



Ipsos Public Affairs



# Conférence de presse de La Semaine du Son - 14ème édition

Préparé pour La Semaine du Son

Par Luc Barthélémy & Antoine Pham-Minh

[Luc.barthelemy@ipsos.com](mailto:Luc.barthelemy@ipsos.com)

[Antoine.pham-minh@ipsos.com](mailto:Antoine.pham-minh@ipsos.com)

**GAME CHANGERS**



## Fiche technique: enquête 2016



### ÉCHANTILLON

- **1079 Français de 16 ans et plus constituant un échantillon national représentatif.**

*Echantillon national représentatif de la population étudiée, interrogé selon la méthode des quotas (sexe, âge, région, et statut d'activité de la personne interrogée) issus des données du recensement de l'INSEE.*



### DATES DE TERRAIN

- **Interrogation en ligne via l'Access Panel d'Ipsos (IIS)**
- **Du 18 au 21 Novembre 2016.**



### MÉTHODOLOGIE

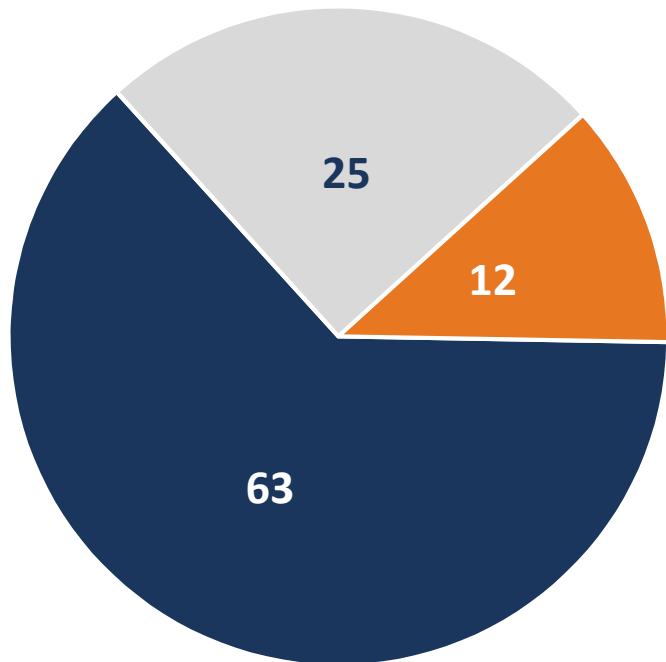
- **Tris à plat**
- **Tris croisés**
- **Seuil de significativité: 95%**

An abstract graphic featuring a large, circular, multi-layered blue sound wave on the left side, transitioning into a series of flowing, wavy blue lines that extend across the right side of the image. The lines are composed of many thin, overlapping curves, creating a sense of motion and depth. The overall color palette is various shades of blue, from light cyan to deep navy, set against a plain white background.

# L'environnement sonore

## 2/3 des Français apprécient l'environnement sonore du lieu où ils habitent. Une appréciation fortement dépendante du lieu d'habitation des répondants

