



Approche écosystémique du livre-audio : de la chaîne à la plate-forme

Virginie Sonet, Carole Poirel, Jean-Baptiste Gendarme, Florence Bernard

► To cite this version:

Virginie Sonet, Carole Poirel, Jean-Baptiste Gendarme, Florence Bernard. Approche écosystémique du livre-audio : de la chaîne à la plate-forme. Congrès National de la Recherche des IUT, Université de Haute-Alsace (UHA) Mulhouse - Colmar [Université de Haute-Alsace (UHA)], Mar 2024, Mulhouse, France. <hal-04619717>

HAL Id: hal-04619717

<https://hal.science/hal-04619717v1>

Submitted on 21 Jun 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

Approche écosystémique du livre-audio : de la chaîne à la plate-forme

Virginie Sonet

virginie.sonet@univ-amu.fr

IUT, Aix-Marseille Université

IMSI, EA 4262

Carole Poirel

Carole.poirel@univ-amu.fr

IUT, Aix-Marseille Université

Cret-Log, EA 881

Jean-Baptiste Gendarme

Jean-baptiste.gendarme@univ-amu.fr

IUT, Aix-Marseille Université

IMSI, EA 4262

Florence Bernard

Florence.bernard@univ-amu.fr

IUT, Aix-Marseille Université

CIELAM,

Thèmes – Sciences Humaines et Sociales, Communication

Résumé –

Le livre-audio connaît un réel engouement depuis 2020 : des consommateurs qui ont été nombreux à le découvrir lors des différents confinements de la crise sanitaire ; des éditeurs prompts à convertir des titres du catalogue à la forme sonore pour profiter de la croissance du marché ; des plateformes de vente en ligne qui se multiplient pour servir les clients. À l'appui de données de marché et de déclarations stratégiques du secteur que nous soumettons à un modèle d'analyse multidimensionnel baptisé « dispositif énonciatif », nous proposons une approche exploratoire interrogeant la configuration de la chaîne de valeur, les objectifs stratégiques poursuivis par les nouveaux entrants que sont les plateformes, et surtout les mouvements délibérés ou contraints des protagonistes historiques du livre imprimé que sont les éditeurs et les libraires. À ce stade, l'analyse comparative des deux secteurs, livre imprimé et livre-audio, nous permet d'appréhender la mise en place d'une filière plateformisée du livre audio.

Mots-Clés – livre audio, plateformes, édition, librairie, distribution, usages

.

Introduction

En 2021, 800 000 nouveaux adeptes du livre audio étaient recensés en France, d'après le dernier baromètre des usages du livre numérique publié par la Sofia, le SNE et la SGDL [1]. Sur l'ensemble de la population, ce sont désormais 27% des Français de 15 ans et plus qui ont déjà écouté un livre audio physique ou numérique. A l'échelle mondiale, le marché du livre-audio s'élèverait à plus de 4 Md\$ et connaîtrait une croissance de 20% par an [2]. Ainsi le livre -audio est-il passé en l'espace de quelques années, d'un marché confidentiel où quelques acteurs œuvraient depuis longtemps (comme les éditions des Femmes d'Antoinette Fouque, les éditions Thélème ou bien encore Frémeaux et Associés) à un marché grand public convoité par les GAFAM (dont Amazon au premier chef avec sa filiale Audible) et par des plateformes musicales comme Spotify. Cet engouement pour le livre-audio questionne le livre et son écosystème. Quelles stratégies déploient les acteurs ? D'où viennent les contenus ? Comment les chaînes de valeur se recomposent-elles au croisement des filières éditoriales et audiovisuelles ? Quelle nouvelle expérience de lecture, le livre-audio procure-t-il ? Bref, dans quelle mesure le livre-audio reconfigure-t-il la chaîne du livre de sa conception à sa consommation ? Dans ce travail, nous proposons de nous concentrer sur le processus de *plateformisation* [3] du secteur de l'édition que rend visible le développement du marché du livre-audio, en présentant d'abord le cadre conceptuel, puis la méthodologie et enfin les résultats.

