

PRÉSENTE

BAROMETRE NATIONAL 2021

EVALUATION DE LA CAMPAGNE HEIN ?!



**PUBLICS DE CONCERT ET RISQUES AUDITIFS
ÉVOLUTION DES PRATIQUES ET COMPORTEMENTS**

Sommaire

| | |
|--|-----------|
| PRESENTATION D'AGI-SON | 3 |
| CONTEXTE DE L'ETUDE | 3 |
| ENTREE EN MATIERE : METHODOLOGIE ET OBJECTIFS | 3 |
| I. PROFILS SOCIO-DEMOGRAPHIQUES ET GOUTS MUSICAUX | 5 |
| PROFIL DU PUBLIC : DES FEMMES, CITADINES, DIPLOMEES ET CADRES, TRENTENAIRES OU QUARANTENAIRES | 5 |
| Une majorité de femmes | 5 |
| Un public de trentenaires et de quarantenaires..... | 5 |
| Un-e spectateur-trice sur trois vit dans une grande ville | 6 |
| Une forte proportion de diplômé-es du supérieur, majoritairement cadres et professions intermédiaires.. | 7 |
| GOUTS MUSICAUX DES PUBLICS : UN ECLECTISME DOMINE PAR LE ROCK | 8 |
| Des goûts musicaux variés et éclectiques | 8 |
| Le rock plébiscité, à l'écoute comme en concert | 9 |
| Une partition genrée, générationnelle et scolaire des goûts musicaux..... | 11 |
| Le concert, un exhausteur des goûts musicaux | 15 |
| II. CONCERT ET ECOUTE MUSICALE : UN PUBLIC AUX PRATIQUES INTENSIVES | 18 |
| CONCERT ET CRISE SANITAIRE : LIVESTREAM ET REPLAY NE DETRONENT PAS LE LIVE | 18 |
| Un public d'habitué-es aux sorties intensives en concert..... | 18 |
| 9 spectateur-rices sur 10 de retour en concert depuis la réouverture | 20 |
| Livestream, replay : une progression structurelle ou conjoncturelle ? | 22 |
| L'ECOUTE DE MUSIQUE ET DE SONS AMPLIFIES : UNE HABITUDE QUOTIDIENNE | 24 |
| La musique accompagne les publics plusieurs heures par jour | 24 |
| Une diversité de conditions d'écoute | 27 |
| III. LE RAPPORT DES PUBLICS AUX RISQUES AUDITIFS | 30 |
| PREVALENCE DES TROUBLES AUDITIFS ET PERCEPTION DU RISQUE | 30 |
| 9 répondant-es sur 10 ont déjà ressenti un trouble auditif | 30 |
| La durée d'exposition au son, un risque sous-estimé | 32 |
| Des niveaux sonores mieux réglés et limités dans les lieux..... | 32 |
| LES COMPORTEMENTS DE PROTECTION DU PUBLIC | 33 |
| Une forte progression des comportements de protection au cours des dix dernières années..... | 33 |
| Le port de protections auditives, un comportement bien ancré mais peu systématique | 34 |
| Des écarts d'utilisation des protections auditives selon le sexe, l'âge et le niveau de diplôme | 35 |
| Des bouchons d'oreille plus ou moins accessibles..... | 37 |
| Une attention particulière à la protection de l'audition des mineur-es | 38 |
| LES RELAIS D'INFORMATION SUR LES RISQUES AUDITIFS | 39 |
| L'écosystème des musiques actuelles, relais privilégié de la prévention | 39 |
| Réception de la campagne Hein ?!..... | 40 |
| CONCLUSION | 41 |
| BIBLIOGRAPHIE | 43 |

PRESENTATION D'AGI-SON

AGI-SON [Agir pour une bonne gestion SONore] a fêté ses 20 ans en 2020. Créée par les professionnels 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 50 organisations nationales et régionales : syndicats, organismes de formation, fédérations et festivals qui représentent la majorité des professionnels du secteur musical en France. 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 d'une bonne qualité sonore.

CONTEXTE DE L'ETUDE

AGI-SON coordonne chaque année la campagne de prévention des risques auditifs intitulée HEIN?!, qui sensibilise et informe le public quant aux risques auditifs et aux moyens de s'en prémunir. De nombreuses salles de concert en France participent à cette campagne et bénéficient d'outils de communication (affiches, tracts, cartes de prévention, sous-bocks et bouchons d'oreilles). Afin d'évaluer l'efficacité de la campagne et de connaître les profils et pratiques des publics de musiques actuelles¹ et leur rapport aux risques auditifs, une étude nationale coordonnée par AGI-SON est réalisée chaque année. En 2021, elle a été menée par Opale². Depuis 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 une mission nationale de ressources pour le DLA (dispositif local d'accompagnement), un dispositif public national de soutien à l'emploi dans l'économie sociale et solidaire.

ENTREE EN MATIERE : METHODOLOGIE ET OBJECTIFS

La présente étude répond à quatre objectifs :

- 1 | Évaluer l'impact de la campagne de prévention des risques auditifs HEIN?!
- 2 | Connaître les pratiques culturelles du public en matière d'écoute musicale et de sorties et leurs évolutions en contexte de pandémie
- 3 | Sonder les comportements de protection face aux risques auditifs, en vue d'adapter la campagne de prévention
- 4 | Partager publiquement les résultats avec les partenaires des secteurs de la culture et de la santé

Cette étude repose sur la diffusion d'un questionnaire en ligne, ayant permis de récolter les réponses de 1117 spectateur·trices de concert en France entre octobre 2021 et janvier 2022. Les personnes ont

¹ Les musiques actuelles désignent tous les styles musicaux en dehors de la musique classique (donc les styles électro, rock, jazz, hip-hop, chanson, pop, etc.)

² <https://www.opale.asso.fr/>

été sollicitées par mail, via les réseaux sociaux, les newsletters ou encore les sites Internet des adhérent·es, des relais régionaux et partenaires d'AGI-SON, des salles de concert et festivals ayant diffusé la campagne HEIN?!, notamment les salles membres de la FEDELIMA³. Les personnes ont reçu l'information via les newsletter et réseaux sociaux des structures participantes. On relève que les moins de 18 ans (par ailleurs interrogé par AGI-SON dans le cadre du baromètre jeunes, musique et risques auditifs) n'ont été que quatre à répondre à l'enquête (0,036%). Seuls les questionnaires émanant d'adultes de 18 ans et plus, soit 1113 réponses, ont donc été retenus dans le cadre de l'évaluation de la campagne 2020-2021.

³ Fédération nationale des lieux de musiques actuelles : www.fedelima.org

I. PROFILS SOCIO-DEMOGRAPHIQUES ET GOUTS MUSICAUX

PROFIL DU PUBLIC : DES FEMMES, CITADINES, DIPLOMEES ET CADRES, TRENTENAIRES OU QUARANTENAIRES

Une majorité de femmes

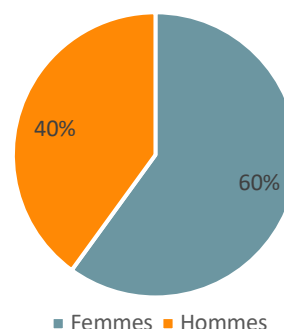
La composition du public du baromètre HEIN ?! 2020-2021 met en exergue 59 % de femmes, 39 % d'hommes et moins de 2 % de personnes ne s'étant reconnues dans aucun des deux sexes. Les femmes représentent ainsi 60 % des répondant-es ayant renseigné leur sexe et les hommes 40 %. Compte-tenu des variations observées d'une année sur l'autre, cette sur-représentation des femmes doit être considérée avec précaution. Cependant, la tendance à l'augmentation de la part des femmes au sein

des concerts de musiques actuelles était déjà perceptible à l'état embryonnaire dans le baromètre HEIN ?! 2017-2018. Elle s'insère dans une lame de fond puissante, celle de la féminisation des sorties culturelles, « résultat des profondes mutations sociales qu'a connues notre société depuis les années 1960⁴ » : accès des femmes aux études supérieures, formation plus souvent littéraire ou artistique, « prise en charge de la (re)production du 'désir' de culture auprès des enfants⁵ »... Les musiques actuelles sont restées plus longtemps à l'écart de cette évolution que les autres domaines du spectacle vivant, mais un véritable renversement de tendance semble s'être amorcé depuis une quinzaine d'années. En 2005, Olivier Donnat notait que « les seules sorties culturelles à dominante masculine [étaient] les concerts de jazz et ceux de musiques électroniques (techno) et de rock, où les femmes ne [représentaient] environ qu'un tiers du public⁶ ». En 2018, l'enquête SoFest ! établissait à 61% la part des femmes au sein des publics de festivals musicaux, toutes esthétiques confondues. L'étude soulignait certes « une plus grande mixité dans les concerts de jazz et de musiques actuelles (rock, pop, électro, rap)⁷ » que dans l'ensemble des festivals, mais sans que les hommes n'y soient désormais plus majoritaires.

Un public de trentenaires et de quarantenaires

Comme rappelé dans la méthodologie de l'enquête, les moins de 18 ans n'ont guère répondu au questionnaire, puisque AGI-SON les interroge par ailleurs dans le cadre du baromètre jeunes, musique et risques auditifs (à paraître en novembre 2022). Les trop rares réponses obtenues (4 sur 1117) ont

Répartition des répondant-es selon le sexe
Source : Baromètre national Hein ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



⁴ Donnat Olivier, « La féminisation des pratiques culturelles », *Développement culturel*, 2005, n°147, p.1

⁵ *Idem*

⁶ *Ibid.*, pp. 2-3

⁷ Djakouane Aurélien, Négrier Emmanuel (dir.), *Publics. Sociologie, fréquentation, motivations*, SoFest ! – France Festivals, Paris, 2020, p. 9

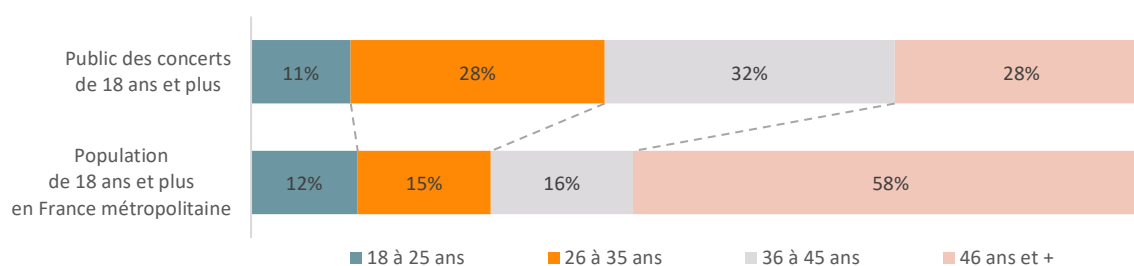
donc été écartées de l'exploitation. Les comparaisons établies entre le public des concerts de musiques actuelles et la population française tiennent compte de cette éviction.

Les trentenaires et les quarantenaires composent la majeure partie des spectateur·rices des concerts de musiques actuelles. 60 % des répondant·es au baromètre ont entre 26 et 45 ans, ce qui est le cas de 30 % des Français·es⁸ ayant atteint la majorité. Les 18-25 ans y tiennent peu ou prou la même part que dans la population générale (11 %). Mais avec 72 % de répondant·es âgé·es de moins de 46 ans (contre 42 % seulement des Français·es de 18 ans et plus), le public des concerts de musiques actuelles s'avère sensiblement plus jeune que ne l'est la population française adulte dans son ensemble.

Répartition des répondant·es à l'enquête selon l'âge au regard de la population de France métropolitaine

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale

| | Public des concerts de 18 ans et plus | Population de 18 ans et plus France métropolitaine |
|-------------|---------------------------------------|--|
| 18-25 ans | 11 % | 12 % |
| 26-35 ans | 28 % | 15 % |
| 36-45 ans | 32 % | 16 % |
| 46 ans et + | 28 % | 58 % |



Un·e spectateur·rice sur trois vit dans une grande ville

38 % du public des concerts de musiques actuelles vit dans l'une des 42 communes françaises comptant plus de 100 000 habitant·es, ce qui n'est le cas que de 15 % des Français·es⁹. La moitié du public réside dans une commune de moyenne ou grande taille (50 000 habitant·es ou plus), contre un quart de la population générale. *A contrario*, à peine 18 % du public des concerts de musiques actuelles est originaire d'un village de moins de 2 000 habitant·es, contre 23 % de la population nationale. Ces données témoignent d'un public plus citadin que la moyenne des Français·es, mais aussi de l'implantation majoritairement urbaine des salles de concert¹⁰. En 2019, la FEDELIMA établissait que 72 % de ses 145 adhérent·es développaient un projet musical en milieu urbain, tandis que 18 % étaient implantés en milieu rural mais dans un environnement urbain et 10 %, hors de toute zone urbaine¹¹.

⁸ INSEE, *Pyramide des âges*, 2021

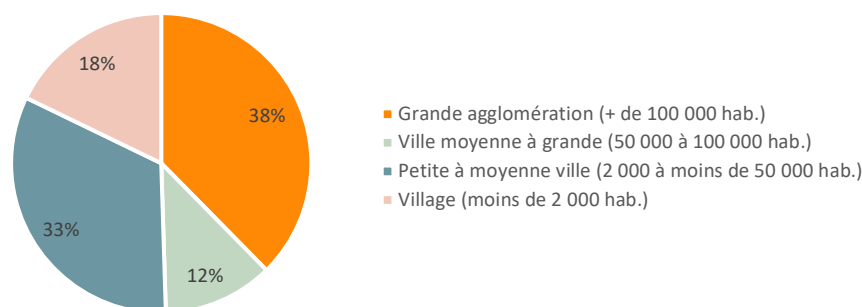
⁹ INSEE, *Fichier d'ensemble des populations légales en 2018*

¹⁰ Centre national des Variétés, *Scènes de musiques actuelles. Quels équilibres budgétaires pour les lieux de petites et moyennes jauges*, Paris, CNV, 2014

¹¹ Chataigné Hyacinthe, *Chiffres clés de la FEDELIMA. Données 2019*, Nantes, FEDELIMA, 2021, p. 3

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

Source : Baromètre national Hein ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale

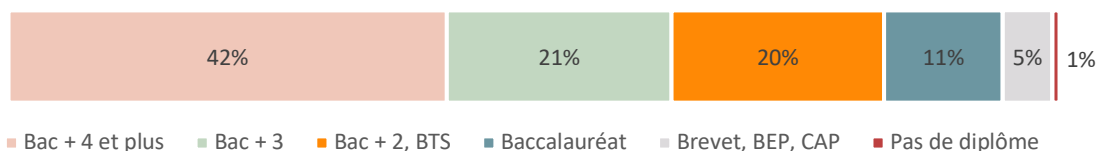


Une forte proportion de diplômé·es du supérieur, majoritairement cadres et professions intermédiaires

Le public des concerts de musiques actuelles se distingue par son haut niveau de qualification scolaire : 83 % des répondant·es non scolarisé·es (hors élèves et étudiant·es) sont diplômé·es de l'enseignement supérieur et 63 % sont titulaires d'un diplôme de niveau bac + 3 ou plus. Ces proportions sont beaucoup plus élevées que dans l'ensemble de la population française non scolarisée, qui compte 31 % de diplômé·es du supérieur et 20 % de titulaires d'un diplôme de niveau bac + 3 ou plus¹².

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

Source : Baromètre national Hein ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



Cette caractéristique impacte les statuts professionnels des répondant·es. 34 % d'entre eux·elles occupent des fonctions de cadre ou une profession supérieure, intellectuelle ou artistique, et 20 % exercent une profession intermédiaire (enseignant·e, technicien·ne, professionnel·le de la santé ou du social, agent·e de maîtrise...), ce qui n'est respectivement le cas que de 10 % et 14 % de la population française de 15 ans et plus¹³. Avec 26 % de répondant·es, la part des ouvrier·es et employé·es s'avère quasiment identique à celle de la population nationale (28 %). Comme le notent Aurélien Djakouane et Emmanuel Négrier au sujet des festivals, « si les classes supérieures sont partout majoritaires, seules la chanson et les musiques actuelles attirent davantage les classes moyennes et populaires. Ces dernières le sont essentiellement, et presque exclusivement, par les musiques actuelles¹⁴ ».

¹² INSEE, « Diplôme le plus élevé de la population non scolarisée de 15 ans ou plus en 2018 », *Recensement de la population, 2021*.

NB : les chiffres de l'INSEE ne sont pas disponibles pour la population de 18 ans et plus qui composent 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.

¹³ INSEE, « Population de 15 ans ou plus par sexe, âge et catégorie socioprofessionnelle en 2018 », *Recensement de la population, 2021*

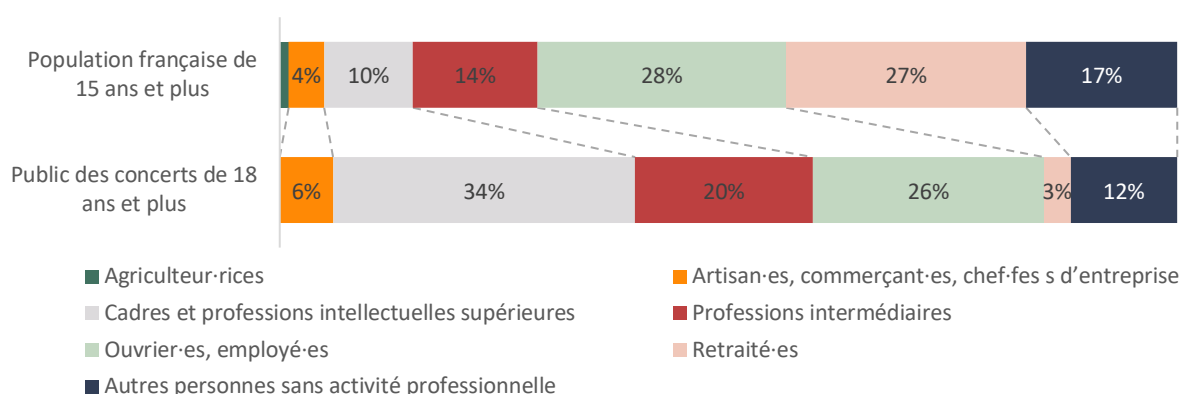
¹⁴ Djakouane Aurélien, Négrier Emmanuel (dir.), *op. cit.*, p. 19

Les catégories les moins représentées s’ancrent parmi les agriculteur·rices exploitant·es et plus encore parmi les retraité·es, qui représentent moins de 3 % des publics de concerts, alors qu’ils composent 27 % de la population de 15 ans et plus. Dans une moindre mesure, la part des autres personnes sans activité professionnelle (parmi lesquelles les étudiant·es et les chômeur·ses) est également sous-représentée parmi les répondant·es. Notons que les tranches d’âge prises en considération par l’INSEE (15 ans et plus) et le baromètre HEIN ?! (18 ans et plus) diffèrent (voir note de bas de page). Les 15-18 ans, qui sont pris en compte par l’INSEE mais pas par le baromètre HEIN ?! 2020-2021, sont massivement scolarisé·es, ce qui peut induire un biais défavorable au baromètre pour la catégorie des étudiant·es.

