

“Le marché de l’audio va poursuivre sa dynamique, soutenue par le développement des enseignes d’optique”

Les Échos-Études ont publié en décembre 2022 une analyse de la dynamique actuelle et future du marché de l’audio. Doit-on s’attendre à une progression du secteur dans les 5 années à venir, après la manne du 100 % Santé qui a fait exploser les ventes en volumes en 2021 ? Quelles sont les conséquences de la place prise par les enseignes d’optique dans la distribution ? Bien Vu a interviewé Élodie Bervily-Itasse, directrice éditoriale, Les Échos-Études.



Élodie Bervily-Itasse,
Directrice éditoriale,
Les Échos-Études

QUELLES SONT LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ AUDIO POUR LES 5 PROCHAINES ANNÉES ?

2022 a déjoué les pronostics : après l’effet d’aubaine du 100 % Santé en 2021 (+85 % en volume de ventes et +60 % en valeur pour un CA TTC de 2,02 milliards €), on s’attendait à un essoufflement en 2022. Il n’en est rien. Le marché a poursuivi sa dynamique avec un niveau de ventes très élevé (entre 1,6 et 1,7 million d’équipements) et nous pensons que cela va continuer. Plusieurs raisons à cela.

“La dynamique du marché d’ici 2027 passe par l’amélioration du taux d’équipement des personnes âgées, grâce aux effets positifs du 100 % Santé”

L’audio est un marché de renouvellement (tous les 4 ans) et, entre 2023 et 2025, les personnes qui ont acheté des aides auditives depuis 2018 s’équiperont de nouveau, ce qui maintiendra des volumes de ventes conséquents. L’innovation représente également un vrai levier de croissance. Enfin,

moins qu’un rajeunissement de l’âge moyen des personnes équipées, je suis convaincue que c’est la hausse du taux d’appareillage des personnes âgées qui va entretenir la dynamique du secteur. Cela passe par la suppression des “ruptures” dans le parcours de soins auditifs. Jusqu’à maintenant, 20 % de la population qui souffre de problèmes auditifs ne va pas consulter. Parmi ceux qui disposent d’une ordonnance, 13 % ne poussent pas la porte d’un audioprothésiste. Et parmi les patients qui ont une aide auditive, 5 % ne l’utilisent jamais. Donc 1 personne sur 2 n’est pas appareillée ! En améliorant le taux d’équipement de cette cible, par les campagnes de prévention et grâce à l’effet positif du 100 % Santé, on peut toucher 280 000 personnes supplémentaires.

“30 % : c’est la part de marché cumulée en nombre de centres des 3 distributeurs leaders (Amplifon, Optical Center et Audika) en 2021”

QUELLE EST LA PLACE DES ENSEIGNES D’OPTIQUE SUR CE SECTEUR ?

Sur les 6 384 centres répertoriés en 2022, 24 % sont soit des “corners” audio dans des magasins d’optique soit des centres d’enseigne d’optique et d’audio. On assiste, depuis plusieurs années, à une véritable “offensive” des acteurs optiques sur le secteur. Entre 2017 et

2021, ils ont connu une croissance de 50 % (contre 5 % de hausse du nombre global de centres). Ce sont eux qui portent la dynamique globale de la distribution. Pour rappel, parmi les 3 distributeurs leaders qui atteignent 30 % des parts de marché en nombre de centres en 2021 figure Optical Center.

“Les enseignes d’optique subissent la pénurie d’audioprothésistes et devront augmenter leur niveau de rémunération au risque de rogner sur leurs marges”

UN PHÉNOMÈNE QUI ACCROÎT LEUR CONCURRENCE AVEC LES AUDIO-PROTHÉSISTES SOUS ENSEIGNE OU EN RÉSEAUX INTÉGRÉS...

Effectivement. On peut repérer 2 freins à cette “expansion”. En premier lieu, la verticalisation du secteur qui ne date pas d’hier, mais qui s’accélère avec de grands fabricants rachetant des centres indépendants. Cela peut jouer comme une menace. Mais le frein majeur pour les enseignes d’optique vient de la pénurie d’audioprothésistes, compte tenu de leur politique ambitieuse d’ouverture de centres. La concurrence s’accroît pour attirer des diplômés.

Les enseignes d’opticiens subissent cette situation et, pour y remédier, vont être obligées d’augmenter les niveaux de rémunération. Au risque de voir leurs marges se dégrader... ●