1. Cadre conceptuel

Symptôme de la réflexivité des professionnels sur les mutations de leur milieu et marqueur sémantique de sa légitimité, le terme d'« écosystème du livre » est de plus en plus utilisé. Alors que la notion de chaîne du livre renvoie à une structure linéaire, unidirectionnelle et déterministe, l'écosystème appréhende les relations entre acteurs dans une approche réseau, élargissant le périmètre des acteurs, et la nature de leurs interactions. Concomitante de l'essor du e-commerce et de l'apparition du livre numérique, cette évolution terminologique traduit une nouvelle forme d'organisation des échanges économiques fondée sur la plate-forme en tant qu'intermédiaire entre producteurs de contenus et consommateurs, facilitant l'appariement entre les offres et les demandes [3]. Au sein de l'écosystème du livre, le livre-audio s'inscrit à part entière comme un vrai livre tout en se distinguant. D'un côté, il est en effet la forme lue d'un livre préexistant. Ses liens génétiques avec le livre imprimé sont confirmés par le législateur qui lui applique le même taux réduit de TVA à 5,5% (depuis 2020) ainsi

que le principe de prix unique selon lequel l'éditeur fixe le prix de vente public (en conformité avec la loi sur le prix des livres numériques votée en 2011). D'un autre côté, lu par son auteur, un comédien ou une intelligence artificielle, on lui ajoute de la musique et des sons ce qui en fait une œuvre composite [4] nécessitant une pluralité d'intervenants autour du texte, de la voix, de la musique et du son. Leurs modes de coordination posent légitimement la question de savoir s'ils relèvent davantage de la chaîne ou de la plate-forme.

Pour procéder à nos analyses, nous mobilisons le modèle ad hoc de « dispositif énonciatif » [5] conçu spécifiquement pour étudier les mutations des industries culturelles, notamment dans un contexte d'hybridation numérique. Il s'appuie sur le concept classique de « modèle socio-économique », connu des sciences de l'information et de la communication [6] que nous augmentons d'autres dimensions indispensables à une appréhension épistémologique de la reconfiguration contemporaine des médias et des industries culturelles. Nous prenons en compte les éléments suivants [7] :

- la nature des contenus,
- le dispositif technique,
- les usages dans le sens des pratiques culturelles,
- les modalités de consommation et d'accès aux biens,
- le modèle économique c'est-à-dire l'activité de l'acteur économique central,
- l'organisation industrielle dans le sens de succession d'intervenants pour produire et commercialiser le bien et les marchés intermédiaires que cela génère,
- la logique de distribution logistique et commerciale,
- la modalité d'agrégation des biens c'est-à-dire la manière dont cette industrie culturelle rassemble et présente les œuvres aux consommateurs,
- le régime attentionnel ou les moyens nécessaires à cette industrie, au regard des éléments précédents, pour capter et conserver l'attention des consommateurs dans une orientation favorable à sa profitabilité.

Dès lors, ce modèle théorique nous permet de saisir les mutations des écosystèmes des industries culturelles dans une approche multi-dimensionnelle, de montrer à la fois les évolutions de chacune des composantes et la reconfiguration de leur interdépendance et de travailler dans une perspective pluridisciplinaire.

2. Méthodologie

Nous avons employé une méthodologie qualitative fondée sur des sources secondaires nombreuses et variées : des statistiques sur les usages des Français en livre-audio publiées chaque année depuis 2019 par la Sofia, organisme agréé par le Ministère de la Culture ; des guides professionnels rassemblant des bonnes pratiques à destination des éditeurs et des

bibliothèques ; des journées d'échanges et de formation sur le livre-audio qui ont été pour certaines enregistrées et mises en ligne (nous avons ainsi pu écouter plus de 4 heures d'enregistrement sur les thèmes de la fabrication, de la médiation, de la stratégie éditoriale et de la commercialisation) ; des études accessibles gratuitement sur les usages, les catalogues et les modèles économiques de divers cabinets d'étude et agences de conseil (Numered-Conseil, Deloitte, Linda Lee LLC et la Plume de Paon) ; une quarantaine d'articles de presse (*Livres-Hebdo*, *Actualitte* notamment). L'ensemble de ce corpus a été étudié selon les principes de l'analyse de contenu thématique [8]. Découlant du cadre conceptuel, les thèmes que nous avons retenus, correspondent aux neuf éléments composant le modèle énonciatif. Les données ont d'abord été analysées une à une puis elles ont été intégrées à la matrice thématique.

