

Communiqué de presse Santé JNA

Le Bruit dans les magasins : un stress insidieux ?



Revoilà la rentrée et l'effervescence dans les magasins pour les fournitures scolaires, l'achat de vêtements pour les enfants... Les centres commerciaux et les magasins vont être bondés, dans un brouhaha propre à toute cohue. Mais pas seulement... Les différentes enseignes développent des stratégies sensorielles pour attirer le chaland. Certaines n'hésitent pas à imposer une ambiance sonore élevée et composée de basses. Est-ce sans conséquence sur la santé ?

Selon l'enquête JNA-IPSOS-Réunica de mars 2011 « *Nuisances sonores et gênes auditives* », 35% des personnes interrogées étaient gênées par le bruit dans les magasins. Cela représente près de 18 millions de personnes. Selon les chiffres du Conseil National de la Consommation, 10 millions de Français se rendent quotidiennement dans les centres commerciaux.

Aux côtés des consommateurs, ce sont également les salariés de ces chaînes qui subissent le volume sonore en étant exposés lors de leur temps de travail. Dans ce domaine, c'est la législation qui fixe les limites soit 80 dB sur 8 heures. Mais certaines diffusant régulièrement de la musique amplifiée peuvent obtenir des dérogations et la limite est alors tolérée à 94 dB. Rappelons que le système auditif est en danger au-delà de 80 dB. Outre le risque auditif, ce volume sonore peut générer des nuisances de voisinage et provoquer le sentiment d'être agressé par le son. La perception spontanée de dynamisme peut donc vite être égratignée par un ressenti négatif. Le chaland n'achètera pas, ne prendra pas le temps de se décider et ne reviendra pas forcément.

Les architectes et responsables design développent des approches multi-sensorielles visant à développer le sentiment d'évoluer dans un espace harmonieux. Dans le domaine audio, des systèmes existent pour créer un sentiment d'enveloppement à faible volume. Selon Marc Dessenne, l'un des spécialistes de cette technologie au sein d'enseignes « *On développe la spatialisation du son avec une diffusion homogène à 77 – 78 dB* ». Le client peut discuter sans avoir à crier et sans stresser. Le ressenti est alors positif. Les salariés sont eux-mêmes moins fatigués en fin de journée et les risques auditifs sont moins présents. Tout le monde est alors gagnant.

Depuis 18 ans, l'association JNA invite à considérer notre audition comme un facteur clé de santé, de Bien Etre et de Bien Vieillir. En développant une approche harmonieuse et respectueuse du système auditif, il est possible de créer une dynamique positive. Ce message sera fortement véhiculé lors de la prochaine édition de la campagne nationale d'information et de sensibilisation sur l'audition : jeudi 12 mars 2015, 18^e Journée Nationale de l'Audition.

1^{er} portail (non commercial) d'information sur l'audition : <http://www.journee-audition.org>

Contact Presse : Sébastien Leroy - 04 72 41 88 50 - 06 33 62 68 18 - Sebastien.leroy@journee-audition.org