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

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale / INSEE

| | Public des concerts de 18 ans et plus | Population française de 15 ans et plus ¹⁵ |
|--|---------------------------------------|--|
| Agriculteur·rices | < 1 % | 1 % |
| Artisan·es, commerçant·es, chef·fes s d’entreprise | 6 % | 4 % |
| Cadres et professions intellectuelles supérieures | 34 % | 10 % |
| Professions intermédiaires | 20 % | 14 % |
| Ouvrier·es, employé·es | 26 % | 28 % |
| Retraité·es | 3 % | 27 % |
| Autres personnes sans activité professionnelle | 12 % | 17 % |



GOUTS MUSICAUX DES PUBLICS : UN ECLECTISME DOMINE PAR LE ROCK-POP-FOLK

Des goûts musicaux variés et éclectiques

Les spectateur·trices de concerts de musiques actuelles révèlent des goûts assez éclectiques. En moyenne, ils déclarent aimer 4,7 styles musicaux¹⁶ parmi les 14 proposés dans le questionnaire HEIN ?!. Ce phénomène est à mettre en perspective avec leur niveau d’études particulièrement élevé

¹⁵ INSEE, *op. cit.*

¹⁶ Dans le strict cadre de la présente étude, les termes de style musical désignent, par souci de simplification, un ensemble non exhaustif de styles, genres, courants, mouvements, esthétiques ou traditions musicales, regroupés selon une double logique musicologique et écosystémique (au sens des modes et des univers de production). L’étude en distingue 14.

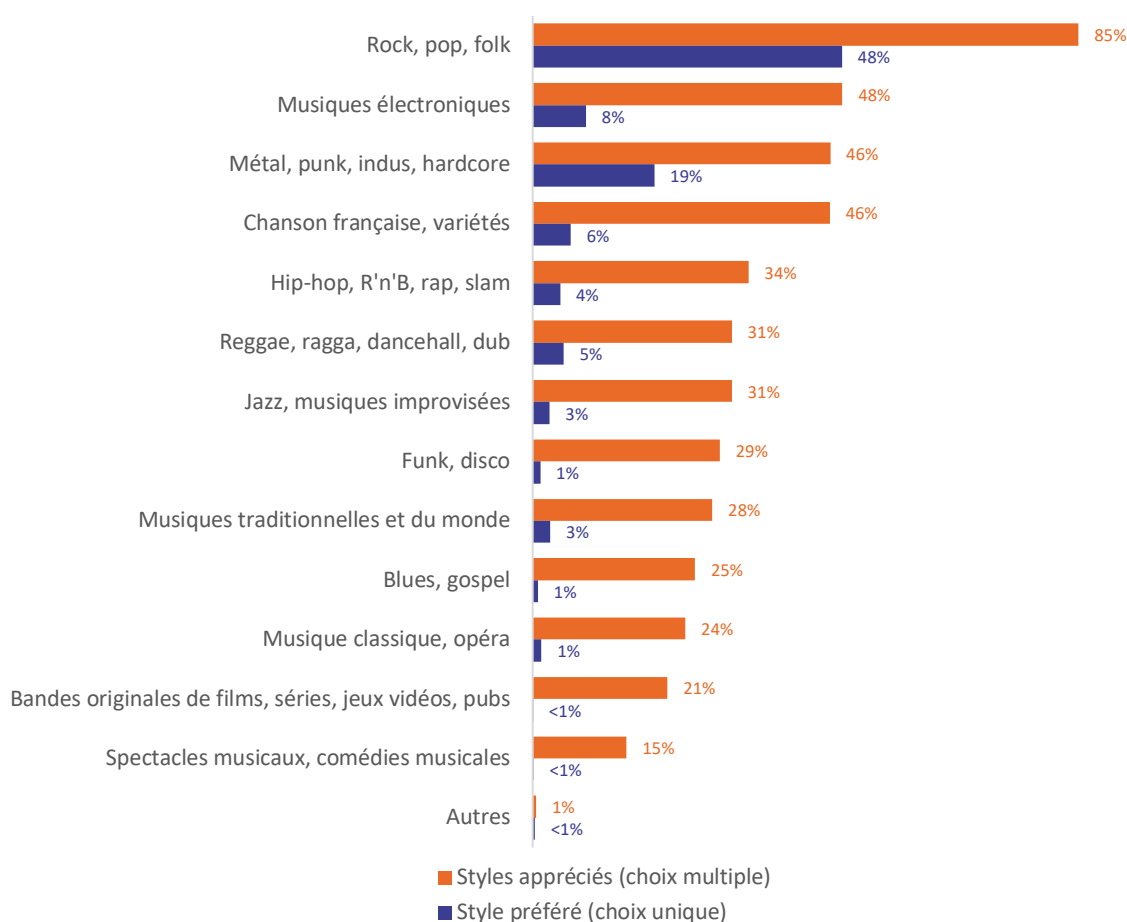
et avec leur appartenance massive aux professions intermédiaires et supérieures. L'omnivorisme¹⁷ ou l'éclectisme culturel¹⁸, entendus comme « l'aptitude à apprécier l'esthétisme propre à une vaste gamme de formes culturelles¹⁹ » est particulièrement répandu et valorisé parmi les fractions les plus diplômées de la société et les catégories socioprofessionnelles supérieures²⁰. Pour autant, le panachage des pratiques et des goûts tend à descendre l'échelle des statuts sociaux et à se recruter dans tous les milieux²¹. La tendance à l'éclectisme semble plus marquée chez les jeunes générations, les 18-25 ans déclarant apprécier 5,1 styles en moyenne, contre 4,3 pour 46 ans et plus.

Le rock-pop-folk plébiscité, à l'écoute comme en concert

Un style, nettement plus plébiscité que les autres, jouit d'une certaine unanimité auprès des publics des concerts de musiques actuelles. Il s'agit du rock-pop-folk, apprécié par 85 % des répondant-es et style préféré de 48 % d'entre eux-elles.

Styles musicaux appréciés et style préféré des répondant-es

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



¹⁷ Peterson Richard A., « Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives », *Sociologie et société*, 36, n°1, printemps 2004

¹⁸ Donnat Olivier, *Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme*, Paris, La Découverte, 1994

¹⁹ Peterson Richard A., p. 147

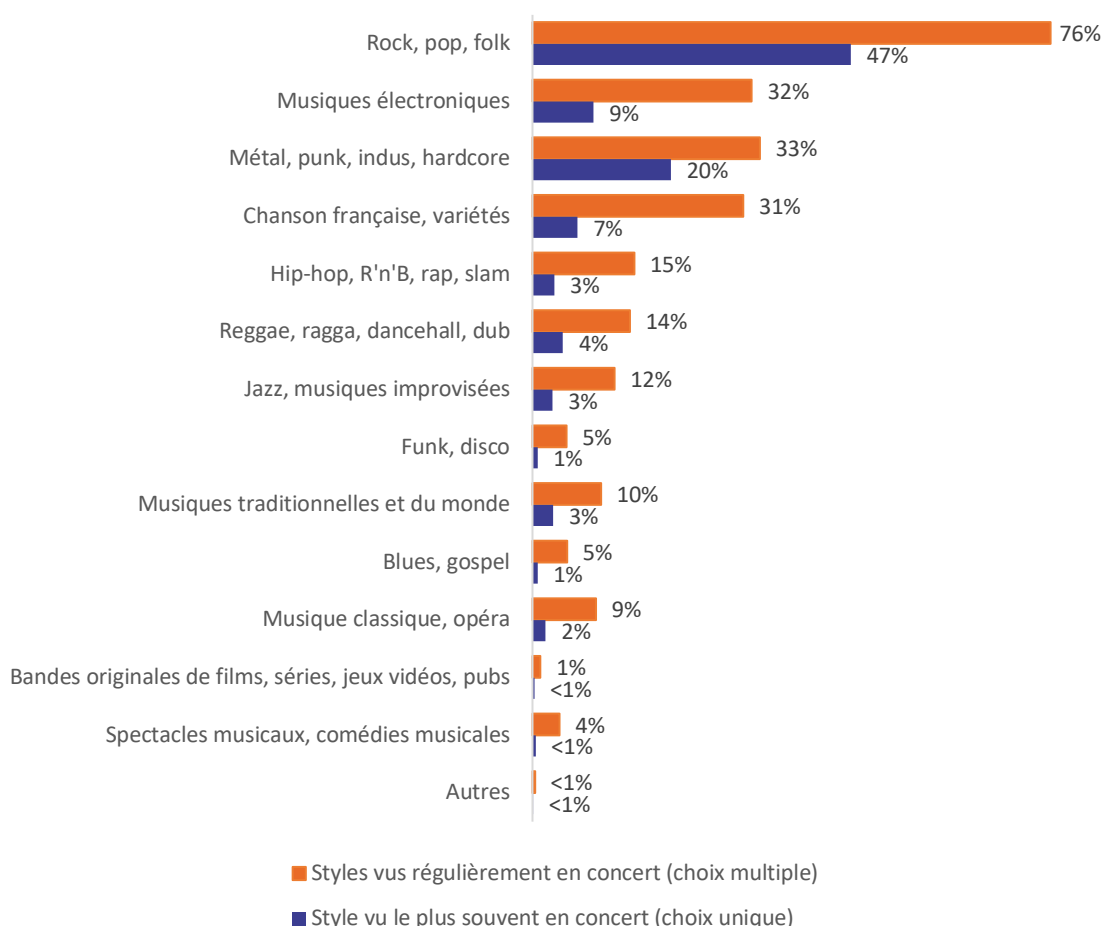
²⁰ *Idem*

²¹ Lahire Bernard, *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris, La Découverte, 2004

Même plébiscite en ce qui concerne les sorties au concert : 76 % des répondant-es vont voir des concerts de rock-pop-folk. Pour 47 % des personnes interrogées, il s'agit aussi du style qu'ils et elles vont voir le plus souvent en concert. Le métal-punk-indus arrive en deuxième position des styles vus régulièrement et le plus souvent en concert (33 % et 20 % des répondant-es), devant les musiques électroniques (32 % et 9 %) et la chanson et les variétés (31 % et 7 %). Il est vrai que le rock-punk, pour reprendre la terminologie retenue par la FEDELIMA dans ses chiffres clés 2019, représente le courant socle sur lequel s'est construit l'écosystème des musiques amplifiées dans les années 1980²² et qu'il demeure le style le plus programmé dans les salles de petite et moyenne jauge. Il totalise 19 % des concerts organisés par les structures adhérentes de la FEDELIMA, talonné par les musiques électroniques, la pop-folk et le hip-hop, qui représentent respectivement 14 %, 13 % et 12 % des concerts programmés²³.

Styles musicaux vus régulièrement et le plus souvent en concert

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



²² Guibert Gérard, « Les musiques amplifiées en France. Phénomènes de surfaces et dynamiques invisibles », *Réseaux*, 2007/2-3

²³ Chataigné Hyacinthe, *idem*, p. 6

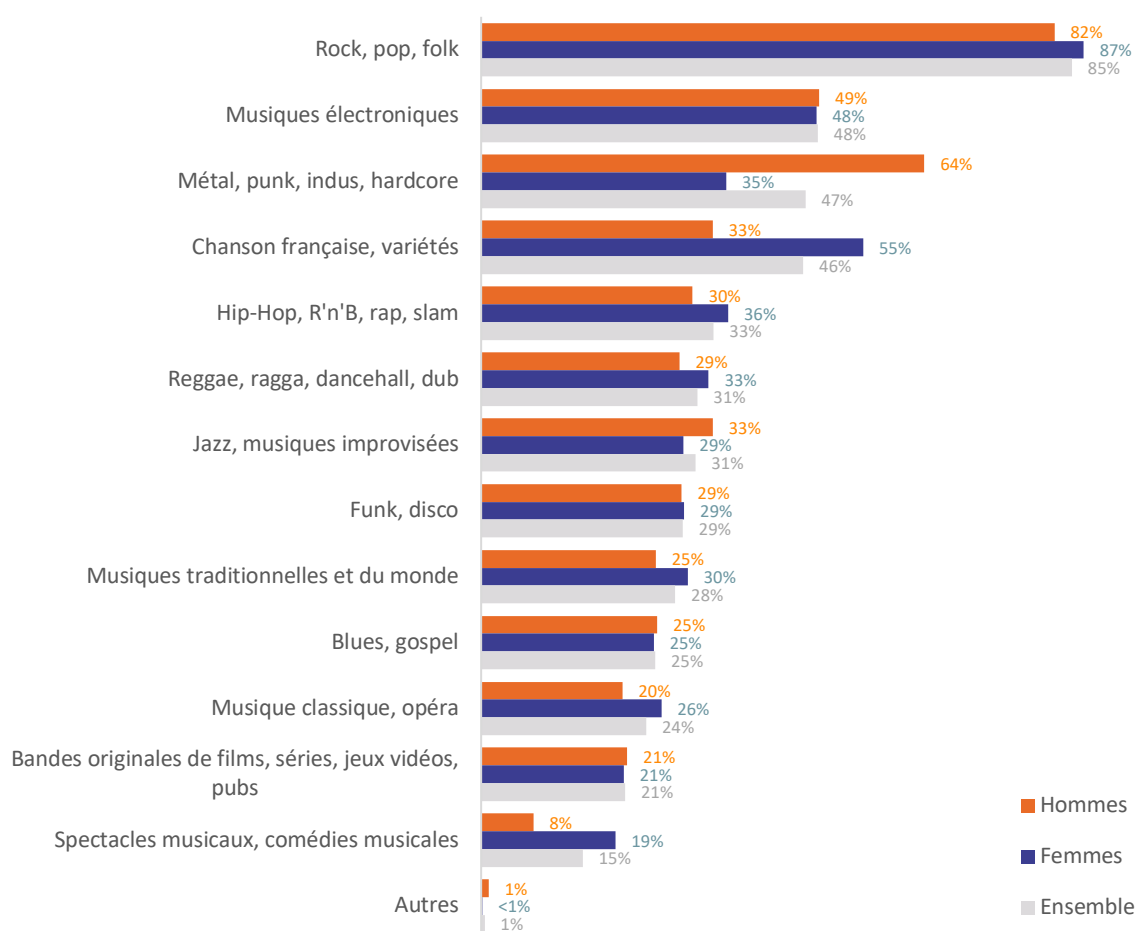
Une partition genrée, générationnelle et scolaire des goûts musicaux

L'appréciation des différents styles par les répondant-es recouvre une partition genrée, générationnelle et scolaire des goûts musicaux. En effet, l'âge, mais aussi le sexe²⁴ et le niveau d'études, constituent des variables clivantes dans la construction sociale des goûts et dans les pratiques de consommation²⁵ et de sortie qui en découlent.

64 % des hommes sont amateurs de métal-punk-indus et 33 % de jazz et musiques improvisées, contre 35 % et 29 % des femmes. Inversement, 55 % des femmes sont amatrices de chanson et variétés (contre 33 % des hommes), 36 % apprécient le hip-hop-R'n'B (contre 30 % des hommes), 26 % aiment la musique classique et l'opéra et 19 % les spectacles musicaux et comédies musicales (contre respectivement 20 % et 8 % des hommes). La proportion de femmes déclarant apprécier le reggae et ses dérivés ou les musiques traditionnelles et du monde est également un peu plus élevée que celle des hommes.

Part de répondant-es selon les styles appréciés et le sexe

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



²⁴ Macé Éric, Rui Sandrine, « Avoir vingt ans et « faire avec » le genre *Call of Duty* et *Desperate Housewives*, métaphores de l'asymétrie », in Octobre Sylvie (dir.), *Questions de genre, questions de culture*, Paris, Ministère de la Culture - DEPS, « Questions de culture », 2014

²⁵ Combes Clément, Granjon Fabien, « La numérimorphose des pratiques de consommation musicale. Le cas de jeunes amateurs », *Réseaux*, 2007/6-7, p. 294

Contrairement à d'autres styles musicaux, le rock-pop-folk remporte une forte adhésion dans toutes les classes d'âge, rassemblant à chaque fois au moins 80 % des répondant-es. Chez les plus jeunes, il est suivi par les musiques électroniques, citées par 63 % des 18-25 ans et 54 % des 26-35 ans. Néanmoins, métal-punk-indus et chanson et variétés sont au coude-à-coude avec les musiques électroniques, formant un trio de styles appréciés par au moins 4 répondant-es sur 10 dans toutes les tranches d'âge.

Les 18-25 ans se détachent des autres classes d'âge par un goût plus prononcé pour le hip-hop-R'n'B (54 %), la chanson et les variétés (51 %) et la funk-disco (42 %) et par le faible intérêt qu'ils portent au blues-gospel. Ils se distinguent en cela des 46 ans et plus, qui sont 30 % à aimer le blues-gospel, mais qui boudent les bandes originales de films et supports vidéo, estimées par plus d'un quart des 18-25 ans et des 26-35 ans. Les spectacles musicaux et comédies musicales font quant à eux l'unanimité en tant que style le moins cité dans toutes les tranches d'âge.

Le rapprochement de l'âge et du style préféré des répondant-es montre que les 18-25 ans interrogé-es affichent une prédilection pour le rock-pop-folk, alors que le rap passe pour l'esthétique la plus écoutée par les 16-24 ans et la plus lucrative du marché musical français²⁶. Ce statut d'exception des jeunes spectateur-rices de concerts de musiques actuelles est sans doute à rapprocher de leur appartenance majoritaire aux catégories socio-professionnelles intermédiaires et supérieures. A *contrario*, certaines recherches portant les goûts et les pratiques des jeunes des milieux populaires soulignent que « le rap domine et structure [leurs] goûts. En effet, si beaucoup d'ados affichent un certain éclectisme (on écoute 'de tout' et on ne rejette aucun genre musical), c'est bien le rap qui concentre la quasi-totalité des consommations effectives en étant le genre préféré de plus des trois-quarts des jeunes rencontré-es.²⁷ »

Enfin, la musique classique et l'opéra, et dans une moindre mesure le jazz et les musiques improvisées, suscitent davantage l'intérêt des répondant-es disposant d'un niveau scolaire élevé (bac + 4 et plus), ainsi que des cadres et professions supérieures. Depuis les années 1970, de nombreux travaux ont mis en évidence la corrélation entre niveau de diplôme, catégorie socioprofessionnelle et inclination pour les formes artistiques les plus savantes ou les plus légitimes²⁸. De manière moins attendue, les répondant-es les plus qualifié-es sont aussi les plus enclin-es à apprécier les musiques électroniques, le hip-hop-R'n'B, les musiques traditionnelles et du monde, les bandes originales de films et supports vidéo et les spectacles musicaux et comédies musicales. Seuls le métal-punk-indus et le reggae-ragga sont plus prisés par les personnes non titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur que par les diplômés d'un bac + 4 ou plus. Ces résultats accréditent l'idée d'une « transformation des hiérarchies musicales » en faveur d'une place accrue « prise par les goûts 'populaires' au sein des catégories diplômées²⁹ » depuis une quinzaine d'années.

