques électroniques, mais peu de soul-R&B, dont ils sont pourtant des auditeur·rice·s assidus. Quant aux concerts de métal, ils touchent la large tranche des 25-65 ans, mais tiennent à l'écart les plus jeunes et les plus âgés.

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

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale



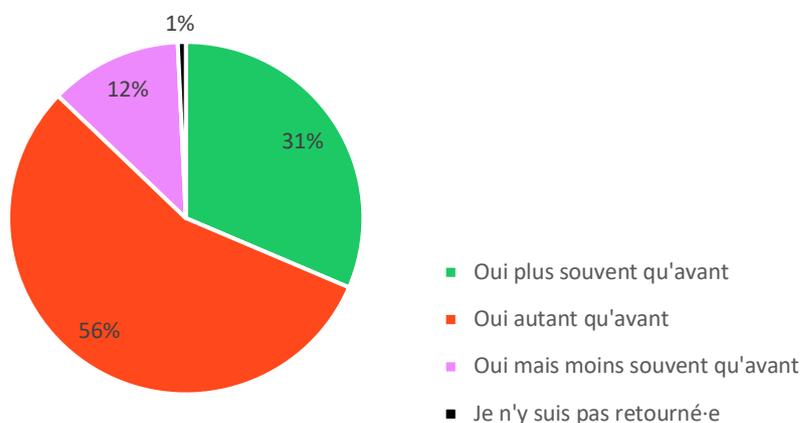
### III. CONCERT ET ÉCOUTE MUSICALE

#### 3.1. UNE REPRISE PROGRESSIVE DES SORTIES EN CONCERT

##### Certains freins à la sortie persistent

99 % des personnes interrogées affirment être retournées au concert depuis la réouverture des salles à l'issue de la crise sanitaire de la Covid-19 (contre 87% en 2021 et 97% en 2022). 56% s'y rendent aussi souvent qu'avant, 12% moins souvent qu'avant et 31% plus souvent qu'avant, particulièrement les 18-25 ans qui sont 62% à indiquer une intensification de leurs sorties au concert (contre moins de 30% des 26-55 ans et moins de 20% des 56 ans et plus).

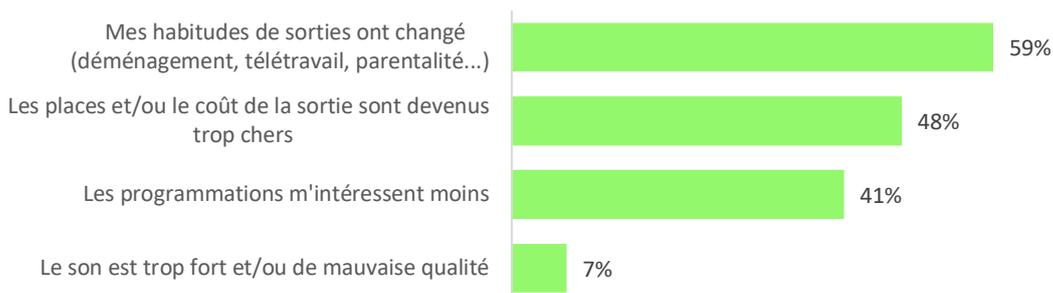
Part des répondant-e-s retournés en concert depuis la réouverture des lieux suite à la crise sanitaire  
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale



Les 13% de répondant-e-s qui ne sont pas du tout retournés au concert, ou moins souvent qu'avant, évoquent en premier lieu un changement de leurs habitudes de sortie depuis la crise sanitaire (59%) – lié par exemple à un déménagement, au passage au télétravail ou à l'arrivée d'un enfant – mais aussi le prix jugé prohibitif des places et/ou plus largement des sorties (48%), et enfin une baisse d'intérêt pour les programmations proposées (41%). Une minorité d'entre elles et eux (7%) mentionne un son trop fort ou de mauvaise qualité.

Raisons du non retour en concert ou de la baisse de sorties en concert

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale



## Les critères de choix du lieu de concert et du festival

Une nouvelle question posée aux répondant·e·s éclaire les critères qui président à leurs choix de concerts en salle. Parmi les quatre principaux, ils et elles indiquent en tout premier lieu l'artiste ou les artistes programmés (95% des répondant·e·s), suivis du prix (57%), de la proximité géographique de l'événement (56%) et de la qualité sonore du lieu (45%). Si les critères du prix et de la proximité géographique se retrouvent dans les mêmes proportions chez les spectateur·rice·s du live en France, enquêtés par le CNM<sup>36</sup>, le critère de la programmation artistique ne recueille les suffrages que de 66% de ces derniers<sup>37</sup>. Les répondant·e·s à notre enquête se distinguent ainsi de la population générale par l'importance prépondérante qu'ils accordent à l'affiche du concert<sup>38</sup>. Quant à la qualité sonore du lieu, elle n'était pas proposée dans le questionnaire du CNM, mais elle est citée par près d'une répondant·e à l'enquête AGI-SON sur deux. Les 18-25 ans et les 66 ans et plus, qui intègrent une part non négligeable d'étudiant·e·s et de retraité·e·s, s'avèrent plus particulièrement préoccupés par le coût de leurs sorties en période d'inflation. Enfin, si le confort des salles (possibilité de s'asseoir, vestiaire...) est indifférent aux plus jeunes, il prend davantage d'importance avec l'âge, en particulier pour les 66 ans et plus.

### Critères de choix des concerts en salle (hors festivals)

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale



La programmation et le prix arrivent également en tête des critères de choix des festivals, mais un peu moins massivement que pour les salles (cités respectivement par 86% et 52% des répondant·e·s). En troisième position, c'est l'expérience festivalière qui s'impose, comprise comme l'âme du festival, son

<sup>36</sup> Pour mémoire, les 58% de personnes enquêtées ayant répondu avoir assisté à au moins un événement live (concert ou festival) au cours des 12 derniers mois.

<sup>37</sup> IPSOS, *Le baromètre des usages de la musique en France*, op. cit., p. 60. Le baromètre du CNM pointe en outre que seuls 27% des festivalier·e·s et 21% de spectateur·rice·s en salle vont voir des artistes qu'ils ne connaissent pas ou peu.

<sup>38</sup> Cette donnée est sans doute à mettre en perspective avec les difficultés dont témoignent certains lieux pour promouvoir des artistes en émergence, peu connus du public.

ambiance, les rencontres qui s’y jouent (47%), suivie par l’aspiration à partager un moment joyeux et festif avec des proches (36%). Ces résultats font apparaître que les répondant-e-s semblent plus attachés à l’expérience festivalière que ne le sont les spectateur-ric-e-s du live en France, interrogés par le CNM, pour lesquels elle n’arrive qu’en cinquième position, citée par 28% d’entre elles et eux<sup>39</sup>. Il faut dire que les festivals de musiques actuelles restent « l’apanage des plus jeunes<sup>40</sup> » (on y reviendra plus loin), les 18-36 ans plaçant l’ambiance et la sociabilité festive au cœur de leurs motivations<sup>41</sup>. Les 18-25 ans sont aussi plus sensibles à la prise en compte des enjeux environnementaux et sociaux par les festivals<sup>42</sup> que les autres tranches d’âge. L’attachement à l’événement, de même que la proximité géographique, constituent quant à eux des critères davantage pris en compte par les 46-65 ans. Cependant, contrairement aux idées reçues, la proximité géographique n’est pas un critère anecdotique, puisqu’elle est citée par près d’un tiers (31%) des répondant-e-s. Elle peut ainsi représenter un levier de premier ordre pour appuyer la transition écologique des festivals de musiques actuelles, dont la première cause d’émissions carbone réside dans le transport des festivalier-e-s<sup>43</sup>.



## Un public plus nombreux, mais aussi plus dilettante

Les répondant-e-s sont des spectateur-ric-e-s actifs des concerts de musiques actuelles. 99% déclarent aller au concert et 83% affirment assister à un festival une fois par an ou plus. Iels font partie des 47% d’auditeur-ric-e-s de musique en France qui se sont rendus à au moins un concert en salle en 2022 et/ou des 30% ayant fréquenté au moins un festival au cours des douze derniers mois<sup>44</sup>.

<sup>39</sup> IPSOS, *Le baromètre des usages de la musique en France*, op. cit., p. 69

<sup>40</sup> Aurélien DJAKOUANE, Emmanuel NEGRIER (dir.), *Publics. Sociologie, fréquentation, motivations*, op. cit., p. 13

<sup>41</sup> Pour plus de détails, voir à ce sujet Aurélien DJAKOUANE, Emmanuel NEGRIER, « Musique, fête et copains. Sociologie du jeune public des festivals », *Espace*, 317, mars-avril 2014, pp. 74-78

<sup>42</sup> Ainsi que par les salles d’ailleurs

<sup>43</sup> Voir EneRis, *Les meilleures pratiques environnementales des festivals de musique*, EneRis, 2012, p. 11 et Shift Project, « Evaluer le bilan carbone d’un festival », <https://www.hellocarbo.com/blog/reduire/bilan-carbone-festival/>

<sup>44</sup> IPSOS, *Le baromètre des usages de la musique en France*, op. cit., p. 52

**La part des répondant·e·s déclarant assister à des concerts dans les différents lieux du live est globalement en progression en 2023.** Ainsi, 95% des répondant·e·s déclarent se déplacer dans les cafés-concerts (+11 points par rapport à 2022). 97% affirment fréquenter les salles moyennes et 93% les petites salles de spectacle (contre 93% en 2022 pour l'ensemble des petites et moyennes jauges). 98% se rendent dans des festivals, contre 91% en 2022 (+7 points). Bien qu'ils affichent des chiffres moins spectaculaires, les autres lieux de concert voient également leur public se diversifier : les grandes salles de type Zénith ou Arena sont fréquentées par 86% des répondant·e·s (+3 points par rapport à 2022) et les clubs et boîtes de nuit par 58% d'entre elles et eux (+14 points). La comparaison avec l'édition 2022 du baromètre EAR WE ARE est néanmoins délicate, dans la mesure où les catégories de salles et de festivals ayant été retravaillées en 2023, elles ne correspondent pas exactement à celles proposées précédemment<sup>45</sup>.

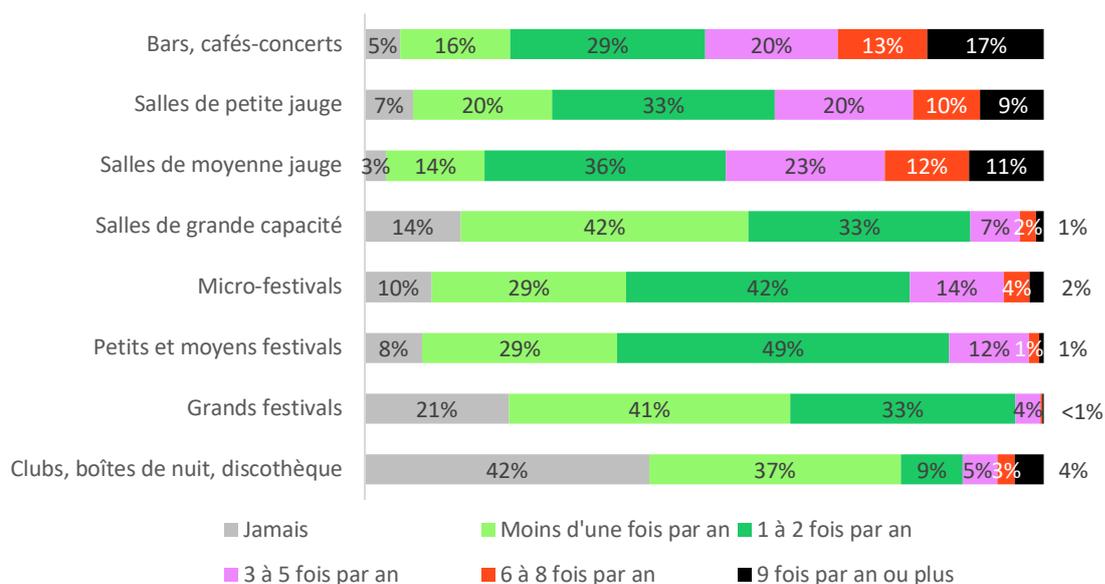
**La part des spectateur·rice·s qui fréquentent régulièrement et assidûment les bars et les salles de petite et moyenne jauge progresse légèrement, mais sans rattraper encore son niveau d'avant la crise sanitaire.** Vu la taille importante de l'échantillon 2023 des répondant·e·s, il n'est pas exclu que les spectateur·rice·s occasionnels y soient davantage représentés que dans les précédentes éditions du baromètre d'AGI-SON. Ainsi, 50% des répondant·e·s assistent à des lives dans des bars au moins trois fois par an (+1 point par rapport à 2022) et 30% le font au moins six fois par an (+3 points). De même, 57% des répondant·e·s se rendent au moins trois fois par an dans les petites et moyennes salles de concert (+2 points par rapport à 2022) et 31% s'y rendent au moins six fois par an (+4 points). Ainsi, **les cafés-concerts et les salles de petite et moyenne jauge 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.** A titre de comparaison, les micro-festivals ne comptabilisent que 20% de spectateur·rice·s réguliers (réalisant au moins trois sorties par an), les clubs et boîtes de nuit 12%, les grandes salles 10% et les grands festivals 4%. Ces espaces se caractérisent *a contrario* par une surface importante des spectateur·rice·s occasionnels (une à deux sorties par an) et très occasionnels (moins d'une sortie par an).

