

# Dilicom Le livre Audio

Source de la capture: [Dilicom](#)

## Dossier thématique : Les livres lus

Le livre audio (ou livre lu) fait entendre sa voix dans le paysage éditorial. Porté par les innovations technologiques et l'arrivée de nouveaux opérateurs, le marché des livres lus suscite un intérêt croissant en France. Reconnu comme un autre mode de lecture, il a fait naître des vocations et fait l'objet d'une attention croissante de la part des instances professionnelles. En témoigne la nouvelle mise en avant de l'offre dans le Fichier exhaustif du livre (FEL) mais aussi sur le site dédié que le Syndicat national de l'édition (SNE) s'apprête à ouvrir. Un moyen pour les éditeurs de valoriser leur catalogue et pour les libraires et bibliothécaires de mieux appréhender l'offre existante. Le point sur ce marché en pleine évolution avec une forte montée en puissance des formats numériques.

Le livre audio ou livre lu, version sonore d'un livre publié sous forme écrite

### Un marché en effervescence

Jusqu'alors considéré comme un marché de niche en France, le livre audio ou livre lu, version sonore d'un livre publié sous forme écrite, apparaît aujourd'hui comme un intéressant relais de croissance pour l'édition. S'il n'est encore estimé qu'à 4% à peine du marché du livre, loin derrière les niveaux atteints dans certains pays notamment scandinaves et anglosaxons, le marché français du livre lu affiche, ces dernières années, des taux de croissance à deux chiffres. Accessibles sur des supports physiques (essentiellement CD) et numériques (en téléchargement et en streaming), les audiobooks n'intéressent plus seulement la jeunesse, les personnes mal voyantes ou dyslexiques, et les seniors. Chaque année ils séduisent un public un peu plus nombreux, que ce soit pour leur facilité d'usage, parce qu'ils permettent d'effectuer une autre activité en même temps ou pour l'émotion supplémentaire que la voix des interprètes, la musique et parfois les bruitages procurent aux textes. Ainsi, selon le baromètre Médiamétrie, le nombre d'audio-lecteurs s'est élevé à près de 10 millions en 2021. Avec 800 000 audiolecteurs de plus en un an, les livres audio numériques dopent le marché avec un public désormais presque aussi nombreux que celui des livres audio physiques.

De fait la dématérialisation du son et le développement des équipements d'écoute nomades, à commencer par le smartphone, ont suscité de nouveaux usages et attiré de nouveaux opérateurs. Ainsi d'Audible, filiale d'Amazon, qui a renouvelé les propositions commerciales avec des systèmes d'abonnement mensuel compétitif et a développé une offre exclusive. Mais de grands groupes de l'édition française et divers indépendants sont aussi venus enrichir

la production, avec des titres plus contemporains et en phase avec le marché du livre écrit. Certains livres audio sortent même désormais en même temps que le livre papier originel. «Vivre vite», lauréat du prix Goncourt 2022, a été publié sous forme audio en même temps que la version imprimée.

## L'offre recensée par le Fichier Exhaustif du Livre (FEL)

Bien qu'excluant les productions sous format propriétaire (dont celles d'Audible et de Kobo), le FEL témoigne de l'évolution de l'offre en livres audio. Non seulement cette base de données commerciale et bibliographique, une référence pour les professionnels, recense aujourd'hui plus de titres numériques que physiques. Mais elle enregistre aussi la montée en puissance de diverses maisons, marques ou collections notamment en littérature et en jeunesse, qui sont les deux rayons les plus actifs du secteur. Pour autant l'offre de ce secteur ne constitue encore qu'un petit segment éditorial... surtout si l'on retient une définition stricte excluant les podcasts, les livres avec CD ou encore supports pédagogiques audio.