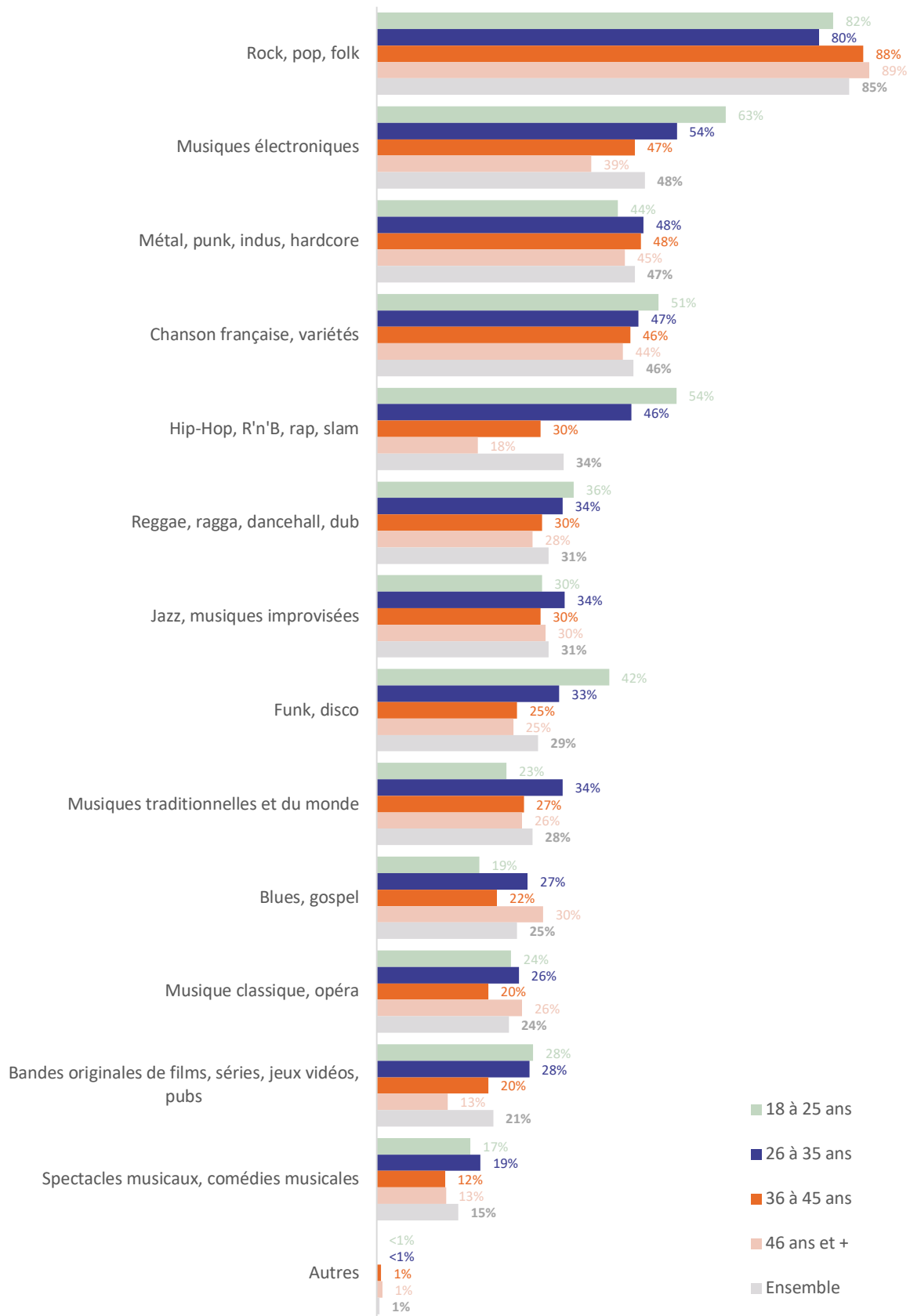
²⁶ Miclet Brice, « Comment le rap a réussi sa transition démographique ? », *Slate*, 7 janvier 2020

²⁷ Péronnet Clémence, « Les univers culturels des ados dans les quartiers politique de la ville : bilan des trois terrains », in Chantal Dahan, Christine Détrez (dir.), *Goûts, pratiques et usages culturels des jeunes en milieu populaire*, INJEPR-2020, octobre 2020

²⁸ Voir par exemple Dorin Stéphane (dir.), *Déchiffrer les publics de la musique classique. Perspectives comparatives, historiques et sociologiques*, Editions des archives contemporaines, Paris, 2018 ou Babé Laurent, « Les publics du jazz », Ministère de la Culture-DGCA, *Repères DGCA*, n° 6.09, octobre 2012

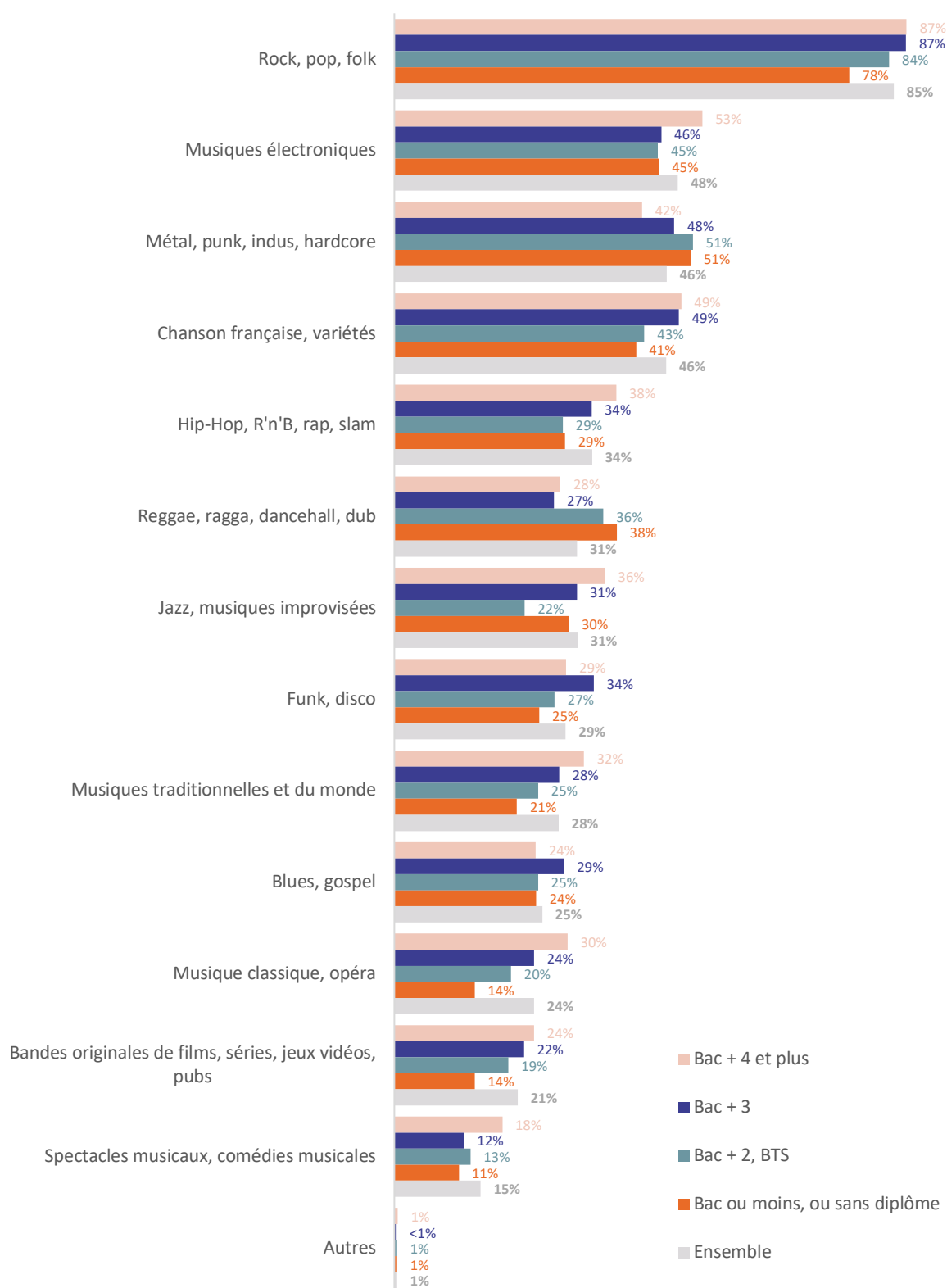
²⁹ Glevarec Hervé, Pinet Michel, « Tablature et structuration du goût musical. Goût, inappétences et indifférences musicales en 2008 », *25 ans de Sociologie de la Musique en France*, nov. 2008, p. 602

Part de répondant-es selon les styles appréciés et l'âge
 Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



Part de répondant-es selon les styles appréciés et le niveau de diplôme

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale

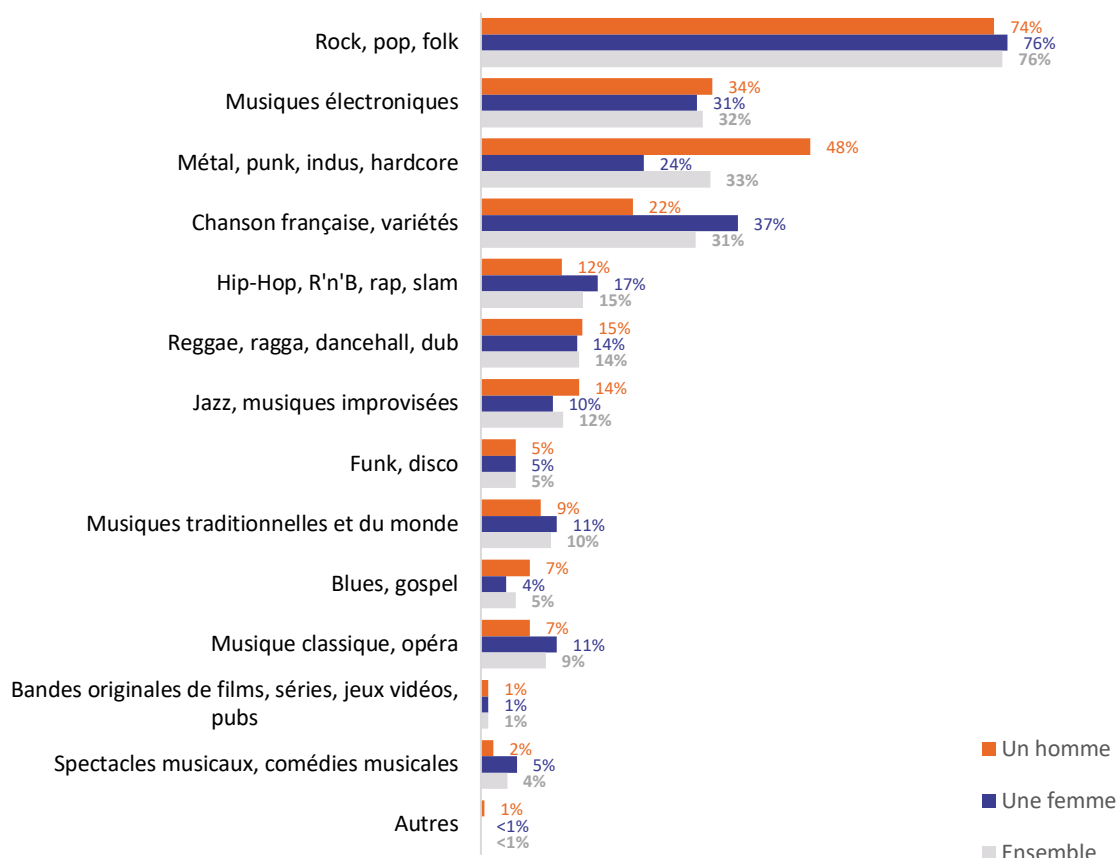


Le concert, un exhausteur des goûts musicaux

De manière générale, la sortie au concert s'inscrit dans une logique de renforcement des goûts, les publics allant voir prioritairement sur scène les styles qu'ils affectionnent. Les femmes se rendent ainsi plus souvent que les hommes aux concerts de chanson française et de variétés, de musique traditionnelle et du monde et de hip-hop-R'n'B, tandis que les hommes privilégient les concerts de métal-punk-indus, de musiques électroniques et de jazz et musiques improvisées.

Part de répondant-es selon les styles vus en concert et le sexe

Source : Baromètre national Hein ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



Part de répondant-es selon les styles appréciés et vus en concert et selon le sexe

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale

| | | Hommes | Femmes | Ensemble |
|------------------------------|---------|--------|--------|----------|
| Rock, pop, folk | Goûts | 82% | 87% | 85% |
| | Concert | 74% | 76% | 76% |
| Musiques électroniques | Goûts | 49% | 48% | 48% |
| | Concert | 34% | 31% | 32% |
| Metal, punk, indus, hardcore | Goûts | 64% | 35% | 47% |
| | Concert | 48% | 24% | 33% |
| Chanson française, variétés | Goûts | 33% | 55% | 46% |
| | Concert | 22% | 37% | 31% |

| | | | | |
|--|---------|-----|-----|-----|
| Hip-hop, R'n'B, rap, slam | Goûts | 30% | 36% | 33% |
| | Concert | 12% | 17% | 15% |
| Reggae, ragga, dancehall, dub | Goûts | 29% | 33% | 31% |
| | Concert | 15% | 14% | 14% |
| Jazz et musiques improvisées | Goûts | 33% | 29% | 31% |
| | Concert | 14% | 10% | 12% |
| Funk, disco | Goûts | 29% | 29% | 29% |
| | Concert | 5% | 5% | 5% |
| Musiques traditionnelles et du monde | Goûts | 25% | 30% | 28% |
| | Concert | 9% | 11% | 10% |
| Blues, gospel | Goûts | 25% | 25% | 25% |
| | Concert | 7% | 4% | 5% |
| Musique classique, opéra | Goûts | 20% | 26% | 24% |
| | Concert | 7% | 11% | 9% |
| Bandes originales de films, séries, jeux vidéo, pubs | Goûts | 21% | 21% | 21% |
| | Concert | 1% | 1% | 1% |
| Spectacles musicaux, comédies musicales | Goûts | 8% | 19% | 15% |
| | Concert | 2% | 5% | 4% |

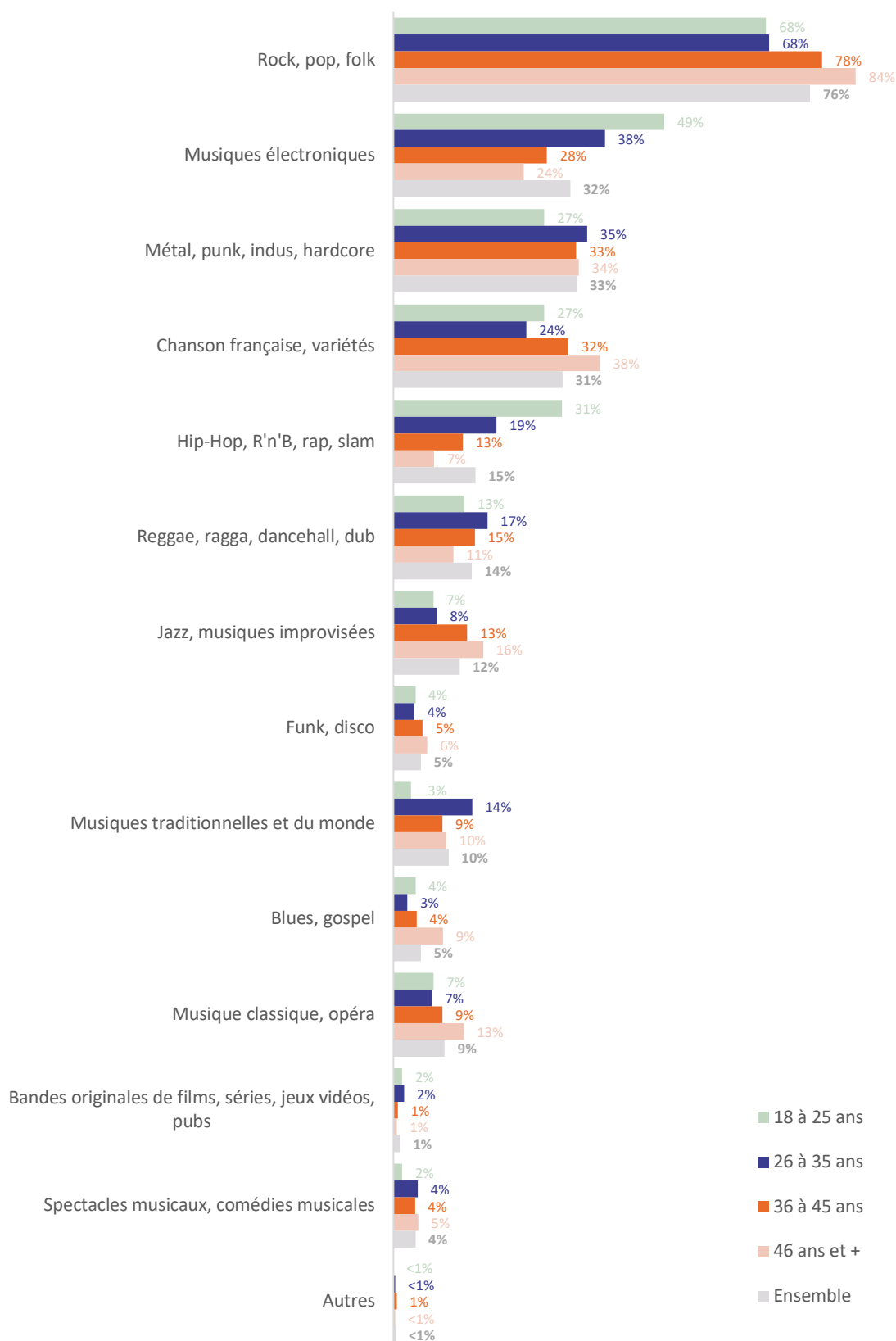
De même, les sorties au concert coïncident avec la distribution des goûts musicaux selon l'âge, mais de façon moins nette, les styles vus en concert ne recouvrant pas exactement le calque des styles de prédilection. Les 18-25 ans sont ainsi celles et ceux qui fréquentent le plus les concerts de hip-hop-R'n'B et de musiques électroniques, mais pas les concerts de chanson et variétés ou de funk-disco, dont ils sont pourtant des auditeur-rices assidu-es. Les 26-35 ans sont fidèles aux musiques électroniques en live et se rendent, plus que les autres tranches d'âge, aux concerts de métal-punk-indus et de reggae et dérivés. Les 36-45 ans et les 46 ans et plus sont quant à eux les plus nombreux-ses à assister à des concerts de rock-pop-folk, de chanson et variétés et de funk-disco. Les 46 ans et plus se démarquent aussi par leur intérêt pour les concerts de jazz et musiques improvisées, de musique classique et d'opéra et de blues-gospel.

Enfin, on observe un phénomène de décrochage entre les pratiques d'écoute et la sortie au concert pour certains styles, tels que la funk-disco, le blues-gospel, les spectacles et comédies musicales et plus encore, les bandes originales de films ou supports vidéo, qui sont peu vus en concert par les personnes qui les apprécient, mais aussi peu représentés dans les programmations des salles de musiques actuelles de petite et moyenne jauge³⁰.

