

***Pour que la musique reste un plaisir....***

**Programme de formation, d'information  
et de sensibilisation**

**aux risques auditifs et à la gestion sonore  
à destination des publics et des professionnels**

« Musiques amplifiées et gestion du risque auditif » -

5 octobre 2006 – Simon Codet-Boisse



# Contexte

- Evolutions musicales et technologiques ont été la source d'une augmentation des volumes sonores émis et reçus
- Cause potentielle de traumatismes auditifs graves
- Inégalité des individus face aux risques décelables a posteriori
- Risques et méthodes de protection sont méconnus
- La musique est un élément majeur des pratiques culturelles des jeunes populations



# Composition d'AGI-SON

- **Essentiellement des organisations professionnelles des musiques actuelles :**
  - Fondation en 2000 par PRODISS, Fédurok, SYNPASE, SYNAPSS, SNAM, SFA, SYNPTAC, Fédération des syndicats CGT du spectacle
  - Élargissement depuis 2005 à des :
    - Organisations nationales : SMA, Technopol, FAMDT, FNEIJMA, Féarock, IRMA, FSJ
    - Organisations régionales : Avant-Mardi, RAOUL, RIF (depuis 2000), CARA, FRACA-MA, RAMA, Le Patch
  - **Mais aussi des acteurs de la santé ou de la lutte contre le bruit**
    - LMDE, CIDB, France Acouphènes, Techno+

# Moyens de fonctionnement

## o Partenaires financiers :

- Ministère de la Santé et des Solidarités,
- Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la vie Associative (2004) + DRDJS Paris (2006)
- Centre National de la Chanson, des Variétés et du Jazz (CNV)
- Ministère de la Culture et de la Communication (2006)

## o Partenaires opérationnels :

- LMDE, IRMA, FNAC, Les radios Féarock, CIDB, Audio 2000

- o **Une permanente** s'appuyant sur un réseau national de professionnels très mobilisés

- o **Des moyens financiers limités** : 81 K€ en 2006





# 3 axes d'intervention

- La prévention des risques auditifs à destination des publics et des musiciens
- L'éducation au sonore
- La formation professionnelle



# La prévention des risques auditifs

- **Trois campagnes de sensibilisation :**
  - **Octobre 2004 : 7 régions** (Aquitaine, Auvergne, Bretagne, Ile-de-France, Lorraine, Nord-Pas-de-Calais, Poitou-Charentes)
  - **Octobre 2005 : 15 régions** (régions 2004 + Basse-Normandie, Bourgogne, Centre, Rhône-Alpes, PACA, Midi-Pyrénées, Haute-Normandie, Pays de la Loire)
  - **Octobre 2006 : campagne nationale**
- **Présence sur les festivals** depuis l'été 2005



# La prévention des risques auditifs

## ○ **Publics**

- Spectateurs de concerts
- Praticiens de la musique

## ○ **Matériel distribué (2004, 2005 et 2006)**

- 1 588 000 dépliants
- 24 645 affiches
- 910 000 paires de protections auditives



# Affiche de la campagne 2006

# Les protections auditives





# La prévention des risques auditifs

## ○ **Éléments de l'évaluation de la campagne 2005**

- 1791 questionnaires (publics)
- 61.3 % du public a déjà ressenti des sifflements ou des bourdonnements après avoir écouté de la musique
- 34 % du public se protège parfois, 9.3 % se protège toujours
- 80.5 % du public pense que les outils de prévention AGI-SON sont adaptés à la prévention
- 59.4 % du public ne se protégeant pas (ou pas assez) auparavant pense le faire suite à la lecture du dépliant AGI-SON



# La prévention des risques auditifs

- Journées d'information dans le cadre des campagnes de sensibilisation aux risques auditifs ou organisées localement par les relais d'AGI-SON
- Publics :
  - Musiciens
  - Techniciens sonorisateurs
  - Personnels de lieux de concerts
  - Régisseurs de locaux de répétition



# La prévention des risques auditifs

- Négociations commerciales avec les distributeurs de protections auditives pour le secteur musical :
  - Bouchons en mousse
  - Protections auditives réalisées sur mesure



