

# ENQUÊTE LES ÉDITEURS, LE LIVRE AUDIO ET LE PODCAST

**Décembre 2022**

**Synthèse des résultats**

**Une enquête réalisée par l'association La Plume de Paon,  
présentée au Centre national du livre.**

Après l'organisation des Rencontres francophones du livre audio à Strasbourg et la programmation de journées professionnelles et de formations, notamment dans le cadre du Festival du livre audio et du podcast de Strasbourg, il était important pour l'association La Plume de Paon de mesurer l'intérêt des éditeurs pour le livre audio et le podcast et d'identifier les freins éventuels. Ceci afin de cerner les besoins des structures éditoriales et d'être en mesure d'y répondre.



# Sommaire

<b>Méthodologie</b> .....	<b>p.3</b>
<b>Informations générales</b> .....	<b>p.4</b>
<b>I. LES EDITEURS ET LE LIVRE AUDIO</b> .....	<b>p.5</b>
<b>I.I Les éditeurs disposant d'une offre de livres audio</b> .....	<b>p.7</b>
* Ancienneté de l'offre de livres audio	
* Nombre de titres de livres audio en catalogue	
* Tirage moyen	
* Domaines de publication	
* Formats	
* Studio de production	
* Modèles de commercialisation	
* Plateformes de ventes en ligne	
* L'offre de livres audio dans PNB (prêt numérique en bibliothèque)	
<b>I.II Les éditeurs ne disposant pas d'une offre de livres audio</b> .....	<b>p.17</b>
* Intérêt pour le livre audio	
* Motivations au développement d'une offre de livres audio	
* Freins au développement d'une offre de livres audio	
<b>II. LES EDITEURS ET LE PODCAST</b> .....	<b>p.20</b>
* Intérêt pour le podcast	
* Motivation au développement d'une offre de podcasts	
* Freins au développement d'une offre de podcasts	
<b>III.L'AVENIR DES CONTENUS SONORES</b> .....	<b>p.25</b>

## METHODOLOGIE

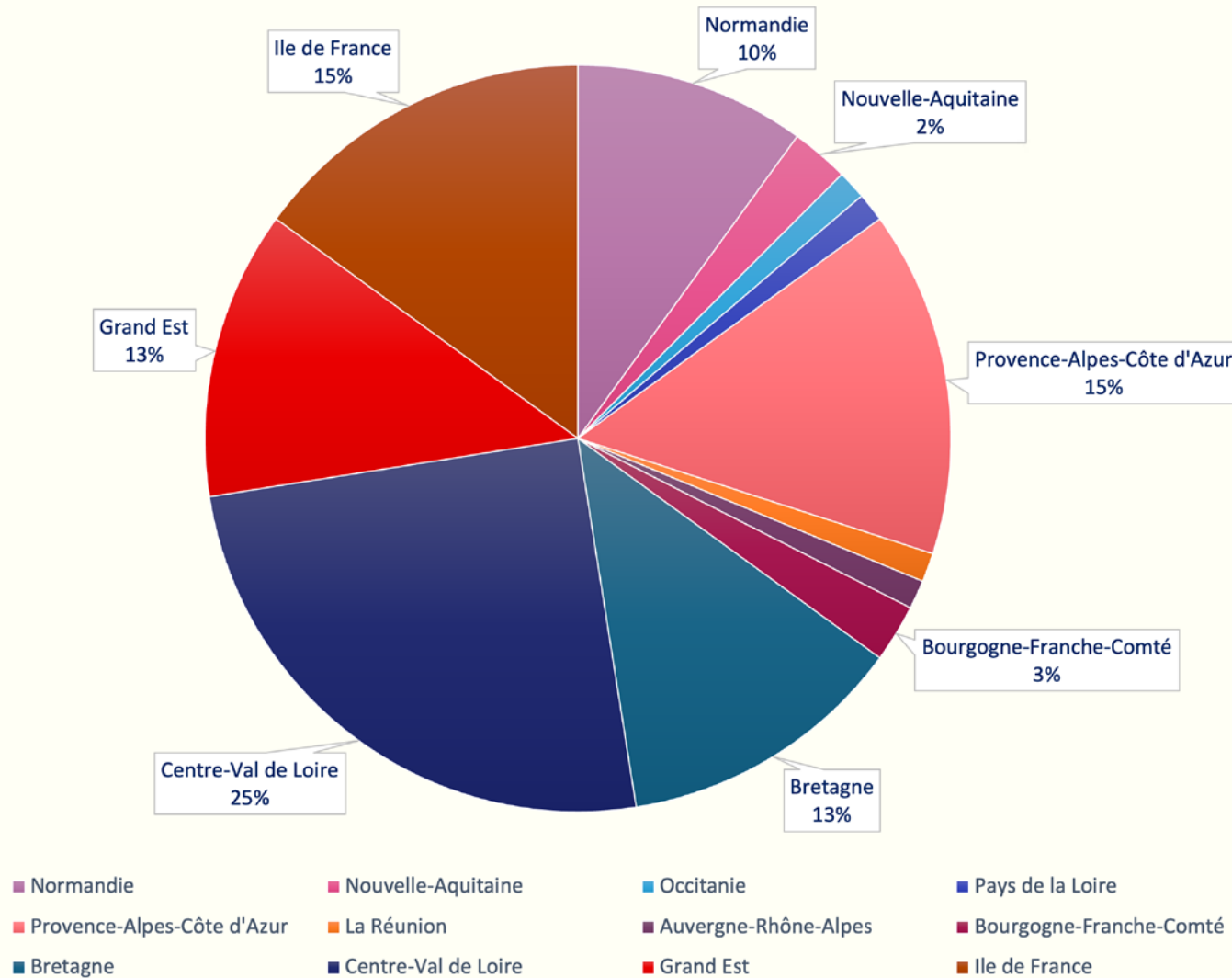
L'association La Plume de Paon a fait le choix de mener son enquête à la fois auprès des éditeurs papier et des éditeurs de livres audio.

L'enquête restituée ici a été menée entre juin et novembre 2022. Elle a été diffusée via un questionnaire en ligne et a fait l'objet de relances par mails. Elle a été adressée aux structures éditoriales référencées par le Syndicat national de l'édition et par les Centres régionaux du livre qui ont relayé l'enquête auprès des éditeurs de leurs régions respectives.

Avec un total de 80 réponses.

# INFORMATIONS GENERALES

## Répartition géographique des répondants 80 éditeurs

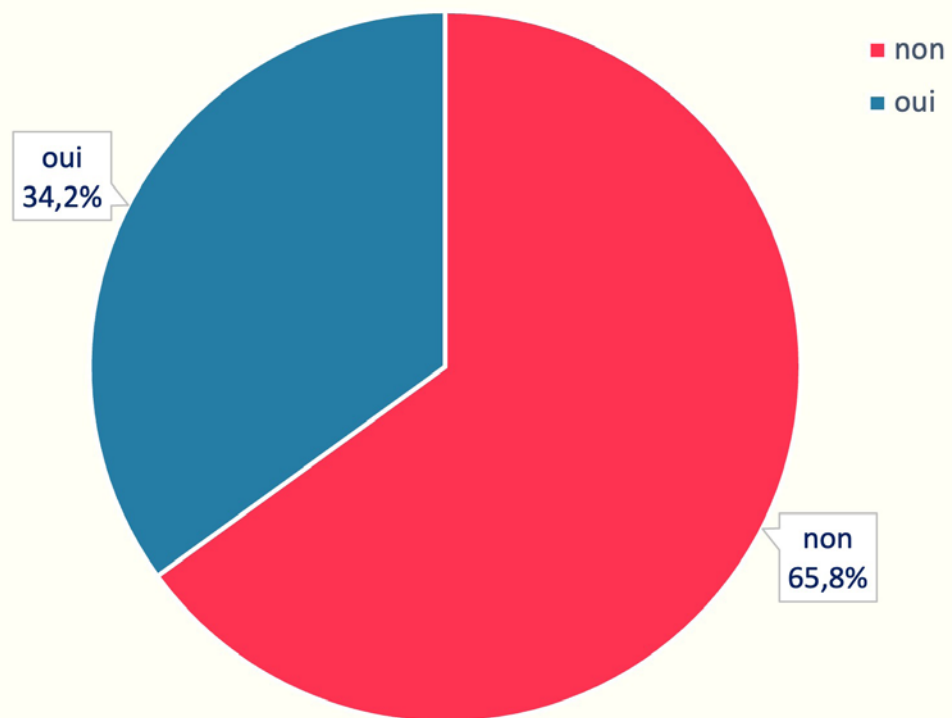


A decorative graphic at the top of the page features a gradient background transitioning from red on the left to orange on the right. Overlaid on this is a pattern of vertical bars of varying heights, resembling a bar chart or a stylized skyline. The bars are in shades of blue and purple, with some appearing as thin lines and others as solid blocks. The overall effect is modern and abstract.