---

<sup>45</sup> Le questionnaire 2022 interrogeait la fréquentation des petites et moyennes salles, définies selon une jauge allant de 250 à 900 spectateur·rice·s. Le questionnaire 2023, ajusté à celui du CNM, les scinde désormais en deux catégories : les petites salles (moins de 200 places) et les salles moyennes (200 à 1 300 places). De même, les festivals, regroupés en une seule catégorie en 2022, sont maintenant subdivisés en micro-festivals, petits et moyens festivals et grands festivals.

### Fréquence des sorties des répondant-e-s dans les différents lieux de concerts

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



## Sexe, âge, milieu social, niveau scolaire : autant de variables qui jouent sur la fréquentation des concerts

En 2023, les 18-35 ans se caractérisent toujours par des sorties beaucoup plus fréquentes que les autres classes d'âge. Iels sont ainsi les plus portés à fréquenter régulièrement les petits et moyens festivals ainsi que les grands festivals, où iels trouvent l'occasion de vivre une expérience partagée entre ami-e-s<sup>46</sup> : 16% se rendent au moins trois fois par an dans les premiers et 6% dans les seconds, contre respectivement 14% et 4% de l'ensemble des répondant-e-s. Attachés aux ambiances conviviales et festives, iels sont aussi les spectateur·rice·s les plus assidus des bars et cafés-concerts : 54% s'y rendent au moins trois fois par an (+2 points par rapport à 2022) et 21% neuf fois par an ou plus (contre respectivement 50% et 17% de l'ensemble des répondant-e-s). Les 18-35 ans sont également attirés par les clubs et boîtes de nuit, que 35% fréquentent au moins une fois par an, ce qui n'est le cas que de 21% de l'ensemble. Iels sont encore les plus enclins à fréquenter les salles de grande capacité, 13% y allant trois fois par an et plus, contre 10% de l'ensemble. Enfin, iels constituent, à égalité avec les 56 ans et plus, la tranche d'âge qui assiste au plus grand nombre de concerts dans des salles de moyenne jauge, un quart des moins de 36 ans (26%) s'y rendant au moins six fois par an. En bref, iels ne sont devancés par leurs aîné-e-s que dans les salles de petite jauge et les micro-festivals. 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.

### Répartition des répondant-e-s se rendant régulièrement et souvent en concert selon l'âge et le type de lieux fréquenté

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale

	18-25 ans		26-35 ans		36-45 ans		46-55 ans		56-65 ans		66 ans et +		ENSEMBLE	
	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 +	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	20%	31%	18%	38%	18%	27%	23%	28%	20%	25%	19%	24%	20%	30%
Salles de petite jauge	16%	17%	20%	22%	20%	16%	25%	20%	20%	23%	28%	23%	20%	19%

<sup>46</sup> Aurélien DJAKOUANE, Emmanuel NEGRIER (dir.), *Publics. Sociologie, fréquentation, motivations*, op. cit., p. 13

Salles de moyenne jauge	22%	25%	24%	26%	24%	19%	23%	24%	22%	27%	27%	22%	23%	23%
Salles grande capacité	11%	8%	7%	2%	6%	1%	6%	5%	7%	3%	7%	2%	7%	4%
Micro-festivals	14%	3%	16%	8%	13%	5%	12%	7%	17%	7%	18%	7%	14%	6%
Petits et moyens festivals	13%	1%	15%	3%	10%	2%	10%	3%	11%	3%	9%	0%	12%	2%
Grands festivals	6%	1%	4%	1%	2%	0%	4%	1%	3%	1%	2%	0%	4%	1%
Clubs, boîtes de nuit	11%	19%	8%	10%	3%	2%	3%	2%	1%	1%	0%	0%	5%	7%

Concernant les habitudes des répondant-e-s 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 dans les mêmes proportions 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·e·s se rendant régulièrement et souvent en concert selon le sexe et le type de lieux fréquenté

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; 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	21%	32%	53%	19%	29%	48%	30%	20%	50%
Salles de petite jauge	22%	24%	45%	20%	16%	36%	20%	19%	39%
Salles de moyenne jauge	25%	28%	53%	23%	20%	43%	23%	23%	47%
Salles de grande capacité	7%	4%	11%	7%	3%	10%	23%	23%	46%
Micro-festivals	16%	7%	23%	12%	6%	18%	14%	6%	20%
Petits et moyens festivals	15%	2%	17%	10%	2%	12%	12%	2%	14%
Grands festivals	5%	<1%	5%	3%	<1%	3%	4%	<1%	4%
Clubs, boîtes de nuit	5%	6%	11%	5%	7%	12%	5%	7%	12%

La situation socioprofessionnelle des personnes, tout comme l'âge ou le genre, imprègne leurs habitudes de sortie au concert. Ainsi, les professions intermédiaires sont sur-représentées parmi les spectateur·rice·s réguliers et assidus des petits et moyens festivals, des bars et cafés-concerts et des salles de petite et moyenne jauge. Ils partagent ces habitudes avec les cadres en ce qui concerne ces dernières. Les étudiant·e·s sont, pour leur part, et en corrélation avec leur âge, habitués des salles de grande capacité et des clubs et boîtes de nuit.

	Artisan·e·s Commerçant·e·s Chef·fe·s d'entr.		Cadres Professions supérieures		Professions intermédiaires		Ouvrier·e·s Employé·e·s		Etudiant·e·s		En recherche d'emploi		ENSEMBLE	
	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 +	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	19%	28%	20%	30%	20%	34%	18%	28%	20%	32%	22%	38%	20%	30%
Salles de petite jauge	19%	16%	20%	21%	24%	21%	19%	17%	17%	15%	23%	20%	20%	19%
Salles de moyenne jauge	15%	23%	26%	26%	23%	29%	23%	19%	21%	22%	27%	16%	23%	24%
Salles grande capacité	5%	4%	7%	3%	7%	4%	8%	3%	10%	8%	5%	2%	7%	4%
Micro-festivals	13%	9%	14%	5%	14%	8%	14%	6%	14%	5%	17%	4%	14%	6%
Petits et moyens festivals	12%	3%	9%	2%	15%	2%	13%	3%	13%	1%	10%	1%	12%	2%
Grands festivals	5%	-	3%	-	3%	-	4%	-	5%	2%	4%	-	4%	1%
Clubs, boîtes de nuit	2%	6%	5%	5%	4%	6%	4%	5%	13%	22%	5%	7%	5%	7%

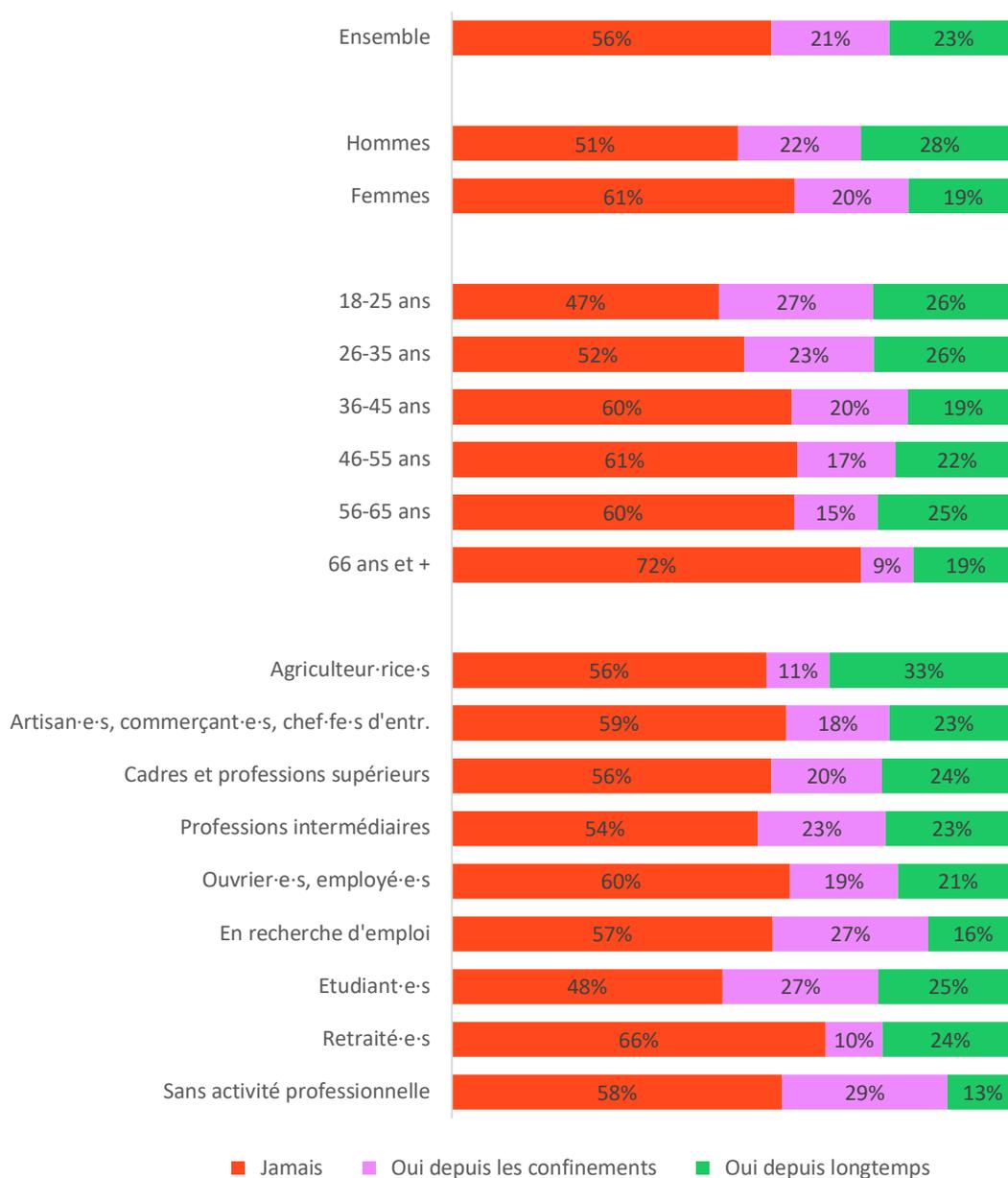
### Livestream et replay, des pratiques en stagnation

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. Comme en 2022, 56% des répondant·e·s déclarent ne jamais s'y livrer, contre 46% en 2021. C'est plus particulièrement le cas des 66 ans et plus, qui sont 72% à ne jamais visionner de concert en live. Les 18-25 ans rapportent plus souvent que les autres classes d'âge pratiquer le livestream depuis longtemps et depuis les confinements. Dans les mêmes proportions qu'en 2022, les habitué·e·s du livestream sont plus souvent des hommes (28%) que des femmes (19%). Pour 21% des répondant·e·s, le livestream s'implante durablement en tant que mode de consommation culturelle, adopté depuis les confinements. Ces chiffres sont les mêmes qu'en 2021 et 2022, ce qui semble confirmer la

stagnation de la pratique du livestream. Le visionnage de concerts en direct est en outre jugé assez sévèrement par les répondant-e-s, obtenant la note moyenne de 3,2 sur 5.

**Visionnage de concerts en direct sur écran (livestream)  
selon le sexe, l'âge et la catégorie socioprofessionnelle des répondant-e-s**