# L'Education au sonore

- Constat : pas ou peu d'éducation au risque; émergence récente de la problématique au sein de l'Education nationale
- Public scolaire, surtout des lycéens
- Intervention essentiellement dans le cadre de l'Education artistique et culturelle
- Initiatives d'ampleur régionale portées depuis 1998 par des acteurs ou des réseaux d'acteurs des musiques actuelles
- Partenariats : directions régionales culture, santé, éducation, écologie, jeunesse, agriculture et collectivités (régions et départements), mutualités
- Deux formes : spectacles éducatifs et interventions en classes



# Spectacles éducatifs

- **Un nom « Peace & Lobe » et une forme commune existant depuis 1998**
- **Un Décibel d'Or en 2000**
- **Processus d'harmonisation et de labellisation d'initiatives régionales via AGI-SON**
- **En cours de diffusion (9 régions) :**
  - Basse-Normandie, Bourgogne, Bretagne, Centre, Haute-Normandie, Ile-de-France, Midi-Pyrénées, PACA, Réunion
- **En développement (4 régions) :**
  - Auvergne, Champagne-Ardenne, Nord-Pas-de-Calais, Rhône-Alpes
- **Arrêtés (4 régions)**
  - Pays de la Loire, Aquitaine, Limousin, Poitou-Charentes



# Une philosophie commune d'intervention

- Privilégier une approche de prévention centrée sur les musiques à haut niveau sonore
- S'appuyer sur intervenants et conditions du spectacle vivant musical
- Informer et Responsabiliser
- Discours non moralisateur
- Approche pluridisciplinaire (culture, art, santé, éducation...)



# Les objectifs

- Modifier les comportements
- Former des relais d'information
- Participer à une nouvelle approche des relations santé publique / *jeunes*
- Permettre une première découverte des musiques actuelles et de leur environnement



# Les contenus

- Histoire du volume sonore et de la musique
- Physique du son
- Physiologie de l'oreille
- Conseils comportementaux



# Quelques exemples (2005)

- Ile-de-France : 65 spectacles / 6 000 élèves touchés
- Midi-Pyrénées : 25 spectacles / 2 732 élèves touchés
- Bourgogne : 62 spectacles / 5 040 élèves touchés



## Eléments d'évaluation de l'impact immédiat du spectacle mené en Poitou-Charentes

○ **Evaluation quantitative et qualitative réalisé par l'Observatoire Régional de la Santé en 2002**

○ **Objectifs :**

- Évaluer la perception du spectacle
- Vérifier la compréhension du message
- Mesurer la modification des attitudes et comportements