³⁰ Chataigné Hyacinthe, *idem*, p. 6

Part de répondant-es selon les styles vus en concert et l'âge

Source : Baromètre national Hein ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



II. CONCERT ET ECOUTE MUSICALE : UN PUBLIC AUX PRATIQUES INTENSIVES

CONCERT ET CRISE SANITAIRE : LIVESTREAM ET REPLAY NE DETRONENT PAS LE LIVE

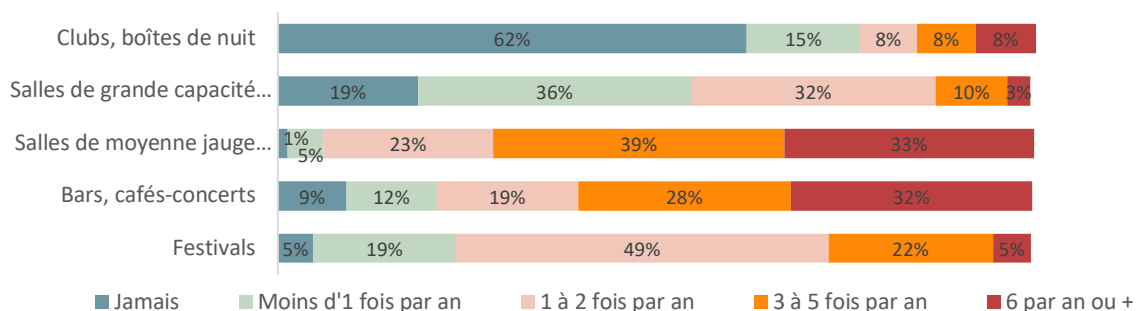
Les années 2020 et 2021 restent marquées par la longue période de fermeture des salles de concert, d'interdiction des festivals, événements festifs et rassemblements de grande ampleur, par l'instauration de confinements, de couvre-feux successifs et de mesures limitatives s'appliquant aux lieux de spectacle. A l'échelle européenne, le rapport du Live DMA relatif à l'impact de la pandémie de Covid-19 sur 3253 salles de concerts et clubs indique pour 2020 et 2021 une baisse de 78 % du nombre de concerts organisés, soit 1,9 million de représentations artistiques en moins, et une baisse de la fréquentation de 141 millions de spectateurs-rices³¹. Pour ce qui est des sorties au concert, les personnes enquêtées dans le cadre de la campagne HEIN ?! 2020-2021 ont été interrogées sur leurs habitudes antérieurement à la crise sanitaire, ainsi que sur leur expérience du concert en sortie de crise.

Un public d'habitué-es aux sorties intensives en concert

Les répondant-es au baromètre HEIN ?! sont dans l'ensemble des publics assidus des concerts de musiques actuelles. Avant la pandémie, 60 % d'entre eux-elles fréquentaient les cafés-concerts ou les bars au moins trois fois par an et 32 % au moins six fois par an. De même, 72 % se rendaient dans des salles de petite et moyenne jauge (250 à 900 places) au moins trois fois par an et 33 % au moins six fois par an. Les bars et les salles moyennes apparaissent comme les lieux privilégiés d'une pratique intensive du concert, tandis que les festivals faisaient l'objet d'une fréquentation régulière, mais plus occasionnelle. 49 % des répondant-es rapportaient s'y rendre une à deux fois par an avant la crise et 22 %, trois à cinq fois par an. Les sorties au concert dans les salles de grande capacité, de type Zénith ou Aréna, demeuraient quant à elles beaucoup plus ponctuelles : 19 % des répondant-es n'y avaient jamais recours, 36 % y allaient moins d'une fois par an et 32 % une à deux fois par an. Enfin, les concerts en club et boîte de nuit attiraient moins de 38 % des répondant-es, lesquel-les s'y rendaient en majorité moins d'une fois par an.

Fréquence des sorties des répondant-es dans différents lieux de concert avant la crise

Source : Baromètre national Hein ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



³¹ Dee Arne, *Chiffres clés. L'impact de la pandémie de Covid-19 sur 3 253 salles de concert et clubs en Europe en 2020 et 2021*, Nantes, Live DMA, 2021

La distribution par âge des habitudes de concert suggérait une pratique particulièrement intensive chez les moins de 36 ans, s’incarnant dans une pluralité de lieux de spectacle. 31 % des 18-25 ans et 33 % des 26-35 ans assistaient à des festivals au moins 3 fois par an, contre 27 % des répondant-es. Les festivals de musiques actuelles restaient ainsi « l’apanage des plus jeunes (35 ans en moyenne)³² ». « Tout autant que la musique que l’on y écoute, l’ambiance festive et le fait d’être entre copains sont au cœur des motivations des jeunes qui viennent vivre un festival le temps d’un court séjour³³ ». Les moins de 36 ans formaient également l’essentiel des habitué-es des bars et cafés-concerts : 43 % des 18-25 ans et 41 % des 26-35 ans y allaient 6 fois par an ou plus, contre 32 % du public interrogé. Spectateur·rices fidèles des salles de petite et moyenne jauge, 75 % des 26-35 ans s’y rendaient au moins trois fois par an, contre 72 % des répondant-es. Quant aux 18-25 ans, ils étaient 42 % à assister au moins trois fois par an à des concerts en club ou boîte de nuit, contre seulement 15 % de l’ensemble. Il n’y a que dans les salles de grande capacité que les moins de 36 ans étaient doublé-es d’une courte tête par les 46 ans et plus, 14 % des premier-es et 15 % des second-es y assistant à des concerts au moins trois fois par an. Dans la mesure où « on sort plus fréquemment à plusieurs lorsqu’on est plus jeune³⁴ », la pratique du concert parmi les moins de 36 ans semblait associer « la priorité accordée par les jeunes à la musique³⁵ » à la possibilité de vivre une expérience festive de « partage social des émotions³⁶ » et de sociabilité amicale entre pairs.

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

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale

| | 18-25 ans | | 26-35 ans | | 36-45 ans | | 46 ans et + | | Ensemble 3 fois par an et + |
|------------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| | 3 à 5 fois par an | 6 fois par an et + | 3 à 5 fois par an | 6 fois par an et + | 3 à 5 fois par an | 6 fois par an et + | 3 à 5 fois par an | 6 fois par an et + | |
| Festivals | 23 % | 8 % | 26 % | 7 % | 23 % | 3 % | 15 % | 6 % | 27 % |
| Bars, cafés-concerts | 27 % | 43 % | 29 % | 41 % | 27 % | 27 % | 30 % | 24 % | 60 % |
| Salles moyenne jauge | 36 % | 35 % | 36 % | 39 % | 41 % | 30 % | 41 % | 29 % | 72 % |
| Salles grande capacité | 11 % | 3 % | 11 % | 3 % | 8 % | 3 % | 10 % | 5 % | 13 % |
| Clubs, boîtes de nuit | 20 % | 22 % | 11 % | 12 % | 4 % | 3 % | 4 % | 2 % | 15 % |

Concernant les habitudes des répondant-es au prisme du genre, les hommes se distinguaient par une fréquence plus élevée des sorties en concert dans les principaux lieux de spectacle. La part des hommes se rendant au moins trois fois par an dans les bars et cafés-concerts et les salles moyennes était supérieure à celle des femmes. Il n’y a que dans les lieux fréquentés plus occasionnellement par la majorité des répondant-es – grandes salles de concert et clubs ou boîtes de nuit – que la proportion des hommes assistant à trois représentations par an ou plus demeurait légèrement inférieure à celle des femmes. En d’autres termes, les femmes étaient numériquement plus nombreuses que les hommes à sortir en concert avant la crise sanitaire, mais elles s’y rendaient moins souvent que les

³² Djakouane Aurélien, Négrier Emmanuel (dir.), *op. cit.*, 2020, p. 13

³³ Djakouane Aurélien, Négrier Emmanuel, « Musique, fête et copains. Sociologie du jeune public des festivals », *Espace*, 317, mars-avril 2014, p. 74

³⁴ Djakouane Aurélien, Négrier Emmanuel (dir.), *op. cit.*, 2020, p. 27

³⁵ Djakouane Aurélien, Négrier Emmanuel, *op. cit.*, 2014, p. 75

³⁶ Rime Bernard, *Le partage social des émotions*. Paris, Presses universitaires de France, coll. Psychologie sociale, 2005

hommes. De fait, les travaux de l'INSEE³⁷ et de l'INED³⁸ sur l'emploi du temps des Français-es soulignent des écarts en matière d'utilisation du temps libre chez les hommes et les femmes. Si ces dernières dédient davantage de temps aux pratiques culturelles que les hommes, qui s'adonnent plus volontiers au sport, elles consacrent « en moyenne 2h45 par jour à leurs loisirs contre 3h20 pour les hommes³⁹ » et sont davantage en charge des tâches liées au soin et à la logistique quotidienne des enfants que leurs conjoints. En ce sens, les inégalités entre hommes et femmes face aux loisirs, et face aux sorties en particulier, se renforcent avec l'âge et la parentalité.

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

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale

| | Hommes | | | Femmes | | | Ensemble | | |
|------------------------|-------------------|--------------------|-------|-------------------|--------------------|-------|-------------------|--------------------|-------|
| | 3 à 5 fois par an | 6 fois par an et + | Total | 3 à 5 fois par an | 6 fois par an et + | Total | 3 à 5 fois par an | 6 fois par an et + | Total |
| Festivals | 24 % | 6 % | 29 % | 21 % | 5 % | 26 % | 22 % | 5 % | 27 % |
| Bars, cafés-concerts | 32 % | 37 % | 69 % | 26 % | 28 % | 55 % | 28 % | 32 % | 60 % |
| Salles moyenne jauge | 38 % | 38 % | 76 % | 39 % | 29 % | 68 % | 39 % | 33 % | 72 % |
| Salles grande capacité | 8 % | 4 % | 11 % | 11 % | 3 % | 14 % | 10 % | 3 % | 13 % |
| Clubs, boîtes de nuit | 8 % | 5 % | 13 % | 8 % | 10 % | 17 % | 8 % | 8 % | 15 % |

Pour finir, le statut professionnel des personnes imprégnait également leurs habitudes de sortie en concert avant la crise sanitaire. Ainsi, les chômeur·ses et les artisan·es, commerçant·es et chef·fes d'entreprise fréquentaient plus assidûment les festivals et les bars et cafés-concerts que les autres catégories socioprofessionnelles. Ils·elles étaient 34 % et 31 % à assister au moins trois fois par an à des concerts dans les festivals et 66 % et 68 % à faire de même dans les bars. Les professions intermédiaires et les cadres prisait plus spécifiquement les salles de concert de jauge moyenne et de grande capacité. Ils·elles étaient 77 % et 74 % à privilégier les premières au moins trois fois par an, ainsi que 15 % à se rendre dans les secondes à la même fréquence. Enfin, sans surprise compte-tenu de leur âge, les étudiant·es étaient 46 % à fréquenter les clubs et boîtes de nuit trois à cinq fois par an et 24 % à le faire six fois par an ou plus.

9 spectateur·rices sur 10 de retour en concert depuis la réouverture

En mars 2021, seul·es 37 % des Français·es de 15 ans et plus étaient favorables à la réouverture des salles de concert. 60 % à 65 % se déclaraient inquiet·es de fréquenter les salles moyennes, les grandes salles de type Zénith et les stades et 35 % appréhendaient les festivals de plein air⁴⁰. Ces craintes semblent s'être dissipées progressivement dans le courant de l'année 2021. Entre novembre 2021 et janvier 2022, période de passation du questionnaire HEIN ?! 2020-2021, 87 % des répondant·es à l'enquête affirmaient être retournés au moins une fois en concert depuis la réouverture des salles. Ce chiffre n'est guère surprenant au vu de l'intensité de la pratique du public interrogé, mais il doit être pris avec précaution dans un contexte où les salles de spectacle et de cinéma accusent une baisse de

³⁷ INSEE, *Enquête emploi du temps 2009-2010*, 2012

³⁸ Ariane Pailhé, Anne Solaz et Arthur Souletie, « How Do Women and Men Use Extra Time? Housework and Childcare after the French 35-Hour Workweek Regulation », *European Sociological Review*, 35, 2019

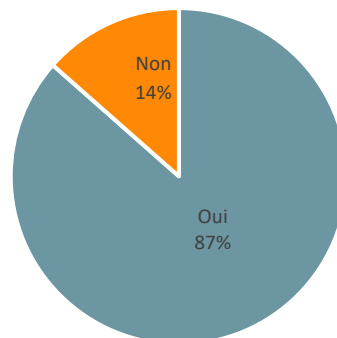
³⁹ Observatoire des inégalités, « L'inégale répartition des tâches domestiques entre les femmes et les hommes », en ligne, 2016

⁴⁰ Gece & Arenamatrix, *Le spectacle vivant en 2021 : pratiques en ligne et attentes des spectateurs à la réouverture*, mars 2021

25 % de leur fréquentation par rapport à l'avant-crise⁴¹. En effet, il ne donne aucune indication sur la fréquence des sorties depuis la réouverture, ni sur le ou les lieux où elles se sont déroulées (salles, cafés-concerts ou festivals). Les 13 % de répondant·es qui n'ont pas retrouvé le chemin du concert indiquent pour l'essentiel avoir eu d'autres priorités (5 %) ou s'être laissé·es décourager par des mesures sanitaires jugées trop contraignantes ou incompréhensibles (5 %).

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

Source : Baromètre national Hein ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



Pourtant, le vécu du concert à l'ère de la pandémie est relaté plutôt positivement par 90 % des personnes qui s'y sont livrées. Seul·es 10 % des répondant·es concerné·es jugent les règles sanitaires applicables aux lieux de concert (configuration assise, port du masque, passe sanitaire...) trop pénibles pour réitérer l'expérience. La majorité (60 %) les perçoit comme contraignantes mais supportables et 23 % les estiment nécessaires, dans la mesure où elles ont conditionné leur retour vers le concert. Une minorité des répondant·es concerné·es (8 %) n'en a même éprouvé aucun désagrément. La mise en place des règles sanitaires dans les concerts ou festivals est considérée comme excellente par 22 % des spectateur·rices et comme satisfaisante par 52 % d'entre eux·elles. 18 % la trouvent difficile mais fonctionnelle et seulement 7 %, laborieuse.

Avis des répondant·es retourné·es en concert sur les règles sanitaires

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale

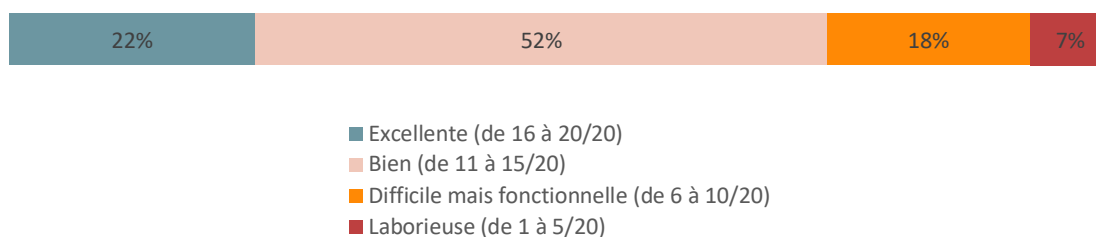


- Elles ne sont pas gênantes et je n'ai presque pas fait la différence
- Elles sont contraignantes mais supportables
- Elles sont nécessaires car sans elles je ne serais pas retourné(e) en concert
- Elles sont trop pénibles pour recommencer

⁴¹ « Covid-19 : la fréquentation dans les salles de cinéma et de spectacle toujours en baisse par rapport à l'avant-crise », *Le Monde*, 6 février 2022

Avis des répondant·es retourné·es en concert sur la mise en place des règles sanitaires

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



Livestream, replay : une progression structurelle ou conjoncturelle ?

Une étude, réalisée par Gece et Correspondances digitales en janvier 2021 auprès d'un échantillon représentatif de 10 000 Français·es de 15 ans et plus, suggère que 41 % d'entre eux·elles ont pratiqué régulièrement au moins une activité culturelle en ligne en 2020 et que 31 % ont regardé un concert ou un spectacle en ligne, 21 % en live et 20 % en replay (+15 et +13 points par rapport au début du premier confinement)⁴². « Cette numérisation accrue de la consommation culturelle (...) peut trouver des éléments de confirmation dans les évaluations effectuées par Médiamétrie indiquant un accroissement des audiences des plateformes de streaming musical de près de 40 % et attribuant les trois quarts des revenus de la musique enregistrée aux écoutes sur les plateformes de streaming musicaux en 2020.⁴³ » Le recul par rapport à la pandémie est encore insuffisant pour déterminer lesquelles de ces évolutions ont été purement conjoncturelles et compensatoires, strictement liées au contexte de la crise sanitaire, et lesquelles annoncent des changements durables et structurels.

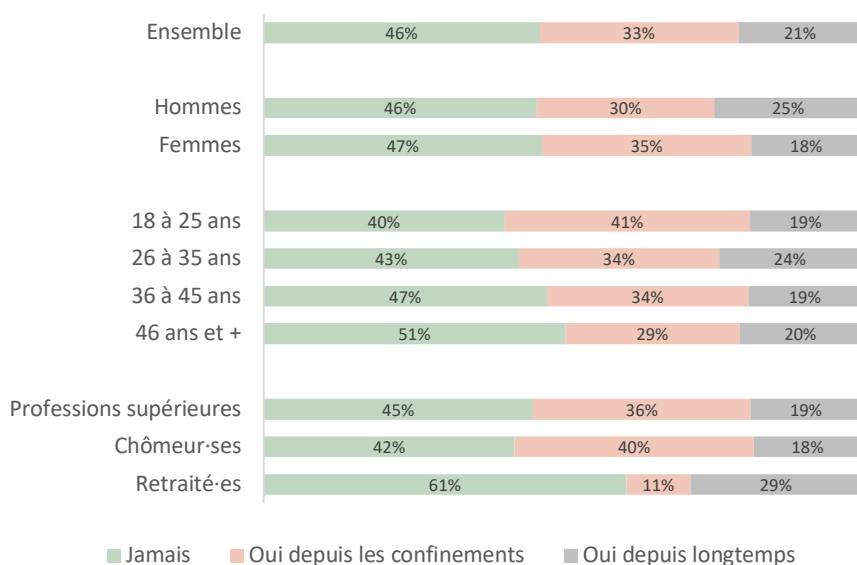
Concernant les répondant·es au baromètre HEIN ?! 2020-2021, 46 % déclarent ne jamais regarder de concerts en direct (livestream). On observe parmi eux une légère sur-représentation des 46 ans et plus. A l'opposé, 21 % rapportent le faire depuis longtemps, en particulier les 26-35 ans, seule classe d'âge pour laquelle la pratique du visionnage de concerts en live était déjà installée avant les confinements. Les habitués du livestream sont plus souvent des hommes (25 %) que des femmes (18 %). Pour un tiers des répondant·es (33 %), le livestream est un nouveau mode de consommation culturelle, adopté depuis les confinements. C'est notamment le cas des 18-25 ans (41 %), des femmes (35 %), des cadres (36 %) et des chômeur·ses (40 %), chez qui la pratique du livestream connaît une évolution positive.