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale

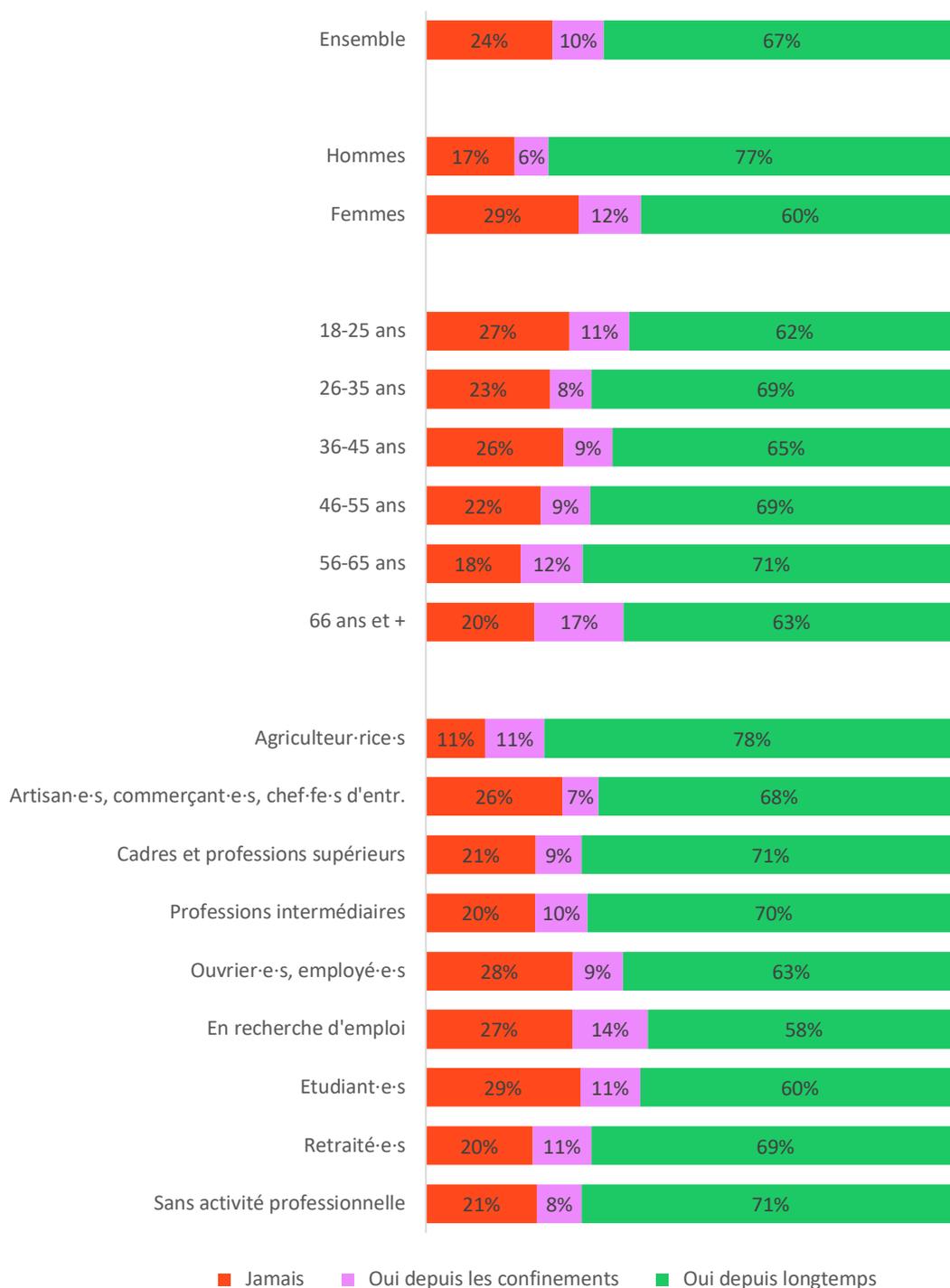


En comparaison avec le livestream, **la pratique du replay** (visionnage de concerts en différé) **apparaît comme plus ancienne et mieux implantée dans toutes les tranches d'âge**. 24% des répondant-e-s (-2 points par rapport à 2022) déclarent n'y avoir jamais recours, mais 67% (+2 points) l'expérimentent depuis longtemps, particulièrement les hommes (77%) et les cadres et professions supérieures (71%). Pour autant, le visionnage de concerts en différé obtient une note moyenne de 3,5 sur 5, à peine supérieure à celle du livestream. Comme en 2022, c'est parmi les femmes que la progression est la

plus marquée, puisqu'elles représentent 74% des nouveaux consommateur·rice·s de concerts en replay.

### Visionnage de concerts en rediffusion sur écran (replay) selon le sexe, l'âge et la catégorie socioprofessionnelle des répondant·e·s

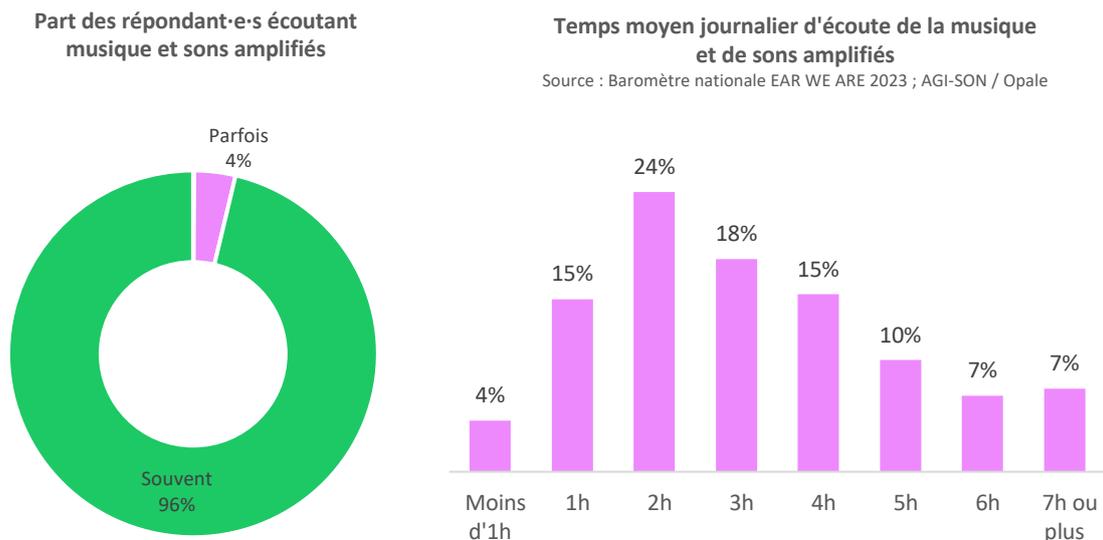
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale



## 3.2. L'ÉCOUTE DE MUSIQUE ET DE SONS AMPLIFIÉS : UNE PRATIQUE QUOTIDIENNE BANALISÉE

### Durées d'écoute : de fortes disparités générationnelles

En dehors des concerts, 100% des répondant·e·s disent écouter de la musique et des sons amplifiés et 96% déclarent en écouter souvent (-1 point par rapport à 2022). Comme en 2022, 7% d'entre elles et eux déclarent 7 heures d'écoute par jour ou plus.



La durée journalière moyenne d'écoute de musique et de sons amplifiés s'établit à 3h20 pour l'ensemble des répondant·e·s, exactement comme en 2021 et 2022, ce qui semble indiquer une stabilisation du temps d'écoute. Pour mémoire, la population générale écoute 2h11 de musique par jour en moyenne<sup>47</sup>. Parmi les pratiques culturelles observées depuis près d'un demi-siècle par le Ministère de la Culture, l'écoute quotidienne de musique hors radio est celle qui a connu le développement historique le plus dynamique<sup>48</sup>. Si 9% des Français·e·s de 15 ans et plus écoutaient de la musique quotidiennement en 1973, iels étaient 34% en 2008 et 57% en 2018. Selon le baromètre 2023 des usages de la musique du CNM, 94% des Français·e·s de 15 ans et plus écoutent désormais au moins une minute de musique par jour en moyenne. Le développement de l'écoute quotidienne de musique est aussi à mettre en perspective avec l'essor des pratiques culturelles numériques au cours de la dernière décennie<sup>49</sup>. C'est pourquoi l'évaluation de la campagne de prévention des risques auditifs EAR WE ARE s'intéresse à l'exposition des répondant·e·s à la musique, mais aussi plus largement aux sons amplifiés.

L'écoute journalière de musique et de sons amplifiés est plus intensive chez les hommes que chez les femmes (3h30 contre 3h10 en moyenne). La durée d'écoute est également fortement impactée par la

<sup>47</sup> IPSOS, *Le baromètre des usages de la musique en France*, op. cit., p. 12. La question n'est posée que pour la musique et exclut les sons amplifiés.

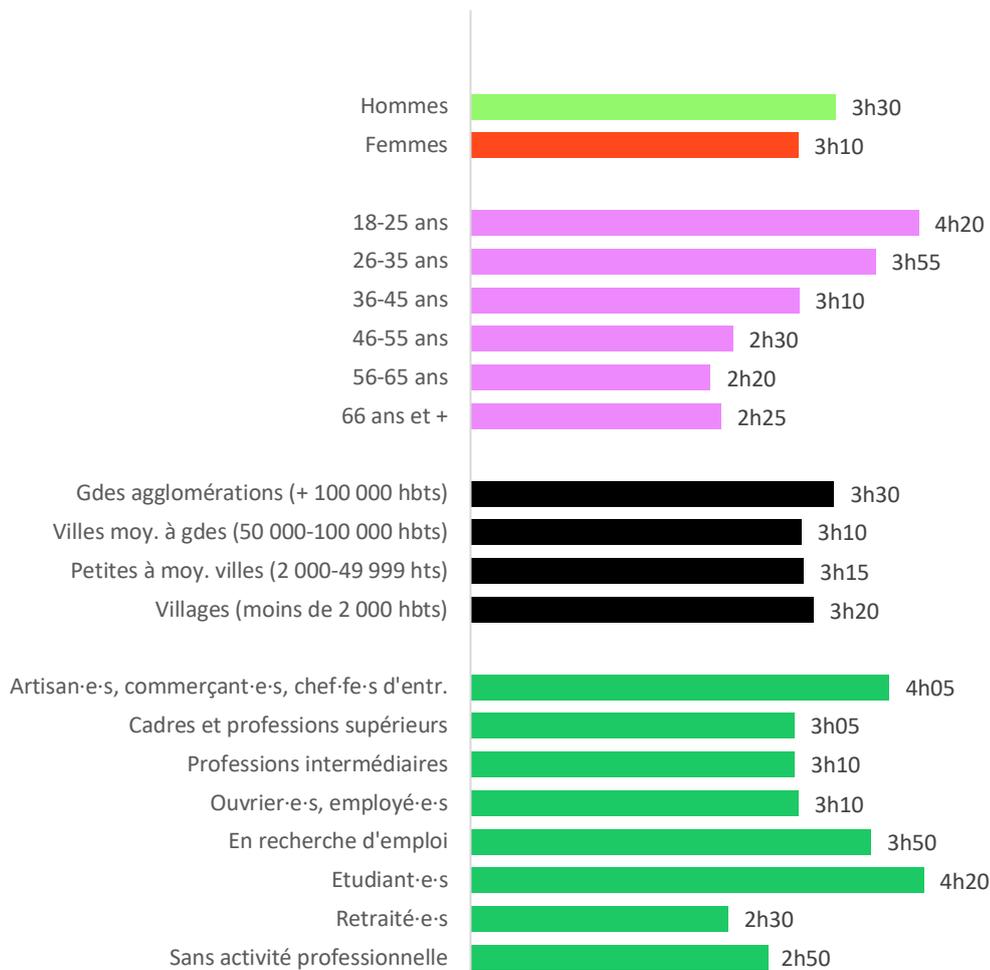
<sup>48</sup> Philippe LOMBARDO, Loup WOLFF, *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*, DEPS, Culture – Etudes, 2020-2, p. 8

<sup>49</sup> *Ibid.*

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 4h20 chez les 18-25 ans (+15 mn par rapport à 2022) et à 2h20 chez les 56 ans et plus.** La taille de la commune de résidence se révèle peu discriminante quant à la durée d'écoute journalière : elle est légèrement plus élevée dans les grandes agglomérations, les trajets en transports en commun étant propices à l'écoute de musique ou au visionnage de vidéos.

**Durée journalière d'écoute de musique et sons amplifiés selon le sexe, l'âge, la taille de la commune de résidence et la catégorie socio-professionnelle des répondant-e-s**

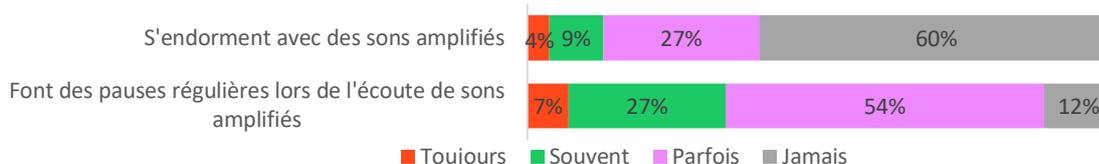
Source : Baromètre nationale EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



Enfin, 88% des répondant-e-s font des pauses régulières lorsqu'ils écoutent de la musique et des sons amplifiés, tandis que 40% s'endorment avec des sons : 4% le font toujours, 9% souvent et 27% parfois. Parmi elles et eux, 47% s'endorment avec une enceinte, 32% avec un casque ou des écouteurs et 20% utilisent alternativement les deux dispositifs.

### Comportement des répondant-e-s face à l'écoute de sons amplifiés : pauses et endormissement

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale



### Systèmes d'écoute des sons amplifiés lors de l'endormissement

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI SON / Opale

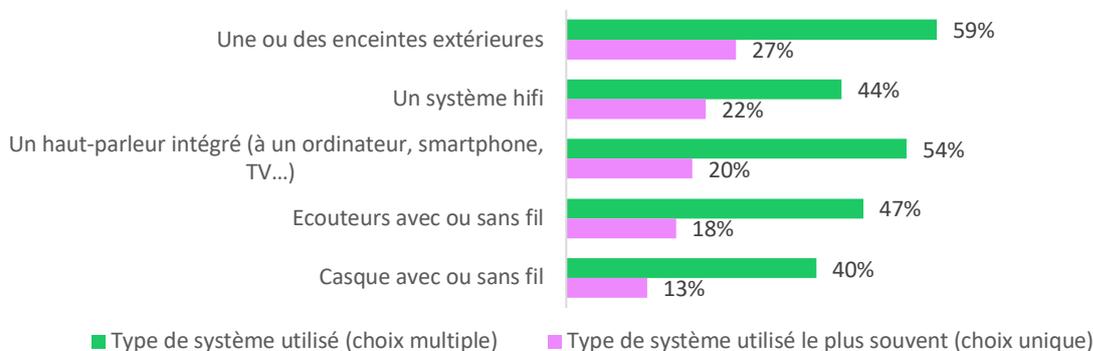


## Diversité des matériels d'écoute

**Les répondant-e-s varient les dispositifs d'écoute selon les situations.** 89% utilisent une ou des enceintes extérieures, avec système hifi (44%) ou sans (59%). 54% utilisent le haut-parleur intégré d'un terminal (ordinateur, smartphone, tablette, télévision, radio...), 47% emploient des écouteurs et 40% un casque. Les sorties audios les plus souvent utilisées sont les enceintes extérieures (27%), suivies des systèmes hifi (22%), des haut-parleurs intégrés (20%), des écouteurs (18%) et du casque (13%). Le matériel d'écoute de nos répondant-e-s diffère sensiblement de celui employé le plus souvent par la population générale auditrice de musique, qui utilise de préférence les écouteurs (36%), les enceintes connectées (33%) et les haut-parleurs intégrés (30%), devant les casques (25%) et les systèmes hifi ou non connectés (21%)<sup>50</sup>. **La première place prise par les dispositifs intra-auriculaires, dont l'utilisation présente des risques auditifs accrus, vient pointer l'acuité des enjeux de prévention au sein de la population française.**

