

83 % des Français méconnaissent le lien entre perte de l'audition et déclin cognitif

Faits saillants

- 66 % des Français sont exposés quotidiennement au bruit
- 39 % déclarent que le bruit a un impact sur leur santé
- Près de 7 Français sur 10 rapportent au moins un trouble auditif
- 65 % des Français se disent attentifs à leur audition
- Un sur deux anticipe une dégradation de son audition dans les 5 prochaines années
- 35 % se jugent mal informés sur la santé auditive
- 83 % méconnaissent partiellement ou totalement le lien entre perte auditive non traitée et déclin cognitif
- 65 % des Français estiment le port d'aides auditives socialement acceptées
- 55 % des Français expriment une réticence personnelle à s'équiper d'une aide auditive

Le silence n'est plus la norme et devient l'exception. 66 % des Français sont exposés au bruit dans leur quotidien, révèle l'étude Krys Audition menée avec Ipsos bva¹. Une pollution sonore, trop souvent reléguée au second plan, qui touche au cœur même de la vitalité cognitive, physique et sociale puisqu'elle engendre tension psychique, fatigue mentale, somatisation, troubles du sommeil et retrait relationnel.

L'audition demeure réduite à un sujet technique, presque périphérique – entendre plus ou moins bien. Ce biais de perception n'est pas anodin. Il contribue directement au retard d'équipement chez de nombreux Français, qui acceptent plus volontiers les aides auditives chez les autres que pour eux-mêmes.

Bruit subi, bruit choisi : deux faces d'une même saturation sonore

66 % des Français se disent exposés au bruit dans leur quotidien. Le bruit n'est plus un aléa : il est devenu un cadre de vie, signature invisible du monde moderne. Diffus, continu, multisource et mobile, il est plus marqué chez les 18–24 ans et en région parisienne, confirmant une pression plus forte dans les espaces urbains.

Le bruit le moins bien toléré est celui que l'on ne choisit pas. Foule, travaux, circulation automobile, transports en commun et lieu de travail composent un paysage contraint, auquel **près d'un Français sur deux se dit aujourd'hui sensible**. À l'inverse, dans les salles obscures ou face à une scène, l'intensité fait partie de l'expérience. **28 % des Français utilisent chaque jour un casque audio**, une proportion qui atteint **55 % chez les 18–24 ans**.

Ce qui est mal vécu n'est pas le niveau sonore lui-même, mais la **perte de maîtrise de son environnement**.

Des effets déjà mesurables sur la santé

Le bruit exerce déjà des effets perceptibles, souvent progressifs et parfois difficilement identifiables. **39 % des Français en constatent l'impact sur leur quotidien et, plus directement, sur leur santé avec des tensions psychiques et attentionnelles (73 %), de la fatigue (60 %), et de la somatisation corporelle (45 %).** Le bruit agit comme un **facteur d'usure neurocognitive globale**.

¹ Sondage Ipsos bva pour Krys réalisé en février 2026 auprès d'un échantillon de 1 000 répondants âgés de 18 à 55 ans non porteurs d'aide auditive, représentatifs de la population française



L'ouïe est également impactée puisque **près de sept Français sur dix déclarent ressentir au moins un trouble auditif**, même occasionnel. Les plus fréquents sont la **difficulté à entendre dans un contexte sonore dense (35 %)** et une **sensibilité accrue à certains sons (27 %)**.

Pourtant, les plus exposés ne se considèrent pas comme particulièrement vulnérables. **Plus de huit utilisateurs de casques ou d'écouteurs sur dix s'estiment raisonnables**, tant sur le volume que sur la durée d'écoute.

Aides auditives : acceptées par tous mais pas pour soi

L'ouïe est devenue un sujet de vigilance, mais pas encore un réflexe de santé. **65 % des Français se disent attentifs à leur audition** et **près de la moitié anticipent une dégradation dans les cinq prochaines années**. La conscience du risque demeure toutefois partielle, faute d'une connaissance suffisante des enjeux et des conséquences d'une audition fragilisée. **35 % se déclarent mal informés** et **83 % méconnaissent partiellement ou totalement le lien entre perte auditive non traitée et déclin cognitif**.

Ce déficit d'information limite la capacité à envisager sereinement l'adoption d'une solution auditive. Dans l'imaginaire collectif, ces équipements restent symboliquement associés à la perte, à la dépendance et à l'âge avancé, alors même que le marché a profondément évolué. **41 % les perçoivent comme peu esthétiques, 39 % comme inconfortables et 38 % comme un marqueur de vieillesse. 29 % admettent toutefois mal connaître ces dispositifs**. Les solutions auditives ne souffrent pas d'un manque de crédibilité, mais d'une image encore incomplètement actualisée.

Ce décalage met au jour un **paradoxe**. **65 % des Français jugent le port d'aides auditives bien accepté en société**, tandis que **55 % expriment une réticence à en porter eux-mêmes**. **L'hésitation personnelle est sept fois plus élevée que le rejet social, limité à 8 %**.

« Ce paradoxe révèle une forme de stigmatisation intériorisée : si l'aide auditive est socialement acceptée, elle demeure difficile à intégrer à son propre récit. L'enjeu est aujourd'hui moins de convaincre de son utilité que de transformer les regards. Discrètes, connectées, ancrées dans notre écosystème numérique, les aides auditives sont désormais des outils de bien-être et de préservation cognitive. Les inscrire dans une logique de performance et de longévité est la condition nécessaire pour lever les freins persistants. » – **Bruno Censier, Directeur de la marque Krys Optique & Audition.**

Prévention santé auditive : il est recommandé de ne pas dépasser les 60 minutes d'écoute consécutives et de limiter l'écoute à 60 % du volume maximal (règle du 60/60). Il est aussi important de réaliser régulièrement des tests auditifs pour suivre l'évolution de son audition et obtenir des conseils adaptés.

À PROPOS DE KRYSS

Krys est la marque porte-drapeau de Krys GROUP, leader de l'optique en France et acteur majeur de l'audition (1000 magasins répartis sur tout le territoire et +400 espaces et centres exclusifs). Côté optique, Krys dévoile chaque année ses nouvelles collections exclusives et de marques partenaires : à la fois tendance, de haute qualité et accessibles. Les différentes collections de lunettes - optiques ou solaires - sont conçues pour répondre à toutes les envies. De l'autre côté, Krys Audition souhaite faire évoluer l'image générée par la perte d'audition et dédramatiser ce sujet. En optique comme en audition, le credo du groupe est d'accompagner le client dans un parcours de vente humain, rassurant, pédagogue, de rendre accessible la bonne santé visuelle et auditive à tous et de donner de la confiance à ses clients. Krys a développé un parcours client qui intègre une expérience unique et ultra personnalisée grâce à l'application inédite conçue par l'enseigne. Krys fabrique ses propres verres en France dans son usine de Bazainville (78). Un gage de qualité et une volonté forte de la coopérative de valoriser le savoir-faire français.

Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux :



Contacts Presse

EDIFICE Communication

Mélinda Montbrun - 06 49 58 54 79 - melinda@edifice-communication.com

Nicolas Germé - 06 81 36 15 87 - nicolas@edifice-communication.com