# **I. LES EDITEURS ET LE LIVRE AUDIO**

## Répondants disposant d'une offre de livre audio

63 éditeurs papier – 27 éditeurs de livres audio

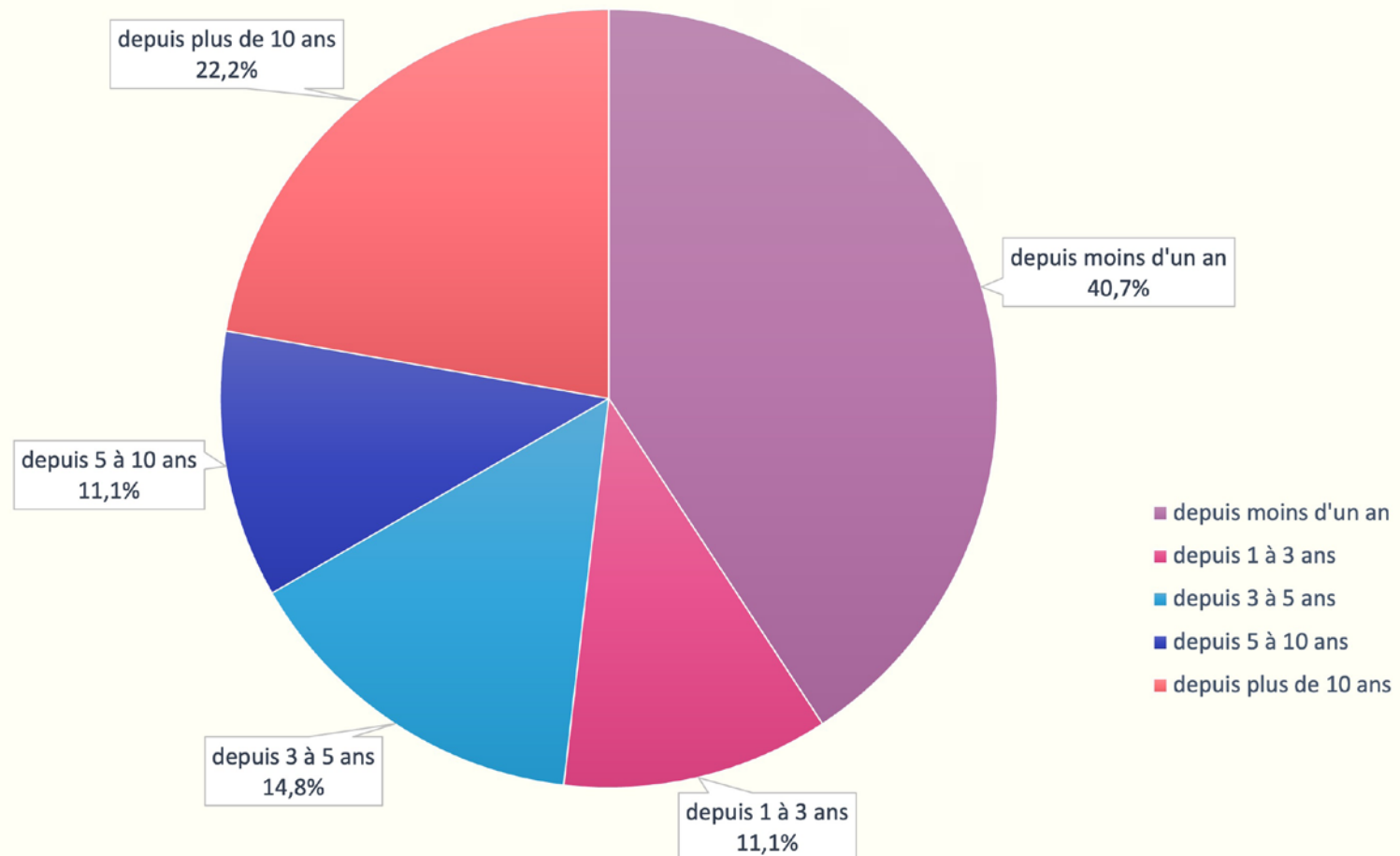


# I. LES EDITEURS DISPOSANT D'UNE OFFRE DE LIVRES AUDIO

## 27 répondants disposent d'une offre de livre audio

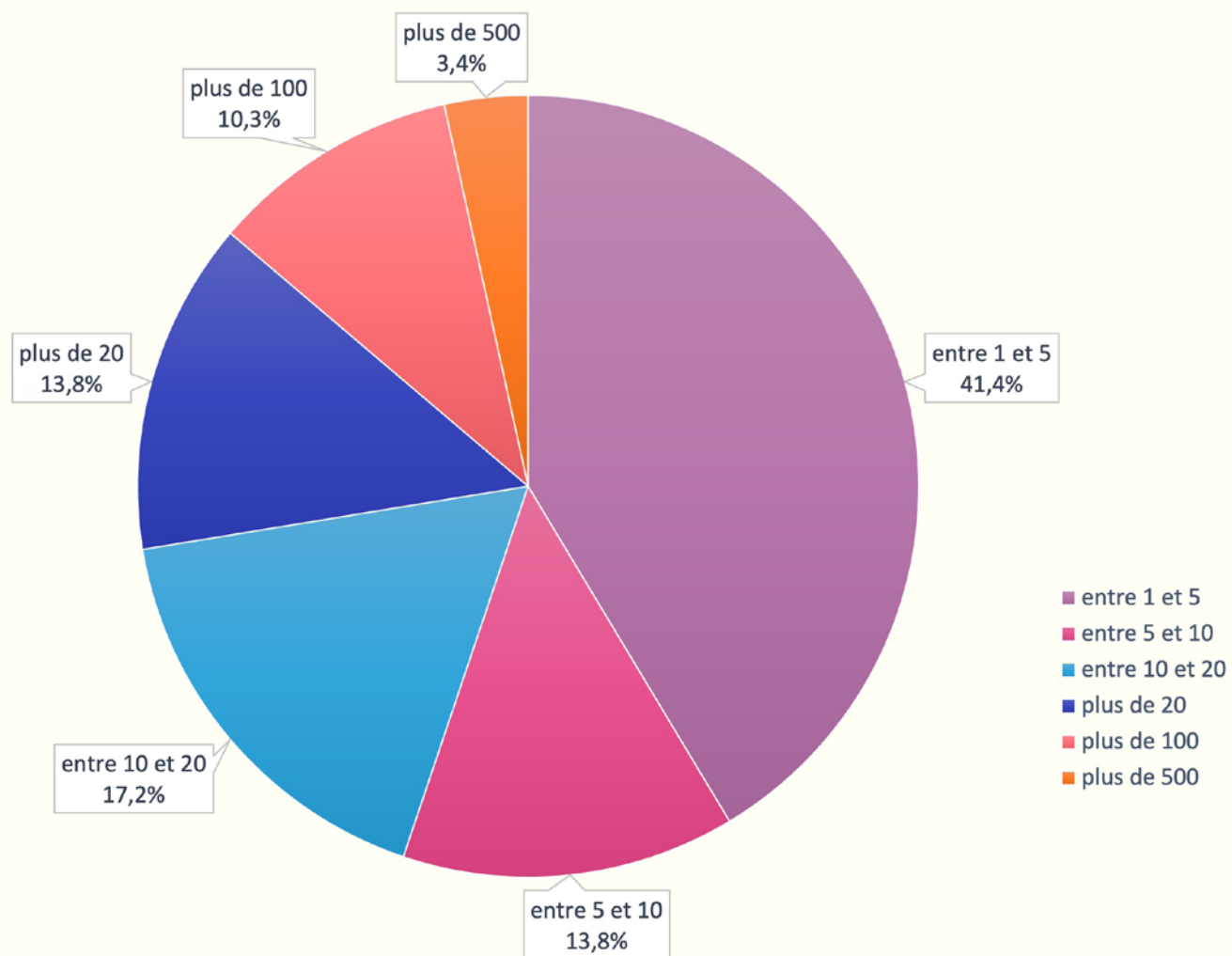
### Age de l'offre de livres audio

40% des éditeurs de livres audio interrogés ont une offre de livres audio depuis moins d'un an.