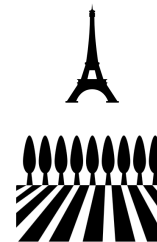
En %



■ Je l'apprécie ■ Il me laisse indifférent ■ Il est pénible pour moi



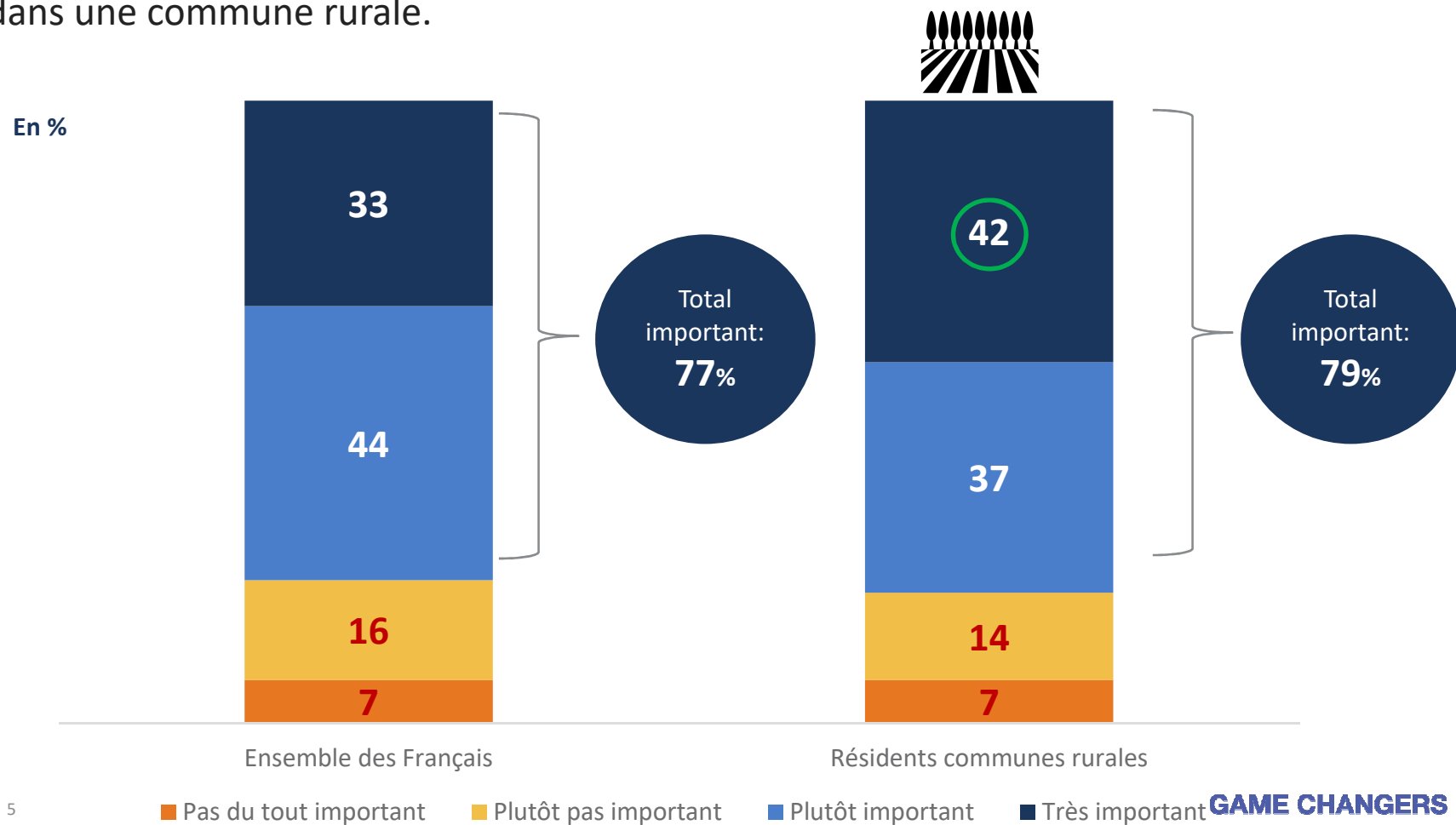
**21%** pour les habitants de l'Ile de France (+9 pts)



**45%** pour ceux habitant en agglomération parisienne (-18 pts)

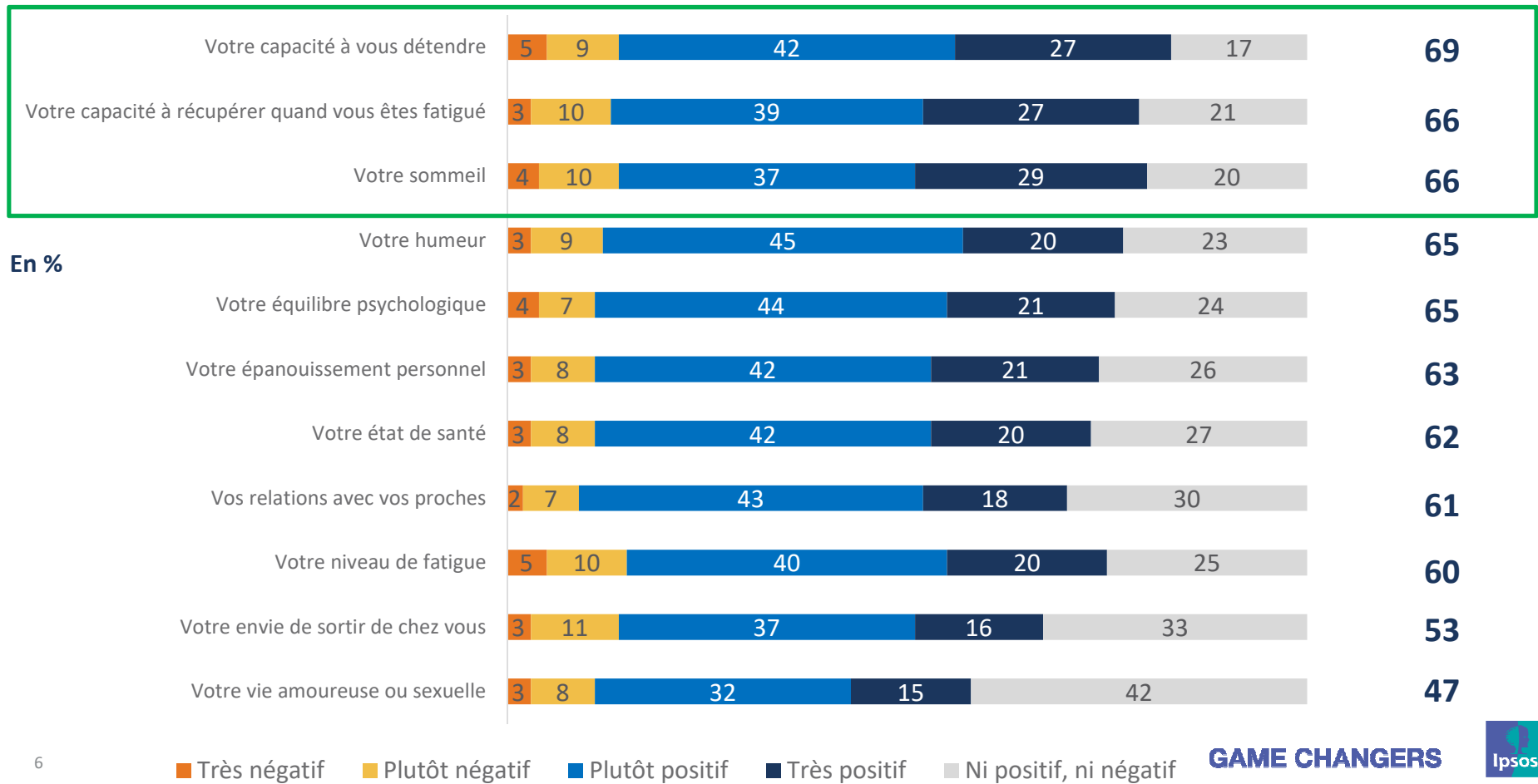
**75%** chez ceux habitant une commune rurale (+12 pts)