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

Source : Baromètre nationale EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



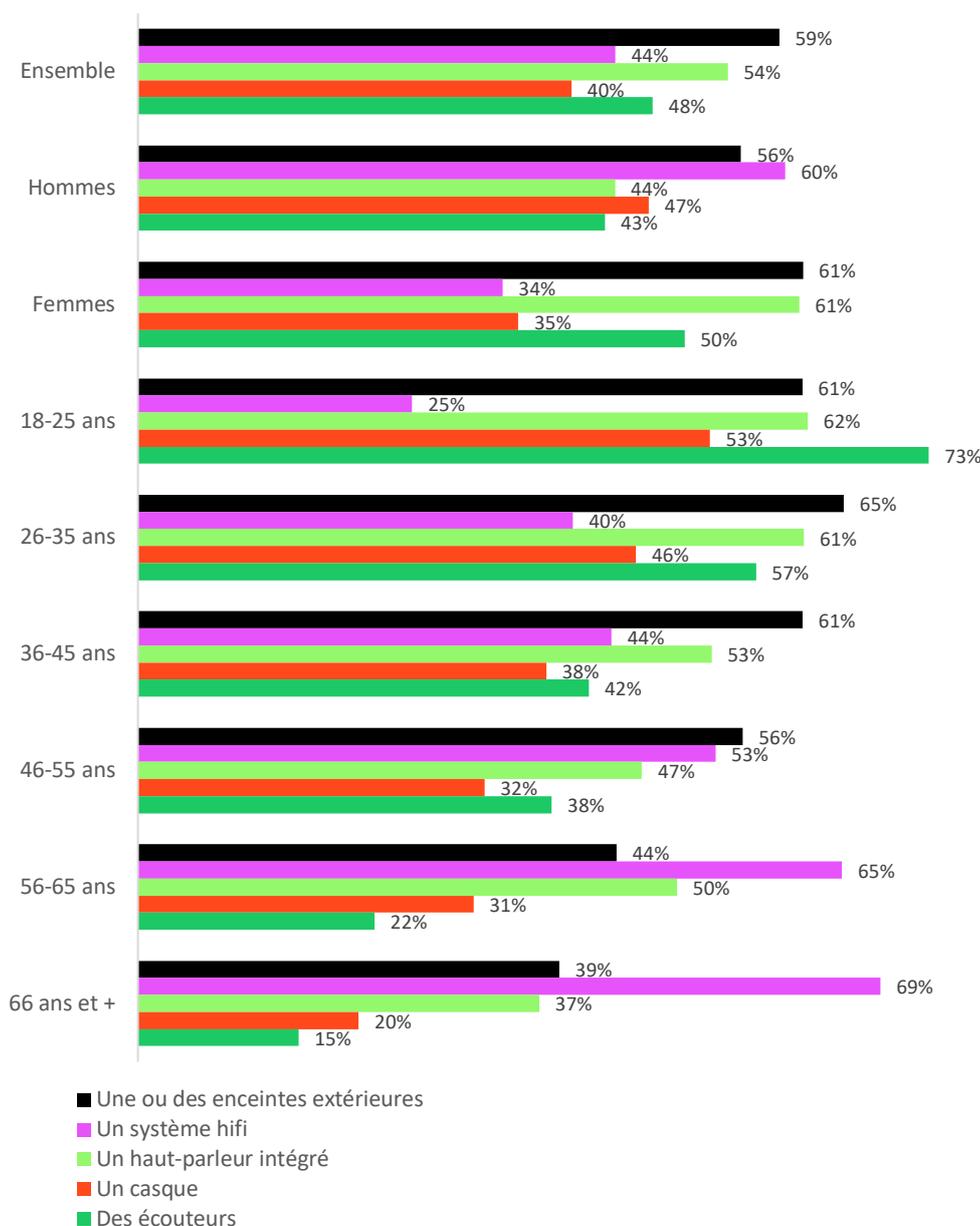
<sup>50</sup> IPSOS, *Le baromètre des usages de la musique en France*, op. cit., pp. 40-41

Les hommes se servent moins souvent de haut-parleurs intégrés que les femmes (44% contre 61%), mais plus souvent d'écouteurs (50% contre 43%) et de casques (47% contre 35%) que celles-ci. En ce qui concerne l'usage d'enceintes extérieures, les hommes privilégient plus souvent le système hifi (60%) que les femmes (34%), alors que celles-ci utilisent un peu plus souvent de simples enceintes extérieures sans hifi (61% contre 56% des hommes).

Les matériels les plus souvent utilisés révèlent un clivage générationnel entre des pratiques domestiques partagées au sein du foyer chez les plus âgés ou, au contraire, fortement individualisées chez les plus jeunes. Pour schématiser, les 18-35 ans plébiscitent les écouteurs et les casques, les 36-55 ans apprécient les enceintes extérieures et les 56 ans et plus préfèrent les systèmes hifi.

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

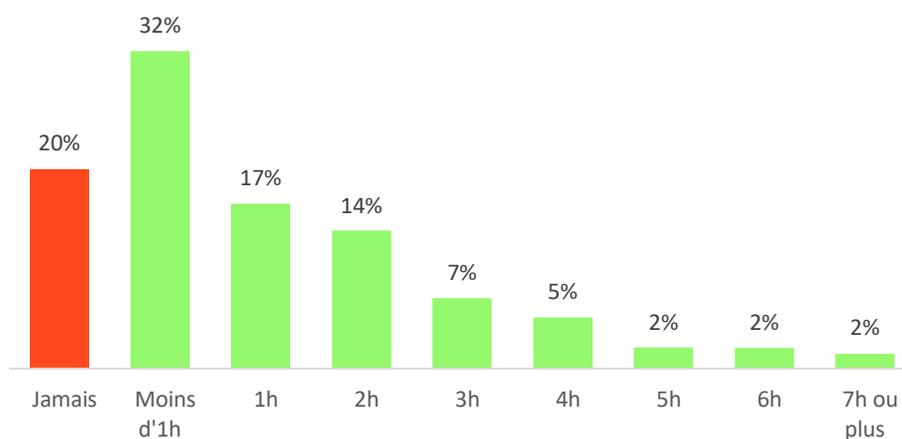
Source : Baromètre nationale EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



Concernant les **dispositifs d'écoute individualisés** (casques et écouteurs), ils sont utilisés **1h25 par jour en moyenne**. Cette durée est strictement la même qu'en 2022. 11% des répondant·e·s utilisent les casques et écouteurs 4 heures par jour ou plus (+1 point par rapport à 2022).

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

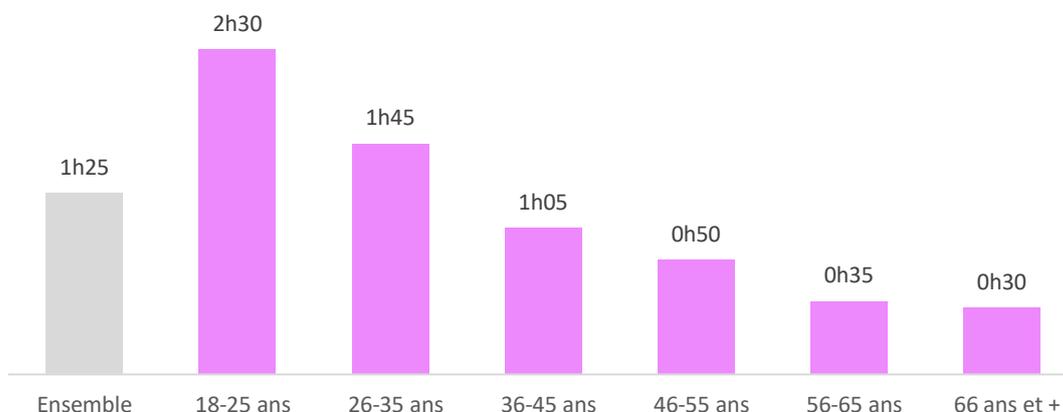
Source : Baromètre nationale EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



Ce sont les 18-25 ans qui les emploient le plus, à raison de 2h30 par jour en moyenne (+15 mn par rapport à 2022), tandis que les 26-35 ans ne s'en servent plus qu'1h45 par jour (+20 mn). Leur utilisation décroît en effet avec l'âge, les autres classes les employant entre une demi-heure et 1h05 par jour. **Les jeunes sont donc particulièrement exposés aux risques auditifs liés à l'écoute quotidienne de sons amplifiés, tant du fait de leur durée d'écoute que des matériels dont ils usent préférentiellement.**

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

Source : Baromètre nationale EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



## IV. LE RAPPORT DES PUBLICS AUX RISQUES AUDITIFS

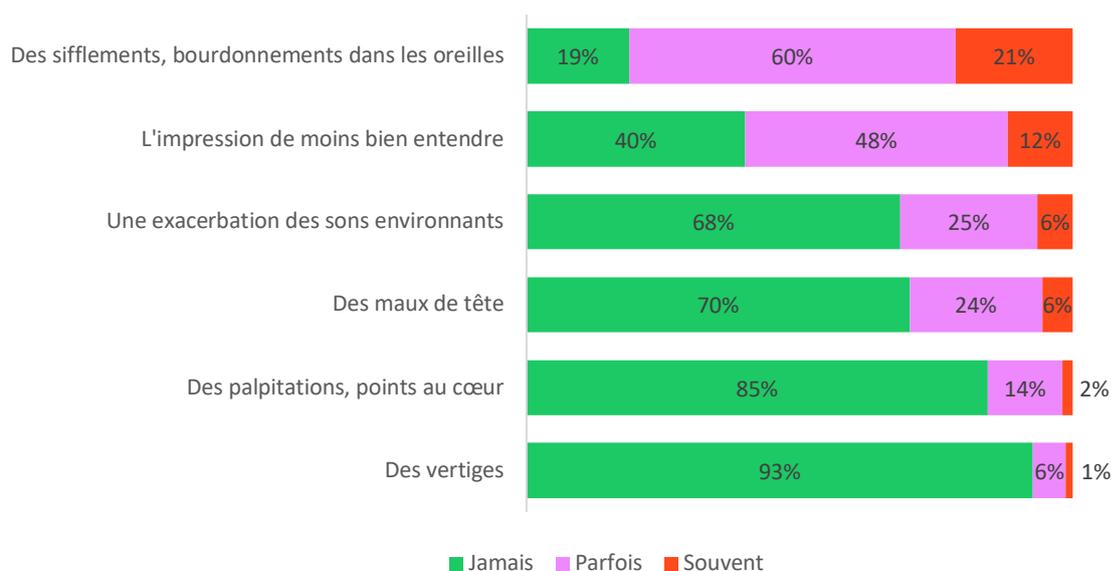
### 4.1. SANTÉ AUDITIVE ET PERCEPTION DU RISQUE

#### L'identification des troubles auditifs

Au total, 90% des répondant·e·s ont déjà éprouvé un trouble auditif. Après une exposition au son, dans la vie de tous les jours ou en concert, **81% des répondant·e·s ont déjà éprouvé des sifflements ou des bourdonnements dans les oreilles** (-2 points par rapport à 2022). **L'occurrence des autres troubles auditifs diminue au sein de la population des répondant·e·s** : 60% ont déjà éprouvé l'impression de moins bien entendre (-8 points par rapport à 2022), 32% ont déjà ressenti une exacerbation des sons environnants (-3 points), 30% des maux de tête (-7 points), 15% des palpitations ou des points au cœur (-4 points) et 7% des vertiges (-5 points).