## Nombre de titres de livres audio en catalogue

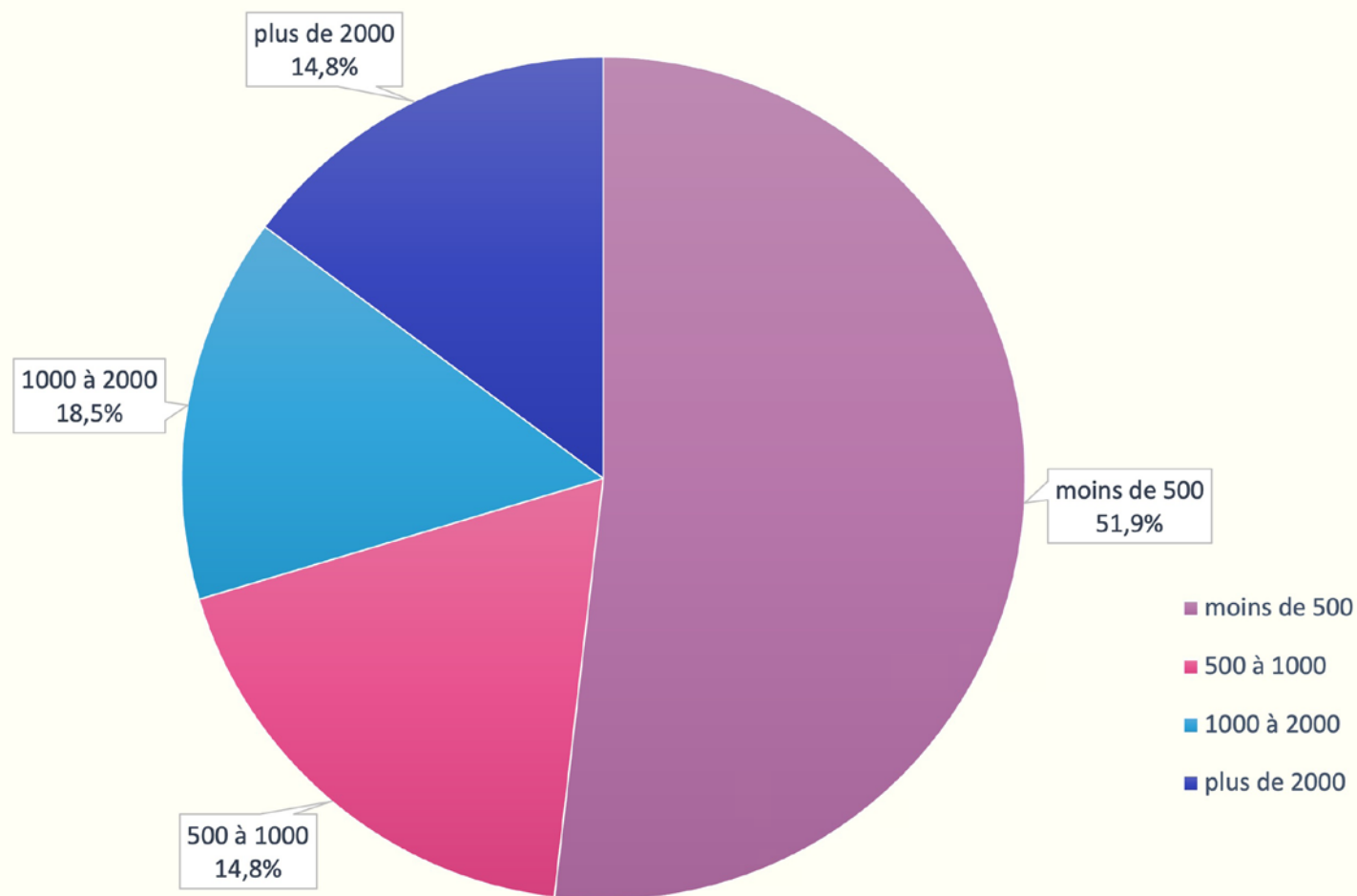
**41,4% des éditeurs de livres audio interrogés ont moins de 5 titres en catalogue**