3. Résultats : la chaîne du livre imprimé « éditeur-centrique » vs un écosystème du livre-audio « plateforme-centrique »

Dans le dispositif énonciatif du livre imprimé, l'ensemble des composantes est orienté vers la fabrication et la commercialisation d'un support physique, vendu « à la pièce » au sein d'un réseau de détaillants physique ou en ligne. L'éditeur est au cœur de la création de valeur, il sélectionne les œuvres, en assure la fabrication, les agrège dans un catalogue, qu'il gère pour assurer sa rentabilité. Dans ce dispositif énonciatif de l'imprimé, l'éditeur articule l'ensemble des acteurs de la chaîne industrielle. Il maîtrise le modèle d'affaires et la structure du marché lui est très généralement favorable en amont (sur le marché des auteurs) et en aval (sur le marché des détaillants). Les modalités de consommation (d'acquisition du bien), l'achat à la pièce chez un détaillant, nécessite de faire un appel à régime attentionnel spécifique, celui de l'alerte [9] : il faut signaler les sorties, en assurer la promotion, le marketing, créer des événements (les rentrées littéraires par exemple). Ainsi, notre modèle permet de confirmer que le dispositif énonciatif historique du livre imprimé gravite autour de l'acteur central qu'est l'éditeur.

Dans le domaine du livre-audio, nous observons un déplacement du centre de gravité au profit d'un acteur qui occupe une place presque marginale dans la chaîne du livre imprimé : la plateforme. Aussi, l'établissement du dispositif énonciatif laisse apparaître clairement que les composantes économiques essentielles que sont 1) l'agrégation sous la forme de catalogues multi-produits en ligne (chez Audible par exemple, on trouve des livres audios d'éditeurs traditionnels, des « Originals », des podcasts...), 2) la distribution des contenus et 3) leur commercialisation sous la forme majeure de

l'abonnement mensuel, sont ici occupées par les plateformes au détriment des éditeurs et des libraires (Amazon, Spotify, etc.). Le libraire disparaît et l'éditeur devient fournisseur de contenus. Partant, l'analyse du modèle économique se déplace vers la plateforme car c'est elle qui, dans ce modèle, bénéficie du contact direct avec les consommateurs, en assurant la commercialisation et la maîtrise du régime attentionnel, qui devient celui de la « fidélisation ». En effet, il ne s'agit plus de promouvoir une œuvre au moment de sa sortie, mais de fidéliser les clients à la plateforme elle-même. Les plateformes exercent donc une force centripète des composantes du dispositif énonciatif, et partant de l'écosystème.

Conclusion

A l'aide du modèle d'analyse du « dispositif énonciatif », et à l'appui des données du secteur et d'une observation sur le temps long de l'évolution des offres de livres-audios, et dans une démarche comparative, nous avons pu appréhender tout d'abord, la nature écosystémique de ce marché, éloignée en cela du caractère linéaire de la chaîne du livre imprimé. Par ailleurs, grâce à l'analyse des composantes que sont l'agrégation, la distribution, la commercialisation et le régime attentionnel au sein du dispositif énonciatif du livre-audio, nous avons montré la place centrale des plateformes, en lieu et place des éditeurs et des libraires. Notre travail se poursuivra par une analyse des usages singuliers qui se développent autour du livre-audio.

Références

- [1] 12^e baromètre sur les usages des livres numériques et audio 2022, Sofia, le SNE et la SGDL (voir site de la Sofia)
- [2] « Le livre-audio, un marché à plusieurs milliards de dollars convoités par les géants de la Tech », *Les Echos*, 27/10/2022
- [3] Philippe Moati (2021), *La plateforme de la consommation, Peut-on encore contrer l'ascension d'Amazon ?*, Le Débat, Gallimard, Paris.
- [4] Bruguière Jean-Michel (2021), « Les œuvres littéraires », *L'extenso / Revue Droit & Littérature*, vol.1, n°5, pp.347-354
- [5] Sonet Virginie, (2014), *Les usages sociaux et les logiques économiques de l'audiovisuel sur smartphone*, Thèse de doctorat, Paris : Université Paris 2.
- [6] Miège Bernard (2000), *Les Industries du contenu face à l'ordre informationnel*, La communication en plus, PUG, Grenoble.
- [7] Poirel Carole et Sonet Virginie (2022), *Analyse pluridisciplinaire du livre audio*, Projet déposé dans le cadre de l'appel AAPR-IUT, Aix-Marseille Université
- [8] Bardin Laurence (1991), *L'analyse de contenu*, les Presses Universitaires de France, Paris.
- [9] Boullier Dominique (2009), « Les industries de l'attention : fidélisation, alerte ou immersion », *Réseaux*, Vol.2, n°154, pp.231-246.