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

Source : Baromètre nationale EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale

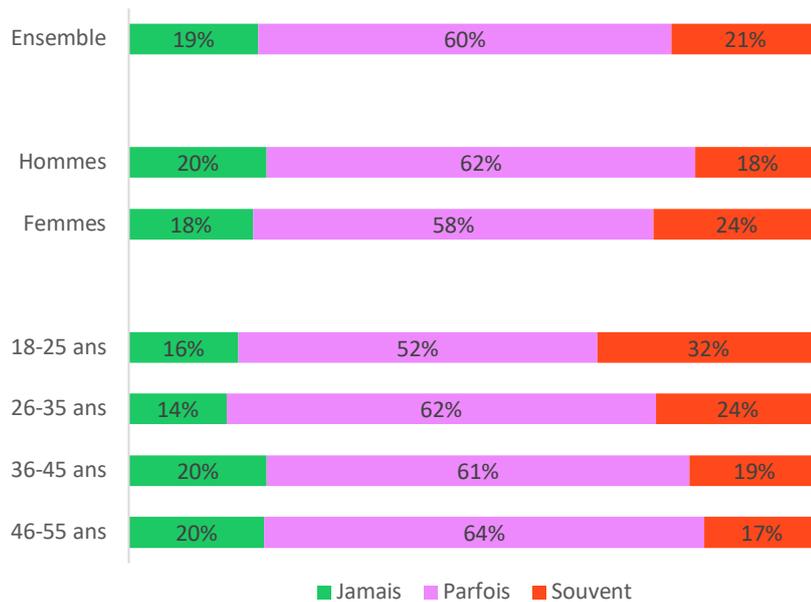


Les femmes sont davantage sujettes aux acouphènes que les hommes (82% contre 80%), mais surtout aux maux de tête, aux vertiges et aux palpitations. **De manière générale, elles sont plus nombreuses à souvent ressentir des symptômes que les hommes.**

Une approche générationnelle montre que **c'est parmi les plus jeunes que la prévalence des acouphènes est la plus élevée**. Les 18-25 ans comptent 84% de répondant·e·s concernés et les 26-35 ans, 86%. 32% des 18-25 ans se déclarent souvent concernés par les acouphènes, contre 21% de l'ensemble des répondant·e·s. C'est aussi la tranche d'âge la plus encline à ressentir souvent certains troubles auditifs, notamment l'impression de ne rien entendre (18% contre 12% de l'ensemble) et des maux de tête (14% contre 6%). **Ces résultats particulièrement alarmants peuvent être mis en relation avec des habitudes de sortie intensives et avec l'écoute prolongée de musique avec des écouteurs et au casque, plus fréquente au sein des tranches les plus jeunes, qui laisse peu de repos à l'appareil auditif.**

### Fréquence des acouphènes ressentis par les répondant·e·s selon l'âge

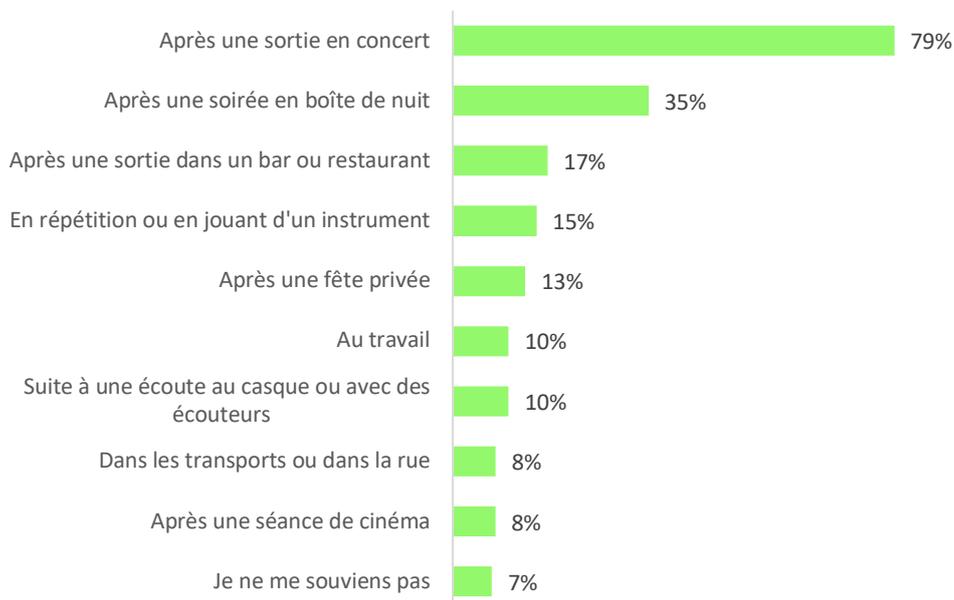
Source : Baromètre nationale EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



Les troubles auditifs rapportés par le public sont apparus après un concert (79% des répondant·e·s, -1 point par rapport à 2022) ou après une soirée en boîte de nuit (35%, -5 points). 10% répondant·e·s mettent en cause une écoute au casque ou au moyen d'écouteurs.

### Contexte du ou des chocs auditifs déjà ressentis pr les répondant·es concerné·es

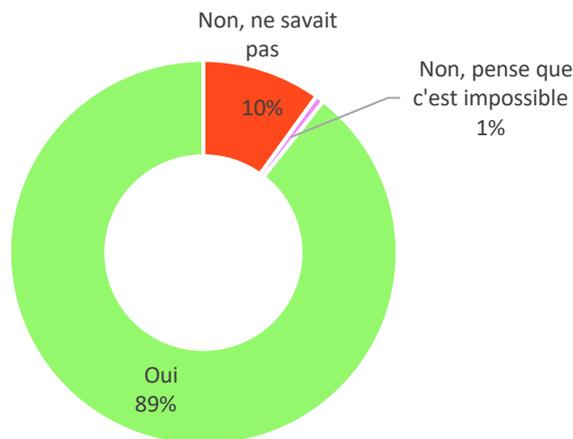
Source : Baromètre nationale EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



## Des risques connus mais inégalement identifiés

La connaissance des répercussions des troubles auditifs est plutôt bonne parmi les répondant·e·s. 9 sur 10 ont conscience que les chocs auditifs peuvent entraîner des handicaps invisibles à vie. 10% l'ignorent encore et 1% se refuse à y croire.

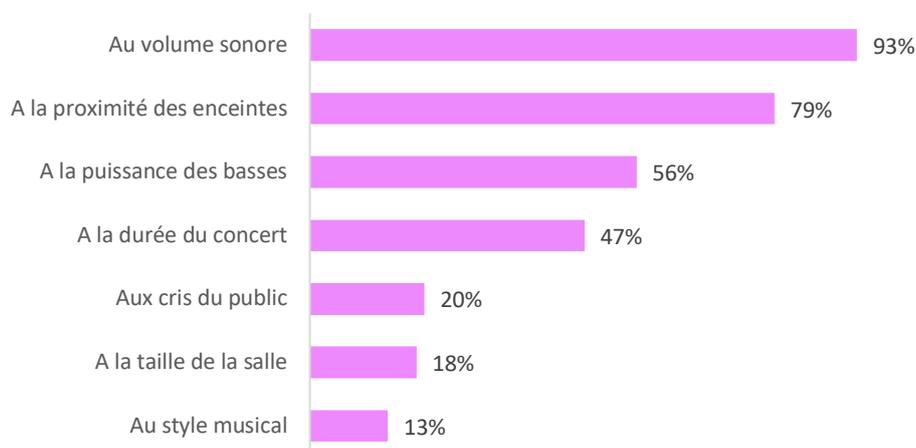
**Conscience que les troubles auditifs peuvent provoquer des handicaps invisibles à vie**  
Source : Baromètre nationale EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



En revanche, les facteurs de risques en concert restent inégalement identifiés par les répondant·e·s. Exactement comme en 2022, une très large majorité associe les risques auditifs en concert en premier lieu au volume sonore (93%), puis à la proximité des enceintes (79%). La puissance des fréquences basses inquiète 56% des répondant·e·s (-5 points par rapport à 2022), tandis que 47% seulement se préoccupent de la durée d'exposition au son (même score qu'en 2022). Encore sous-estimé par le public, ce facteur de risques est particulièrement important lors des festivals, où les affiches se succèdent. En effet, la dose de son à laquelle l'appareil auditif peut être soumis sans danger dépend non seulement du niveau de bruit (ou volume sonore), mais aussi de la durée d'exposition au bruit. Or les spectateur·rice·s peuvent agir efficacement sur ce facteur de risques, en évitant par exemple une écoute intensive de musique au casque avant de se rendre en festival.

**Selon les répondant·e·s, les risques auditifs en concert sont liés...**

Source : Baromètre nationale EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



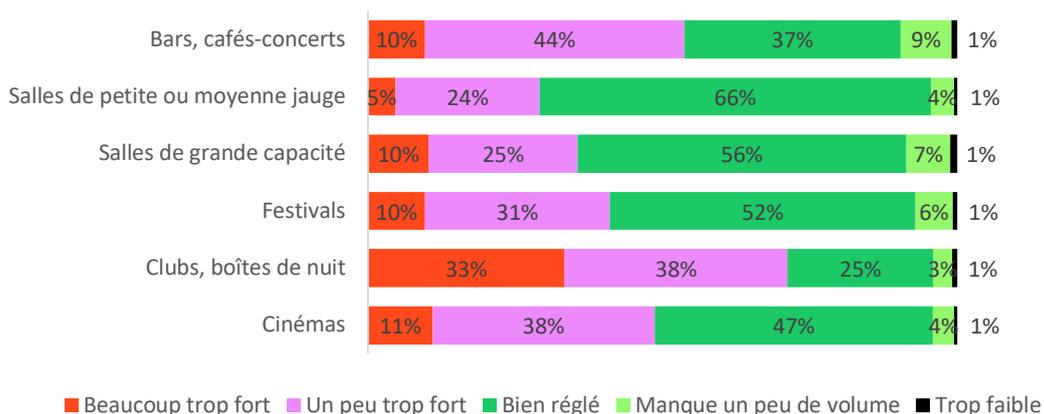
## Perception du son en live : la majorité considère le volume bien réglé

53% des répondant·e·s sont informés de la baisse réglementaire des niveaux sonores dans les lieux de diffusion musicale depuis octobre 2018 et environ 90% d'entre elles et eux en sont satisfaits, dans l'ensemble des espaces de concert, des clubs aux cinémas en passant par les bars, les festivals et les salles de concert.

Une majorité de répondant·e·s considèrent le son comme bien réglé dans les grandes salles (56%, +5 points par rapport à 2022), dans les festivals (52%, +1 point) et en tout premier lieu dans les petites et moyennes salles de concert (66%). En 2022, les répondant·e·s s'étaient déshabitués des volumes sonores élevés consécutivement à l'interruption des spectacles et montraient une moindre tolérance au bruit que lors des précédents baromètres. Avec le retour des concerts à la normale, la part des spectateur·rice·s incommodés par le volume sonore dans les différents lieux est en diminution en 2023, retrouvant son niveau d'avant la crise sanitaire. Elle concerne néanmoins toujours près d'une personne sur deux dans les cinémas (49%, comme en 2022) et dans les bars et cafés-concerts (54%, - 5 points). Ce sont toujours les boîtes de nuit qui arrivent en tête des lieux les plus bruyants, avec 71% de client·e·s gênés par le volume excessif (-5 points, soit un pourcentage identique à 2021).

Perception par les répondant·e·s du volume sonore dans les différents lieux de concert

Source : Baromètre nationale EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



Depuis 2022, les répondant·e·s au baromètre sont également interrogés sur leur perception des **fréquences basses en concert**. A l'origine de sensations vibratoires procurant une agréable envie de danser<sup>51</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>52</sup> ». Les sons de basse fréquence peuvent en outre provoquer des troubles et des lésions du système auditif (notamment des acouphènes), mais aussi d'autres organes (troubles cardio-vasculaires, décollement

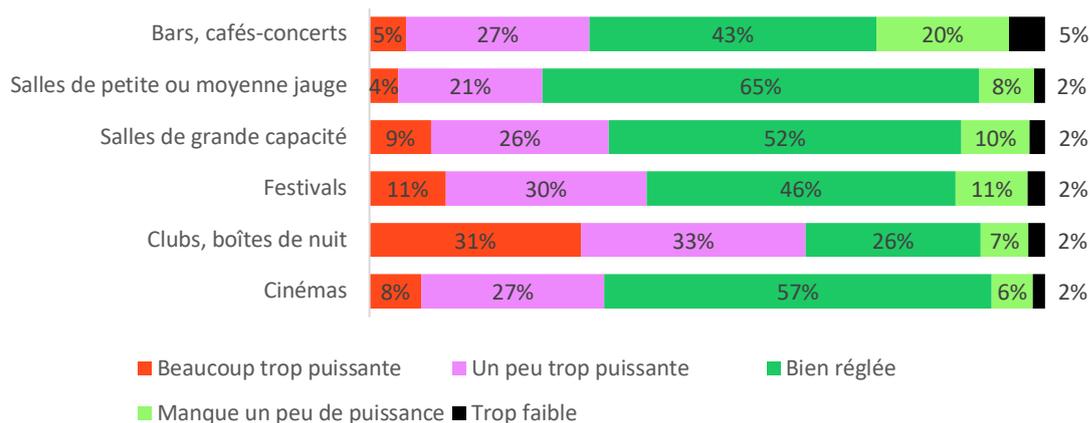
<sup>51</sup> SCIENCES ET AVENIR, « La science le confirme : pour faire danser, allumez les basses », *sciencesetavenir.fr*, 7 novembre 2022

<sup>52</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

de la plèvre...). Les répondant·e·s à l'enquête n'y sont pas indifférents : plus de 6 personnes sur 10 (61%, -1 points) 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 (41%, -1 point) et de 3 personnes sur 10 concernant les salles de grande capacité (35%, -5 points), les bars et cafés-concerts (32%, -1 points) et les cinémas (35%, +3 points). Un quart des répondant·e·s en font état dans les salles de petite et moyenne jauge (25%).