⁴² Gece & Correspondances digitales, Pratiques culturelles et numériques des Français après un an de crise sanitaire, février 2021

⁴³ Giorgi Julien, Scott Suzanne, « Crise sanitaire dans le secteur culturel. Impact de la pandémie de Covid-19 et des mesures de soutien sur l'activité et la situation financière des entreprises culturelles en 2020 », *Culture Etudes*, Ministère de la Culture, 2022-1, p. 10

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

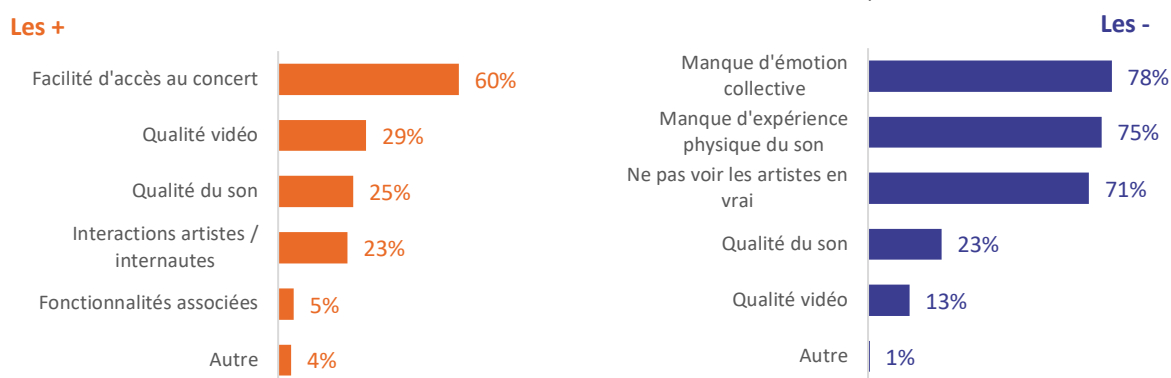
Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



Pourtant, ce sont aussi les 18-25 ans qui évaluent le plus sévèrement l'expérience du livestream, lui attribuant la note de 2,96 sur 5. Celle-ci gagne en valeur avec l'âge pour atteindre 3,12 sur 5 chez les 46 ans et plus. Les principaux avantages du livestream que relèvent les répondant-es concerné-es par sa pratique sont la facilité d'accès au concert (60 %), la qualité de la vidéo (29 %) et du son (25 %) et les possibilités d'interaction avec les artistes et les autres internautes telles que les likes, partages, commentaires ou le live chat (23 %). Les fonctionnalités associées au concert (annonces exclusives, visite des coulisses, merchandising intégré, virtual goods, etc.) ne convainquent que 5 % des pratiquant-es. Ceux-celles-ci déplorent avant tout l'absence d'émotion collective (78 %), d'expérience physique du son (75 %), l'impossibilité de voir l'artiste ou les artistes en chair et en os (71 %), ainsi que la qualité du son (24 %) et de la vidéo (13 %). Ce sont bel et bien les « dynamiques émotionnelles collectives qui font la spécificité et la richesse de l'expérience de festival ou de concert⁴⁴ » et que l'offre virtuelle ne parvient manifestement pas à restituer.

Evaluation du livestream par les répondant-es

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale

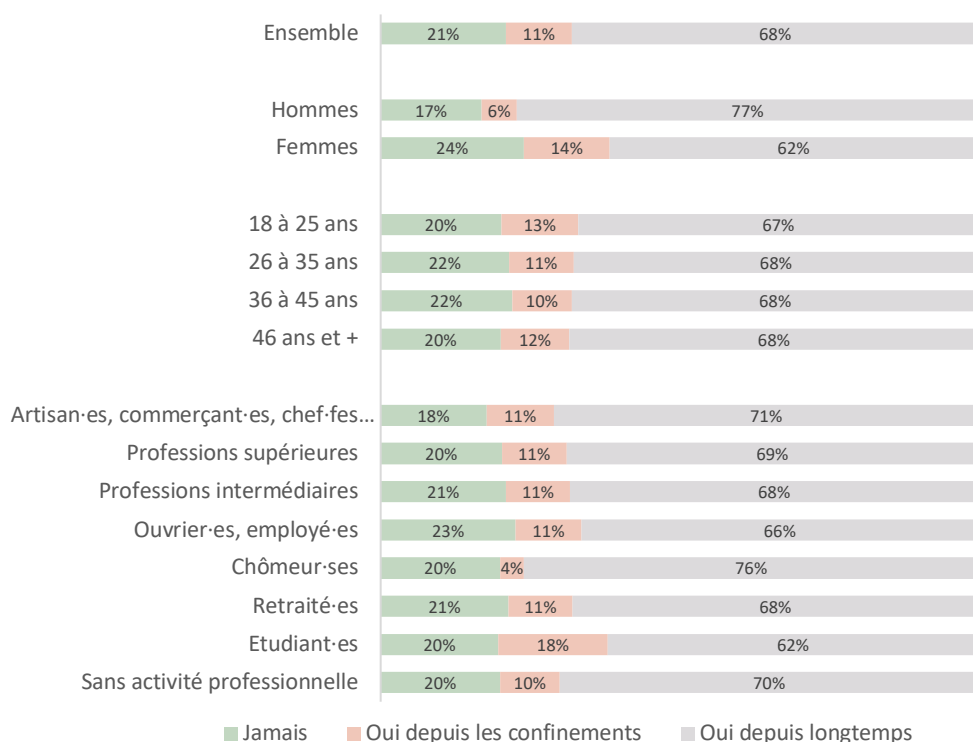


⁴⁴ Didry Nico, « Festivals et concerts en temps de Covid-19 : une expérience émotionnelle appauvrie ? », *The Conversation*, 11 mai 2021

En comparaison avec le livestream, la pratique du replay (visionnage de concerts en différé) apparaît comme plus ancienne et mieux implantée dans toutes les tranches d'âge. Certes, 21 % des répondant-es déclarent n'y avoir jamais recours, mais 68 % l'expérimentent depuis longtemps, particulièrement les artisan-es, commerçant-es et chef-fes d'entreprise, les chômeur-ses et les personnes sans activité professionnelle. Pour autant, le visionnage de concerts en différé obtient une note moyenne, 3,37 sur 5, à peine supérieure à celle du livestream (3,05 sur 5). C'est parmi les femmes que la progression est la plus marquée, puisqu'elles forment 78 % des nouveaux-elles consommateur-trices de concerts en replay.

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

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



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

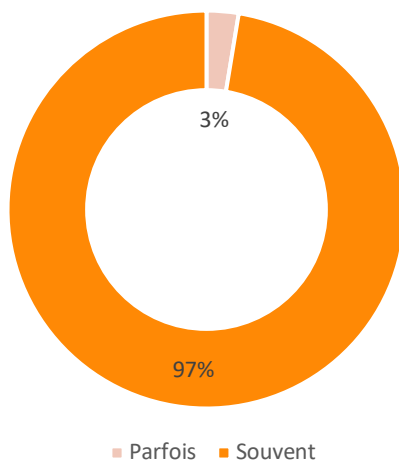
La musique accompagne les publics plusieurs heures par jour

En dehors des concerts, 100 % des répondant-es disent écouter de la musique et 97 % déclarent en écouter souvent. 22 % d'entre eux-elles écoutent environ deux heures de musiques et/ou de sons amplifiés (jeux-vidéos, vidéos, visios...) par jour et 22 % également, environ 3 heures par jour. 8 % déclarent sept heures d'écoute par jour ou plus.

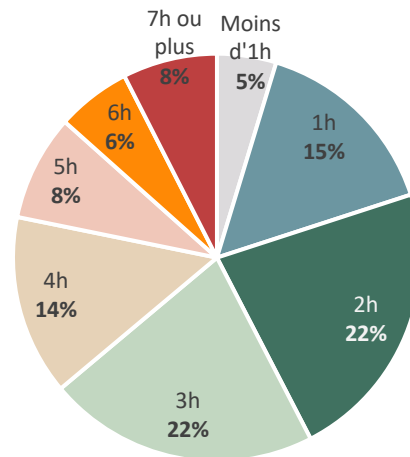
La durée journalière moyenne d'écoute de musique et de sons amplifiés s'établit à 3h20 pour l'ensemble des répondant-es. « Parmi les pratiques culturelles observées depuis près d'un demi-siècle [par le Ministère de la Culture], l'écoute quotidienne de musique hors radio est celle qui a connu le développement historique le plus dynamique (...). Huit personnes âgées de 15 ans et plus résidant en

France métropolitaine sur dix ont écouté de la musique en 2018 : elles étaient 66 % en 1973. Et si la pratique occasionnelle d'écoute s'est développée, c'est en particulier l'écoute quotidienne qui connaît la progression la plus spectaculaire : en 2018, 57 % des personnes écoutent de la musique tous les jours ou presque – elles étaient 34 % en 2008 (un quasi-doublement en une décennie) et seulement 9 % en 1973.⁴⁵ »

Part de répondant-es selon la fréquence d'écoute de la musique hors concerts
Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021; AGI-SON / Opale



Durées journalières moyennes d'écoute de musique et de sons amplifiés
Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



La pratique d'écoute est, là encore, plus intensive chez les hommes que chez les femmes (3h30 contre 3h05). De même, 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 4h25 chez les 18-25 ans et à 2h45 chez les 46 ans et plus. Activité culturelle favorite des 15-24 ans⁴⁶, l'écoute de musique chez les plus jeunes est révélatrice, par son importance, de l'existence d'une dynamique générationnelle puissante, à l'œuvre depuis les années 1970, selon laquelle « chaque génération se distingue de la précédente par un taux d'écoute systématiquement supérieur à celui de la génération précédente, et ce quel que soit l'âge (...). Pour chacune de ces générations, la pratique d'écoute se maintient au fil de l'avancée en âge.⁴⁷ »

Des écarts de durée se constatent aussi selon les catégories socioprofessionnelles, mais ils semblent davantage opérer une séparation entre professions salariées et autres catégories (étudiant-es et retraité-es mis à part, fortement impactés par la variable de l'âge) que refléter une différenciation sociale des comportements. Ainsi, les ouvrier-es et employé-es, les cadres supérieur-es et les professions intermédiaires déclarent une durée journalière d'écoute moyenne comprise entre 3h05 et 3h10, alors que les artisan-es, commerçant-es et chef-fes d'entreprise, les chômeur-ses et les personnes sans activité professionnelle indiquent une fourchette de 4h10 à 4h25. « La massification de l'écoute quotidienne de musique, observable d'une classe d'âge à l'autre, se traduit également par

⁴⁵ Lombardo Philippe, Wolff Loup, *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*, DEPS, Culture – Etudes, 2020-2, p. 8

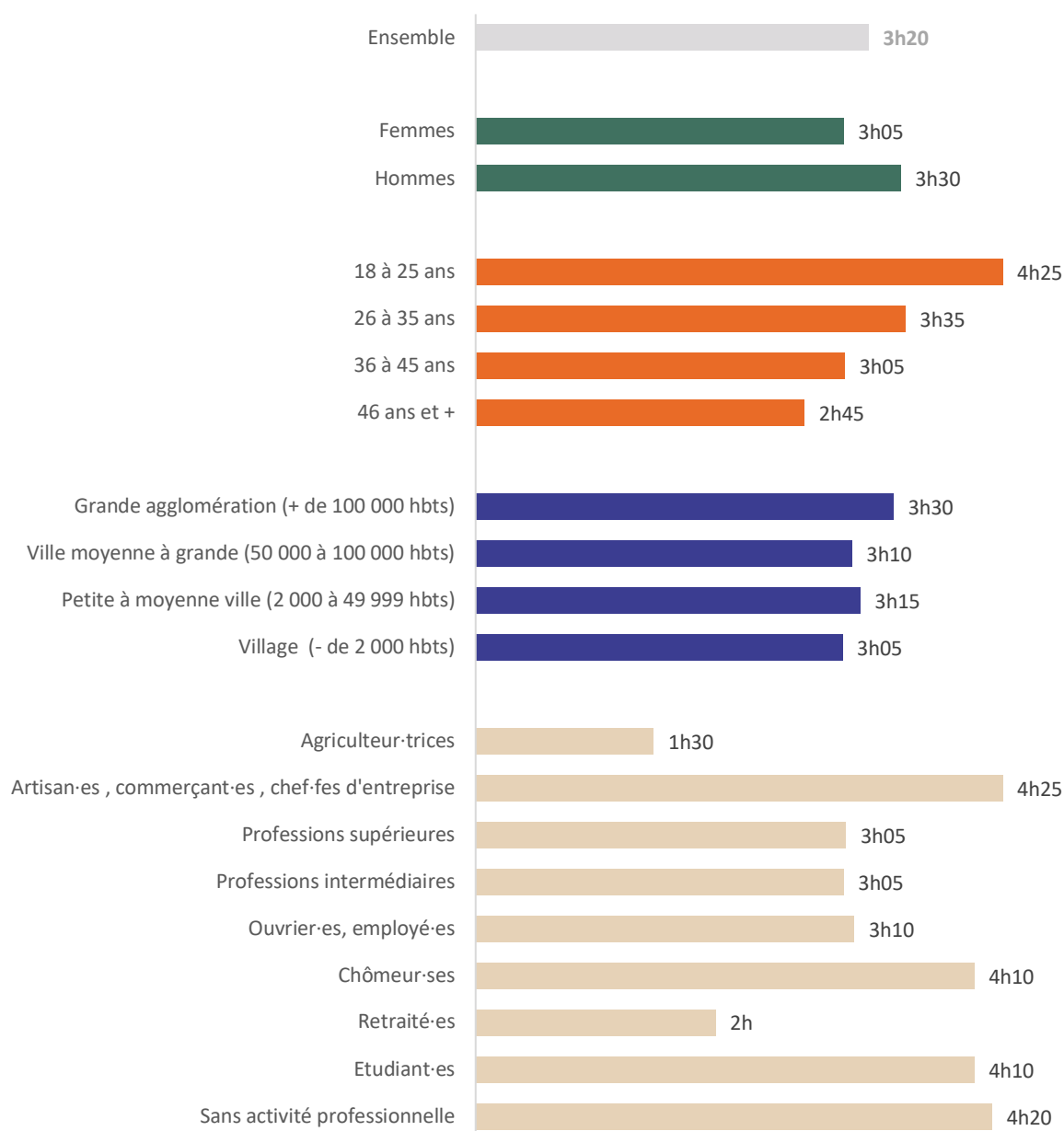
⁴⁶ Opinionway, *Les Français et la musique*, Sacem, 2011

⁴⁷ Lombardo Philippe, Wolff Loup, *op. cit.*, p. 8

une réduction des écarts de comportement (...) entre catégories sociales et niveaux de diplôme.⁴⁸ » La taille de la commune de résidence se révèle un peu plus discriminante quant à la durée journalière d'écoute de musique et de sons amplifiés : elle s'élève en moyenne à 3h05 pour les habitant·es de villages et à 3h30 pour les habitant·es de grandes agglomérations.

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

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



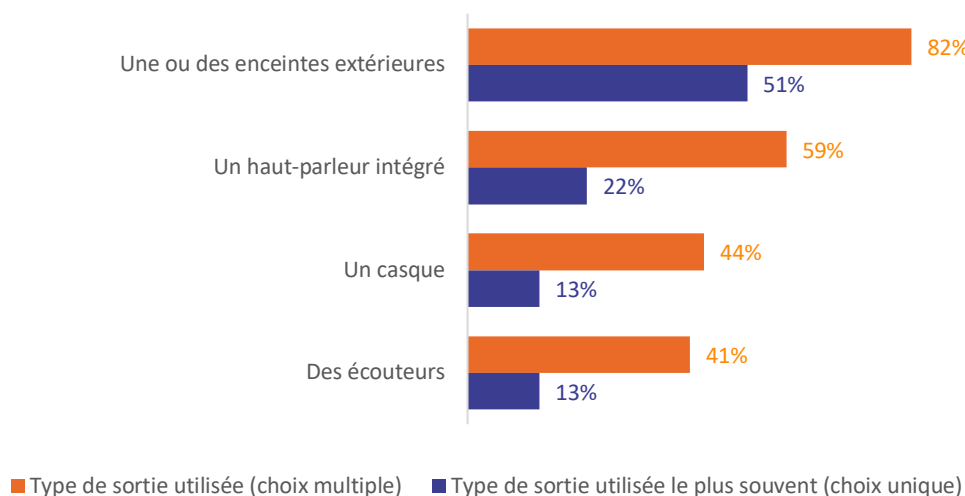
⁴⁸ *Idem*, p. 10

Une diversité de conditions d'écoute

Pour écouter de la musique et/ou des sons amplifiés, 82 % des répondant-es utilisent une ou des enceintes extérieures (connectées ou bluetooth). 59 % utilisent le haut-parleur intégré d'un terminal (ordinateur, smartphone, tablette, télévision, radio...). 44 % emploient un casque et 41 % des écouteurs. Les sorties audios les plus souvent utilisées sont les enceintes extérieures (52 %), suivies des haut-parleurs intégrés (22 %), des écouteurs et des casques (13 % chaque).

Types de sorties audios utilisées et le plus souvent utilisées par les répondant-e-s pour écouter du son

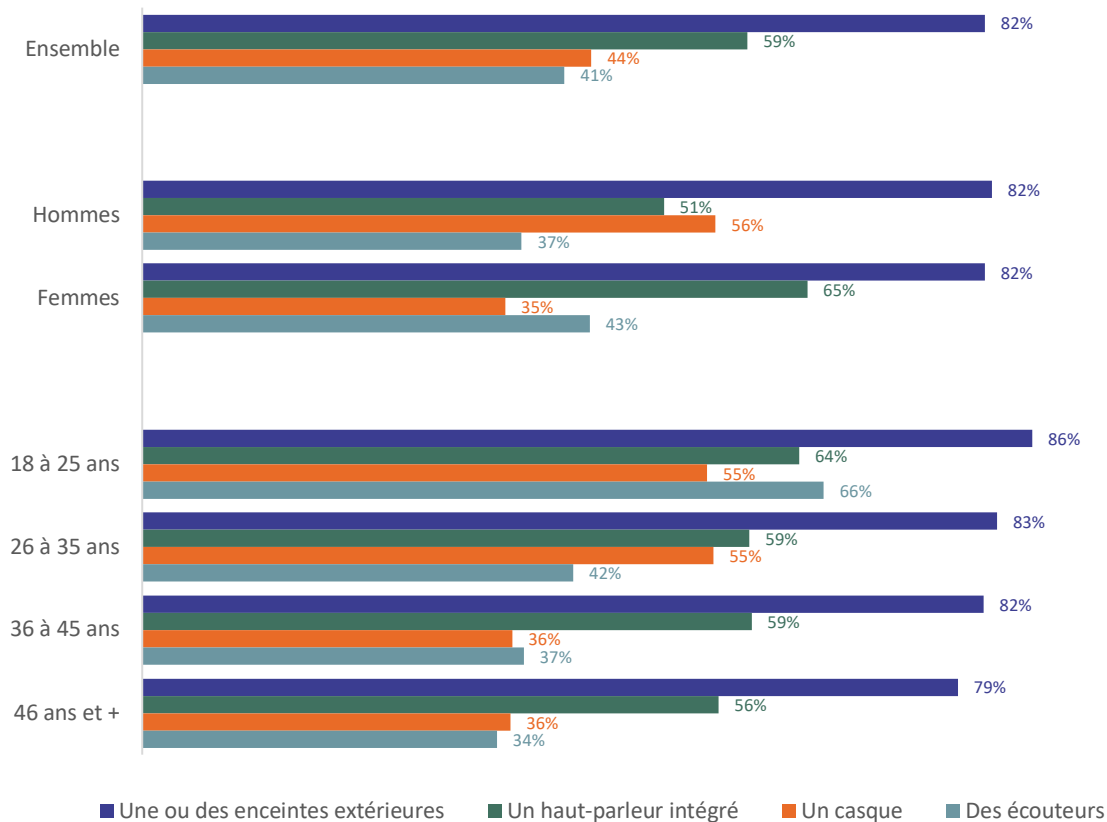
Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



Les enceintes extérieures sont indifféremment employées par les hommes et les femmes. Ces dernières se servent en revanche plus souvent de haut-parleurs intégrés (à 65 % contre 51 %) et d'écouteurs (à 43 % contre 37 %) que les hommes, lesquels préfèrent le casque qu'ils sont 56 % à utiliser, contre 35 % des femmes seulement. Contrairement aux idées reçues, les plus jeunes sont les publics qui utilisent le plus les enceintes extérieures. C'est le cas de 86 % des 18-25 ans, de 83 % des 26-36 ans, de 82 % des 36-45 ans et de 79 % des 46 ans et plus. De manière générale, ce sont les 18-25 ans qui usent de la plus grande variété de transducteurs audios, passant aisément de l'un à d'autre : la part de celles et ceux qui se servent de haut-parleurs intégrés (64 %), de casques (55 %) et d'écouteurs (66 %) est supérieure à la part d'utilisateur-rices de chaque type de sortie dans les autres classes d'âge, à l'exception des 26-35 ans qui emploient le casque dans les mêmes proportions. A titre de comparaison, les 46 ans et plus sont 36 % à se servir de casques et 34 % à utiliser des écouteurs, soit presque moitié moins.

