



LIVRES CANADA BOOKS®

Le marché mondial du livre audio

LE MARCHÉ MONDIAL DU LIVRE AUDIO

©Livres Canada Books, 2018
ISBN 9781988769097

Publié par Livres Canada Books, association nationale d'éditeurs canadiens chargée de favoriser les ventes à l'exportation.

Ce document a été rédigé par Michele Cobb et Michael Desrosiers pour le compte de Livres Canada Books. Tout a été mis en œuvre pour assurer l'exactitude des renseignements contenus dans ce rapport. Toutefois, l'éditeur n'assume aucune responsabilité quant à l'exactitude des renseignements présentés par l'auteur et se dégage de toute responsabilité quant aux pertes ou dommages que pourraient entraîner les erreurs ou les omissions. Les avis exprimés dans le présent document sont ceux des auteurs.

Livres Canada Books
1 rue Nicholas, bureau 504
Ottawa (Ontario) K1N 7B7

www.livrescanadabooks.com

Traduit de l'anglais par Josée Latulippe

Table des matières

Principales conclusions et recommandations	1
Sommaire	2
Facteurs de l'explosion de la production	2
Quels droits sont appropriés?	5
Types de propriétés qui fonctionnent bien en format audio.	5
Quel est le bon marché?	6
Rôle des propriétés en français.	7
Modèles d'édition.	7
Examiner votre fonds d'édition	8
Développer la consommation	9
Où allons-nous?.	11
Se préparer à distribuer des contenus à l'extérieur du Canada	14
Fabrication d'un livre audio	14
Appareils.	20
Vendre des contenus à l'extérieur du Canada.	21
Travailler avec des distributeurs et des agrégateurs numériques	21
Activités de vente et de promotion	22
Modes de livraison nouveaux, émergents ou à venir.	22
Profils de marchés	23
Principaux marchés.	23
Marchés émergents.	24
Autres marchés qui se démarquent	25
Conclusion	27

Annexes	28
Principaux distributeurs à l'international	28
Principales associations et organisations du secteur de l'édition à l'international	29
Sources utilisées pour préparer ce rapport	30
Glossaire.	32
 À propos des auteurs	 33

Principales conclusions et recommandations

Ce rapport permettra de conclure que tous les acteurs sont en mesure d'exploiter la croissance rapide du marché du livre audio. Plusieurs facteurs ont une incidence sur le milieu du livre audio et entraînent sa croissance; les éditeurs, les auteurs et les auditeurs sont bien placés pour en profiter. Plusieurs forces sont en place et devraient permettre une expansion continue du marché. La croissance des revenus et le contrôle des coûts des livres audio ont contribué à une montée en flèche dans trois principaux domaines au cours des dernières années, dans un avenir prévisible. Ainsi, les nombres de titres, d'auteurs et de sujets augmentent en chiffres absolus; dans le cas du nombre de titres, on peut ajouter que la variété des titres s'élargit considérablement. Le marché du livre audio est un marché beaucoup plus mondial qu'il ne l'était. Les consommateurs choisissant de façon prédominante les contenus numériques, la plupart des obstacles à la livraison de contenus d'un pays à un autre sont minimes. L'accent est mis sur la pertinence du contenu et sur la langue. Dans ce contexte, si vous avez accès à des droits pour le format audio, vous devriez les exploiter activement au maximum.

Sommaire

Ce rapport examine les principales composantes et les plus récentes tendances du marché mondial du livre audio, ainsi que les défis auxquels le secteur devra faire face et les possibilités qui se présentent à lui. Le rapport se concentre sur la publication de contenus, la fabrication de livres audio, les occasions de distribution et de vente, de même que les attentes du marché. Nous étudions les principaux marchés géographiques du livre audio, notamment les États-Unis, le Royaume-Uni et l'Australie. Nous nous intéressons également à certains marchés émergents, soit l'Allemagne, la France et la Suède. Si ce rapport se penche principalement sur le marché anglophone, nous discutons aussi de la place des livres audio en français dans l'ensemble du marché. L'objectif de ce rapport est de permettre au lecteur de comprendre les livres audio, le contexte du livre audio et la manière d'optimiser les droits du format audio au Canada et dans le monde.

