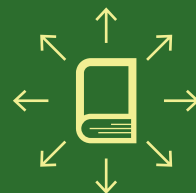




LIVRES CANADA BOOKS®

# La lecture en continu de livres audio et les modèles d'abonnement pour la distribution internationale



# Table des matières

- 1 Introduction**
- 2 Objectifs et termes clés**
- 4 Un aperçu du marché mondial**
- 14 Le marché du livre audio selon les régions**
  - 15 La France**
  - 15 Le Mexique**
  - 16 L'Espagne**
  - 17 Le Royaume-Uni**
  - 18 Les États-Unis d'Amérique**
- 19 Les principales plateformes d'abonnement et de diffusion en continu**
- 21 Les meilleures stratégies en matière de distribution et de monétisation**
- 23 Les possibilités et les défis**
- 25 Conclusion**
- 26 Annexe A**
- 27 Annexe B**
- 28 Références**
- 30 À propos des auteurs**

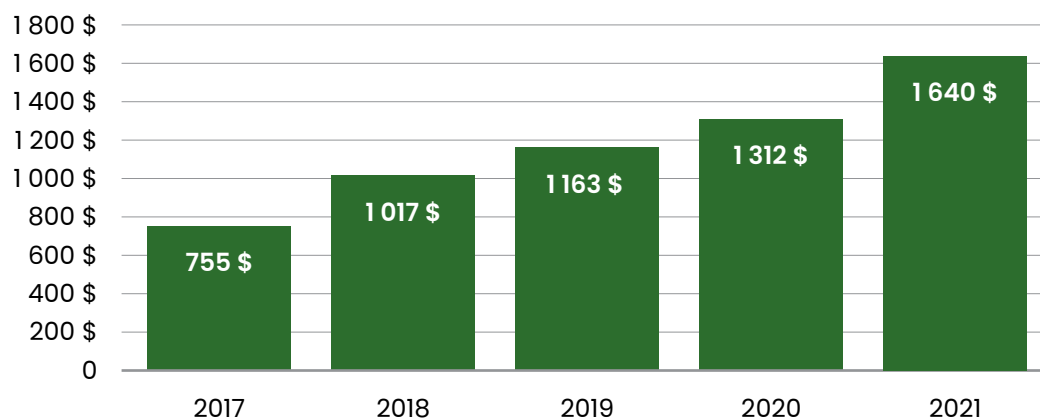
# Introduction

Ce rapport viendra étayer la conclusion selon laquelle il n'est pas trop tard pour les éditeurs pour tirer parti de la croissance continue du marché du livre audio. Les nouveaux distributeurs et modèles de distribution continuent de favoriser la présentation du format à de nouveaux consommateurs qui ne lisent pas de livres et qui appartiennent à des tranches d'âge plus jeunes. Les acteurs mondiaux des produits audio autres que les livres (c'est-à-dire la musique et les balados) se montrent de plus en plus intéressés par le produit et proposent le format de livre audio à un plus grand nombre d'auditeurs. La croissance prolongée du nombre de titres, la diversité croissante des sujets abordés et l'émergence du modèle d'abonnement illimité pour les ventes favorisent le recrutement de nouveaux auditeurs.

Il existe également de nouvelles façons d'exploiter les droits sur des marchés extérieurs au cercle traditionnel du livre. La monétisation par le biais de balados, de jetons non fongiques (JNF) et d'autres produits audio parallèles à la propriété principale du livre audio accroît le potentiel de revenus futurs. Le contenu numérique étant le format de produit prédominant, les éditeurs peuvent proposer des titres partout dans le monde, sans se heurter aux problèmes de chaîne d'approvisionnement et de logistique associés aux livres imprimés. De plus, les éditeurs peuvent exploiter relativement facilement les droits audio à l'échelle mondiale dans plusieurs langues, ainsi que sur différents marchés et canaux.