Types de sorties audio utilisées pour écouter du son selon le sexe et l'âge des répondant·es

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



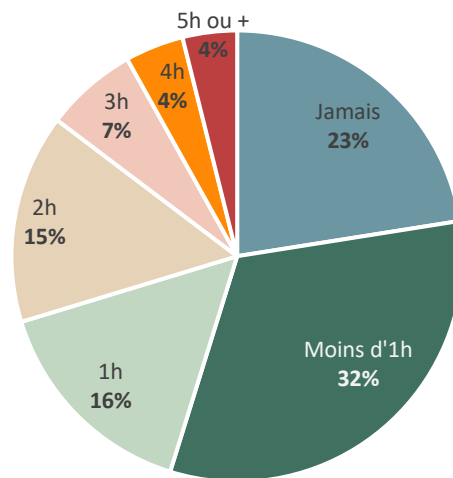
En moyenne, les amateur·rices de casques et d'écouteurs les utilisent 1h35 par jour. 32 % des répondant·es s'en servent moins d'une heure et 31 % une à deux heures par jour. En toute logique, les 18-25 ans, et dans une moindre mesure les 26-35 ans, comptabilisent des durées d'écoute journalière au casque ou aux écouteurs supérieures à celles des autres tranches d'âge : 2h30 pour les premier·es et 1h40 pour les second·es. Les habitant·es de l'Île-de-France passent aussi plus de temps au casque ou avec des écouteurs que les autres Français·es (2h05 par jour en moyenne), sans doute en raison des temps de transport public importants auxquels ils et elles sont confronté·es. La diversification des appareils destinés à l'écoute de la musique, « de l'arrivée des chaînes hi-fi dans les ménages aux baladeurs et jusqu'aux smartphones, désormais premier terminal culturel nomade⁴⁹ » semble avoir favorisé la massification de sa pratique. L'écoute de musique a bénéficié, entre 2008 et 2018, du développement des usages numériques : « pour toutes les générations, l'écoute quotidienne de musique a en effet connu une progression particulièrement marquée au cours des dix dernières années, encouragée notamment par un usage croissant des technologies numériques (...)»⁵⁰.

⁴⁹ *Ibid.*, p. 8

⁵⁰ *Ibid.*, p. 10

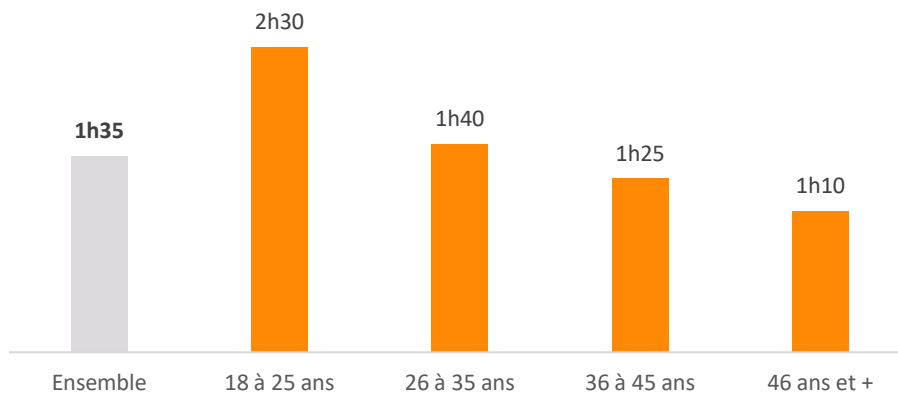
Durées journalières moyennes d'écoute de musique et de sons amplifiés au casque ou aux écouteurs

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



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

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



III. LE RAPPORT DES PUBLICS AUX RISQUES AUDITIFS

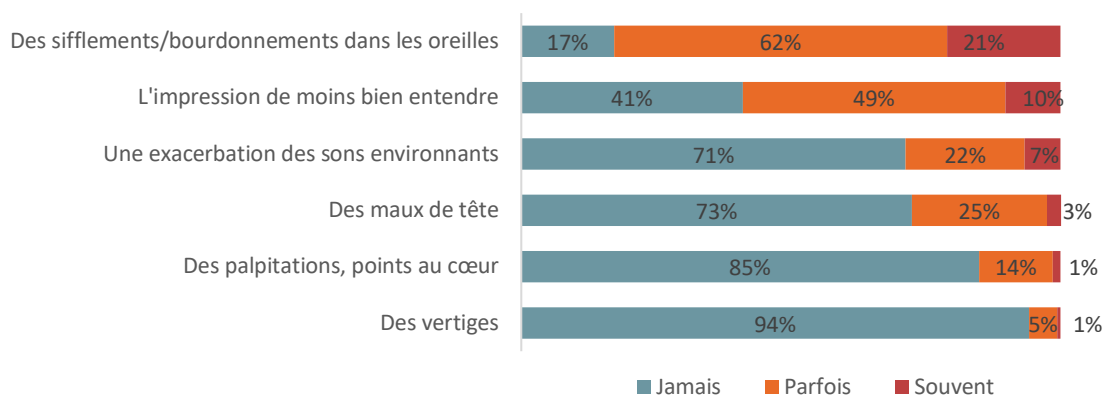
PREVALENCE DES TROUBLES AUDITIFS ET PERCEPTION DU RISQUE

9 répondant-es sur 10 ont déjà ressenti un trouble auditif

Après une exposition au son, en concert ou dans la vie de tous les jours, 83 % des répondant-es ont déjà éprouvé des sifflements ou des bourdonnements dans les oreilles. 59 % ont déjà eu l'impression de moins bien entendre, 29 % ont déjà ressenti une exacerbation des sons environnants, 28 % des maux de tête, 15 % des palpitations ou des points au cœur et 6 % des vertiges. Au total, ce sont 91 % des répondant-es qui ont déjà éprouvé un trouble auditif, contre 82 % en 2019-2020 et 56 % en 2010-2011, soit une progression de 35 points sur la décennie.

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

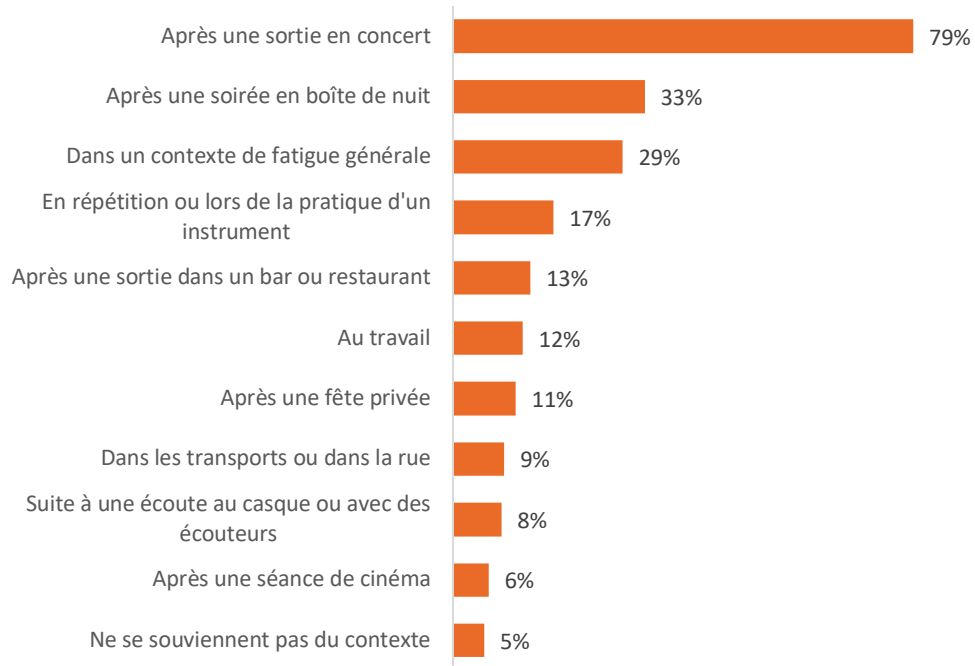
Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



Cette évolution est certes à mettre en perspective avec l'intensité de la pratique du concert au sein du public interrogé, mais aussi avec les durées d'écoute journalière, notamment au casque ou avec des écouteurs qui, on l'a vu, n'ont cessé de croître au cours de la dernière décennie et laissent peu de repos à l'appareil auditif. On peut aussi penser que le public, mieux sensibilisé aux risques auditifs, les identifie mieux et les prend plus au sérieux qu'il y a dix ans. Dans la grande majorité des cas, les troubles auditifs sont apparus après un concert (79 %) ou après une soirée en club ou en boîte de nuit (33 %). 29 % mettent en cause un état de fatigue généralisé.

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

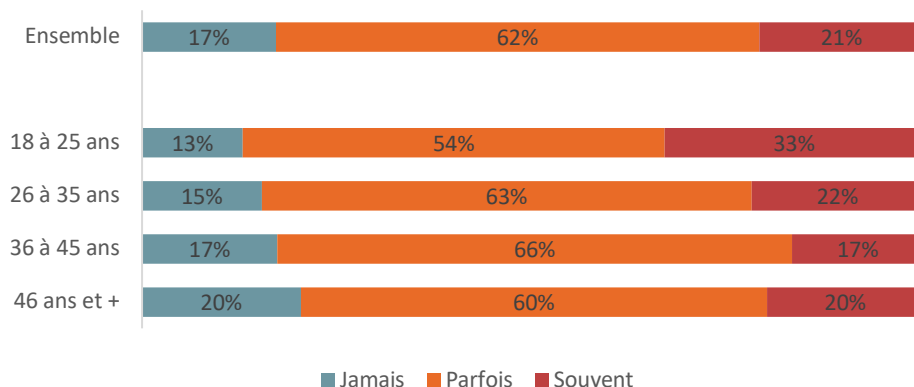
Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



Hommes et femmes sont pareillement affectés par les acouphènes et la sensation de moins bien entendre. Les femmes sont en revanche davantage sujettes aux maux de tête, aux vertiges et aux palpitations. En 2019-2020, c'est parmi les 26-35 ans que la prévalence des acouphènes était la plus élevée. En 2020-2021, les plus touchés sont les 18-25 ans (87 %) : 54 % d'entre eux ont parfois ressenti des sifflements ou des bourdonnements d'oreille et 33 % en éprouvent souvent (contre 21 % du public). Ils sont suivis de près par les 26-35 ans, qui sont 85 % à souffrir parfois ou souvent d'acouphènes, contre 83 % de l'ensemble. Ces chiffres particulièrement alarmants sont corrélés à l'écoute prolongée de musique avec des écouteurs et au casque, plus fréquente au sein des tranches les plus jeunes.

Fréquence des sifflements ou bourdonnements d'oreille ressentis par les répondant-e-s selon l'âge

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale

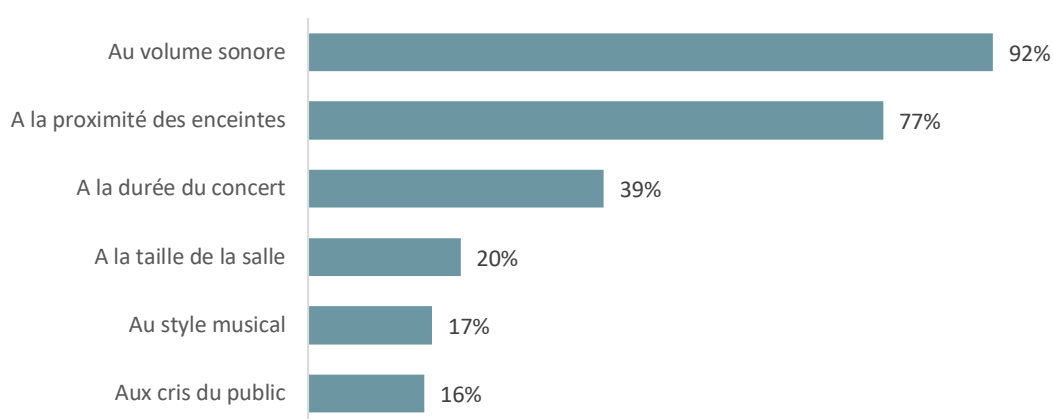


La durée d'exposition au son, un risque sous-estimé

Une très large majorité des répondant·es associent les risques auditifs en concert d'abord au volume sonore (92 %), puis à la proximité des enceintes (77 %). Moins de 40 % les rapprochent de la durée du concert, alors que le temps d'exposition au son constitue un facteur de risques, notamment dans les festivals. Au-delà du concert, l'usage massif et nomade de dispositifs intra-auriculaires, tels que les écouteurs, est corrélé à la survenue de troubles auditifs et constitue un enjeu de santé public d'autant plus aigu que la crise sanitaire a renforcé les pratiques individuelles de consommation culturelle. Il fait d'ailleurs l'objet de la campagne Mobily'Son d'AGI-SON.

Selon les répondant·es, les risques auditifs en concert seraient liés...

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



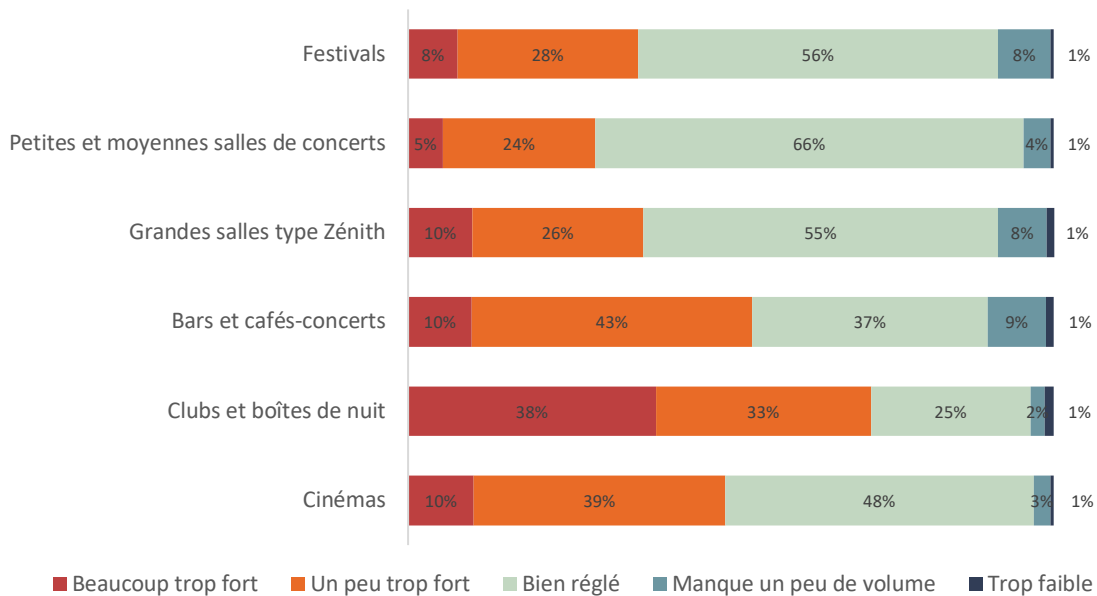
Des niveaux sonores mieux réglés et limités dans les lieux

Une majorité des répondant·es (55 %) considère le son comme plutôt bien réglé dans les grandes salles, dans les festivals (56 %) et avant tout, dans les petites et moyennes salles de concert (66 %). Pour autant, 36 % du public des festivals et des grandes salles y trouve le son un peu ou beaucoup trop fort, de même que 29 % du public des petites et moyennes salles. Ces chiffres connaissent une baisse significative par rapport au dernier baromètre HEIN ?!, notamment en ce qui concerne les petites et moyennes salles : en 2019-2020, 34 % des spectateur·rices estimaient que le niveau sonore y était un peu trop fort et 9 % beaucoup trop fort, ce qui est le cas de 24 % et 5 % d'entre eux·elles en 2020-2021. Sans doute faut-il voir dans ces progrès les effets du décret de limitation sonore en concert du 7 août 2017, entré en vigueur le 1^{er} octobre 2018, dont 55 % du public se dit informé.

Les autres lieux exposant le public à des niveaux sonores élevés sont quant à eux jugés plus sévèrement par les spectateur·rices. Les cinémas sont considérés comme trop bruyants par 49 % et les bars et cafés-concerts par 53 % d'entre eux·elles, contre 46 % et 48 % en 2019-2020. Les bars et cafés concerts sont ainsi les seuls lieux où la part du public mécontent du niveau sonore a augmenté en un an (+ 5 points). Mais ce sont toujours les boîtes de nuit qui arrivent en tête des lieux les plus bruyants, avec 71 % de client·es gênés par le volume sonore excessif (83 % en 2019-2020).