L'environnement sonore, un élément qui compte notamment lorsque l'on choisit de vivre dans une commune rurale.



## Des Français qui vivent positivement l'impact de leur environnement sonore...

Total impact positif



GAME CHANGERS

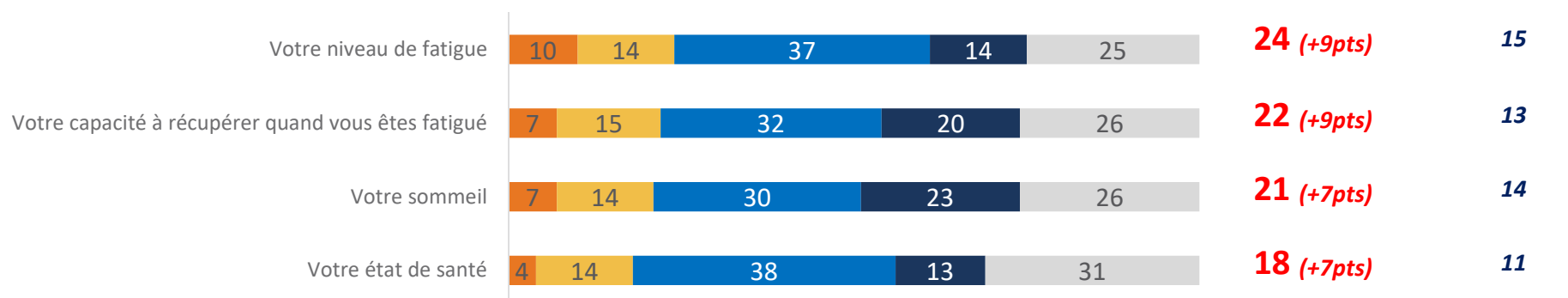


Mais sous certaines conditions : Les Français résidants dans l'agglomération parisienne déclarent un impact négatif significativement plus important sur de nombreux domaines