#### Perception par les répondant·e·s de l'intensité des fréquences basses dans les différents lieux de concert

Source : Baromètre nationale EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



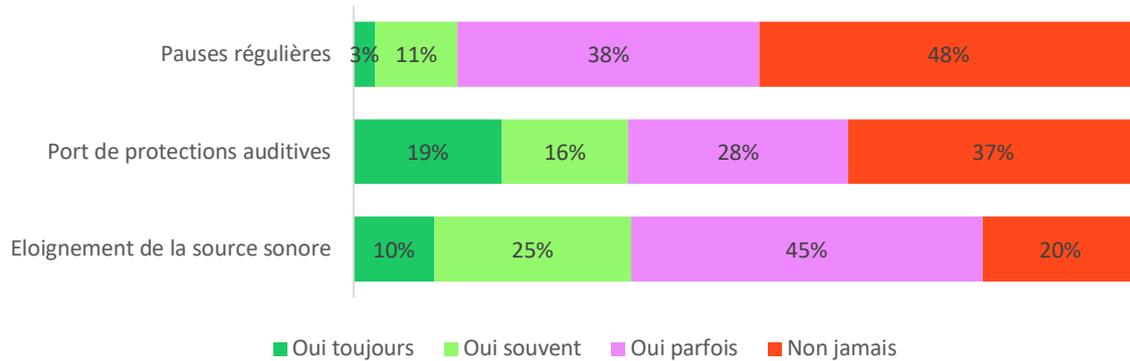
## 4.2. LES COMPORTEMENTS DE PROTECTION DU PUBLIC

### Des stratégies de protection à renforcer chez le public plus occasionnel

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 80% des répondant·e·s (-9 points par rapport à 2022). Vient ensuite le port de protections auditives, retenu par 63% des répondants (-8 points). Alors que les pauses à l'écart du son représentaient la deuxième stratégie la plus répandue en 2022, celles-ci sont adoptées en 2023 par 52% seulement des répondants (-22 points), se rapprochant du niveau constaté en 2021 (56%). 10% des enquêté·e·s déclarent d'ailleurs ne jamais faire de pause, ne jamais porter de protections auditives et ne jamais s'éloigner de la source sonore, contre 5% en 2022 (+5 points). Ainsi, **les comportements de protection sont en légère baisse pour toutes les stratégies en 2023. Il est probable que cette baisse s'explique par la part plus importante de spectateur·rice·s moins assidus des concerts de musiques actuelles que les années précédentes. Ce constat met en exergue les enjeux de protection de la santé auditive de la population générale, moins sensibilisée aux risques et aux comportements de protection que les spectateur·rice·s réguliers des concerts de musiques actuelles.**

### Stratégies de protection de l'audition des répondant-e-s en concert

Source : Baromètre nationale EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



En 2023, l'éloignement des enceintes est mobilisé indifféremment par les femmes (81%, -6 points par rapport à 2022) et par les hommes (80%, -12 points). Les pauses à l'écart du son sont quant à elles davantage le fait des hommes (56%, -18 points) que des femmes (49%, -25 points). Il en va de même du port de protections auditives : 61% des femmes (-5 points) en utilisent contre 66% des hommes (-11 points), lesquels sont, rappelons-le, des spectateurs plus assidus (et visiblement mieux équipés) des concerts de musiques amplifiées. **Les femmes se protègent moins systématiquement que les hommes, mais l'écart entre les deux sexes se réduit par rapport à 2022.**

**Les 18-25 ans, dont on a vu qu'ils étaient plus exposés que les autres classes d'âge aux risques liés à l'utilisation de dispositifs para- ou intra-auriculaires (casque, écouteurs) et à la durée d'écoute de sons amplifiés, se protègent moins que leurs aîné-e-s en concert, quelle que soit la stratégie mobilisée.** Ils sont ainsi 28% à ne jamais s'éloigner des sources sonores (contre 20% de l'ensemble des répondant-e-s), 53% à ne jamais faire de pause à l'écart du bruit (contre 48% de l'ensemble) et 48% à ne jamais porter de protections auditives (contre 37% de l'ensemble). Les 26-35 ans sont en revanche les plus nombreux à faire des pauses (57% contre 52% de l'ensemble) et à porter des protections auditives (68% contre 63% de l'ensemble).

**Comme les années précédentes, 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-e-s,** notamment en ce qui concerne l'éloignement des enceintes et le port de protections auditives.

Il est important de garder à l'esprit que l'acquisition de comportements sanitaires préventifs ne dépend pas seulement de la connaissance ou de la compréhension d'un risque. **Les conduites à risque ne sont pas irrationnelles,** elles « ont une signification pour les individus, en lien avec des croyances, des rites, un besoin de réalisation de soi, d'affirmation identitaire, d'intégration sociale, etc. [Elles] sont justifiées aux yeux des individus qui ont tout un tas de raisons de se comporter ainsi.<sup>53</sup> » En situation, le risque sanitaire se trouve de fait très souvent concurrencé par d'autres risques. Par exemple, s'éloigner des enceintes ou faire des pauses à l'écart du son peut conduire une personne à se séparer

<sup>53</sup> Patrick PERETTI-WATEL, Anne CHATEAUNEUF-MALCLES, « Sociologie du risque et crises sanitaires : un éclairage sur la pandémie du coronavirus », site de l'ENS Lyon, 2020, <http://ses.ens-lyon.fr/articles/sociologie-du-risque-et-crisis-sanitaires-un-eclairage-sur-la-pandemie-du-coronavirus>

de son groupe d'ami·e·s, dont la présence donne pourtant sens au plaisir partagé du concert. L'appréciation des risques en concurrence dépend notamment des normes qui organisent les représentations et les comportements au sein des groupes (familiaux, générationnels, professionnels...) auxquels les personnes appartiennent.

### Stratégies de protection de l'audition mises en œuvre par quelques catégories de répondant·e·s

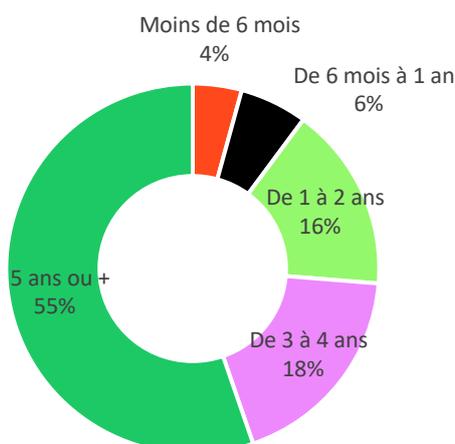
Source : Baromètre nationale EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale

	Pauses à l'écart du son		Protections auditives		Eloignement des enceintes	
	Non jamais	Oui, parfois, souvent ou toujours	Non jamais	Oui, parfois, souvent ou toujours	Non jamais	Oui, parfois, souvent ou toujours
Ensemble	48%	52%	37%	63%	20%	80%
Femmes	51%	49%	39%	61%	19%	81%
Hommes	44%	56%	34%	66%	20%	80%
18 à 25 ans	53%	47%	48%	52%	28%	72%
26 à 35 ans	43%	57%	32%	68%	19%	81%
36 à 45 ans	48%	52%	35%	65%	17%	83%
46 à 55 ans	48%	52%	33%	67%	17%	83%
56 à 65 ans	54%	46%	42%	58%	20%	80%
66 ans et +	48%	52%	47%	53%	20%	80%
Bac ou niveau inf.	48%	52%	48%	52%	24%	76%
Bac+2	48%	52%	37%	63%	20%	80%
Bac+3	45%	55%	34%	66%	16%	84%
Bac+4 et plus	48%	52%	30%	70%	17%	83%

## Zoom sur l'ancienneté et la fréquence du port de protections auditives

### Ancienneté de l'usage de protections auditives chez les répondant·e·s concernés

Source : Baromètre nationale EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale

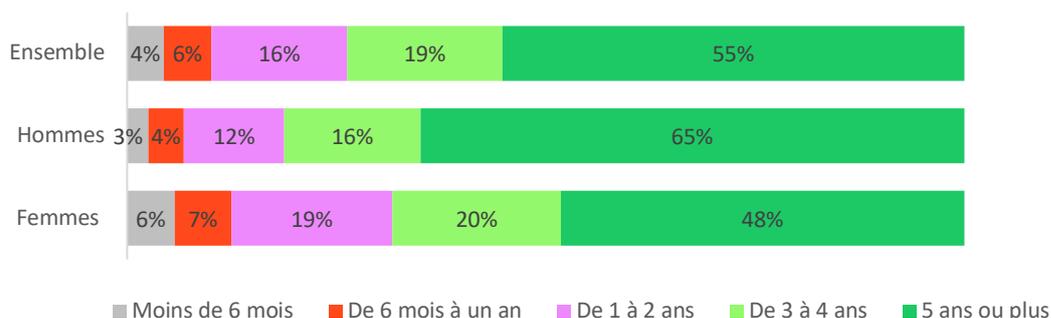


55% des personnes qui portent des protections auditives (bouchons ou casque) s'en servent depuis cinq ans et plus (+8 points par rapport à 2022), tandis que la part des utilisateur·rice·s récents (portant des protections depuis moins d'un an) s'élève à 10% (-6 points). Ces chiffres indiquent un **ancrage**

**ancien du port de protections auditives chez 34% de la population enquêtée.** Cependant, la faible part des nouveaux utilisateur·rice·s de protections auditives et sa baisse par rapport à 2022 renvoient au **difficile renouvellement des publics sensibilisés à cette stratégie de protection et à sa difficile implantation chez les spectateur·rice·s n'ayant qu'une pratique occasionnelle du concert de musiques actuelles**, fortement représentés dans la présente enquête.

**Ancienneté de l'usage de protections auditives selon le sexe des répondant·e·s concernés**

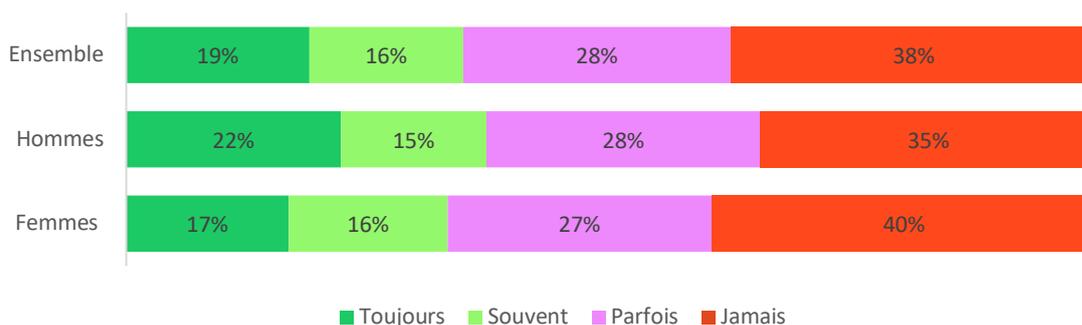
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



**Le port de protections auditives demeure occasionnel pour près un tiers des répondant·e·s.** Ainsi, 28% en mettent parfois, tandis que 35% en portent souvent ou toujours et que 38% n'en utilisent jamais. **Certains groupes apparaissent d'ailleurs moins disposés à l'emploi de protections auditives que d'autres, notamment les femmes, les spectateur·rice·s les plus jeunes et les plus âgés, ainsi que les personnes les moins diplômées.**

**Fréquence de l'usage de protections auditives selon le sexe des répondant·e·s**

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale

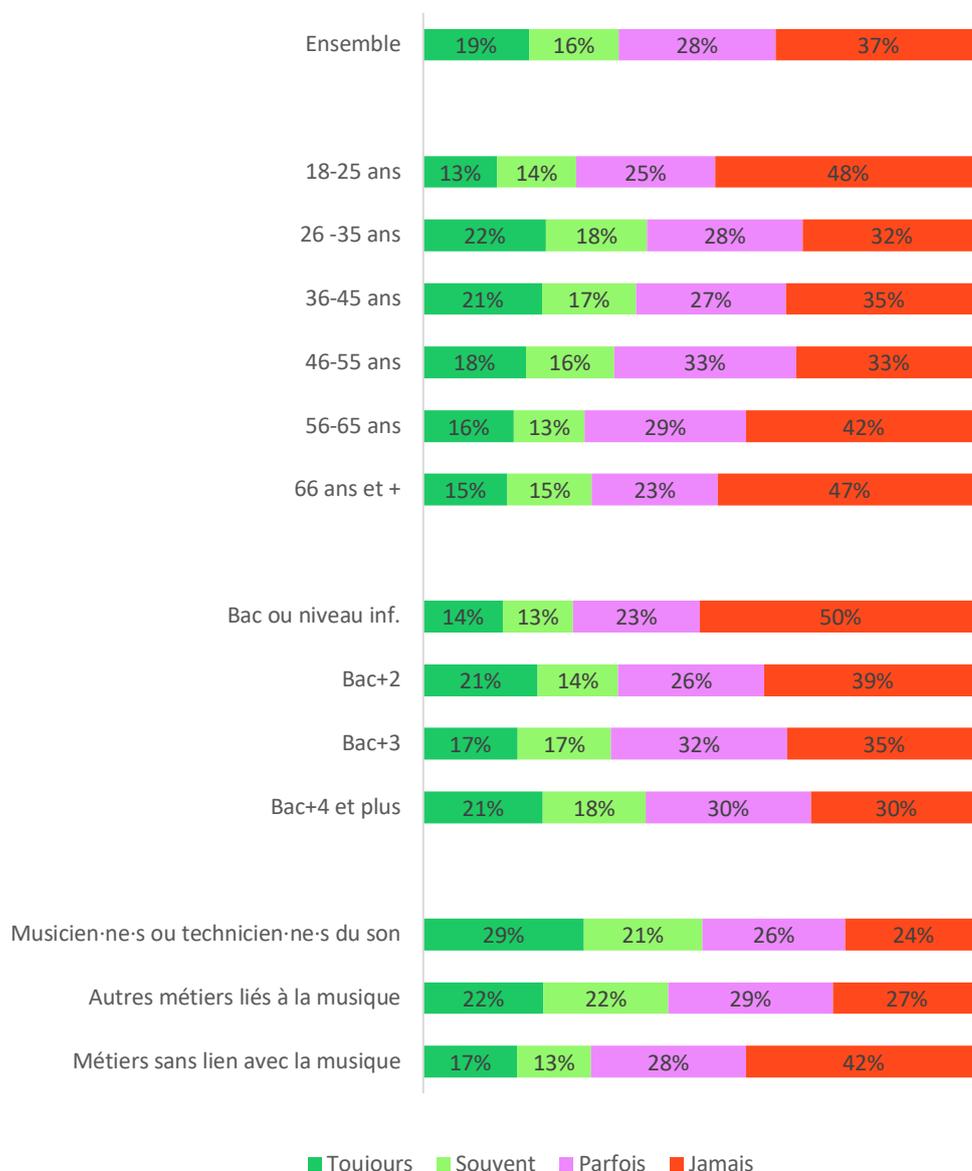


Ainsi, les femmes ne sont que 17% à porter systématiquement des bouchons ou un casque de protection, contre 22% des hommes. Elles utilisent également des protections auditives depuis moins longtemps que les hommes : 48% le font depuis 5 ans ou plus contre 65% des hommes et 13% en utilisent depuis moins d'un an, contre 7% seulement des hommes. De même, les 18-25 ans sont 13% (et les 66 ans et plus 15%) à porter systématiquement des protections auditives en concert, contre 19% de l'ensemble des répondant·e·s. Enfin, si le taux d'utilisateur·rice·s de protections auditives s'élève avec le niveau de diplôme, il en va de même de la fréquence de leur utilisation : les personnes ne détenant aucun diplôme du supérieur ne sont que 14% à en porter toujours en concert, contre 21%

des titulaires d'un diplôme de niveau bac + 4 ou supérieur. Enfin, **les professionnel-le-s du secteur musical**, et tout particulièrement celles et ceux qui travaillent avec le son, sont mieux sensibilisés aux risques auditifs que l'ensemble des répondant-e-s, mais iels **sont tout de même plus d'un quart (26%) à ne jamais utiliser de protections auditives** (+4 points par rapport à 2022 et +8 points par rapport à 2021). A peine 23% en utilisent systématiquement en concert (+3 points). Comme souligné en 2022, ces résultats ouvrent le champ à **une réflexion de fond sur l'activité de travail réelle des professionnel-le-s du son, avec ses contraintes et ses représentations propres**<sup>54</sup>, 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-e-s selon l'âge, le niveau de diplôme et le lien de leur métier avec la musique

