



Ipsos Public Affairs



# La Semaine du Son - 14ème édition

Préparé pour La semaine du son

Par Luc Barthélémy

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

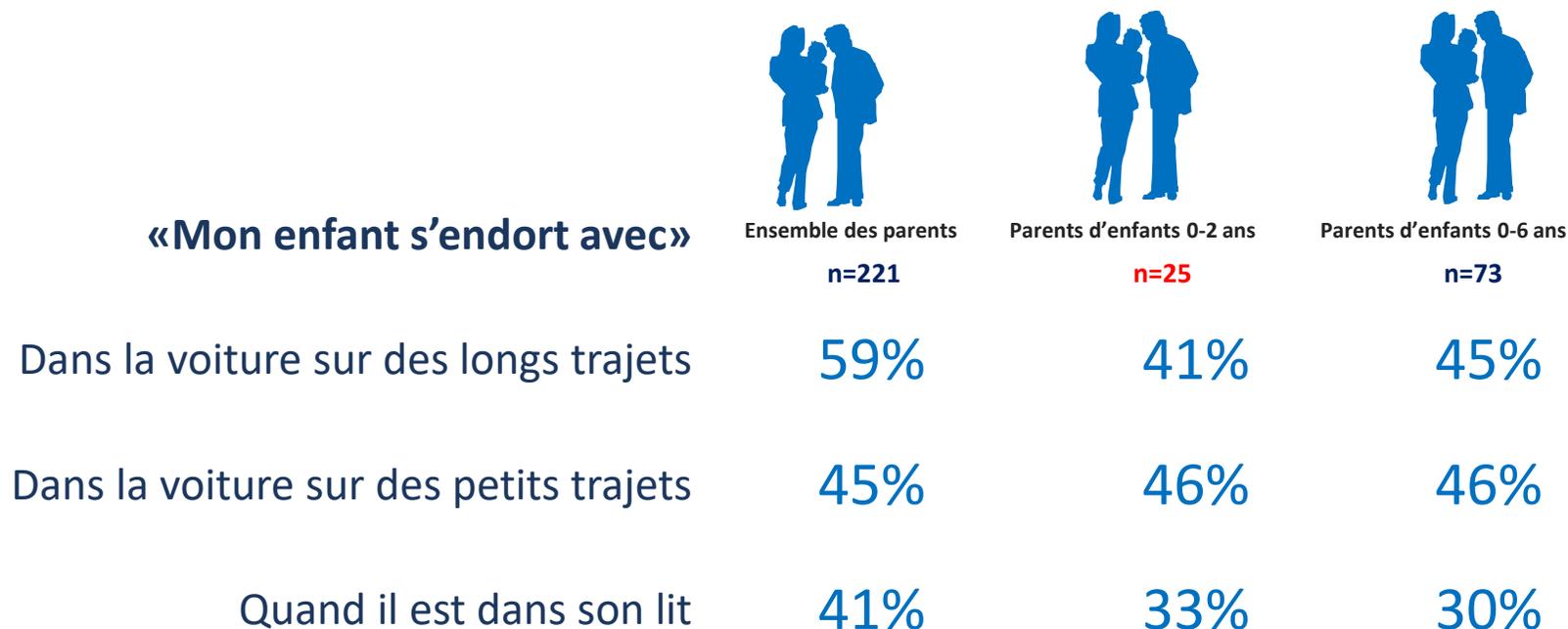
GAME CHANGERS



# Prévention auditive



## L'endormissement des enfants au casque est plus fréquent dans la voiture sur des longs trajets



Base : Aux parents d'enfants qui ont un casque audio/des écouteurs

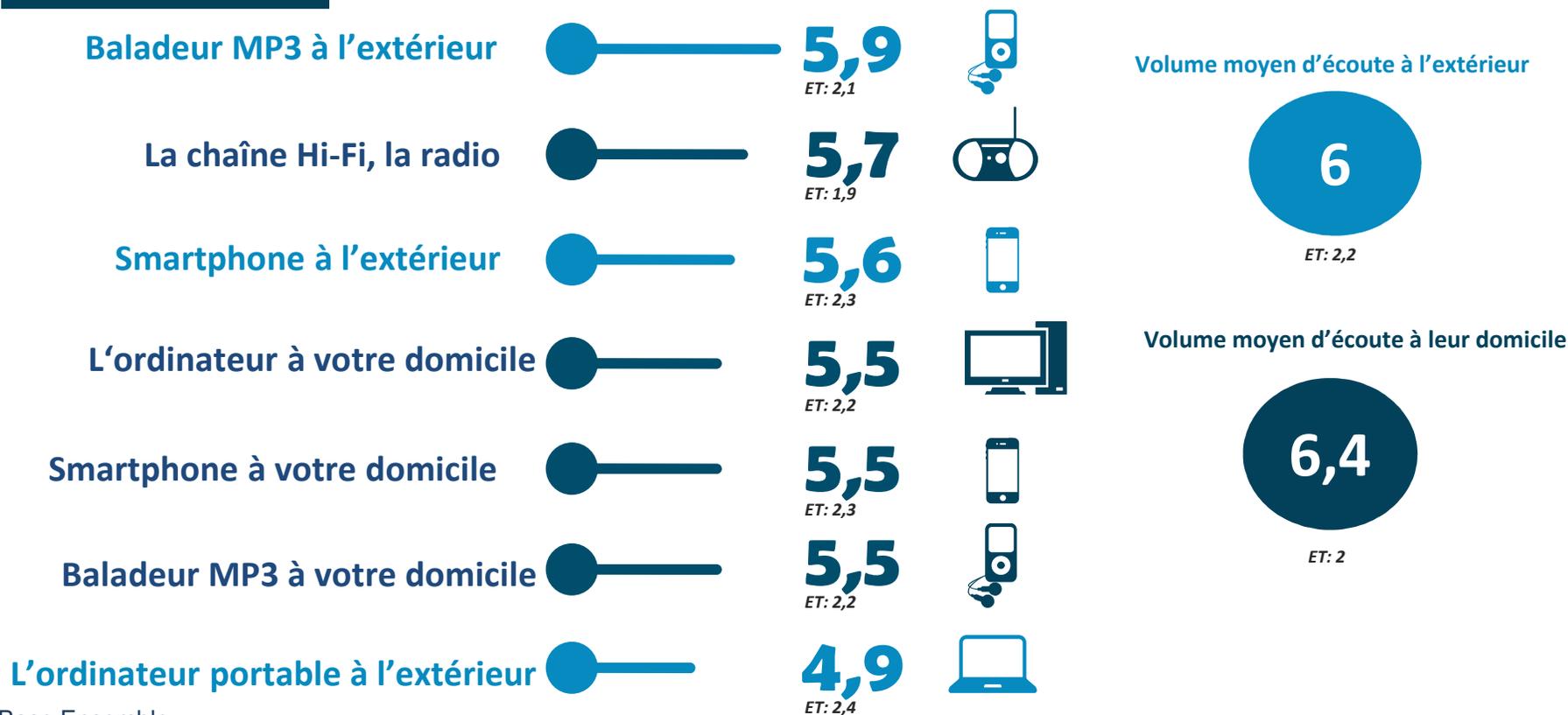
Source: Ipsos La semaine du son 2016: Les Français et l'environnement sonore. Échantillon national représentatif de la population française: 1 079 Français âgés de 16 ans et + selon la méthode des quotas issus des données de l'INSEE.

GAME CHANGERS



Chez les 15-45 ans, une tendance à écouter plus fort au domicile...

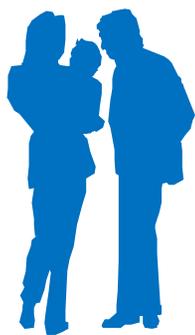
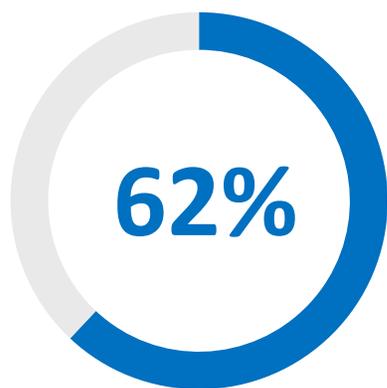
Volume moyen /10



Base Ensemble

Source: Ipsos La semaine du son: Les jeunes et le monde sonore 2014. Échantillons nationaux représentatifs de populations interrogées : 250 individus âgés de 15 à 30 ans et 251 individus âgés de 31-45 ans selon la méthode des quotas issus des données de l'INSEE.

**2 parents sur 3** entendent ce que leur enfant écoute avec un casque/des écouteurs.



Parents 0-6 ans

« Cela m'arrive  
d'entendre ce que  
mon enfant écoute »



- A la maison : **95%**



- En voiture sur de longs trajets : **85%**



- En voiture sur petits trajets : **78%**

Base : Aux parents d'enfants qui ont un casque audio/des écouteurs

Source: Ipsos La semaine du son: Les jeunes et le monde sonore 2015. Échantillons nationaux représentatifs de populations interrogées : parents d'enfants de 0 à 6 ans, enfants de 7 à 12 et adolescents de 13 à 19 ans selon la méthode des quotas issus des données de l'INSEE.

## 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**