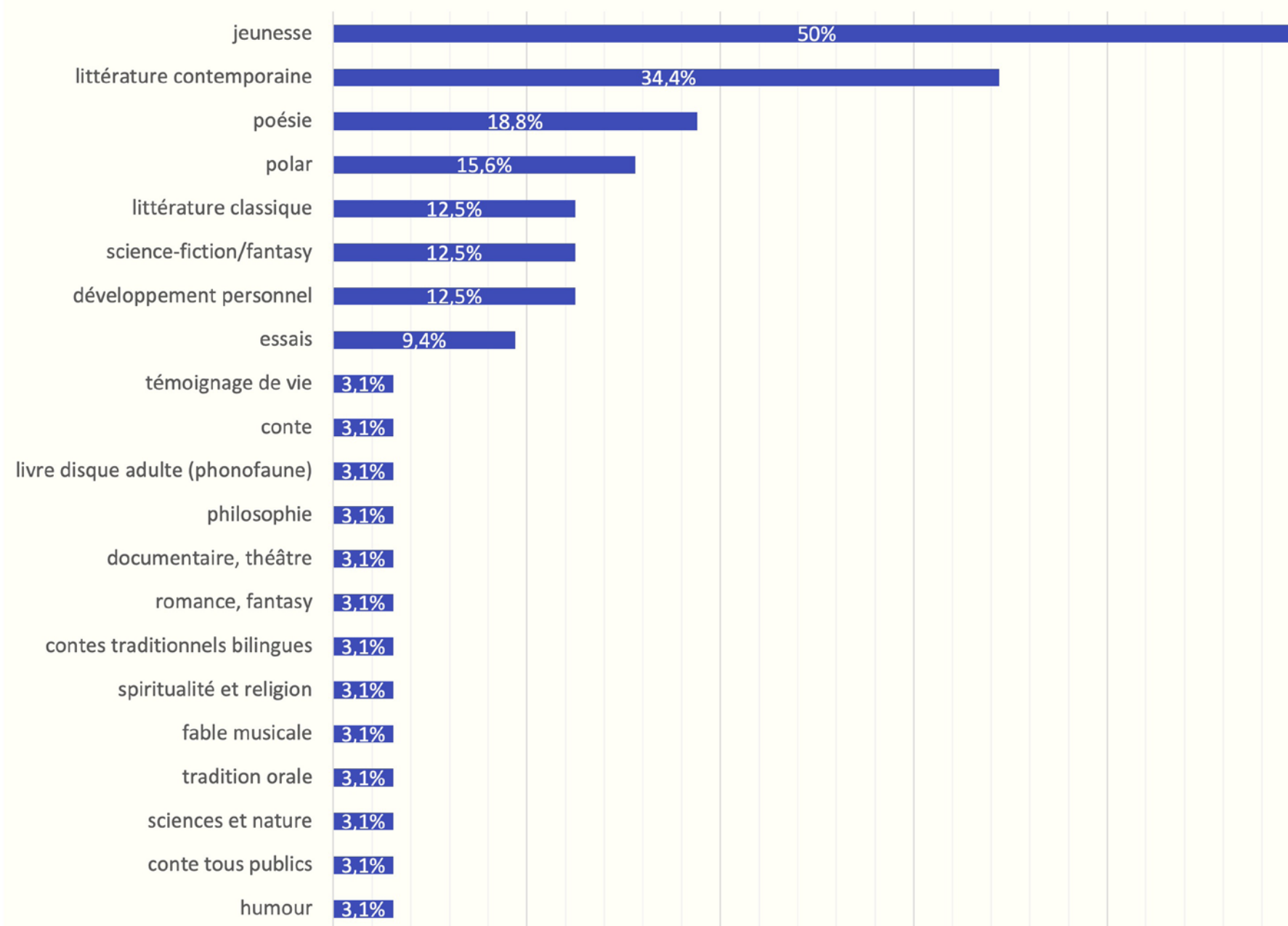


## Tirage moyen pour un titre de livre audio

**51,9% des éditeurs déclarent que leur tirage moyen est inférieur à 500 exemplaires**

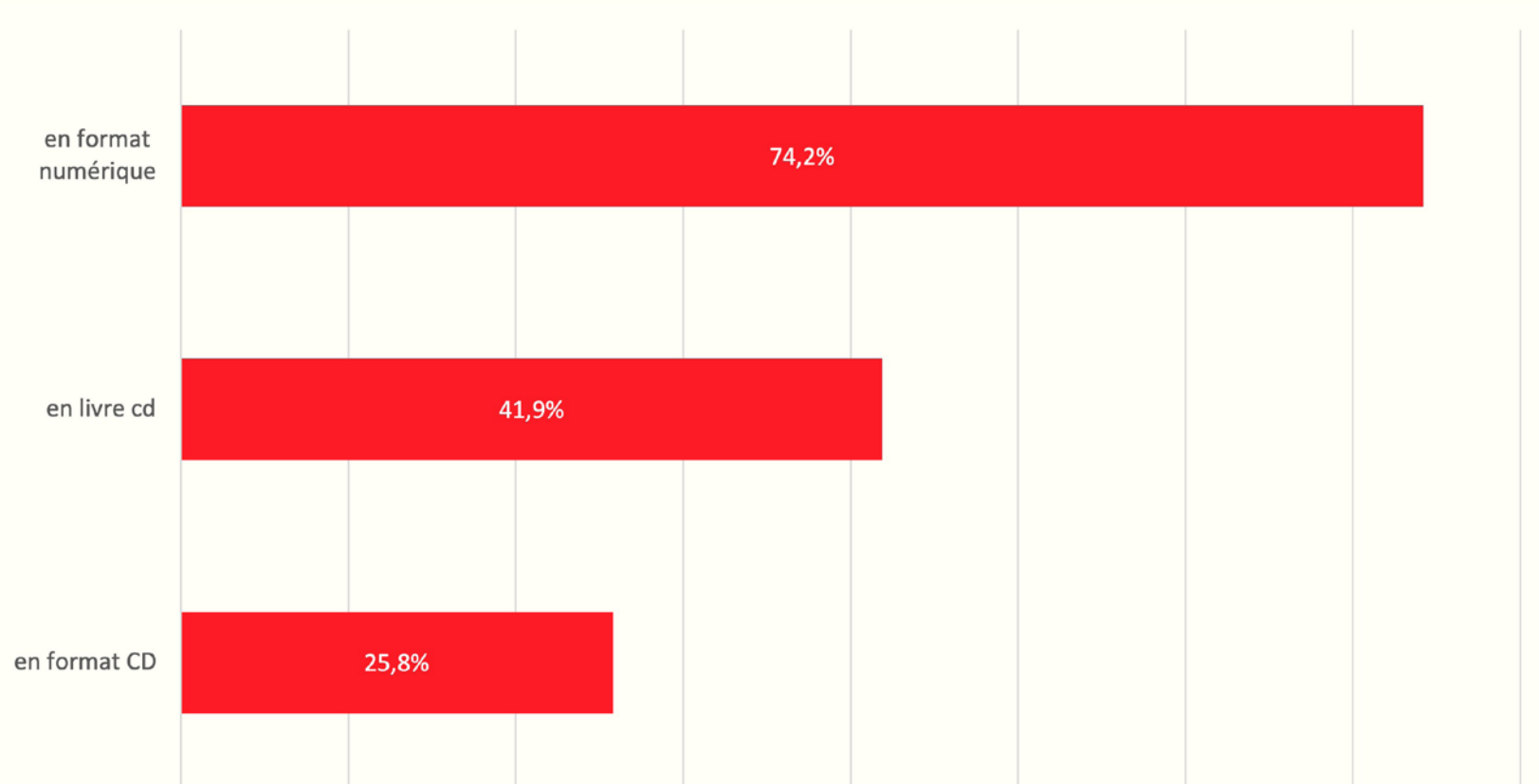


## Domaines de publication

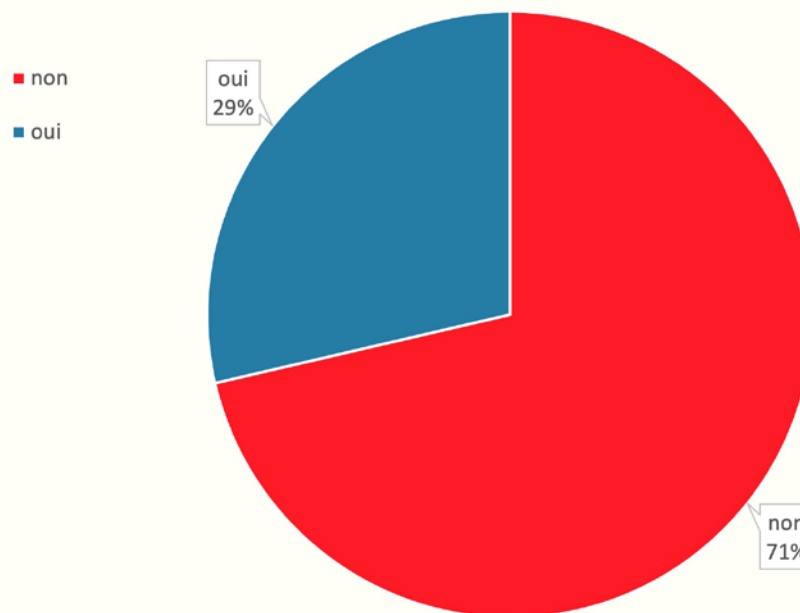


## Formats utilisés

**74% des éditeurs de livres audio proposent leur offre en format numérique**



**28% des éditeurs de livres audio interrogés indiquent proposer certains titres exclusivement en format numérique.**



## Verbatims

### Exemples d'éléments cités

« Encore très attaché au format physique »

« Notre offre est numérique car le CD physique n'est pas rentable pour nous »

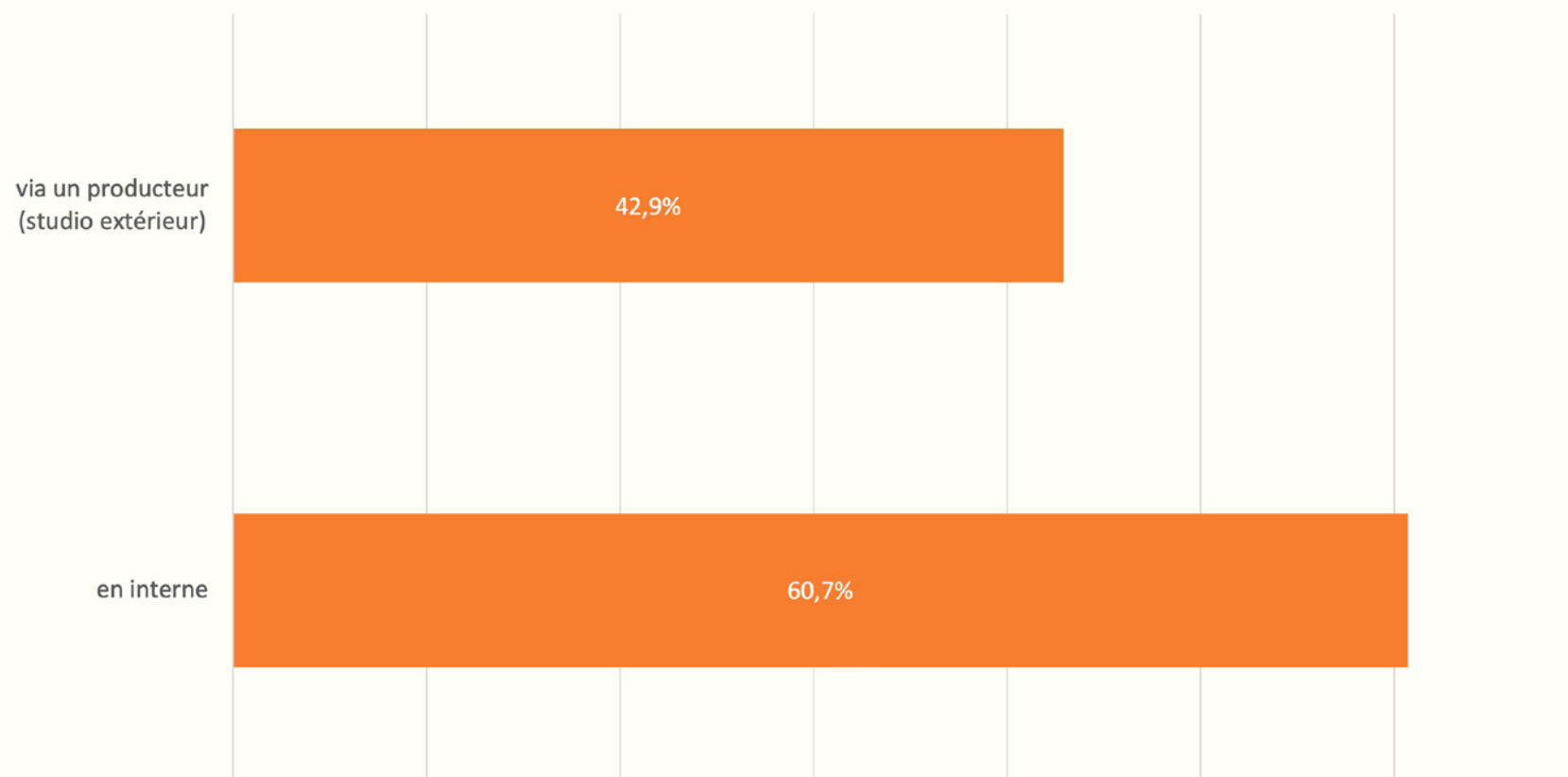
« Le physique est encore prédominant pour les nouveautés dans nos ventes tandis que le format numérique prend le pas concernant notre fond de livre audio »

« Nous utilisons le format numérique pour les titres très courts »

« Tous nos titres sont mis à disposition en streaming parce que c'est le format le plus utilisé aujourd'hui »

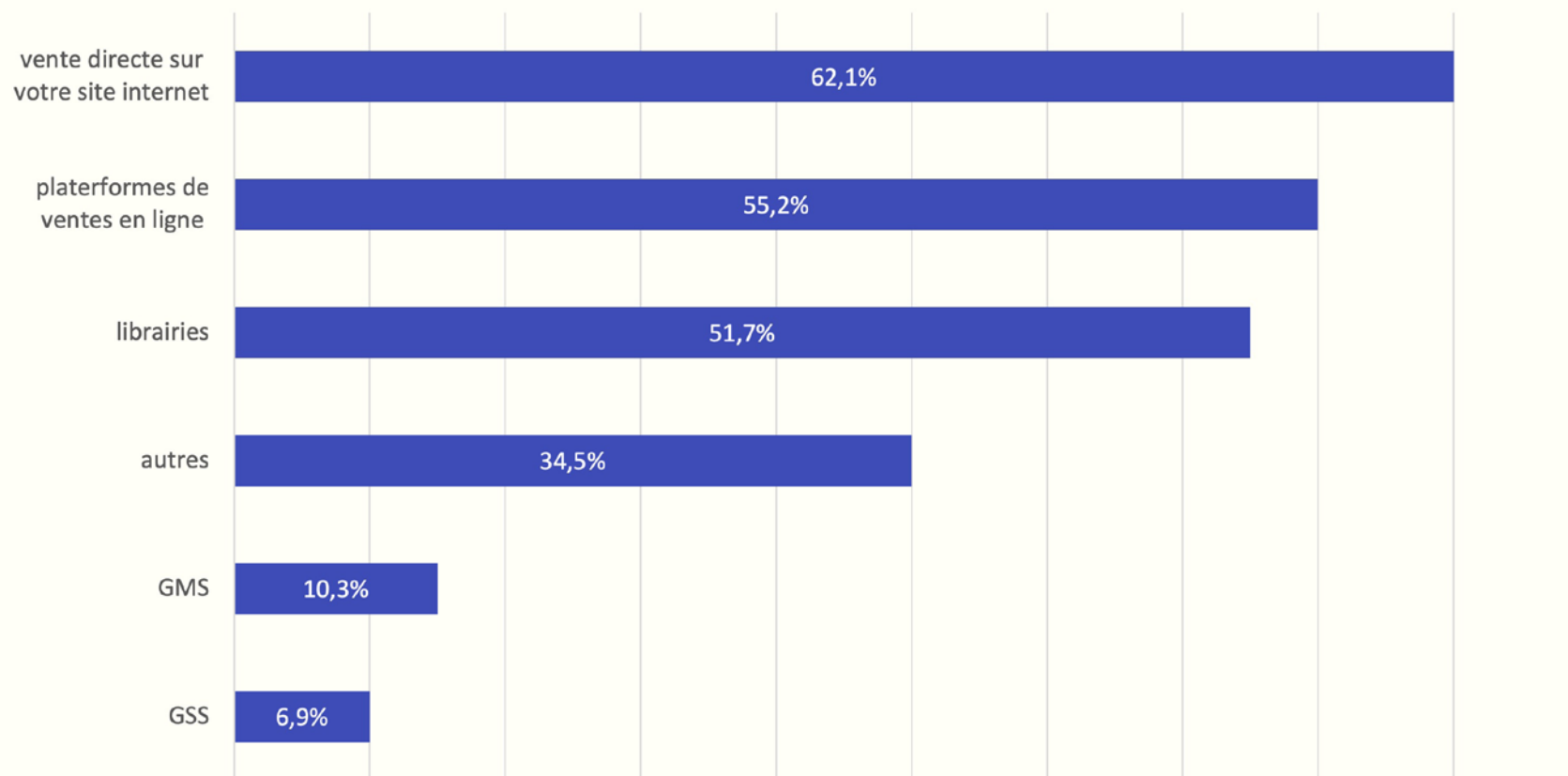
## Part de la sous-traitance à un studio