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



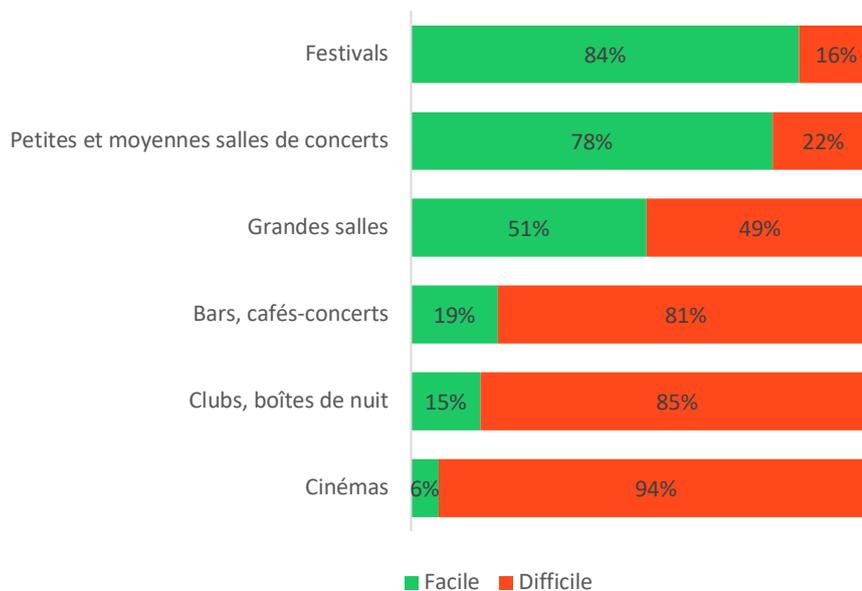
<sup>54</sup> Voir par exemple à ce sujet les travaux de Christophe Dejours ou de Pascale Molinier sur les stratégies collectives de défense face aux risques réels de l'activité.

## Usage et accessibilité des différents types de protections auditives

**Les bouchons jetables en mousse constituent sans surprise les protections les plus couramment utilisées par les personnes en concert.** Ils sont employés par 81% du public concerné par le port de protections auditives, soit 51% du total des répondant-e-s (-2 points par rapport à 2022). 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-ric-e-s relatent ainsi qu'il leur est facile de s'en procurer dans les festivals (84%, +2 points par rapport à 2022), dans les salles de petite et moyenne jauge (78%, +7 points) et dans les salles de grande capacité (51%, +6 points), mais observent qu'il est difficile d'en obtenir dans les clubs et boîtes de nuit (85%, -1 point), dans les bars et cafés-concerts (81%, -6 points) et plus encore dans les cinémas (94%, -3 points). **Ainsi, l'accessibilité des bouchons en mousse progresse tout de même dans tous les lieux de diffusion.**

Facilité d'accès gratuit aux bouchons en mousse selon les lieux pour les répondant-e-s concernés

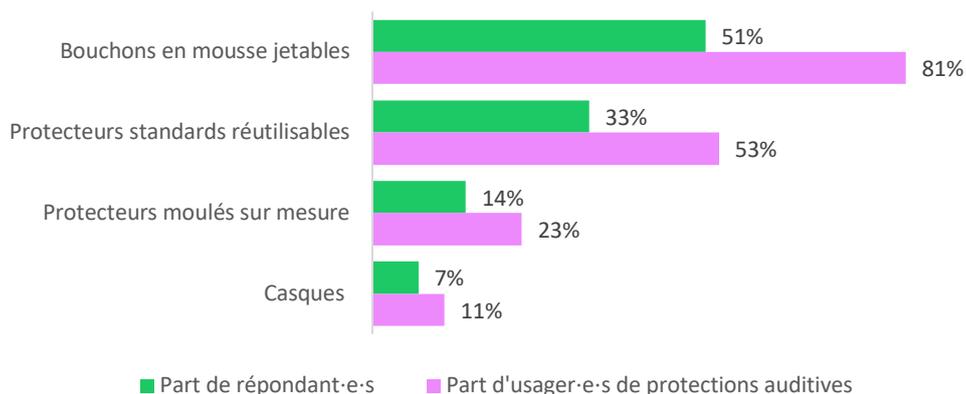
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



Les protecteurs auditifs standards réutilisables (ou plugs) sont quant à eux utilisés par 52% des personnes qui emploient des protections auditives et par 33% de l'ensemble des répondant-e-s (+4 points par rapport à 2022). De même, les protecteurs auditifs moulés sur mesure recensent 23% des utilisateur-ric-e-s de protections auditives, soit 14% de l'ensemble des répondant-e-s. 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-le-s de la musique, qui sont 26% à en utiliser (38% pour ce qui est des musicien-ne-s, ingénieur-e-s et technicien-ne-s du son). Enfin, les personnes qui protègent leur audition ont peu recours au casque (11%), qui n'est utilisé *in fine* que par 7% des répondant-e-s (-2 points).

### Part d'utilisateur-riche-s des différents types de protecteurs auditifs

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale

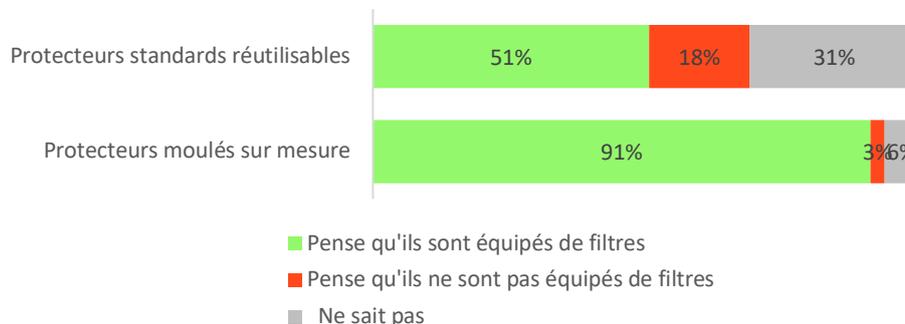


### Connaissance des différents types de protections auditives

Notons que la connaissance des protecteurs auditifs standards réutilisables et de leur efficacité stagne : 31% (+2 points) de leurs utilisateur-riche-s ne savent pas s'ils sont équipés de filtres acoustiques et 18% pensent qu'ils ne le sont pas. Les utilisateur-riche-s de bouchons moulés sont mieux renseignés sur leurs protections auditives : 91% savent qu'ils contiennent des filtres acoustiques, comme en 2022.

### Connaissance de la présence de filtres dans les protecteurs auditifs

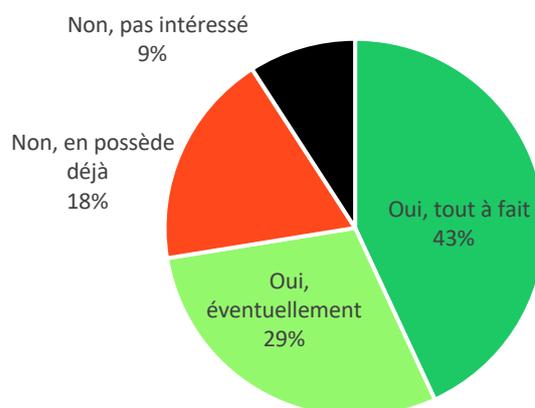
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



Comme en 2021 et 2022, près des **trois quarts des répondant-e-s (72%, -3 points) se disent intéressés par l'acquisition de bouchons avec filtres**, plus respectueux du spectre sonore, et 43% (+3 points) d'entre elles et eux se déclarent « tout à fait prêts » à réaliser cet achat. La part des personnes qui en possèdent déjà (18%) progresse de 3 points par rapport à 2022. 88% des répondant-e-s (+3 points) ignorent encore qu'il est possible de se fournir à moindre coût en casques, ainsi qu'en protecteurs standards et sur-mesure, sur le site [www.earweare.org](http://www.earweare.org).

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

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale

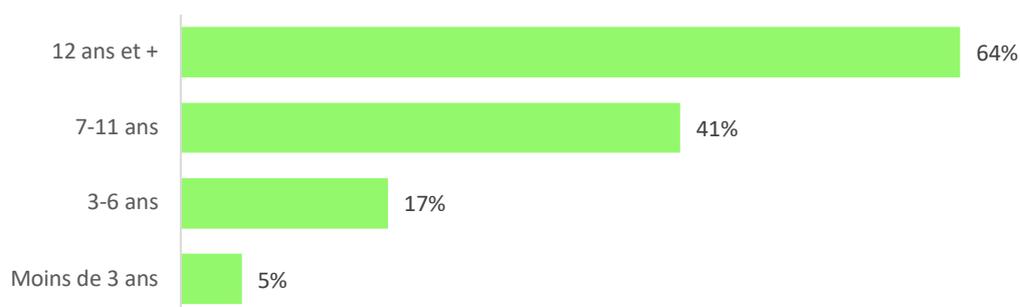


### L'audition des mineur-e-s : un capital à protéger

38% des répondant-e-s (-2 points par rapport à 2022) fréquentent parfois les festivals et/ou les concerts avec un ou plusieurs mineur-e-s de moins de 18 ans, contre 22% seulement en 2019. **Les sorties familiales se stabilisent donc à un niveau plus élevé qu'avant la crise de la Covid-19.** 64% des répondant-e-s concernés (-8 points) vont ainsi voir des concerts avec des adolescent-e-s âgés de 12 à 18 ans et 52% (+11 points) avec des enfants de moins de 12 ans, tant en salle (32%, -5 points) qu'en festival (17%, -2 points), voire les deux cumulativement (51%, +6 points).

### Âge des mineur-e-s accompagnés en concert

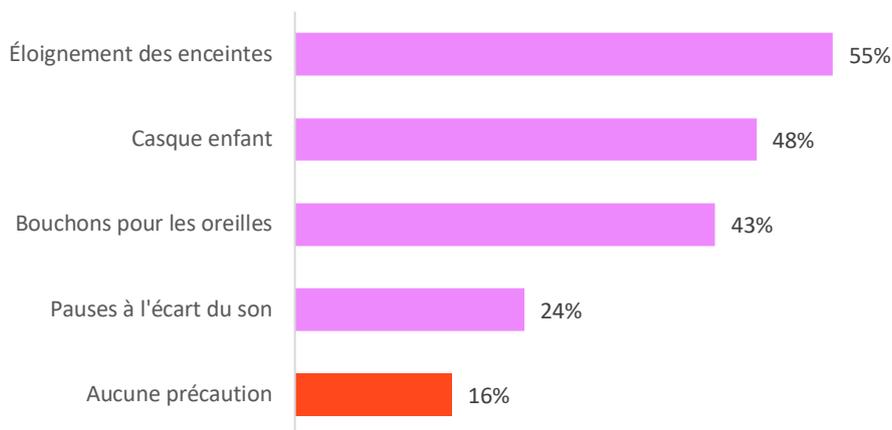
Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



Ces adultes restent en majeure partie des femmes (64%), mais les hommes, plus sensibles à l'usage des protections auditives comme on l'a vu, sont de plus en plus nombreux à accompagner des mineur-e-s en concert (+8 points). Au total, 55% des adultes concernés veillent à éloigner les mineur-e-s des enceintes (+4 points par rapport à 2022), 48% leur font porter un casque pour enfant (+13 points), 43% optent pour des bouchons d'oreille (-2 points) et 24% leur ménagent des pauses à l'écart du son (+4 points). La part de celles et ceux qui ne prennent aucune précaution particulière pour protéger l'audition des mineur-e-s qui les accompagnent est en baisse en 2023 (16%, -9 points).