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

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



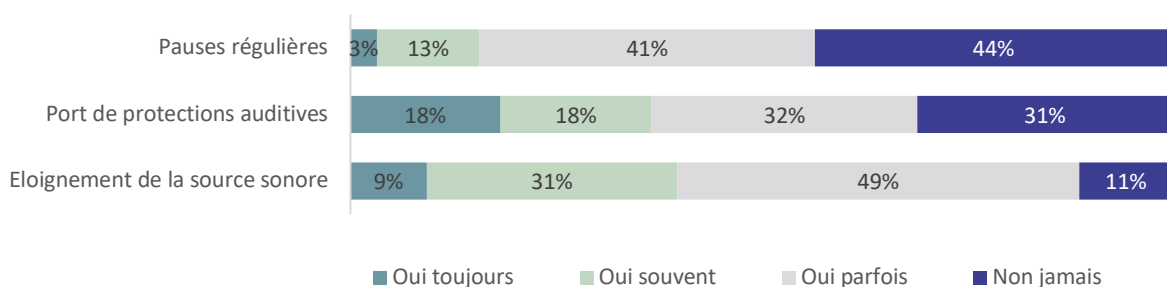
LES COMPORTEMENTS DE PROTECTION DU PUBLIC

Une forte progression des comportements de protection au cours des dix dernières années

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 89 % des répondant-es. Vient ensuite le port de protections auditives, utilisées par 69 % des spectateur-rices. Enfin, 57 % d'entre eux-elles font des pauses à l'écart du son. En 2010-2011, 43 % des spectateur-rices seulement adoptaient des comportements de protection face aux risques auditifs. Ceux-ci ont donc fortement progressé au cours de la décennie écoulée, ce qui témoigne de l'efficacité des programmes de prévention mis en œuvre par AGI-SON. Aujourd'hui, moins de 5 % des répondant-es déclarent ne jamais faire de pause, ne jamais porter de protections auditives et ne jamais s'éloigner de la source sonore.

Stratégies de protection de l'audition des répondant-es

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



L'éloignement des enceintes est légèrement plus souvent mobilisé par les femmes, les personnes âgées de 46 ans et plus et les titulaires d'un diplôme de niveau bac + 3 ou supérieur. Les pauses sont également plus volontiers le fait des femmes, des 26-35 ans et des titulaires d'un diplôme de niveau bac + 2.

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

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale

| | Non, jamais | Oui, parfois, souvent ou toujours |
|----------------------------------|-------------|-----------------------------------|
| Eloignement des enceintes | | |
| Ensemble | 11 % | 89 % |
| Femmes | 11 % | 89 % |
| Hommes | 13 % | 87 % |
| 46 ans et + | 9 % | 91 % |
| Bac + 3 | 9 % | 91 % |
| Bac + 4 et plus | 10 % | 90 % |
| Pauses | | |
| Ensemble | 44 % | 56 % |
| Femmes | 38 % | 62 % |
| Hommes | 48 % | 52 % |
| 26-35 ans | 35 % | 65 % |
| Bac + 2 | 41 % | 59 % |

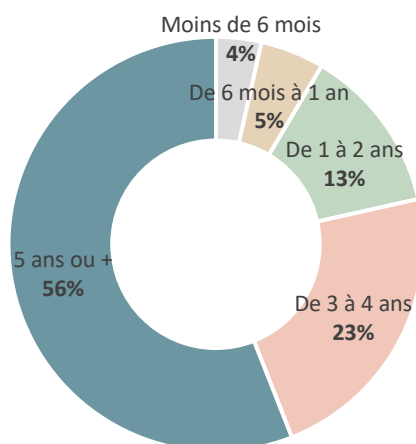
Le port de protections auditives, un comportement bien ancré mais peu systématique

Malgré des sorties fréquentes, 31 % des répondant-es n'utilisent jamais de protections auditives (bouchons ou casque) en concert. De fait, 69 % en utilisent, alors qu'ils et elles étaient 60 % en 2019-2020 et 2018-2019 et 54 % en 2017-2018. Le taux d'équipement en protections auditives ne cesse par conséquent d'augmenter d'année en année. Pourtant, leur emploi demeure occasionnel pour près d'un tiers des répondant-es : 32 % en mettent parfois, 18 % souvent et 18 % toujours. La part des spectateur-rices portant systématiquement des protections auditives en concert semble même en légère baisse : elle s'élevait respectivement à 19 % et 22 % en 2018-2019 et en 2019-2020.

56 % des utilisateur-rices de protections auditives en portent depuis cinq ans et plus, contre 44 % en 2019-2020. L'ancienneté du port de protections auditives tend elle aussi à croître sur la décennie, attestant d'une habitude acquise et stable dans le temps, fruit de la permanence des actions de prévention. En revanche, la part des utilisateur-rices récentes (depuis moins d'un an) est en baisse par rapport à 2019-2020 et à 2018-2019, sans doute en lien avec la diminution du nombre de concerts pendant la pandémie de Covid-19 : elle s'élève à 9 % en 2020-2021, contre 14 % et 13 % les années précédentes. Il en va de même de la part des utilisateur-rices confirmées (depuis 1 à 4 ans), qui s'établit à 36 %, contre 42 % l'année dernière.

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

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale

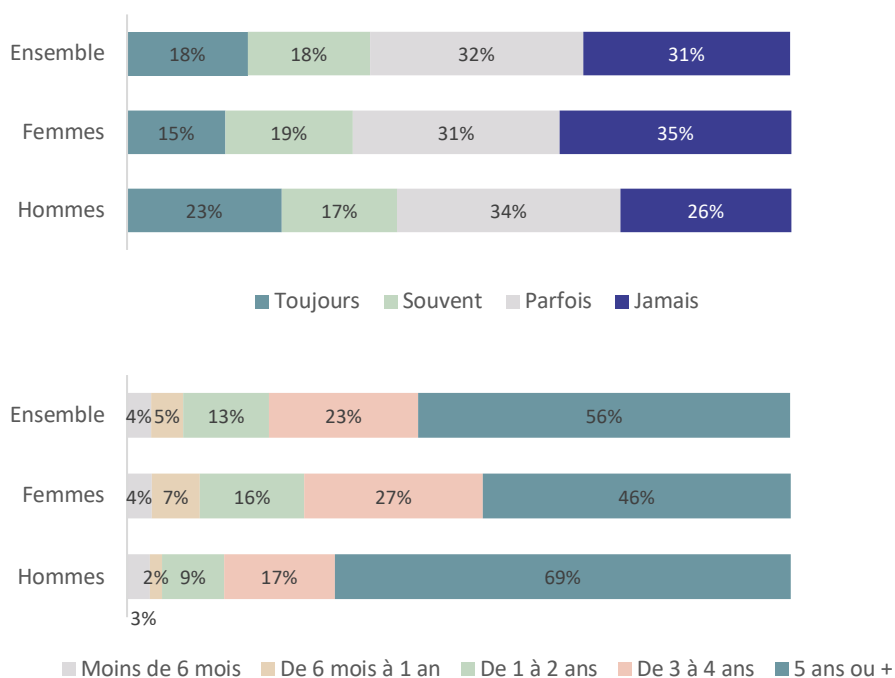


Des écarts d'utilisation des protections auditives selon le sexe, l'âge et le niveau de diplôme

Les femmes, peut-être parce qu'elles se rendent au concert à une fréquence moins soutenue que les hommes, ont moins souvent qu'eux recours aux protections auditives. 35 % d'entre elles n'en utilisent jamais, contre 26 % des hommes. *A contrario*, 15 % en portent toujours, contre 23 % des hommes. Les femmes portent aussi des protections auditives aussi depuis moins longtemps que les hommes : 46 % le font depuis 5 ans ou plus contre 69 % des hommes et 11 % en utilisent depuis moins d'un an contre 5 % des hommes.

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

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale

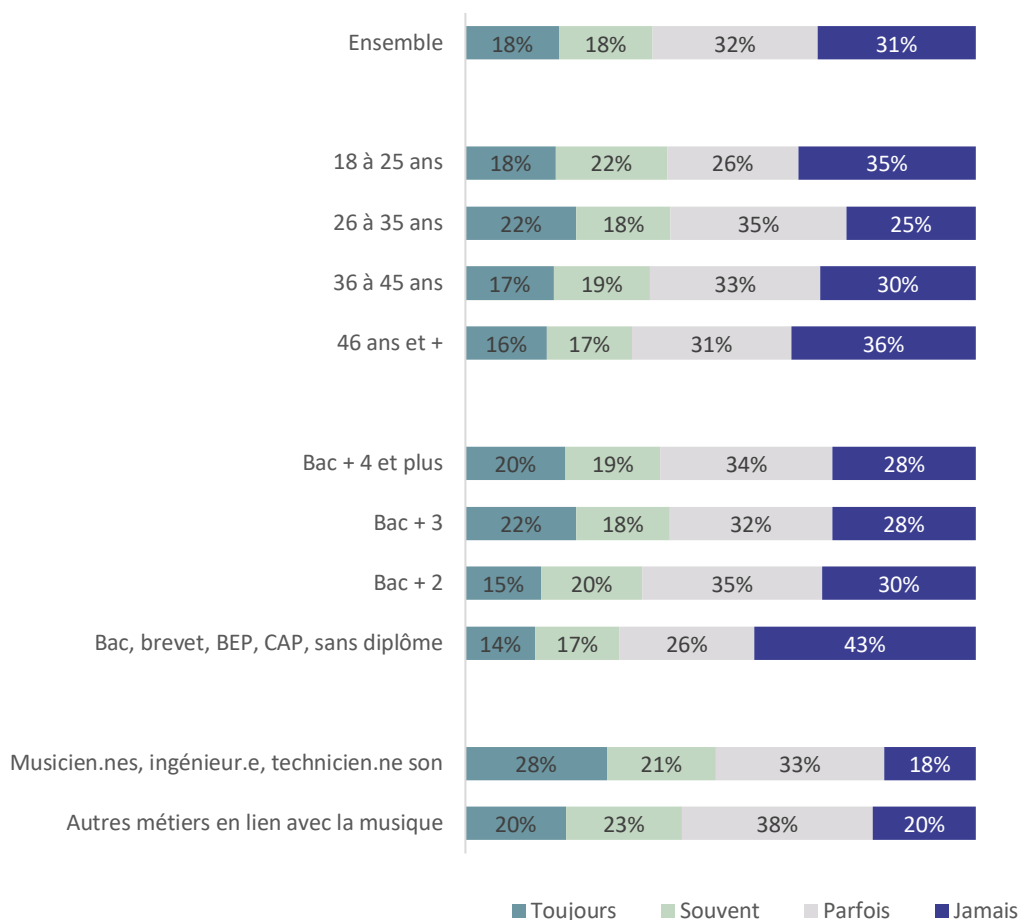


L'habitude des protections auditives semble bien ancrée chez les jeunes : 40 % des 18-25 ans et des 26-35 ans en utilisent souvent ou toujours, contre 36 % du public. Paradoxalement, les 18-25 ans sont aussi, avec les 46 ans et plus, les plus nombreux·ses à ne jamais en porter (35 % et 36 %, contre 31 % de l'ensemble). En d'autres termes, le port occasionnel de casques ou bouchons d'oreille (correspondant à la réponse « parfois ») est moins répandu chez les plus jeunes, révélant des pratiques clivées en matière de protections auditives au sein de la tranche d'âge, selon le principe du tout ou rien.

Le taux d'utilisateur·rices de protections auditives s'élève avec le niveau de diplôme : il est de 57 % parmi les personnes ne détenant aucun diplôme du supérieur, mais atteint 72 % parmi les titulaires d'un bac + 3 ou d'un bac + 4. Le port de protections auditives est peu corrélé aux catégories socioprofessionnelles, mais l'est en revanche à certains métiers. Les professionnel·les du secteur musical, et tout particulièrement celles et ceux qui travaillent avec le son, sont bien sensibilisé·es aux risques auditifs. Musicien·nes, technicien·nes et ingénieur·es du son ne sont ainsi que 18 % à ne jamais utiliser de protections, ce qui représente tout de même près d'un·e professionnel·le du son sur cinq.

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

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



Des bouchons d'oreille plus ou moins accessibles

Parmi les protections auditives, les bouchons jetables en mousse sont les plus utilisés, portés par 53 % du public des concerts de musiques actuelles, malgré la piètre qualité de restitution du son que leur attribuent les répondant·es concerné·es (2,61 sur 5). Après avoir été distribués gratuitement pendant des années par le réseau AGI-SON, ils le sont maintenant obligatoirement par décret dans les salles de concert, ce qui les rend particulièrement pratiques et accessibles. Les bouchons standards réutilisables (ou plugs) sont jugés plus confortables (3,46 sur 5) et sont utilisés par 32 % des spectateurs, en raison de leur bon rapport qualité / prix (en vente entre 5 et 10 euros). Les bouchons moulés sur mesure sont sans surprise les mieux notés (4,2 sur 5), mais ne concernent qu'une minorité d'utilisateur·rices (16 %). Ils restituent le son plus fidèlement que les autres types de protection, mais constituent un investissement coûteux (environ 100 euros) et nécessitent d'avoir été acquis en amont du concert. Adaptés à un usage intensif, ils sont particulièrement prisés des professionnel·les de la musique et du son. Enfin, les personnes qui protègent leur audition ont très peu recours au casque (4,5 %), bien qu'il obtienne quasiment la même appréciation que les bouchons standards réutilisables (3,55 sur 5).

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

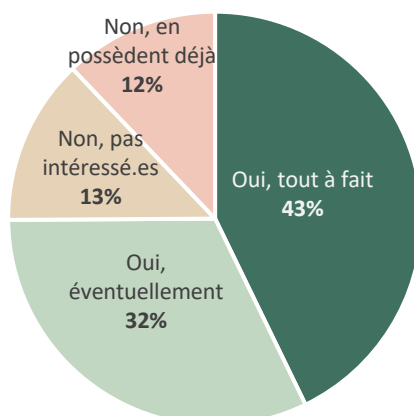
Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale

| Protection | Part d'utilisateur·rices en concert | Note de confort moyenne attribuée par les utilisateur·rices |
|----------------------------------|-------------------------------------|---|
| Bouchons en mousse jetables | 53 % | 2,61 / 5 |
| Bouchons standards réutilisables | 32 % | 3,46 / 5 |
| Bouchons moulés sur mesure | 16 % | 4,20 / 5 |
| Casques de protection | 4,5 % | 3,55 / 5 |

Notons que la connaissance des protections auditives et de leur efficacité n'est pas toujours bonne au sein du public : 32 % des utilisateur·rices de bouchons standards ne savent pas s'ils sont équipés ou non de filtres acoustiques. Pourtant, 75 % des répondant·es se disent intéressés par l'acquisition de bouchons avec filtres, contre 72 % en 2019-2020. Plus respectueux du spectre sonore, ils suscitent l'attention d'un public sensible à la qualité du son, au confort d'écoute et désireux de s'équiper efficacement. Leur vente lors de l'achat ou du scan du billet mériterait d'être étudiée plus avant, dans la mesure où 43 % des spectateur·rices se déclarent « tout à fait prêt·es » à réaliser cet achat.

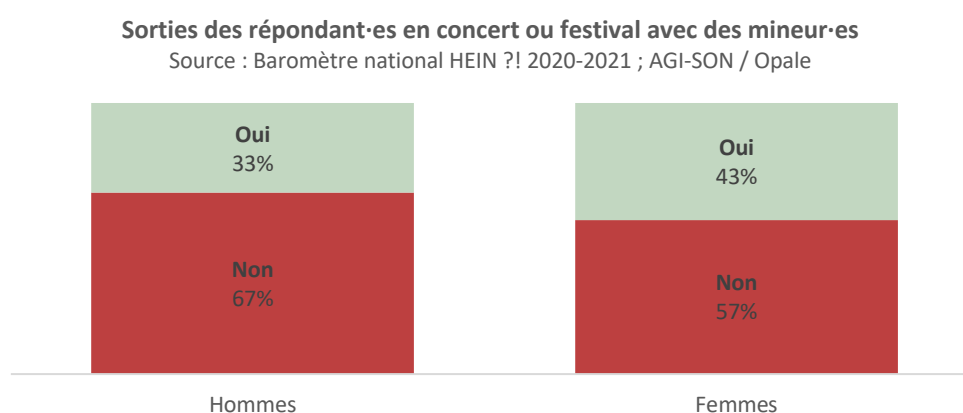
Projet d'achat de bouchons avec filtres parmi les répondant·es

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



Une attention particulière à la protection de l'audition des mineur·es

39 % des répondant·es fréquentent parfois les festival et/ou les concerts avec un·e ou plusieurs mineur·es de moins de 18 ans, contre 22 % en 2019-2020. Ce quasi doublement des sorties familiales fait écho au développement des spectacles pour le jeune public dans les salles, lesquels représentaient 4 % des concerts programmés par les structures adhérentes de la FEDELIMA en 2019⁵¹. Il rappelle également que les musiques actuelles font l'objet de transmissions générationnelles et d'interactions non hiérarchisées au sein des fratries et de l'espace familial⁵². 61 % des répondant·es concerné·es vont ainsi voir des concerts avec des adolescent·es âgé·es de 12 ans et plus et 52 %, avec des enfants de moins de 12 ans. Les femmes sont plus souvent concernées que les hommes⁵³ (43 % contre 33%). On a vu qu'elles portent moins souvent des protections auditives, et depuis moins longtemps, que les hommes.



Ils·elles sont néanmoins une minorité (14 %) à ne prendre aucune précaution pour l'audition des mineur·es qui les accompagnent et ce chiffre est quasiment nul (entre 0 % et 3 %) parmi les personnes qui se protègent elles-mêmes systématiquement en concert en s'éloignant de la source sonore, en portant des protections ou en faisant des pauses. Au total, 53 % des adultes concerné·es veillent à éloigner les mineur·es des enceintes, 47 % leur font porter des bouchons d'oreille, 42 % optent pour un casque pour enfant et 20 % leur ménagent des pauses à l'écart du son, signes que la conscience des risques et les comportements de prévention s'affinent au fil des années parmi le public des concerts.