La production de livres audio a profité de la croissance générale du bureau numérique. Des gains d'efficacité sont constatés dans tous les domaines du processus, notamment la livraison des scripts en format PDF au lieu d'une copie papier envoyée par la poste, l'utilisation de logiciels d'intelligence artificielle (IA) pour aider à détecter les erreurs de lecture ainsi que l'apparition des studios d'enregistrement à domicile, qui se multiplient et se perfectionnent. Cette tendance s'est installée au cours de la dernière décennie, et tout indique que l'efficacité de la production continuera de s'améliorer.

## Ventes nettes déclarées par les éditeurs de produits audio d'Amérique du Nord (en millions)

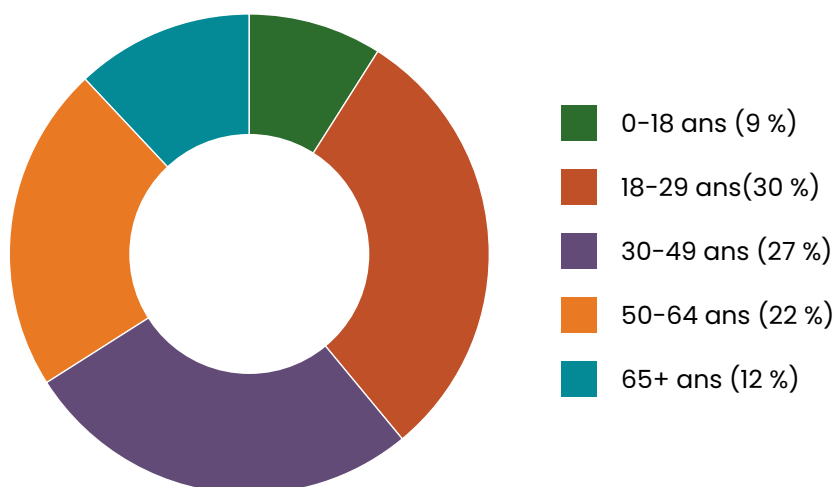


**Figure 2. La croissance des ventes de livres audio de 2017 à 2021**

Le secteur du livre audio continue de générer de plus en plus de revenus, ce qui permet de financer de nouveaux investissements dans la création de titres, depuis les plus grands éditeurs jusqu'aux plus petits auteurs. La légère hausse des ventes et de l'intérêt pour le format audio a permis aux éditeurs ayant des programmes audio d'élargir plus facilement leur catalogue audio. Elle incite également les éditeurs qui se consacrent au format de livre audio à acquérir une plus vaste gamme de titres, à créer davantage de programmes audio en dehors du format de livre traditionnel et à développer leur catalogue de produits audio autres que les livres. Des éditeurs qui n'avaient auparavant pas de programmes audio en ont lancé. On voit même des auteurs qui conservent les droits audio de leurs livres et créent leur propre produit audio via des plateformes de production autonome, des agrégateurs et même directement avec des talents vocaux.

Avec la multiplication des titres disponibles, les éditeurs cherchent souvent à se distinguer et à augmenter la visibilité de leurs titres, en mettant davantage l'accent sur la production. Nous voyons un plus grand nombre de productions à plusieurs voix, de narrations réalisées par des célébrités et d'enregistrements à distribution complète – qui sont souvent des programmes originaux autonomes ou qui supposent une adaptation du texte, des effets sonores et de la musique.