**42,9% des éditeurs de livres audio interrogés font appel à un studio extérieur**

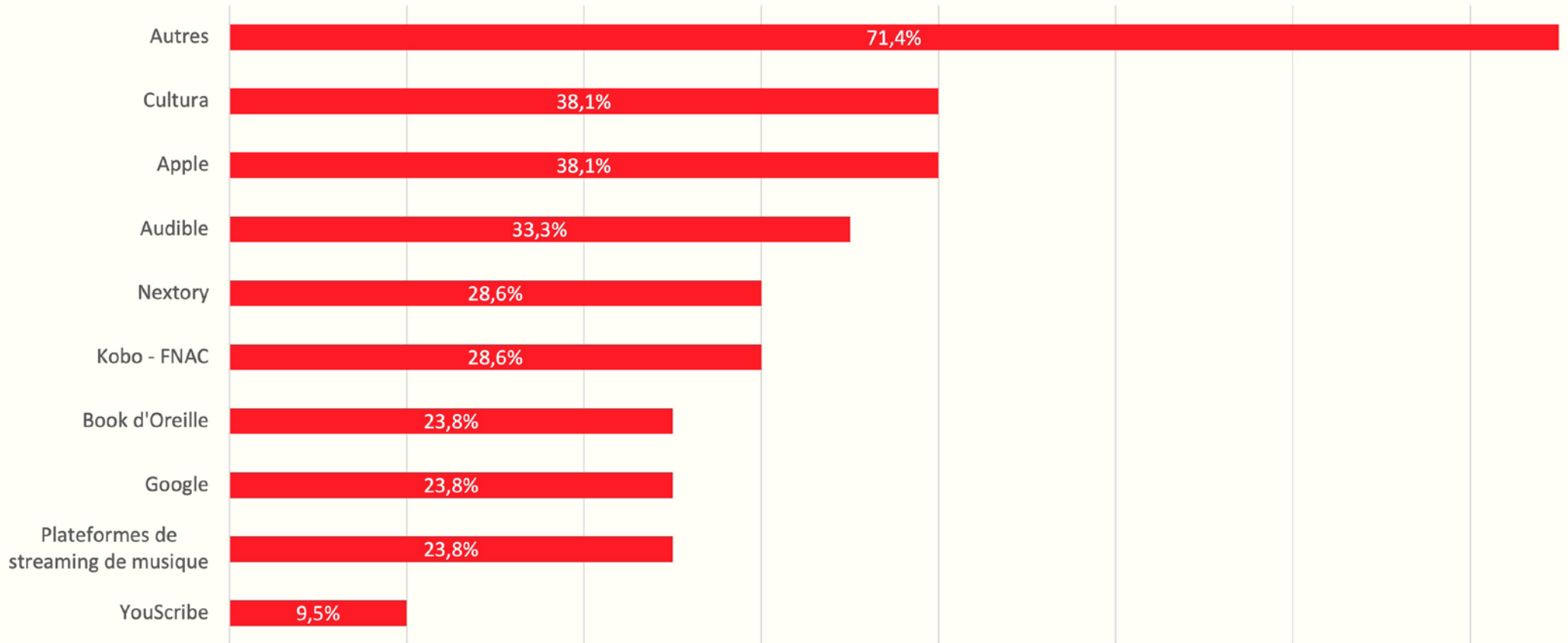


## Politique de commercialisation

**51,7 % des éditeurs de livres audio interrogés vendent leurs livres audio en librairies, 62% en vente directe sur leur site internet et 55,2% sur les plateformes de ventes en ligne.**

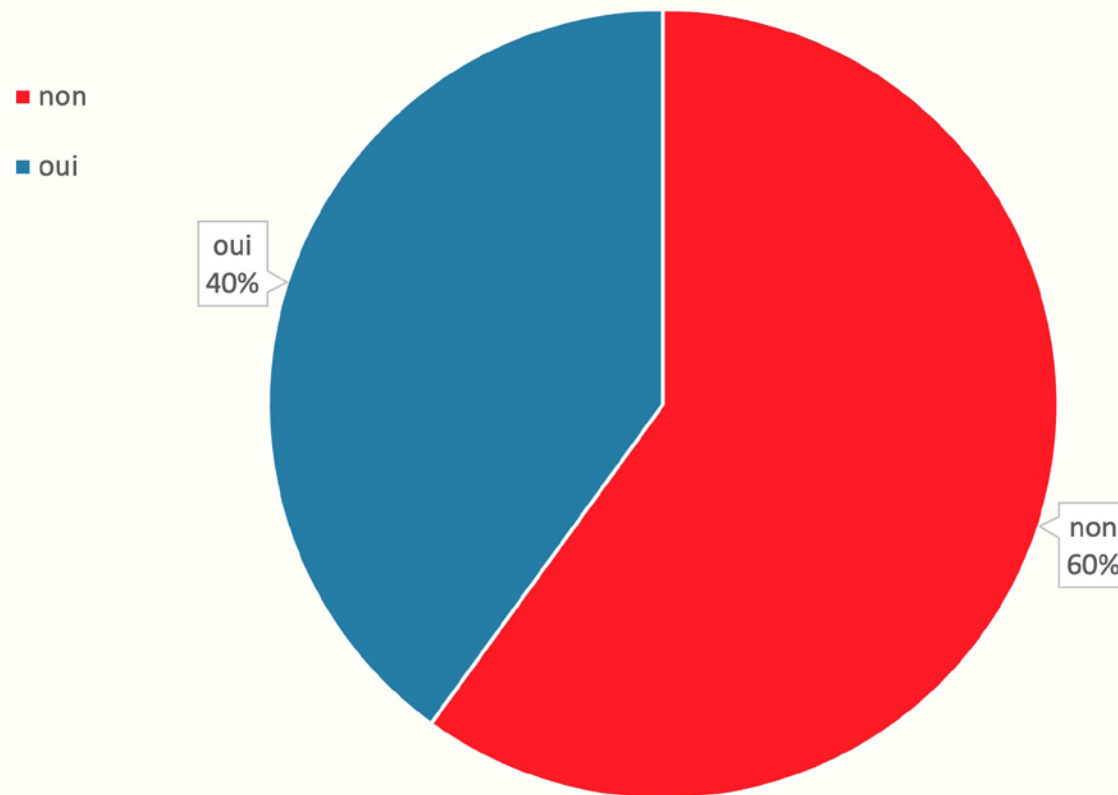


## Les plateformes de vente en ligne



## L'offre de livres audio dans PNB (prêt numérique en bibliothèques)

**60% des éditeurs de livres audio interrogés ne proposent pas leurs livres audio dans le PNB et la plupart indiquent qu'ils ne l'ont pas encore fait par manque de temps**

