

Le smartphone dope le succès du livre audio

En mp3, téléchargeable ou en CD, le livre parlant a la cote. Dans le catalogue aujourd'hui, on trouve des nouveautés, des best-sellers et des classiques lus par des grandes voix.

C

C'est pratique dans les transports en commun pour passer le temps, j'écoute le livre d'auteurs que je n'achèterai pas forcément en format papier. » Comme Marine, de nombreux lecteurs ont adopté le livre audio. Ces dernières années, les éditeurs ont développé le format et le catalogue s'est enrichi. Sur la plate-forme Audible.fr, on peut télécharger 4.400 titres francophones en format mp3. Le site vient d'annoncer que les internautes utilisateurs d'Amazon avaient directement accès aux livres audio, en plus des livres physiques et numériques. « C'est quelque chose qui va accroître la notoriété de la catégorie en France et en Belgique, explique Constanze Stypula, directrice responsable pour la France de la société Audible. Les livres audio sont connus, mais les gens ne s'aperçoivent pas qu'ils peuvent l'utiliser depuis leur smartphone n'importe où, n'importe quand et que ça ajoute quelque chose à leur vie quotidienne. D'après nos études, le smartphone est responsable de l'intérêt croissant pour le livre audio. »

Ainsi, les auditeurs-lecteurs écoutent le dernier Goncourt dans les embouteillages ou durant leur jogging du dimanche matin. Le livre audio est devenu une alternative à la musique ou aux podcasts. Pourtant, le format existe depuis longtemps en CD. L'arrivée du mp3 a permis la compression des heures de lecture et des sagas de plus de 200 pages sont devenues audibles : *Game of Thrones* de George R.R. Martin, *Harry Potter* de J.K. Rowling ou même la Bible. La filiale d'Hachette Audiolib est un des principaux éditeurs de livres audio. Depuis huit ans, leurs CD sont en format mp3 mais la part du numérique gagne du terrain selon Valérie Levy-Saussan, directrice d'Audiolib. « Le support physique pour nous est important parce qu'il a une existence en librairie, on peut l'offrir, etc. Il peut aussi se charger sur l'ordinateur, se mettre dans la bibliothèque ou sur un mp3. On vend beaucoup de titres sur iTunes et nos ventes numériques progressent chaque année. Actuellement, elles représentent 25 à 30 % des ventes totales. »

Quel style marche le mieux ? « Évidemment, sur iTunes, la biographie de Steve Jobs cartonne, constate Valérie Levy-Saussan. Comme pour les ebooks, ce qui fonctionne en livres audio numériques ce sont les titres d'auteurs hyperconnus, les best-sellers ou la littérature "young adult". Les titres très littéraires vont moins se vendre. Quand vous achetez en ligne, il n'y a pas vraiment de recommandation, vous êtes attirés par ce dont vous avez déjà entendu parler. »

A notre époque où le temps est précieux, le livre audio rattrape notre retard en lecture sans perdre de minute. Pour Constanze Stypula, il y a deux types de motivations des lecteurs. « Soit c'est une manière d'optimiser le temps intellectuellement mort par exemple, le sport, le ménage, les trans-

ports. Soit c'est le contraire, on se déconnecte de l'écran, c'est un moment de détente où quelqu'un nous raconte une histoire. »

« Une manière d'optimiser le temps intellectuellement mort ou un moment de détente »

CONSTANZE STYPULA, AUDIBLE FRANCE

L'usage n'est donc pas la seule raison pour laquelle le mp3 séduit. Les éditeurs mettent les moyens pour améliorer la qualité du son et de l'enregistrement. Ils misent sur des acteurs de renom, Fanny Ardant, Juliette Binoche, Guillaume Gallienne, François Berléand, Fabrice Luchini ou encore Féodor Atkine. Maintenant pour certains titres, la sortie du livre audio coïncide avec celle du roman papier. « Ce qui va convaincre les gens, c'est la qualité de ce qu'ils écoutent, l'interprétation, etc., ajoute Valérie Levy-Saussan. Ils vont découvrir un accès différent à la littérature. C'est important de garder les CD en librairie car c'est là-bas que sont les lecteurs. Ça reste avant tout une expérience de lecture. »

Par rapport à l'Allemagne ou aux États-Unis, les francophones ont pris du retard. Le livre audio représente à peine 1 % du marché du livre. Le catalogue allemand se compose de 35.000 titres et le secteur correspond à 5 % du marché. Chez les Américains, le pourcentage atteint les 10 % pour 180.000 références. Avec des coûts de production élevés, son prix ne joue pas en sa faveur. Malgré ça, entre 2013 et 2015, les ventes d'Audiolib ont progressé de 18 % en Belgique et de 6 % en France. Ce nouveau mode de lecture s'ancre doucement dans nos habitudes. ■

FLAVIE GAUTHIER