## Âge des auditeurs de livres audio selon Pew Research study (février 2021)



**Figure 4. La répartition des auditeurs de livres audio en fonction de l'âge**

Le secteur du livre audio se trouve en quelque sorte à la croisée des chemins. Des groupes de discussion menés par l'Audio Publishers Association ont clairement exprimé un intérêt pour le modèle d'abonnement illimité; et même si les données présentées ne détaillent pas le type d'abonnement choisi par chaque consommateur, la hausse des offres d'abonnement illimité, ainsi que l'augmentation de la disponibilité de ce type d'abonnement, permet de déduire que les consommateurs sont plus nombreux à profiter de ce modèle. De plus, la croissance continue de la part de marché globale des grands distributeurs qui proposent des abonnements illimités, comme Storytel, et l'acquisition de Findaway par Spotify (qui utilise le modèle d'abonnement illimité pour les balados et la musique) indiquent dans quelle direction le marché évolue. Les consommateurs, en particulier les auditeurs avides de livres audio, sont naturellement attirés par ce profil de vente basé sur l'économie et la facilité. C'est non seulement moins coûteux par unité d'écoute, mais les auditeurs n'ont pas à sélectionner chaque mois un titre à acheter; ils ont plutôt accès à une bibliothèque de contenus permanente. Comme nous l'avons vu dans les modèles d'abonnement des autres secteurs du divertissement, le flux régulier de nouveaux contenus de qualité doit être maintenu, sinon le service devient obsolète pour les auditeurs, et ceux-ci finissent par se désabonner.

De l'autre côté de l'économie du livre audio, on trouve les grands éditeurs et les auteurs à succès, qui cherchent à maximiser leurs profits, sans nécessairement accroître la notoriété de leurs marques ou de leurs auteurs. La plupart de leurs ventes proviendront d'une recherche ou d'un achat précis. Pour ces auteurs et ces éditeurs, le volume progressif ne compenserait probablement pas la réduction des revenus de vente par unité. Ils ne sont donc guère incités à proposer des titres dans le modèle d'abonnement illimité.

# Le marché du livre audio selon les régions

On estime à 1,5 milliard le nombre de personnes qui parlent anglais dans le monde. Si l'on tient compte uniquement des locuteurs natifs et de ceux pour qui l'anglais est une deuxième langue, ce chiffre est ramené à environ 840 millions. De la même manière, il y a dans le monde plus de 275 millions de personnes qui parlent français. Toutefois, ce nombre est réduit à 80 millions lorsqu'on recense uniquement les locuteurs natifs. Selon le rapport de février 2020 de Storytel, dans les nombreux marchés de cette entreprise, 85 % de l'écoute de livres audio se fait dans la langue locale. Il est donc essentiel de connaître les pays francophones et les entreprises qui les distribuent<sup>1</sup>

Une tendance mondiale d'augmentation du lectorat masculin, tant pour la lecture que pour l'écoute de livres audio, suggère que les hommes préfèrent écouter un livre audio plutôt que de lire un livre. On constate cette tendance sur certains marchés. Le nombre et la variété des titres audio proposés influenceront le type de contenus qui pourraient avoir plus de succès en format audio.

---

<sup>1</sup> Selon l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF – <https://www.francophonie.org/>), il y a 321 millions de francophones dans le monde, incluant tant les personnes ayant le français comme langue maternelle que les francophones ayant une autre langue maternelle.

# Annexe A

## Associations clés dans différents marchés

### France

**Syndicat national de l'édition** : [www.sne.fr](http://www.sne.fr)

### Mexique

**Chambre mexicaine du livre**

**(Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, CANIEM)** :

[www.caniem.online](http://www.caniem.online)

### Espagne

**Fédération espagnole des associations d'éditeurs**

**(Federación de Gremios de Editores de España, FGEE)** : [www.federacioneditores.org](http://www.federacioneditores.org)

**Association internationale de la distribution de l'édition**

**(International Publishing Distribution Association)** : [www.ipdaweb.org](http://www.ipdaweb.org)

### Royaume-Uni

**Association des éditeurs du R.-U. (Publishers Association, UK)** :

[www.publishers.org.uk](http://www.publishers.org.uk)

### États-Unis

**Association des éditeurs de livres audio (Audio Publishers Association)** :

[www.audiopub.org](http://www.audiopub.org)

**Association des bibliothèques américaines (American Library Association)** :

[www.ala.org](http://www.ala.org)

**Association des bibliothèques publiques (Public Library Association)** :

[www.ala.org/pla](http://www.ala.org/pla)