### Précautions prises pour les mineur·e·s accompagnés en concert

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale



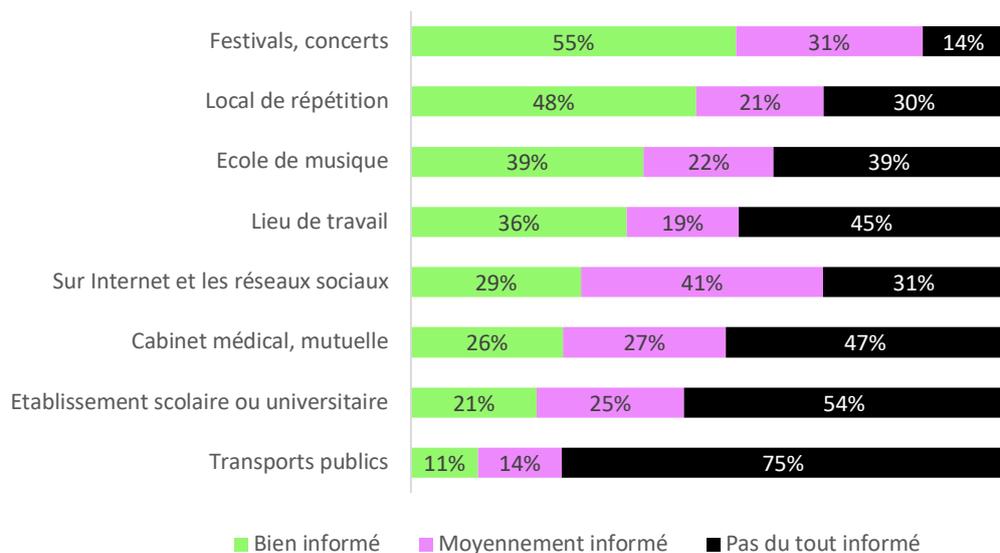
## 4.3. LES RELAIS D'INFORMATION SUR LES RISQUES AUDITIFS

### Le lieu de concert est l'espace privilégié de la prévention

Certains espaces sont identifiés par les publics de concert comme des relais de l'information sur les risques auditifs. C'est tout particulièrement le cas des festivals et salles de concerts, cités comme en 2022 par 86% des répondant·e·s, d'Internet et des réseaux sociaux (70%, +4 points), des locaux de répétition (69%, +4 points) ou encore des écoles de musique (61%, -1 point). Ces résultats sont quasiment identiques à ceux des précédents baromètres, à l'exception des outils numériques. Passés à la deuxième place des principaux relais d'information en 2022, leur rôle dans la prévention continue de progresser.

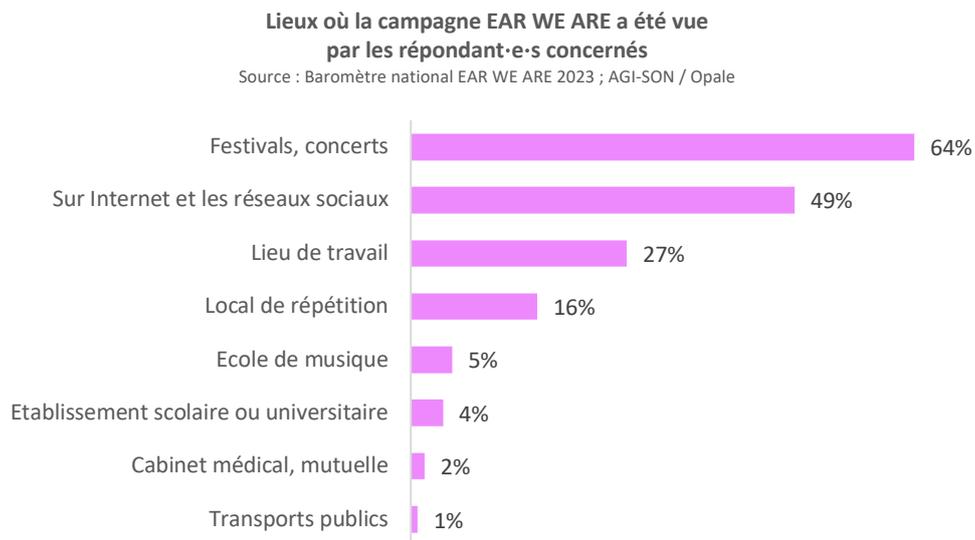
### Niveau d'information des répondant·e·s selon les lieux relais

Source : Baromètre national EAR WE ARE 2023 ; AGI-SON / Opale

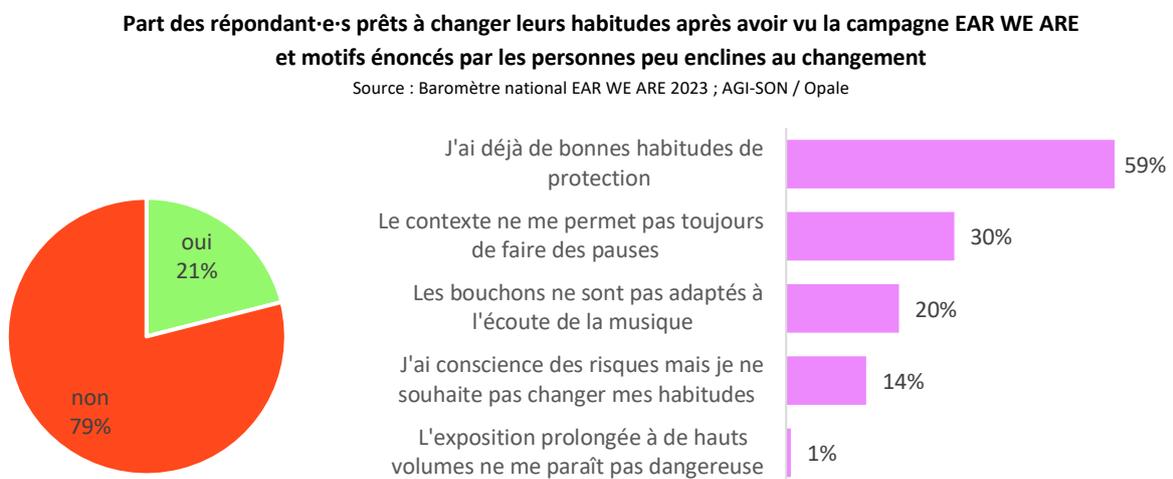


## L'identification de la campagne de prévention EAR WE ARE

64% ont découvert la Campagne EAR WE ARE en festival ou en concert (+6 points), 49% sur Internet ou les réseaux sociaux (-5 points) et 16% dans des locaux de répétition (+4 points). 27% des répondant·e·s, essentiellement des professionnel·le·s du secteur de la musique, en ont pris connaissance sur leur lieu de travail (-8 points), ce qui met en exergue l'importance de la campagne dans le cadre de la prévention des risques professionnels.



**Les personnes ayant identifié la campagne de prévention EAR WE ARE sont moins nombreuses à ne jamais protéger leur audition.** Celles et ceux qui ne l'estiment pas nécessaire considèrent massivement déjà se protéger efficacement (59%, +1 point). D'autres soulignent que le contexte n'est pas toujours propice aux pauses (30%, -14 points), lesquelles peuvent nuire à l'expérience du concert ou s'avérer incompatibles avec les obligations des professionnel·le·s du son. 20% des spectateur·rice·s (-6 points) 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 15% (+1 point) préfèrent dénier les risques et ne pas se protéger.



## CONCLUSION

L'édition 2023 du Baromètre EAR WE ARE des publics de concert permet de tracer des premières lignes de comparaison avec l'étude du CNM sur les usages de la musique en France (2023), conduite auprès d'un échantillon représentatif de la population générale de 15 ans et plus. Il apparaît que les publics des salles et festivals qui relaient la campagne de prévention des risques auditifs EAR WE ARE se distinguent par leur prédilection pour certaines esthétiques (rock-punk, métal-hard rock, musiques électroniques...) et par des habitudes de sortie plus intensives, portées sur les salles de petite et moyenne jauge, les bars et cafés-concerts et les festivals. Ils choisissent soigneusement l'affiche artistique des lives auxquels ils se rendent et se montrent particulièrement sensibles à la qualité sonore des concerts en salle et à la dimension festive et conviviale de l'expérience festivalière.

Les lieux de concert connaissent en 2023 une légère embellie de leur fréquentation, mais sans retrouver encore le niveau d'avant la crise sanitaire. Quelques freins persistent, parmi lesquels des changements durables d'habitudes et de modes de vie, le prix du billet et de la sortie au regard d'une forte inflation et une baisse d'intérêt de certain-e-s spectateur-ric-e-s pour les programmations proposées. Si les femmes sont désormais numériquement plus nombreuses au sein du public étudié, les hommes conservent des habitudes de sortie nettement plus intensives dans l'ensemble des lieux du live. Les 18-35 ans sont, loin devant les autres classes d'âge, celles et ceux qui se rendent le plus assidûment en concert.

L'allongement de la période de diffusion du questionnaire a permis de sonder en 2023 un public plus occasionnel que lors des précédentes éditions, dont les comportements de protection face aux risques auditifs sont moins ancrés et moins systématiques. Ce constat met en exergue les enjeux de santé publique en matière de prévention des risques auditifs dans la population générale. L'espace du concert est quant à lui identifié comme le principal relais de sensibilisation du public sondé. Parmi les facteurs de risques, certains restent sous identifiés comme la dose de son ou l'exposition aux basses fréquences. Enfin, le capital auditif des jeunes adultes (18-25 ans) est plus particulièrement exposé, du fait de l'intensité de leurs pratiques de sorties et d'écoute de sons amplifiés (avec des casques ou des écouteurs).

## 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
- Aurélien DJAKOUANE, Marie JOURDA, Emmanuel NEGRIER *et al.*, « Les seniors au festival. Le critère de l'âge dans l'analyse des pratiques et des goûts culturels », *Gérontologie et société*, 2011/3 (vol. 34 / n° 138), pp. 195-216
- Aurélien DJAKOUANE, Emmanuel NEGRIER, « Musique, fête et copains. Sociologie du jeune public des festivals », *Espace*, 317, mars-avril 2014, pp. 74-78
- Aurélien DJAKOUANE, Emmanuel NEGRIER (dir.), *Publics. Sociologie, fréquentation, motivations*, SoFest ! - France Festivals, Paris, 2020, 40 p.
- EneRis, *Les meilleures pratiques environnementales des festivals de musique*, EneRis, 2012, 64 p.
- Olivier DONNAT, *Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme*, Paris, La Découverte, 1994, 372 p.
- Olivier DONNAT, Florence LEVY, « Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques », *Culture prospective*, 2007/3 (n°3), pp. 1-31
- FRANCE MUSIQUE, « Le renouvellement des publics de la musique classique », [radiofrance.fr/francemusique/podcasts/le-dossier-du-jour/le-renouvellement-des-publics-de-la-musique-classique-1929866](http://radiofrance.fr/francemusique/podcasts/le-dossier-du-jour/le-renouvellement-des-publics-de-la-musique-classique-1929866)
- Claire HANNECART, *Baromètre national HEIN ?! 2018-2019*, AGI-SON / SoCo Etudes, 2019, 32 p.
- INSEE, *Recensement de la population*, 2021
- [IPSOS, Le baromètre des usages de la musique en France, Centre national de la musique, 2023](#), 198 p.
- 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 », Sylvie OCTOBRE (dir.), *Questions de genre, questions de culture*, Paris, Ministère de la Culture - DEPS, « Questions de culture », 2014, pp. 53-73
- Priscilla MARTIN, Cécile OFFROY, *Baromètre national HEIN ?! 2021-2022*, AGI-SON / Opale, 2022, 46 p.
- Priscilla MARTIN, Cécile OFFROY, *Baromètre national EAR WE ARE 2023*, AGI-SON / Opale, 2023, 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 Détréz (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>
- SCIENCES ET AVENIR, « La science le confirme : pour faire danser, allumez les basses », [sciencesetavenir.fr](http://sciencesetavenir.fr), 7 novembre 2022
- SHIFT PROJECT, « Evaluer le bilan carbone d'un festival », [hellocarbo.com/blog/reduire/bilan-carbone-festival/](http://hellocarbo.com/blog/reduire/bilan-carbone-festival/)

## LES RELAIS RÉGIONAUX D'AGI-SON

### AUVERGNE-RHONE-ALPES

- Grand Bureau (69, 01)
- 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
- La Carène (29)
- L'Hydrophone (56)
- Bonjour Minuit (22)
- Les Trans (35)

### GENTRE VAL-DE-LOIRE

- FRACA-MA

### GRAND EST

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

### HAUTS-DE-FRANCE

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

### ILE-DE-FRANCE

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

### NORMANDIE

- NORMA
- Le Kalif (76, 27)

### NOUVELLE AQUITAINE

- Le RIM (86, 24, 33)
- 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

## SALLES ET FESTIVALS IMPLIQUÉS DANS LA DIFFUSION

### (liste non exhaustive)

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...

## **BAROMÈTRE DES PUBLICS DE CONCERT 2023**

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

Le baromètre sur les public de concert en France apporte des connaissances sur 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 dans les salles de concert et festivals 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 2023, réalisé par Opale pour AGI-SON, repose sur les réponses de plus de 2 400 spectateur·rices de concerts en France.

## **RÉALISATION**

### **COMMANDITAIRE**



AGI-SON - 43 boulevard de Clichy 75009 Paris - [info@agi-son.org](mailto: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](mailto:contact@opale.asso.fr) - 01 45 65 20 00 - [www.opale.asso.fr](http://www.opale.asso.fr)