Le marché mondial du livre audio représente environ 3,5 milliards de dollars. Il a démontré, au cours des dernières années, sa capacité à progresser dans presque tous les territoires, et tout indique qu'il devrait continuer de croître à court terme. Le marché est influencé par plusieurs facteurs qui appuient sa progression continue :

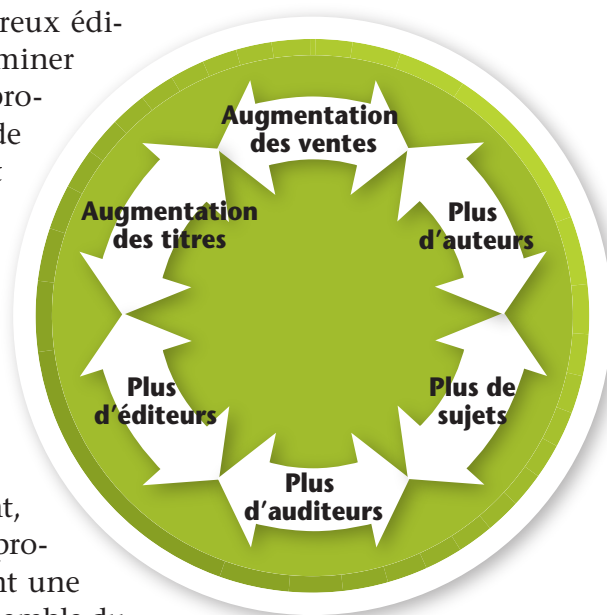
- Une explosion du nombre de titres produits, parallèlement à une augmentation des possibilités de partenariats de distribution, ainsi que l'introduction de structures de prix différentes tant pour les détaillants existants que pour les nouveaux acteurs du marché de détail.
- Une sensibilisation accrue de tous les acteurs, depuis les auteurs jusqu'aux agents, en passant par les éditeurs de contenus et les consommateurs. Tous s'attendent désormais à ce que leur livre ou leur auteur préféré soit accessible en format audio.
- Les auditeurs ayant tendance à être plus jeunes, le consommateur de livre audio achète sur une plus longue période et dans un plus vaste éventail de sujets.

Facteurs de l'explosion de la production

Augmentation de la production, de la distribution et des possibilités

L'augmentation du nombre de titres produits a été stupéfiante au cours des deux à cinq dernières années, et rien n'indique que cela devrait changer à court terme. Principale conséquence de cette croissance, le format audio est désormais disponible pour un plus grand nombre d'auteurs et pour des sujets plus variés. Et, tout aussi important, parce que le marché s'est considérablement élargi, il existe un public pour que les contenus de ces nouveaux auteurs ou sujets puissent être consommés d'une manière qui soit économiquement viable pour les créateurs audio. En accédant à de nouveaux domaines de publication, le format audio capte l'attention de nouveaux auditeurs, qui sont plus susceptibles d'écouter les productions audio à venir dans divers genres littéraires, en plus des sujets existants qui les ont attirés vers le format audio. L'explosion de la production de titres se produit sur trois fronts. D'abord, les éditeurs fouillent

davantage leurs propres catalogues. De nombreux éditeurs réalisent maintenant qu'ils doivent examiner le potentiel en format audio de tout ce qu'ils produisent; et avec l'augmentation du nombre de producteurs audio indépendants, ils estiment qu'ils devraient produire en format audio tous les titres qui s'y prêtent. Deuxièmement, les producteurs audio indépendants produisent non seulement des titres provenant de petits et moyens éditeurs, mais ils acquièrent également des titres directement d'auteurs et d'agents littéraires, qui sont plus conscients de la valeur du format audio et cherchent activement à produire des livres audio. Troisièmement, les auteurs eux-mêmes sont plus actifs dans la production audio. Plusieurs plateformes proposent une production « maison » et peuvent faciliter l'ensemble du processus, notamment en fournissant un produit audio fini et des services de distribution et de vente. Tous ces éléments font qu'il y a plus de titres disponibles, par un plus grand nombre d'auteurs et sur un plus grand nombre de sujets.