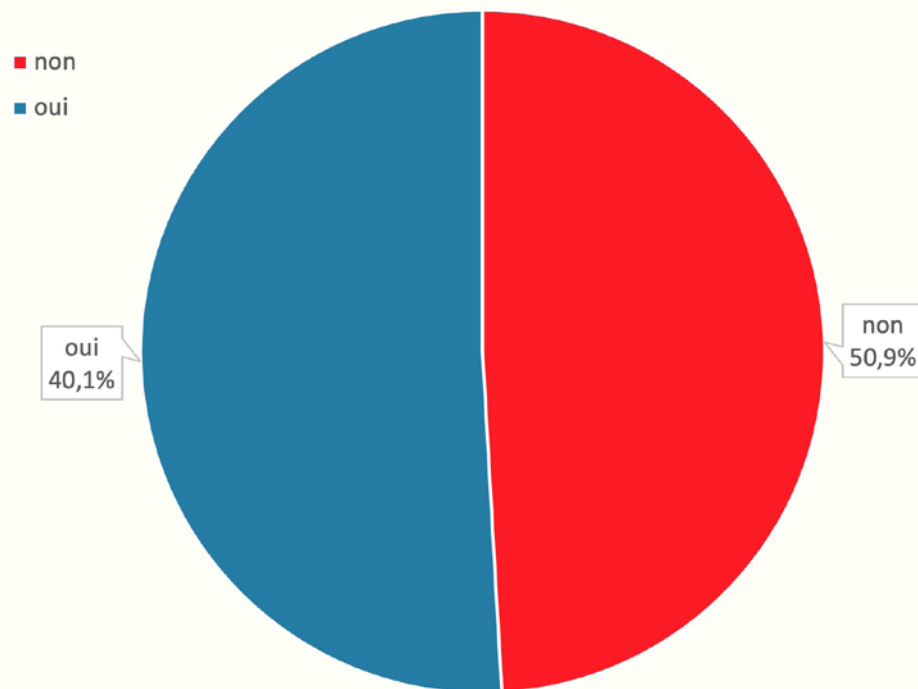




## II. LES EDITEURS NE DISPOSANT PAS D'UNE OFFRE DE LIVRES AUDIO

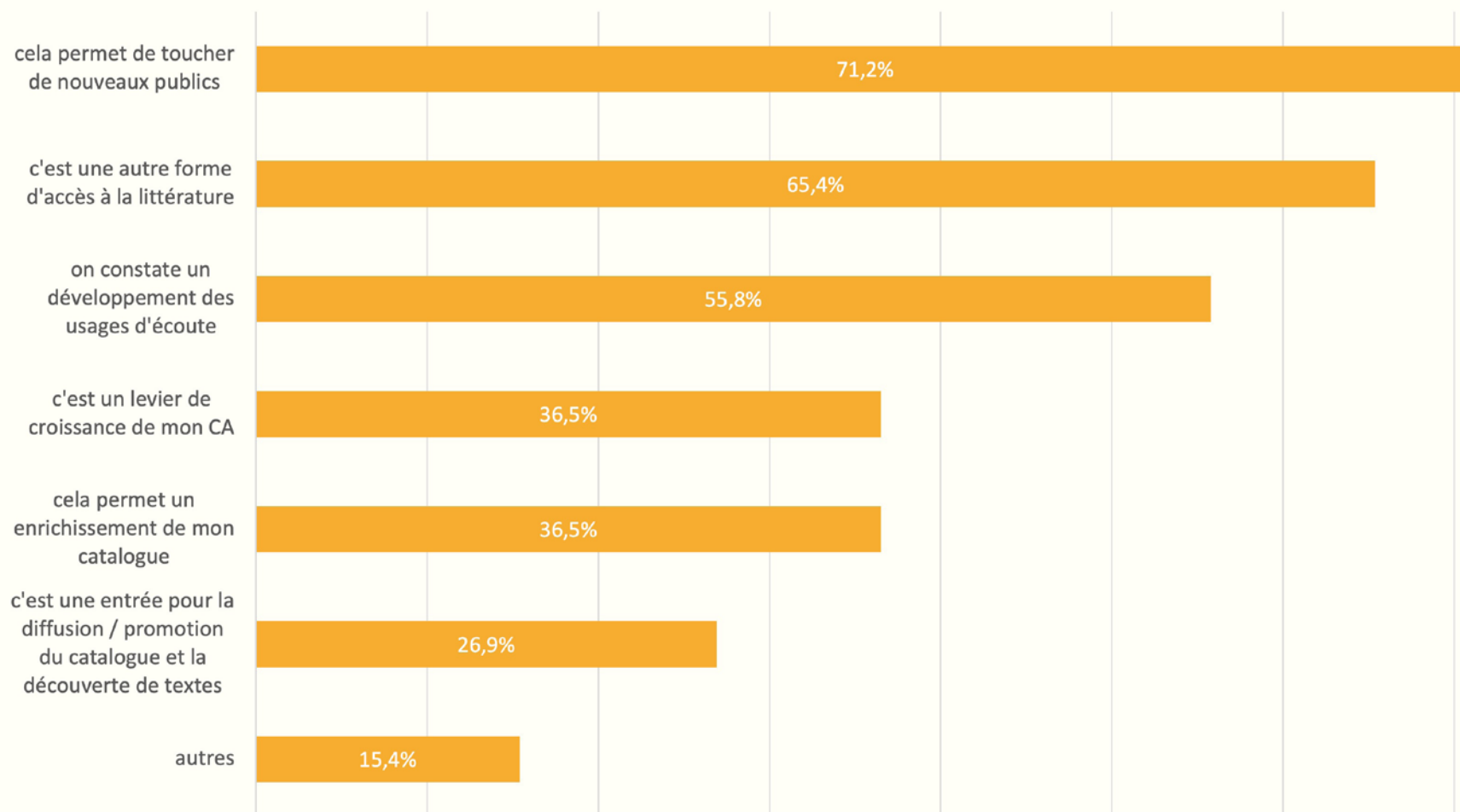
### Intérêt pour le livre audio

La moitié des éditeurs ne disposant pas actuellement d'une offre de livres audio envisagent d'une proposer une à l'avenir.



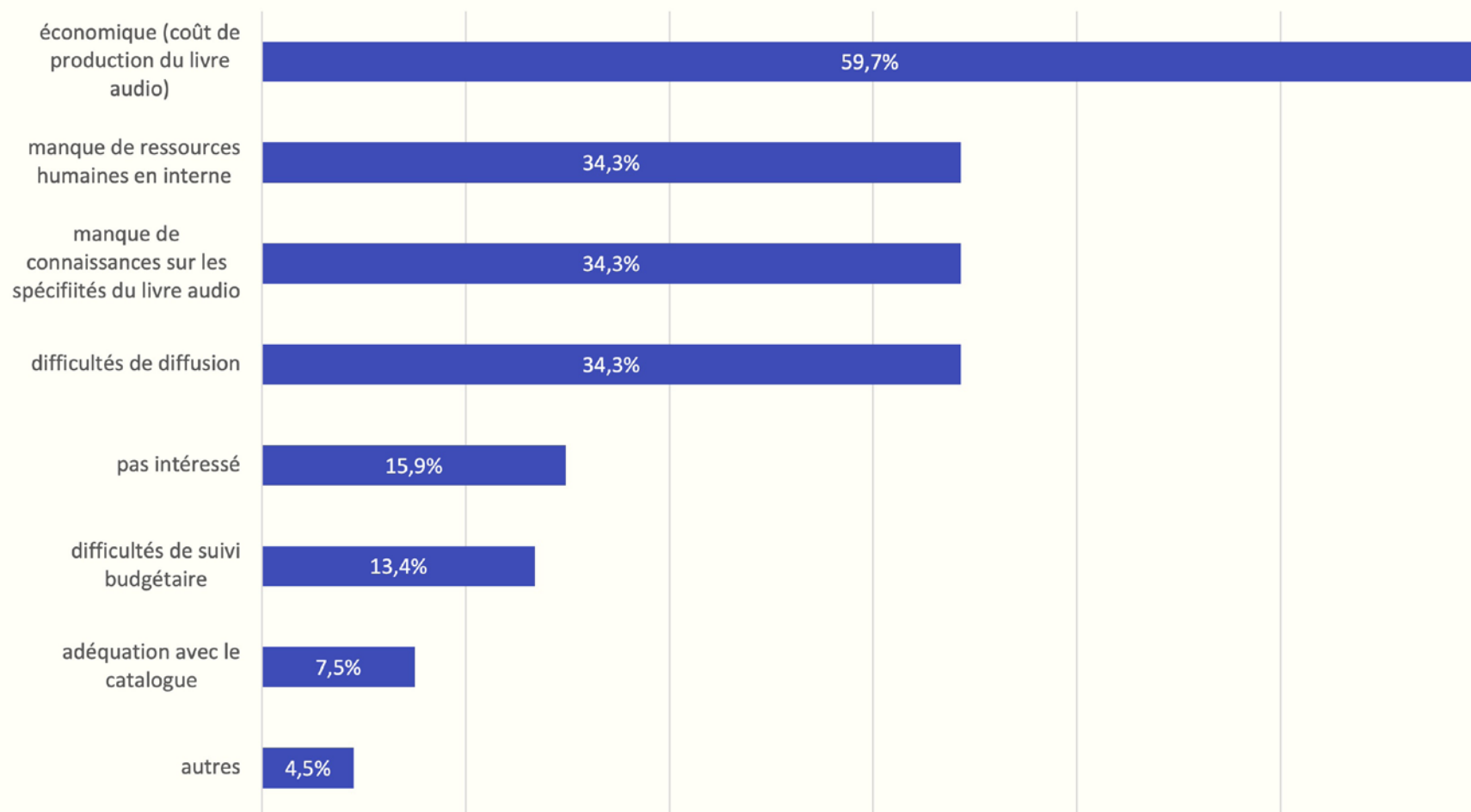
## Motivations au développement d'une offre de livres audio