# La perception du spectacle

3 / 4 des jeunes ont une perception positive du spectacle

Perception positive



Perception négative

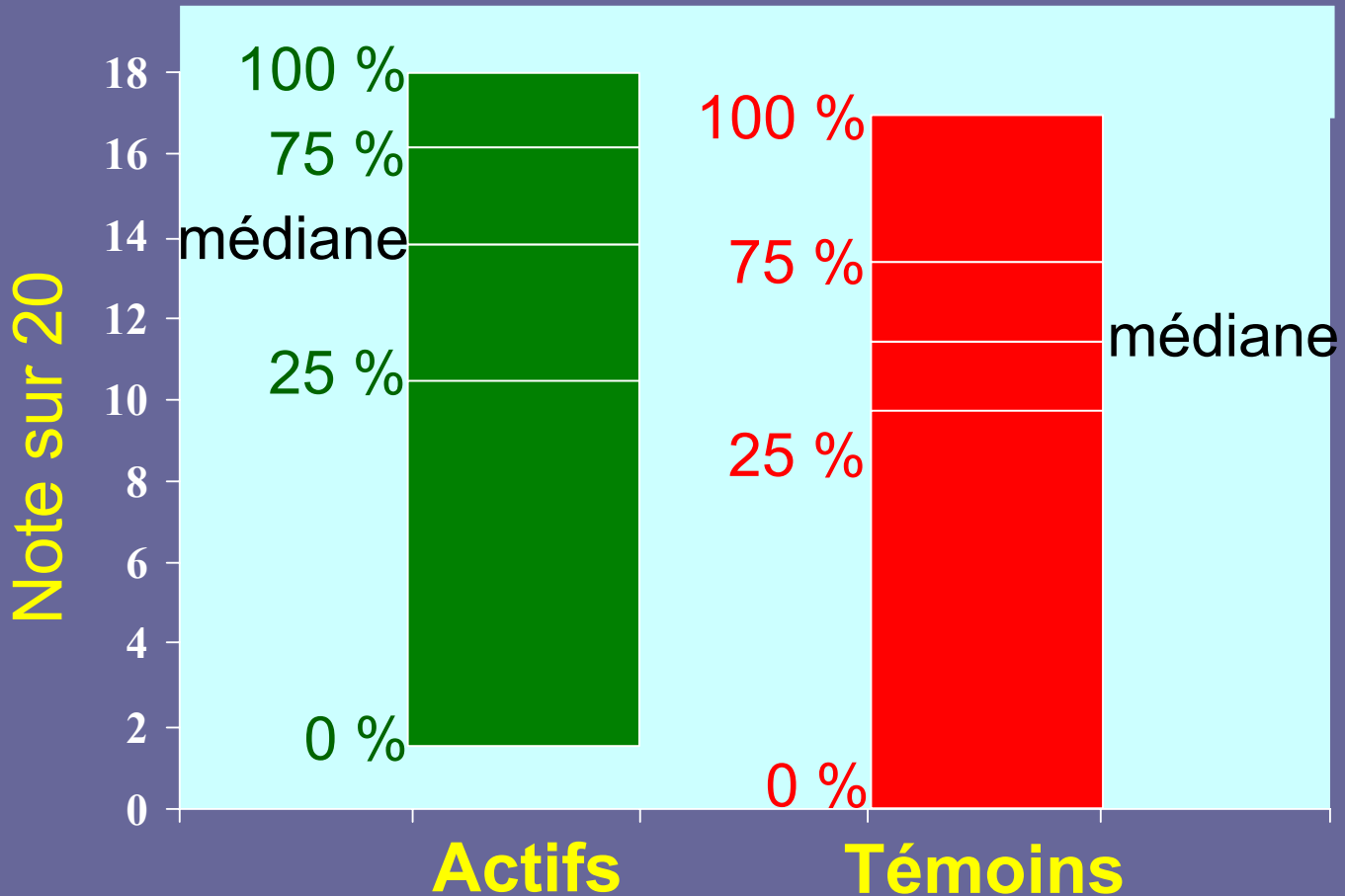


**Actifs**

%

# La compréhension du message

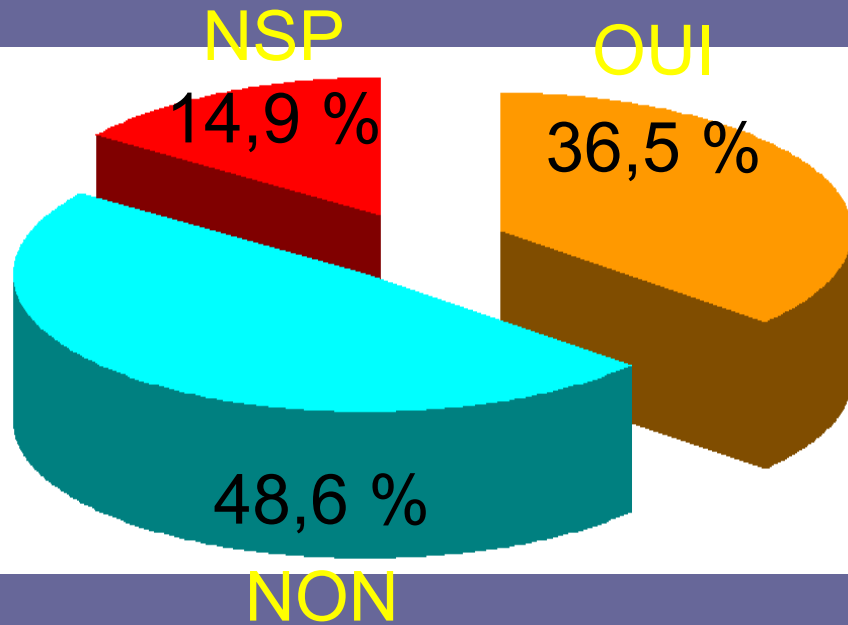
**50 % des actifs ont une note > à 13  
contre 25 % des témoins (p < 0,001)**