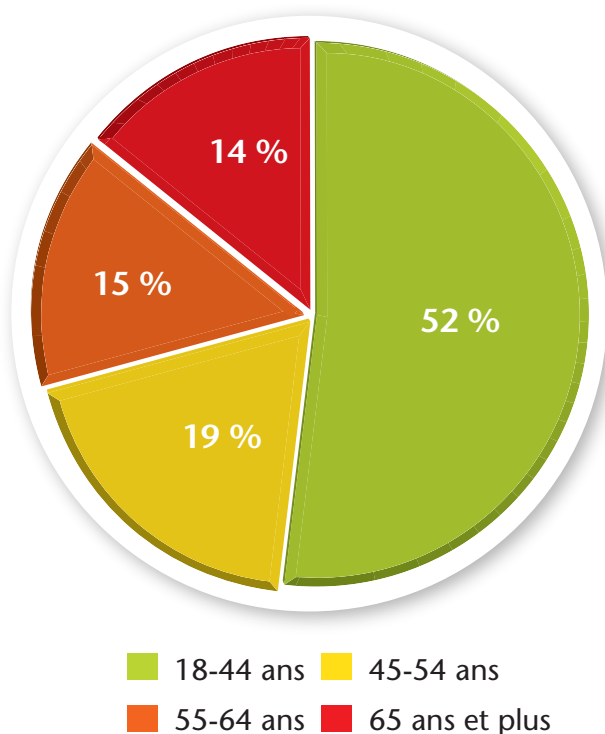


L'apparition de nouveaux partenaires de distribution et la transformation des modèles d'entreprises favorisent la sensibilisation des consommateurs et la multiplication des occasions d'achat. Il n'y a pas si longtemps, on se rendait dans un magasin et on achetait un livre audio qui se trouvait sur 10 cassettes ou 10 CD, dans un emballage plus volumineux que le livre lui-même. On pouvait l'écouter dans la voiture en se rendant au bureau, ou encore à l'occasion quand on faisait de la route pendant les vacances. Cela représentait tout un investissement en temps et en argent. Aujourd'hui, on peut télécharger un livre sur un ordinateur, le lire en flux continu sur le système audio de la voiture, ou encore le télécharger ou le lire en flux continu sur son téléphone. On peut acheter des livres audio individuels, les emprunter en format numérique à la bibliothèque ou s'abonner à un service qui permet de consommer chaque mois autant de livres qu'on le souhaite. Divers plans répondent à tous les goûts et à toutes les situations économiques des consommateurs. De plus, les produits deviennent de plus en plus abordables et facilement accessibles pour les consommateurs.

Sensibilisation accrue

La sensibilisation des acteurs augmente, et cette sensibilisation contribue à stimuler la production. Un plus grand nombre d'auteurs demandent à leurs agents – qui se contentaient autrefois d'« inclure » le format audio dans tous les autres droits vendus à un éditeur – d'examiner la possibilité d'ententes distinctes pour le format audio. Les agents séparent maintenant les droits du format audio de ceux du format écrit, leur établissant une valeur distincte; cela permet de créer plus de revenus potentiels pour eux-mêmes et pour leurs clients. Cet effort en faveur du format audio accroît le nombre de titres disponibles, provenant soit des éditeurs, des producteurs audio indépendants ou des

MARCHÉ DU LIVRE AUDIO EN FONCTION DE L'ÂGE



auteurs eux-mêmes, par l'intermédiaire de nouveaux services de production et de distribution. Les droits pour le format audio gagnent du terrain, et les éditeurs leur trouvent sans cesse de nouveaux marchés.