**71% des éditeurs intéressés indiquent que le livre audio peut permettre de toucher de nouveaux publics, 65% que le livre audio est une autre forme d'accès à la littérature et 55% notent qu'on constate un développement des usages d'écoute.**



## Freins au développement d'une offre de livres audio

**59,7% des répondants soulignent le coût de production élevé, 34,3% indiquent manquer de ressources humaines et de connaissances sur les spécificités du livre audio et 34,3% relèvent les difficultés de diffusion.**



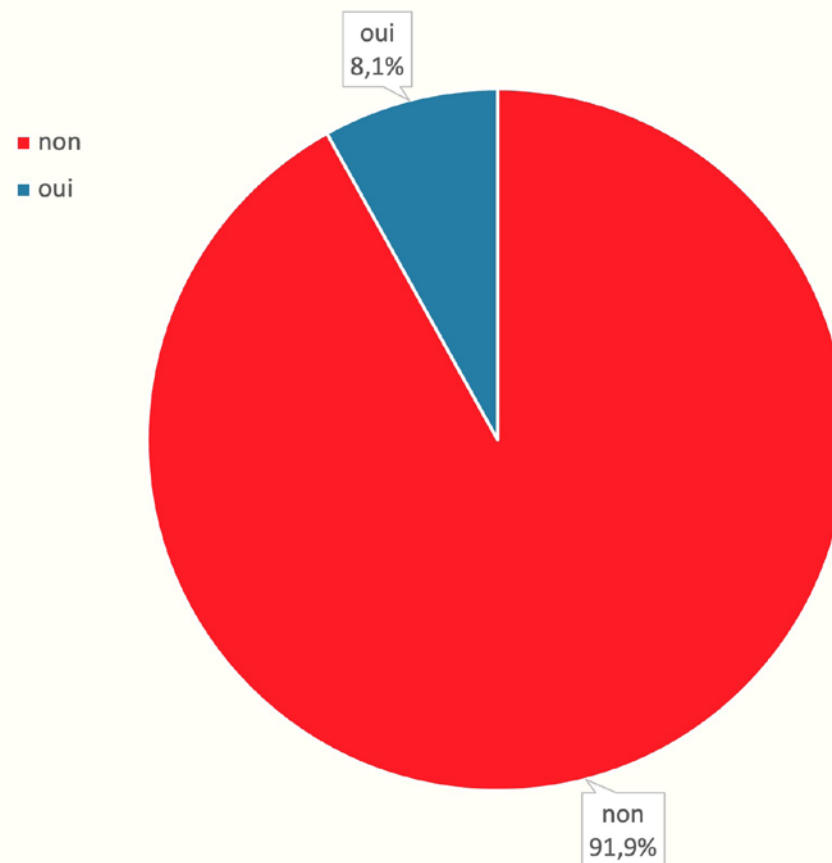


## **II. LES EDITEURS ET LE PODCAST**

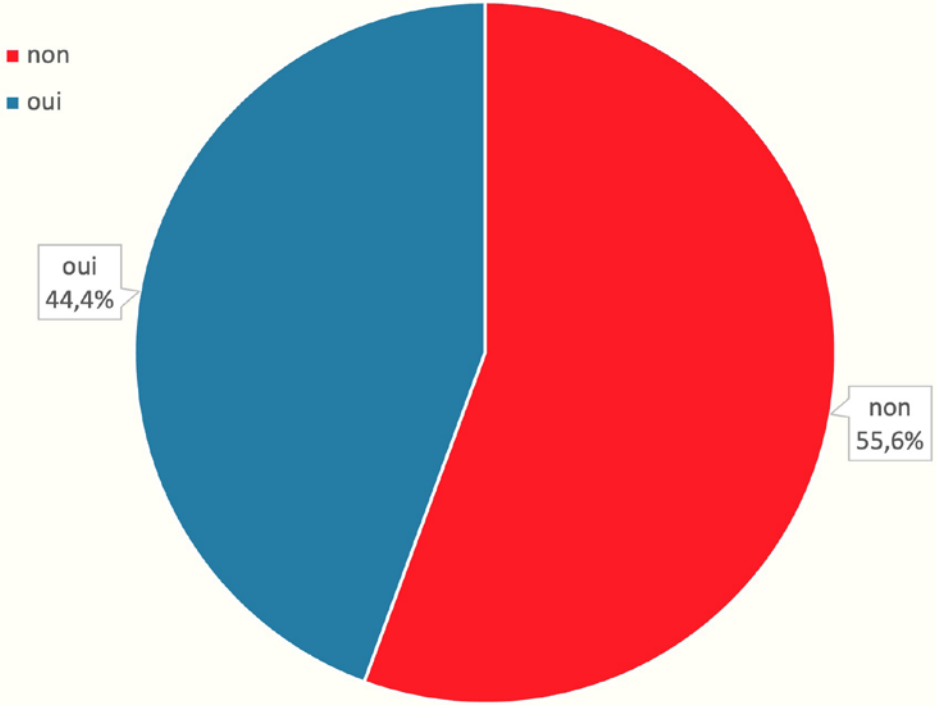
## Répondants disposant d'une offre de podcasts

63 éditeurs papier – 27 éditeurs de livres audio

8,1% des éditeurs interrogés produisent des podcasts.