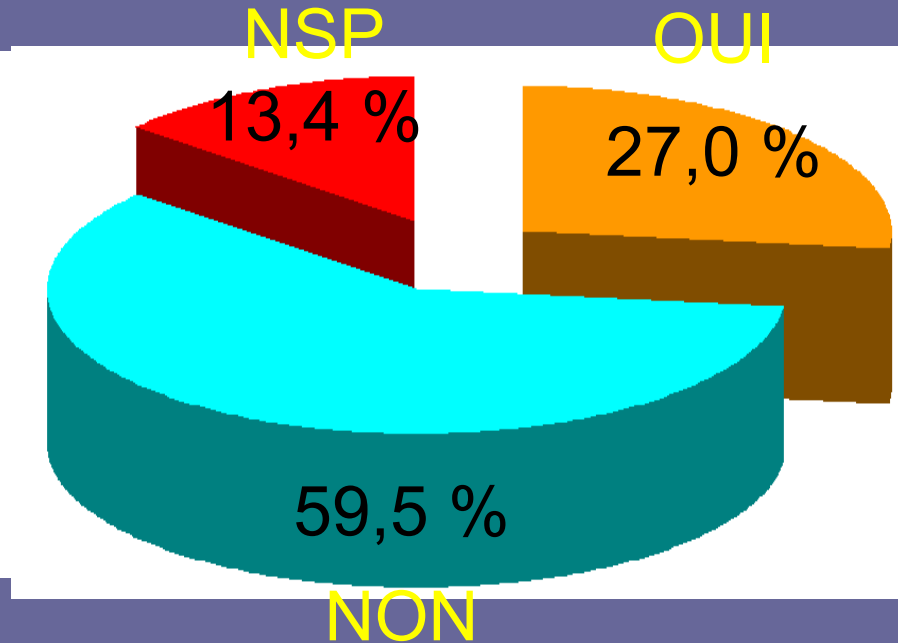
# La modification des attitudes et comportements

**Plus forte tendance à un changement d'attitude et comportement chez les actifs**

**Actifs**  
(n=107)



**Témoins**  
(n=126)





# Actions vers les professionnels

- **Constat :**
  - Globalité de la problématique
  - Pas ou peu de contenus de gestion sonore dans les programmes de formation professionnelle
- **Une étude commandée par le Ministère de l'Ecologie en 2000 (*Définition des contenus de formation et d'information portant sur la gestion des hauts niveaux sonores et des risques auditifs*)**
- **Un projet de première formation de formateurs pour 2006**



# Publics et contenus de formation

## ○ Publics cibles

- **Les faiseurs de son** (sonorisateurs, régisseurs, musiciens professionnels et amateurs...)
- **Les personnes travaillant avec les faiseurs de son** (éclairagistes, accompagnateurs de groupes...)
- **Les bâtisseurs Les bâtisseurs** (architectes, constructeurs de matériel...)
- **Les décideurs et les encadrants** (producteurs, directeurs d'équipement...)
- **Les acteurs de la prévention et du contrôle** (personnels administratifs, infirmières scolaires...)

## ○ Contenus

- **Champ 1**: Physiologie de l'oreille
- **Champ 2** : Psychoacoustique, technologie du son et gestion sonore
- **Champ 3** : Musiques amplifiées, comportements et pratiques
- **Champ 4** : Connaissance du secteur et réglementation
- **Champ 5** : Techniques et pédagogie de la prévention



# Pour conclure

- Une expérience significative et originale menée par le secteur professionnel
- Des moyens encore très insuffisants face à l'enjeu
- Priorités de développement :  
éducation et formation