Des auditeurs plus jeunes

La tendance indique un rajeunissement et un accroissement de la clientèle des livres audio. C'est là une tendance positive importante pour la croissance à venir du secteur. Quand on devient un utilisateur de livres audio, on continue généralement à l'être, ce qui représente plus d'achats au cours de la vie d'un consommateur. Les jeunes auditeurs peuvent avoir une influence sur leur famille qui grandit, convertissant peut-être un non-auditeur en auditeur. L'auditeur plus jeune peut aussi avoir une incidence sur ses pairs, en raison de son groupe d'amis habituellement plus vaste et de l'importance plus grande accordée chez les jeunes à l'opi-

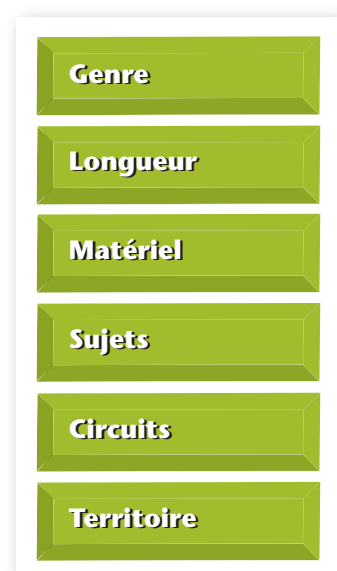
nion des pairs. Les jeunes consommateurs auront aussi des besoins différents en matière de formats audio. Au cours des premières étapes de leur carrière et de leur vie de famille, ils pourraient être plus enclins à rechercher des titres proposant des conseils ou offrant une évasion, alors qu'un consommateur plus mûr recherchera un livre offrant un pur divertissement ou des connaissances de base plutôt qu'un outil de croissance personnelle. L'écoute et l'achat diffèrent selon les groupes d'âge, ce qui élargit la variété des produits audio demandés. Le consommateur plus jeune est aussi plus susceptible d'être un auditeur de baladodiffusion, étant donné que 44 % des auditeurs réguliers de baladodiffusion sont âgés de 35 ans ou moins. Des études ont montré que les auditeurs de baladodiffusion sont plus enclins à écouter des livres audio que les non-auditeurs de balados; un auditeur de baladodiffusion écoute généralement deux fois plus de livres audio qu'un auditeur de livres audio qui n'écoute pas de balados.

Ce rapport devrait fournir des indications et des conseils pour exploiter le marché du livre audio, du point de vue des éditeurs ou des auteurs. Il présente des renseignements contextuels ainsi qu'une analyse de l'expansion rapide du marché et des raisons qui l'expliquent. Il examine également pourquoi nous croyons que les facteurs stimulant le livre audio sont en place pour favoriser la poursuite de cette croissance. Divers points importants seront présentés, notamment l'augmentation du nombre de titres, la diversité des sujets traités, une plus grande sensibilisation de tous les acteurs, ainsi que le jeune âge des auditeurs de livres audio – éléments qui indiquent tous un développement accru du secteur du livre audio.

Quels droits sont appropriés?

Le développement du marché du livre audio mentionné ci-dessus suppose une croissance tant pour les sujets courants que pour les sujets de niche. Lorsqu'on réfléchit aux choix de titres et de droits qui fonctionneront le mieux dans le format audio, il est utile de garder à l'esprit que la rentabilité et la durabilité accrues des sujets de niche rendent possible la publication d'idées et d'histoires nouvelles et différentes.

Types de propriétés qui fonctionnent bien en format audio



Certains livres ne se prêtent pas bien au format audio. Par exemple, certains titres ont une composante visuelle tout simplement trop importante pour être transposés adéquatement en format audio; ils exigent de l'auditeur qu'il se rende sur un site pour télécharger les éléments visuels ou de l'éditeur qu'il les fournisse. Cela n'est pas un obstacle insurmontable, mais cela peut limiter quelque peu la manière dont le document audio est consommé et peut s'avérer plus coûteux pour le fournisseur du format audio. À l'inverse, certains genres s'y prêtent bien quelle que soit la situation géographique, et peuvent être lancés de façon « sûre » dans tous les territoires. Par exemple, les romans d'énigme, polars, romans d'amour, histoires fantastiques ou de science-fiction fonctionnent bien sur le marché mondial. Avec certaines variations, ils trônent généralement au sommet des palmarès de vente partout sur la planète.