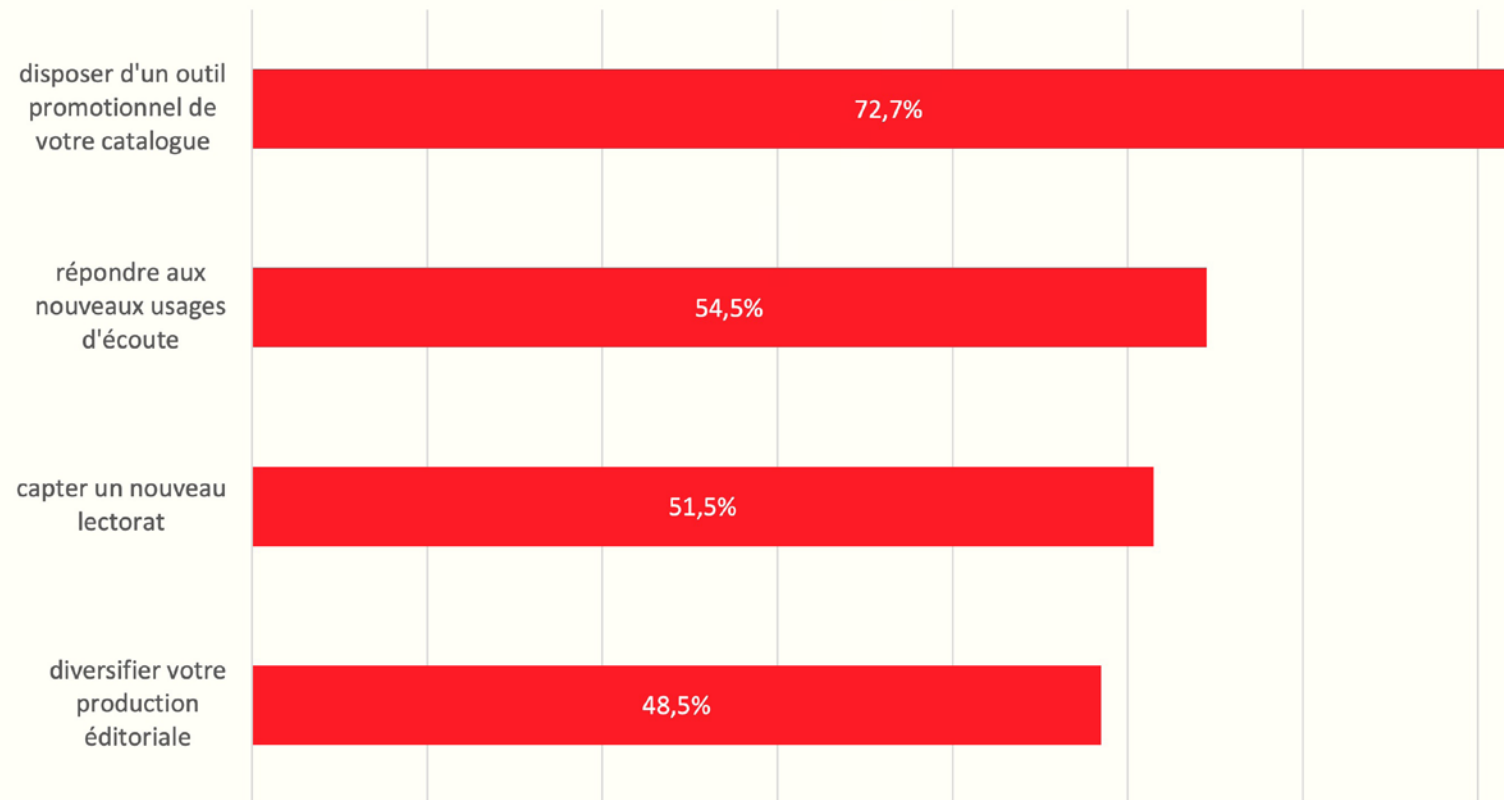


# 44,4% souhaiteraient en produire...



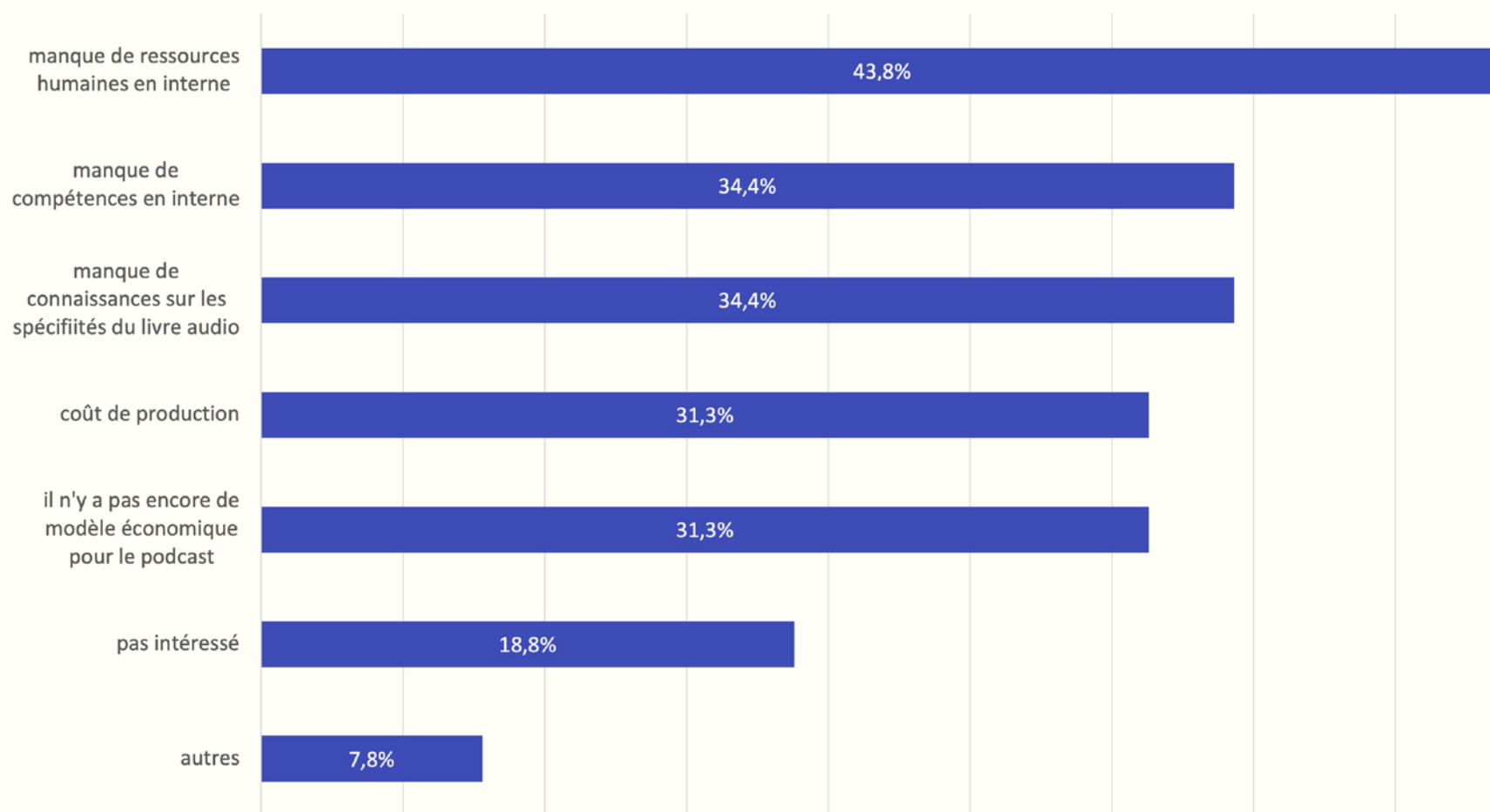
## Motivations au développement d'une offre de podcasts

**72,7% des éditeurs intéressés indiquent que le podcast serait un outil promotionnel de leur catalogue, 54,5% que ce format répond aux nouveaux usages d'écoute et 51,5% qu'il leur permettrait de capter un nouveau lectorat.**



## Freins au développement d'une offre de podcasts

**43,8% des répondants indiquent manquer de ressources humaines, 34,4% soulignent leur manque de compétences en interne et de connaissances sur le podcast. 31,3 % des répondants évoquent le coût de production et l'absence de modèle économique.**



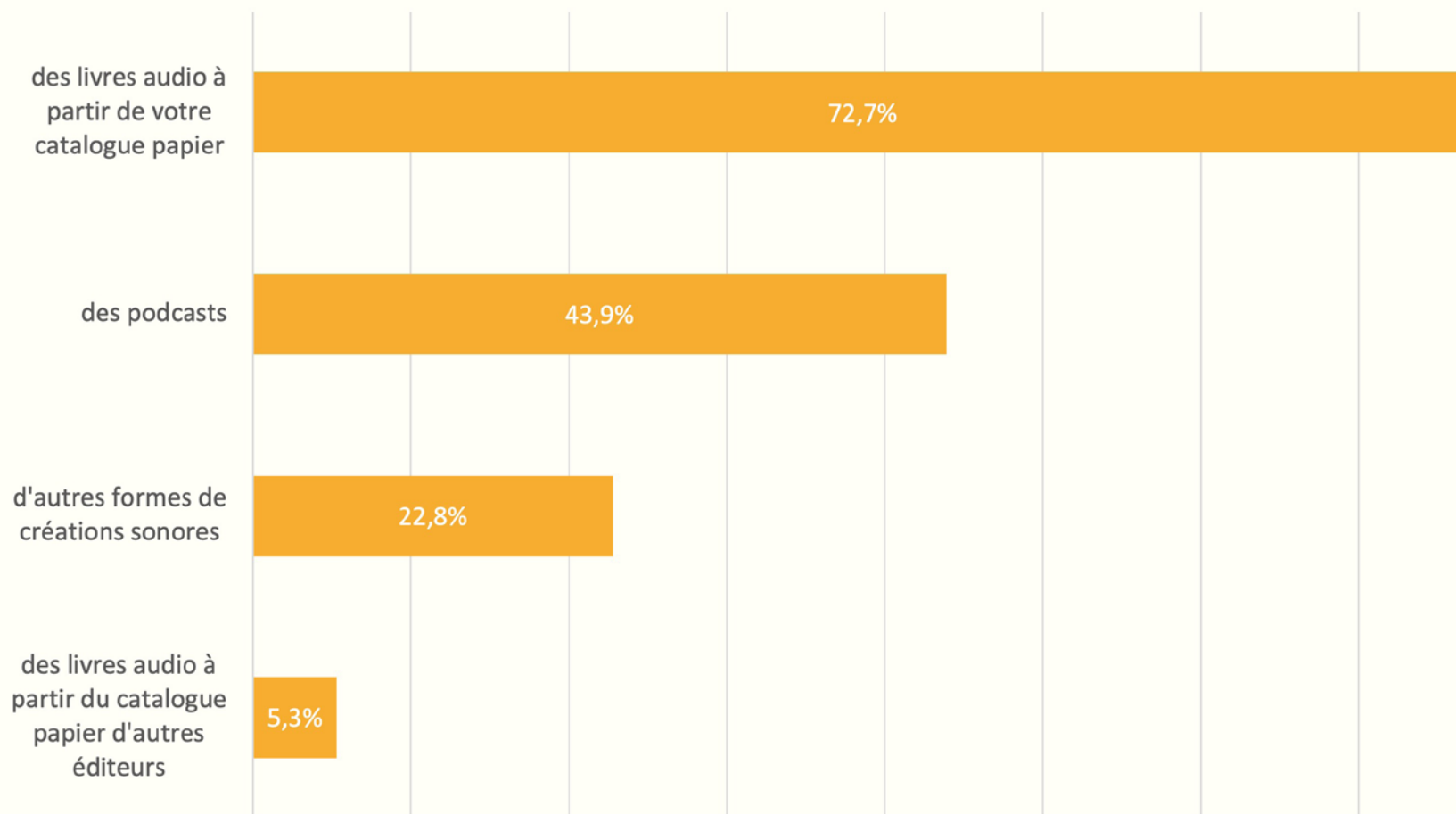




### **III. L'AVENIR DES CONTENUS SONORES**

## L'avenir des contenus sonores

**S'ils devaient développer une offre de contenus sonores, 77,2% des répondants indiquent qu'ils produiraient des livres audio à partir de leur catalogue papier, 43,9% des podcasts et 22,8% d'autres formes de créations sonores.**





**Les éditeurs, le livre audio et le podcast est une enquête téléchargeable à compter de janvier 2023 sur le site [www.laplumedepaon.com](http://www.laplumedepaon.com)**

© La Plume de Paon, 2022

14, rue du Maréchal Foch  
67460 Souffelweyersheim

Tél : 06 81 11 06 46

Mél : [contact@laplumedepaon.com](mailto:contact@laplumedepaon.com)

Contact : Cécile Palusinski

Création graphique originale : Elsa Mroziewicz

## Partenaires du Centre de ressources du livre audio et du podcast :



## Nous remercions les structures suivantes pour la diffusion de l'enquête :



Cette enquête a fait l'objet d'une présentation le 12 décembre 2022 lors de la Rencontre professionnelle du livre audio au Centre national du livre, organisée par La Plume de Paon, avec la participation de l'Institut français, des Alliances françaises de Bizerte et de Djerba et de Staytuned.