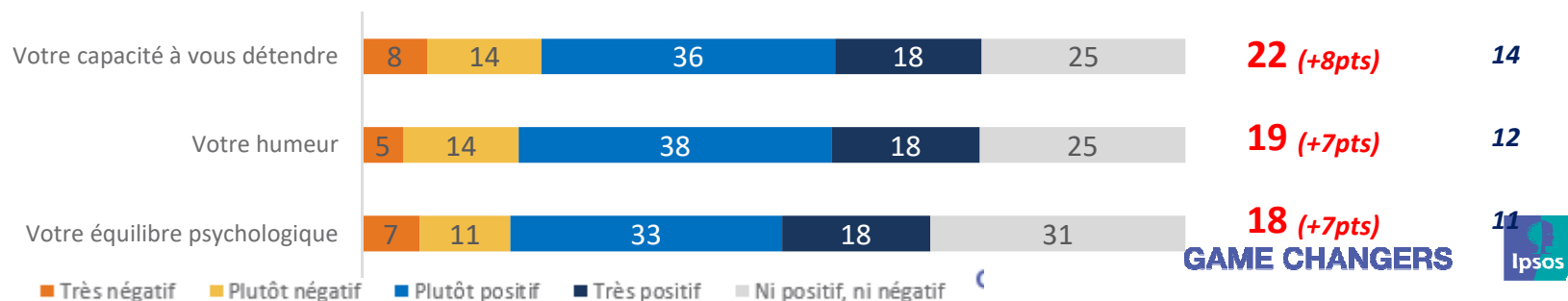
En %



**Un impact aussi bien sur des aspects physiques... :**

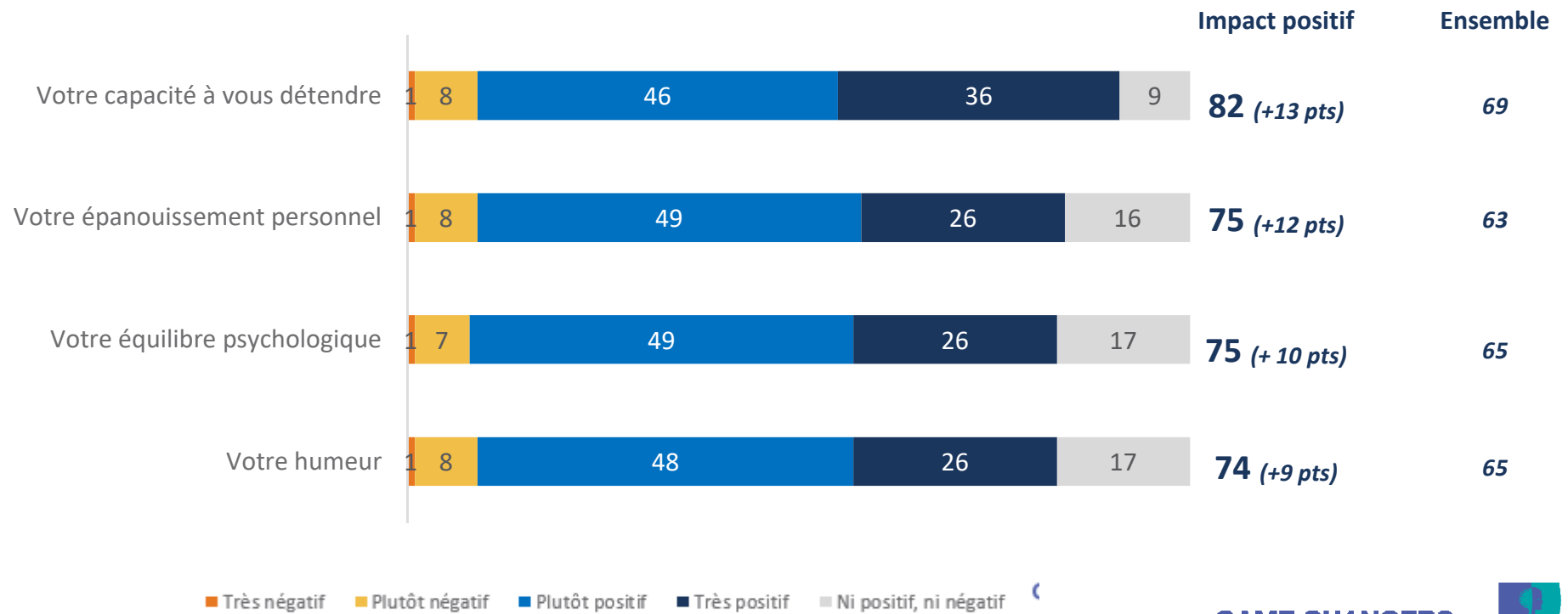
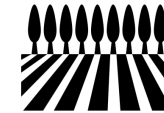


**... Que psychologiques :**



A l'inverse les Français vivant en milieu rural en constatent très majoritairement les bénéfices sonores :

En %





## A PROPOS D'IPSOS

---

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 87 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD). ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP [www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

© 2016 IPSOS. ALL RIGHTS RESERVED.

*This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs (and the needs of its affiliated companies as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.*

©Ipsos – Nom du document – Pour Nom du client

## GAME CHANGERS

---

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société.

Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.  
Nous sommes des Game Changers

## RETROUVEZ-NOUS

---



[www.ipsos.fr](http://www.ipsos.fr)



[facebook.com/ipsos.fr](https://facebook.com/ipsos.fr)



[vimeo.com/ipsos](https://vimeo.com/ipsos)



[@IpsosFrance](https://twitter.com/IpsosFrance)

**GAME CHANGERS**

