# ÉTUDES & PROSPECTIVE : LE SON, MOINS SERVICE QUE BIEN CONSOMMABLE.Le Cabinet Asterès précise le poids économique des industries du son en France (rapport janvier 2023).

A l'occasion de la Semaine du son de l'Unesco, (16-29 janvier 2023), l'étude du cabinet Asterès dans une étude révélatrice des tendances émergeantes de la filière, précise le poids économique de l'industrie du son en France. C'est à dire telle que définie ainsi : biens et services permettant l'émission, l'enregistrement et la diffusion du son ». Soit « **38 milliards d'euros par an** ; **1,7% du produit intérieur brut** ; donc autant que l'industrie pharmaceutique ou que le budget de la Défense pour l'année 2020 ».

## L'industrie du son en France, une filière en plein essor

**L'étude menée par le cabinet Asterès a le**

**mérite d'analyser dans sa globalité complexe le secteur de la production et de la diffusion sonore ; elle met en lumière des secteurs méconnus pourtant actifs, comme elle permet de préciser de nouveaux usages liés à la consommation du son…**



Le rapport est réalisé dans la perspective de **l'exposition internationale du son de 2027** pour que la France (pays d'accueil) au faite des connaissances sur l'évolution du son dans la société, présente alors un ensemble de projets qui la distinguent de ses voisins et de la concurrence internationale.  L'enquête a envisagé le son dans une acceptation très large, d'où l'ampleur des chiffres obtenus : **télécoms et matériels de diffusion sonore** (27 milliards d'euros) ; ingénierie et conseil acoustique (3,5 milliards d'euros) ; traitement médical de l'audition (2,5 milliards d'euros).

**Le secteur audiovisuel « hybride », combinant son et image** (chaînes de télévision, films, spectacle vivant, jeu vidéo : 3,6 milliards d'euros dont 511 millions pour le spectacle vivant; 398 millions pour programmation informatique et édition de jeux électroniques) ; **la création sonore et musicale** (radio, musique enregistrée, livres audio) représente 2 milliards d'euros : la répartition est la suivante : originaux de radiodiffusion (1 milliard / données 2018) ; ventes de musique enregistrée (591 milllions / 3400 emplois /

1980 entreprises) ; livres audio (22 millions : favorisés pendant le confinement – audiolib a progressé de 50% au printemps 2020) : les nouvelles pratiques de lecture auditive, immobile et domestique vont-elles s'installer? Tendance : depuis 2015, la vente de musique enregistrée progresse, grâce au marché numérique qui compense les pertes du marché physique. Gagnants du tout numérique : l'autoproduction et la production indépendante qui ont profité des facilités de production et de diffusion permises par le numérique.

Le son, moins service que « bien consommable » est intensément commercialisé : en particulier par les télécoms qui savent « capter la valeur créée par le son » ; les consommateurs dépensent plus en matériel sonore que le son lui- même ». Les achats d'enceinte et de supports d'écoute sont plus importants que les cd. La dématérialisation accentue l'attractivité du tout disponible à la demande : les consommateurs « s'abonnent ou paient pour accéder ponctuellement à un contenu, mais ne le possèdent plus. »

Ainsi le poids des infrastructures sonores (télécoms, matériels sonores, facture instrumentale), actrices majeures de l'industrie étudiée (27 milliards), a aussi profité de la dématérialisation du son. A ce titre cd et dvd seraient délaissés pour l'expérience unique, mémorable, du cinéma et du spectacle vivant.

Pour se maintenir sur le marché du son, stimulé par le tout numérique, des acteurs ont tout misé sur la qualité du son vendu : plateforme de streaming, stations de radio historiques (optant pour l'écoute en différé ou replay, leur audience ne cesse de croître : 2h50 d'écoute quotidienne en nov et déc 2018), studios de podcasts dédiés dit « natifs » (fidélisant en 2020, 10% des internautes), éditeurs de livres audio, retour des disques vinyles…

Les secteurs émergeants : **le conseil et la recherche en acoustique** demeurent des fleurons hexagonaux (3,5 milliards –

24 millions pour la seule recherche acoustique) en pleine expansion : bureaux d'études acoustiques, entreprises spécialisées dans le design sonore, conseil en télécommunication, les travaux d'isolation, d'inspection et d'essais techniques, la fabrication du matériel de mesure acoustique, sont les secteurs d'activité qui attestent du dynamisme de la filière. De même que l'audition (2 milliards), plus médicale que commerciale (marché des audioprothèses) : investir pour mieux écouter reste aussi une tendance majeure. En ce sens l'aide et les subventions auditives augmentent (830 millions d'euros). Des millions de français auront un meilleur accès au son.

L'étude distingue des modes et des pratiques sonores nouvelles : « La désynchronisation et la portabilité des contenus, permises par la numérisation, ont confirmé l'importance rituelle de certains modes de consommation du son, comme le cinéma ou le spectacle vivant, ainsi que leur complémentarité avec des modes d'écoute à domicile » (où le différé grandit tandis que l'achat de dvd et blu ray ne cessent de diminué depuis 10 ans).

La part des foyers disposant / adoptant des **enceintes connectées avec reconnaissance vocale** est de 11% : soit 135 millions en 2019. Un marché nouveau lui aussi émergeant, où les acteurs se concentrent : Amazon et Google en entrée de gamme / Apple et Sonos en haut de gamme. Les opérateurs français (Snips racheté par Sonos ; Linagora, Vivoka (pour les clients de l'hôtellerie) tirent actuellement leur épingle du jeu…

De son côté, **le marché des instruments de musique** (facture instrumentale englobant aussi les accessoires) représente 430 millions dont 330/400 millions pour les instruments neufs. Le marché s'est reconstruit après la crise de 2008. 2013 a été le sommet des ventes globales, depuis le marché se tasse malgré l'offre de services entretien et réparation, nouvelles options destinées à consolider la prise de commande.

Mais le son c'est aussi du bruit… Autre « découverte » intéressante : la part du bruit et les fonds investis pour l'atténuer dans l'espace humain quotidien est considérable.

« En contrepoint du son, qui crée de la valeur et des emplois sur une multitude de marchés, le bruit représente une diminution de bien-être et donc de valeur créée. Son coût social est estimé à 57 milliards d'euros par an en France. Les transports représentent près d'un quart ce coût, puisque le bruit qu'ils engendrent coûterait 11,5 milliards d'euros. Plus de 50 millions de personnes sont affectées par le bruit du trafic routier, 6 millions de personnes sont touchées par le bruit du trafic ferroviaire et 4 millions par le trafic aérien.

Le coût sur la santé du bruit des transports, matérialisé par des troubles du sommeil et des maladies cardiovasculaires, s'élèverait à 11,5 milliards € par an d'années de vie en bonne santé perdues. (…)… la perte de productivité liée au bruit se traduit en une perte de rentrées fiscales. »

Lien vers l'étude complète.

> *L'économie des industries sonores : quand les marchés valorisent le son*

Photo : tous droits réservés DR