D'autres genres s'avèrent les meilleurs vendeurs dans certains territoires. Par exemple, l'humour/la comédie est une catégorie très populaire au Royaume-Uni, et les titres jeunesse et jeunes adultes fonctionnent bien en Allemagne.

La longueur des productions audio est aussi à prendre en compte. Un livre audio dure en moyenne de sept à neuf heures. Cela varie quelque peu selon le genre; les titres de science-fiction/fantastiques sont souvent plus longs, alors que les livres jeunesse et humoristiques sont un peu plus courts. Les auditeurs seront attentifs à l'« engagement » qui sera exigé d'eux. Un titre très long sera plus difficile à vendre au consommateur occasionnel de livres audio, alors qu'un fidèle auditeur de livres audio saura apprécier une expérience d'écoute plus longue. Par exemple, un roman fantastique a souvent un scénario assez élaboré, et les lecteurs s'attendent à une lecture ou à une écoute plus longue. Les livres plus courts seront davantage comparés aux baladodiffusions (60-90 minutes), et leur prix doit être fixé en conséquence. Plusieurs titres courts pourraient

aussi être combinés en une même édition audio. Par exemple, si l'un de vos auteurs écrit de petits romans d'amour, vous pouvez en regrouper trois ou quatre dans une production audio.

Parmi les autres facteurs qui ont une incidence sur le format audio, mentionnons la prononciation des mots difficiles et les noms compliqués. Cela est une préoccupation dont il faut tenir compte lorsqu'on doit choisir un narrateur, mais soyez conscient que plus il y en a, plus le processus de création audio sera complexe. Le narrateur devra faire des recherches sur la prononciation et les accents avant de commencer les enregistrements. Si un titre nécessite un temps considérable pour la recherche, souvent le narrateur facturera un tarif horaire. Cela fera gonfler à la fois les coûts et le temps de production. De plus, les sujets d'actualité qui ne font pas les manchettes très longtemps méritent une attention particulière. Ces titres doivent être mis en marché rapidement, car la période où des revenus seront générés pourrait être très courte.

Quel est le bon marché?

Il est important que vos titres aient le plus de visibilité possible, et les coûts supplémentaires pour fournir des fichiers numériques à plusieurs fournisseurs dans plusieurs marchés sont minimes. Les livres audio se vendent à la fois dans le circuit de vente au détail et celui des bibliothèques, mais certains auront plus de succès dans l'un que dans l'autre. Les romans d'énigme sont extrêmement populaires dans le marché audio des bibliothèques. Les ouvrages du domaine des affaires, toutefois, se vendent beaucoup mieux au détail. Il est important de savoir où vos livres se vendront, et ce l'est encore plus lorsque vous investissez dans un produit physique. En raison des différentes exigences en matière d'emballage nécessaires pour répondre aux besoins de différents circuits de vente, vous devrez bien comprendre la demande de vos produits physiques, tant sur le marché du détail qu'en bibliothèque.

La même remarque vaut pour les différences géographiques. Même si la plupart des livres audio se vendent partout sur la planète, il est important de comprendre cet aspect si vous avez un livre audio qui ne fonctionnera pas dans un marché précis. Comme pour les livres imprimés, un sujet local est toujours difficile à exporter. Pour connaître un succès, ce type de produit audio doit être vendu en quantités suffisantes dans ce lieu géographique précis. Si vous êtes en mesure de justifier l'investissement sur la base soit du marché national soit d'un circuit de vente précis, vous pourrez toujours générer des revenus numériques supplémentaires dans d'autres lieux géographiques ou d'autres circuits de vente moyennant un investissement financier additionnel minime.

**Commencer avec
le marché
nord-américain**

**Examiner votre
chaîne du livre
numérique actuelle**

**Les titres avec droits
mondiaux présentent
le plus grand potentiel
et peuvent donc
orienter vos choix
dans votre fonds**