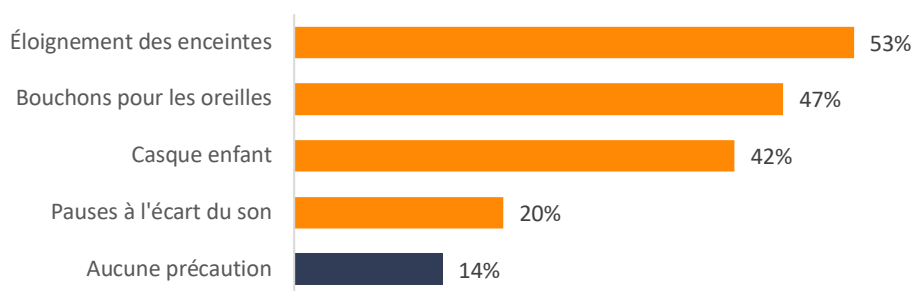
⁵¹ Hyacinthe Chataigné, *op. cit.*, p. 6

⁵² Martet Sylvain, « Les disques des parents. Récits de circulation de la musique au sein de la famille », Volume ! 18 : 2, 2021

⁵³ Voir à ce sujet Donnat Oliver, *op. cit.*, 2005

Précautions prises pour les mineur-es accompagné-es en concert

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



LES RELAIS D'INFORMATION SUR LES RISQUES AUDITIFS

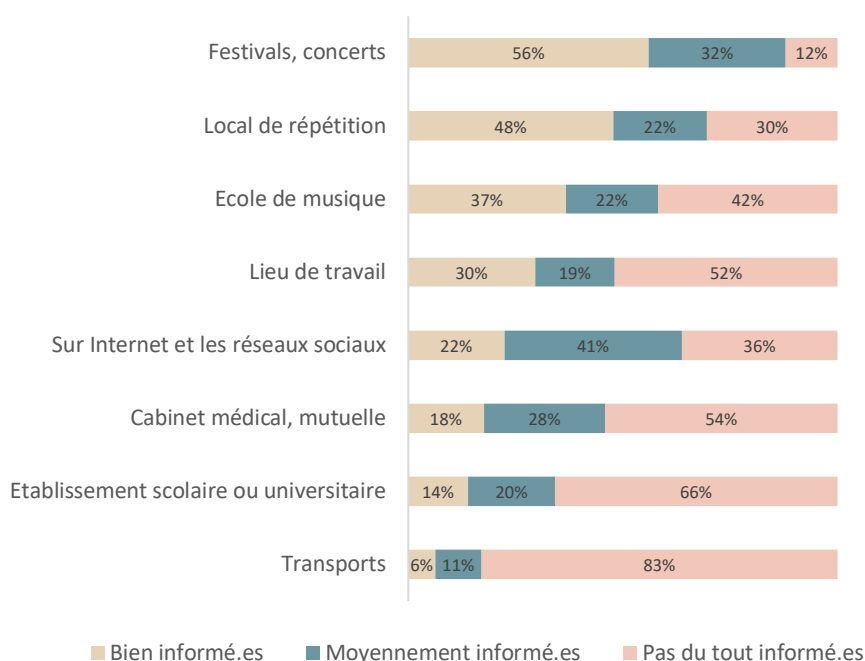
L'écosystème des musiques actuelles, relais privilégié de la prévention

Certains espaces sont identifiés par les publics de concert comme des relais de l'information sur les risques auditifs : c'est le cas des festivals et des concerts, cités par 88 % des répondant-es, des locaux de répétition (70 %), des écoles de musique (59 %) et d'Internet et les réseaux sociaux (63 %). Ces chiffres sont quasiment identiques à ceux du baromètre 2019-2020 et soulignent le travail de longue haleine mené par les professionnel·les des musiques actuelles, notamment via le réseau AGI-SON.

A l'inverse, les publics estiment ne pas être informés via les transports publics (83 %), les cabinets médicaux (54 %) ou les établissements scolaires ou universitaires (66 %). Cette proportion atteint 73 % chez les seul-es étudiant-es, montrant l'importance de renforcer l'éducation sonore en milieu éducatif.

Niveau d'information des répondant-es selon les lieux relais

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale

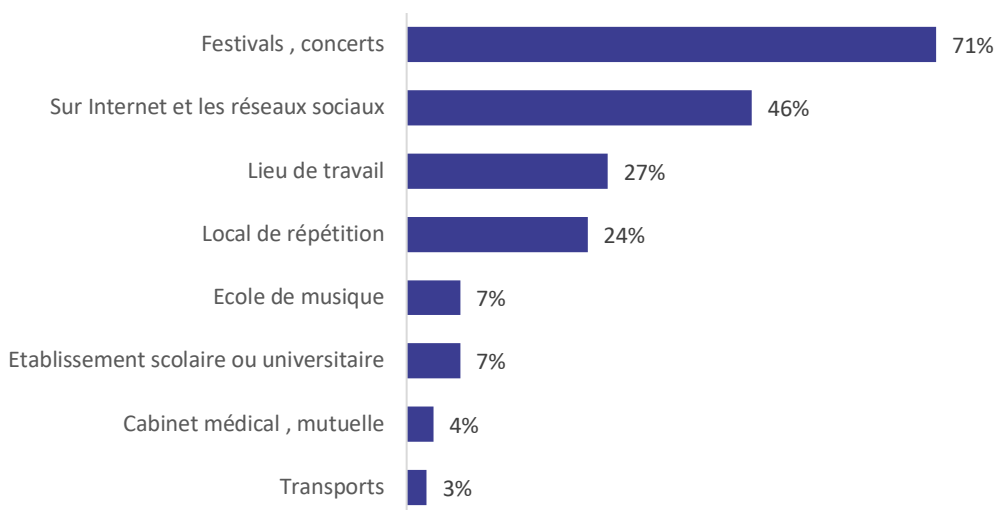


Réception de la campagne HEIN ?!

Comme l'an dernier, 20 % des répondant-es ont identifié la campagne de prévention des risques auditifs HEIN ?!. Parmi eux-elles, 71 % l'ont vue en festival ou en concert, 46 % sur Internet ou les réseaux sociaux, 24 % dans des locaux de répétition. 27 % des répondant-es, essentiellement des professionnel·les s du secteur de la musique (97 %), en ont pris connaissance sur leur lieu de travail, ce qui met en exergue l'impact de la campagne HEIN ?! sur la prévention des risques professionnels.

Lieux où la campagne HEIN ?! a été vue par les répondant-es concerné-es

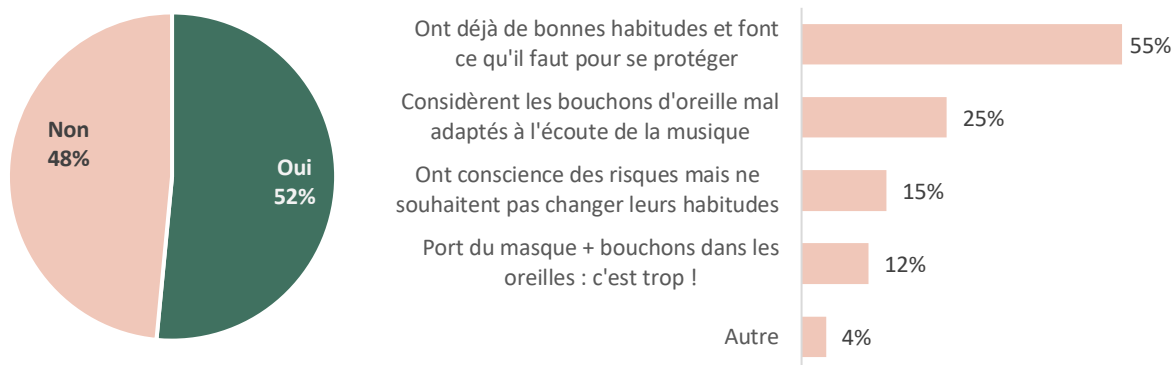
Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



Parmi les personnes ayant identifié la campagne de prévention HEIN ?!, la moitié (soit 9 % du public) est disposée à changer ses habitudes. L'autre moitié ne l'estime pas nécessaire, principalement parce qu'elle pense déjà se protéger efficacement (5 % du public). 25 % des personnes concernées (2 % du public) considèrent que les bouchons d'oreille ne sont pas adaptés à l'écoute de la musique en concert et 15 % (1 % du public) préfère dénier les risques et ne pas se protéger.

Part des répondant-es prêt-es à changer leurs habitudes après avoir vu la campagne HEIN ?! et motifs énoncés par les personnes peu enclines au changement

Source : Baromètre national HEIN ?! 2020-2021 ; AGI-SON / Opale



CONCLUSION

Malgré la pandémie de Covid-19 et en dépit de son impact sur la tenue des concerts de musiques actuelles, l'édition 2020-2021 du baromètre national HEIN ?! a suscité l'intérêt de plus de 1100 répondant·es.

Le profil des répondant·es 2020-2021 dessine les contours d'un public plutôt citadin, fortement diplômé, exerçant des fonctions intermédiaires ou de cadre supérieur, massivement trentenaire et quarantenaire, et désormais composé d'une majorité de femmes (60 %), signe fort de la féminisation des concerts de musiques actuelles.

Comme les années précédentes, le rock-pop-folk demeure le style le plus apprécié des répondant·es (85 %) et plébiscité dans toutes les tranches d'âge, tant à l'écoute qu'en concert. Les musiques électroniques, le punk-métal-indus et la chanson et les variétés remportent l'adhésion de plus de 40 % des répondant·es. Les préférences des hommes et des femmes recouvrent une partition genrée des goûts musicaux, les hommes étant plus souvent amateurs de métal-punk-indus et de jazz et musiques improvisées, tandis que les femmes apprécient davantage la chanson et les variétés ou le hip-hop-R'n'B.

Interrogé sur ses habitudes de sortie avant la crise sanitaire, le public se caractérisait par sa fréquentation assidue des concerts, avec une intensité particulièrement marquée pour les moins de 36 ans et pour les hommes. Ces derniers étaient ainsi moins nombreux à sortir en concert que les femmes, mais s'y rendaient plus souvent. Les lieux phares du concert restaient les salles de petite et moyenne jauge, où 72 % des répondant·es se rendaient au moins trois fois par an, suivies par les bars et cafés-concerts (60 %) et par les festivals (27 %).

Depuis la réouverture des lieux, 9 spectateur·rices sur 10 sont retournés au moins une fois en concert et 90 % d'entre eux·elles comprennent et acceptent les contraintes sanitaires qui s'y imposent. Le visionnage de concerts en direct (livestream) et en rediffusion (replay) a gagné du terrain pendant la pandémie. Si 6 spectateur·rices de livestream sur 10 saluent la facilité d'accès au concert qu'il permet, 3 sur 4 considèrent cependant qu'il ne parvient pas à restituer l'expérience physique et émotionnelle du live.

Pour la première fois, le baromètre national HEIN ?! 2020-2021 a également sondé le public sur ses pratiques d'écoute hors concerts. 100 % des personnes interrogées déclarent écouter de la musique enregistrée et 97 % précisent le faire souvent. La durée moyenne d'écoute journalière de musique et de sons amplifiés s'établit à 3h20, mais elle est significativement plus élevée chez les 18-25 ans (4h25). C'est aussi dans cette tranche d'âge qu'on trouve les durées journalières d'écoute au casque ou avec des écouteurs les plus longues (2h30 contre 1h35 pour l'ensemble des répondant·es), ainsi que parmi les habitant·es de l'Île-de-France (2h05), confrontés à des temps de transports en commun conséquents.

91 % des répondant·es déclarent avoir déjà ressenti un trouble auditif suite à une exposition au bruit, contre 56% en 2010-2011, soit une progression de 35 points sur la décennie. Les plus touchés par les

acouphènes sont les 18-25 ans (87 %). Cette évolution fait écho à l'intensité de la pratique du concert au sein du public interrogé, mais également aux durées d'écoute au casque ou avec des écouteurs, qui laissent peu de repos à l'appareil auditif. Dans la grande majorité des cas, les troubles auditifs sont apparus après un concert (79 %) ou après une soirée en club ou en boîte de nuit (33 %) et 29 % des répondant-es mettent en cause un état de fatigue généralisé.

Dans l'ensemble, les répondant-es ressentent les bienfaits du décret de limitation des niveaux sonores, entré en vigueur en 2018. La part du public gêné par des volumes trop élevés est en baisse, sauf dans les bars et cafés-concerts. 66 % des spectateur·rices estiment que le son est bien réglé dans les salles de petite et moyenne jauge, tandis que 71 % le jugent trop ou beaucoup trop fort dans les clubs et boîtes de nuit, en tête des lieux les plus bruyants.

Les publics identifient bien le volume sonore (92 %) et la proximité des enceintes (77 %) comme facteurs de risques auditifs en concert, mais ils ont tendance à sous-estimer les effets d'une exposition prolongée au son, citée par 39 % seulement des répondant-es. Les comportements de protection continuent néanmoins à progresser et à s'affiner, témoignant de l'impact des campagnes de prévention au long cours conduites par le réseau AGI-SON. 95 % du public adopte désormais des stratégies de protection en concert, contre 43 % en 2010-2011 : 89 % des répondant-es s'éloignent de la source sonore, 69 % portent des bouchons ou un casque de protection et 57 % se ménagent des pauses à l'écart du son. La part d'utilisateur·rices de protections auditives continue d'augmenter, de même que l'ancienneté de leur usage, bien que le port de bouchons ou de casque reste occasionnel pour près d'un tiers du public. 53 % des répondant-es utilisent des bouchons standards, mais les jugent moyennement confortables, leur attribuant la note de 2,61 sur 5. 43 % du public se déclare tout à fait prêt à s'équiper de bouchons standards durables, dotés de filtres et offrant une restitution plus fidèle du son.

L'écosystème des musiques actuelles (salles de concert, locaux de répétition, écoles de musique, réseaux sociaux...) reste le principal relais de la prévention des risques auditifs, contrairement aux transports et aux établissements médicaux et scolaires ou universitaires, ce qui met en exergue l'enjeu du développement de l'éducation sonore en milieu éducatif.

BIBLIOGRAPHIE

- Babé Laurent, « Les publics du jazz », Ministère de la Culture-DGCA, *Repères DGCA*, n° 6.09, octobre 2012
- Centre national des Variétés, *Scènes de musiques actuelles. Quels équilibres budgétaires pour les lieux de petites et moyennes jauges*, Paris, CNV, 2014
- Chataigné Hyacinthe, *Chiffres clés de la FEDELIMA. Données 2019*, Nantes, FEDELIMA, 2021
- Combes Clément, Granjon Fabien, « La numérimorphose des pratiques de consommation musicale. Le cas de jeunes amateurs », *Réseaux*, 2007/6-7
- Dee Arne, *Chiffres clés. L'impact de la pandémie de Covid-19 sur 3 253 salles de concert et clubs en Europe en 2020 et 2021*, Nantes, Live DMA, 2021
- Didry Nico, « Festivals et concerts en temps de Covid-19 : une expérience émotionnelle appauvrie ? », *The Conversation*, 11 mai 2021
- Djakouane Aurélien, Négrier Emmanuel, « Musique, fête et copains. Sociologie du jeune public des festivals », *Espace*, 317, mars-avril 2014
- Djakouane Aurélien, Négrier Emmanuel (dir.), *Publics. Sociologie, fréquentation, motivations*, SoFest ! - France Festivals, Paris, 2020
- Donnat Olivier, *Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme*, Paris, La Découverte, 1994
- Donnat Olivier, « La féminisation des pratiques culturelles », *Développement culturel*, 2005, n°147
- Dorin Stéphane (dir.), *Déchiffrer les publics de la musique classique. Perspectives comparatives, historiques et sociologiques*, Editions des archives contemporaines, Paris, 2018
- Gece & Correspondances digitales, *Pratiques culturelles et numériques des Français après un an de crise sanitaire*, février 2021
- Gece & Arenamatrix, *Le spectacle vivant en 2021 : pratiques en ligne et attentes des spectateurs à la réouverture*, mars 2021
- Giorgi Julien, Scott Suzanne, « Crise sanitaire dans le secteur culturel. Impact de la pandémie de Covid-19 et des mesures de soutien sur l'activité et la situation financière des entreprises culturelles en 2020 », *Culture Etudes*, Ministère de la Culture, 2022-1
- Glevarac Hervé, Pinet Michel, « Tablature et structuration du goût musical. Goût, inappétences et indifférences musicales en 2008 », *25 ans de Sociologie de la Musique en France*, nov. 2008
- Guibert Jérôme, « Les musiques amplifiées en France. Phénomènes de surfaces et dynamiques invisibles », *Réseaux*, 2007/2-3
- INSEE, *Enquête emploi du temps 2009-2010*, 2012
- INSEE, *Fichier d'ensemble des populations légales en 2018*
- INSEE, *Pyramide des âges*, 2021
- INSEE, « Diplôme le plus élevé de la population non scolarisée de 15 ans ou plus en 2018 », *Recensement de la population*, 2021.
- INSEE, « Population de 15 ans ou plus par sexe, âge et catégorie socioprofessionnelle en 2018 », *Recensement de la population*, 2021
- Lahire Bernard, *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris, La Découverte, 2004
- Le Monde, « Covid-19 : la fréquentation dans les salles de cinéma et de spectacle toujours en baisse par rapport à l'avant-crise », *Le Monde*, 6 février 2022

Lombardo Philippe, Wolff Loup, *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*, DEPS, Culture - Etudes, 2020-2

Macé Éric, Rui Sandrine, « Avoir vingt ans et « faire avec » le genre *Call of Duty* et *Desperate Housewives*, métaphores de l'asymétrie », in Octobre Sylvie (dir.), *Questions de genre, questions de culture*, Paris, Ministère de la Culture - DEPS, « Questions de culture », 2014

Martet Sylvain, « Les disques des parents. Récits de circulation de la musique au sein de la famille », Volume ! 18 : 2, 2021

Miclet Brice, « Comment le rap a réussi sa transition démographique ? », *Slate*, 7 janvier 2020

Observatoire des inégalités, « L'inégale répartition des tâches domestiques entre les femmes et les hommes », en ligne, 2016

Opinionway, *Les Français et la musique*, Sacem, 2011

Ariane Pailhé, Anne Solaz et Arthur Souletie, « How Do Women and Men Use Extra Time? Housework and Childcare after the French 35-Hour Workweek Regulation », *European Sociological Review*, 35, 2019

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

Peterson Richard A., « Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives », *Sociologie et société*, 36, n°1, printemps 2004

Rime Bernard, *Le partage social des émotions*. Paris, Presses universitaires de France, coll. Psychologie sociale, 2005

MERCI

AGI-SON remercie chaleureusement les spectateur·rices qui ont participé à cette enquête, les salles et festivals qui ont diffusé le questionnaire ainsi que les relais régionaux AGI-SON pour leur implication dans la diffusion de la Campagne HEIN?! et son évaluation.

AUVERGNE RHÔNE-ALPES Grand Bureau

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ La féma

BRETAGNE Supermab

CENTRE-VAL DE LOIRE FRACA-MA

GRAND EST GRABUGE, Réseau Jack, L'Autre Canal

HAUTS-DE-FRANCE Haute Fidélité, ARA , La Lune des Pirates

ILE-DE-FRANCE Le RIF

NORMANDIE RMAN, Le FAR, Le Kalif

NOUVELLE AQUITAINE Le RIM, Fédé Hiéro, La Nef, Café Music'

OCCITANIE Octopus

PAYS DE LA LOIRE Le Pôle

RÉGION SUD Le PAM

DOM-TOM LA RÉUNION PRMA de la Réunion

EVALUATION DE LA CAMPAGNE HEIN ?! SUR LES RISQUES AUDITIFS

BAROMETRE 2021

Le baromètre sur le public de concerts en France, proposé chaque année par AGI-SON, apporte des connaissances mises à jour concernant les profils socio-démographiques (âge, lieu de vie, diplôme, CSP), les goûts musicaux, les habitudes de sorties, 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 Hein ?! diffusée via des affiches, tracts, sous-bocks, cartes de prévention et bouchons d'oreille en mousse dans les salles de concert sur le territoire national.

Comparées année après année, les données sur les pratiques du public permettent aux acteurs de la filière musicale et de la santé de saisir objectivement les évolutions en cours. Les résultats permettent en outre d'adapter et d'améliorer les actions de prévention. Le baromètre 2020-2021, réalisé par le Opale pour AGI-SON repose sur les réponses de plus de 1000 spectateur-rices de concerts en France.

RÉALISATION

COMMANDITAIRE :



- info@agi-son.org - www.agi-son.org

ENQUÊTE, ANALYSE ET RÉDACTION :



- www.opale.asso.fr

PARTENAIRE :



- www.cnm.fr

SUIVEZ AGI-SON :



@ASSOCIATIONAGISON



@AGI_SON

#OuïeLoveMusic