## Les marques et collections des éditeurs traditionnels

### 1. Les généralistes

Trois labels se distinguent avec un catalogue couvrant les principaux départements éditoriaux : littérature classique et contemporaine, jeunesse, mais aussi documents voire pratique... Le leader **Audiolib**, créé en 2007 et détenu par Hachette Livre et Albin Michel, propose un catalogue large, alimenté par les maisons des deux groupes mais aussi par des achats de droits externes. Fondé en 2018 par Editis, Lizzie est déjà à la tête de près de 700 références, dont une forte proportion de titres contemporains. Et **Ecoutez lire**, collection créée en 2004 par Gallimard, se prévaut d'un beau catalogue construit avec les titres du groupe Madrigall. A côté de ce trio, quelques autres groupes éditoriaux ont développé une offre discrète. Ainsi d'Actes Sud avec son label **Actes Sud Audio** axé sur la littérature.

### 1. Les spécialisés

Des éditeurs spécialisés ont également décliné une offre audio sur leur créneau. C'est particulièrement notable en jeunesse avec **Didier**, **l'Ecole des Loisirs**, ou encore de **Glénat**. Mais le secteur du religieux compte aussi quelques maisons dont **éditions des Béatitudes**. De même que celui du développement personnel avec, par exemple, **Jouvence** et **Ada Audio**, label de la maison quebecoise Ada Inc.

## Les labels indépendants

A côté des structures historiques créées dans les années 80 avec, notamment, une offre destinée aux adultes, le marché s'est enrichi de nouveaux entrants au cours des années 2000 avec l'arrivée du

mp3 puis la dématérialisation des supports.

### 1. Les généralistes

Dans cette catégorie, l'éditeur sonore **Frémeaux & Associés** se distingue. Revendiquant une approche éditoriale très patrimoniale, il affiche un large catalogue en littérature (notamment classique), en jeunesse mais aussi en sciences humaines. Plus jeune et entièrement dédiée aux livres audio avec une offre en littérature et en sciences humaines, **Sixtrid** se démarque particulièrement sur le segment du policier. De leur côté, **La Compagnie du savoir**, les **Editions éponymes** ou encore **Caracolivres** ont développé un catalogue en littérature adulte mais aussi en jeunesse, tandis que **Sonobook** et **ABS Multimedia** couvrent en plus les sciences humaines et le pratique.

### 1. Les littéraires

Considérées comme pionnières en lançant en 1980 la Bibliothèque des voix à destination des adultes, les Editions des femmes se différencient avec des titres de littérature écrits et interprétés par des femmes. D'autres maisons jouent la carte des œuvres classiques. Parmi celles-ci : Le livre qui parle, Des oreilles pour lire, Thélème, racheté en 2022 par l'américain RBmedia... Mais aussi de manière plus récente Lyre Audio, Des oreilles pour lire ou encore Grinalbert.

### 1. Les spécialisés jeunesse

A côté des généralistes, certaines structures ont fait le choix de se spécialiser sur le livre audio jeunesse. Outre **Benjamins Media** et **France Production**, le segment compte par exemple **Joyvox** et **Babouche à oreille** avec des lectures-concert.

## Les 100% numériques

En phase avec l'évolution du marché, certains éditeurs de livre audio physiques ont orienté leur production vers le tout numérique. Signe de ce changement, le label québécois La Magnétothèque a été transformé en **Vues et voix** avec une offre large en littérature, jeunesse et développement personnel, spiritualité et même pratique. **Thélème** a aussi basculé vers le tout numérique même si la maison écoule encore ses formats physiques existants. Et bien sûr, la plupart des nouveaux venus ont d'entrée de jeu opté pour le format numérique. C'est le cas **d'Hardigan** (groupe e-Dantes) pour la littérature de genre (imaginaire, thriller, romance), de **Lust** label érotique de Saga Egmont ou encore de la jeune marque littéraire **Multisonor** qui propose des titres d'éditeurs indépendants.

Nota : Le carrousel affiche uniquement les livres lus référencés dans le Fichier Exhaustif du Livre en conformité avec les recommandations de la Commission FEL CLIL

## L'enjeu d'un bon référencement

Gestionnaire du FEL, Dilicom a pris acte du développement des livres audio et s'est efforcé d'en améliorer la visibilité et l'accès au sein de sa base. Ainsi cette offre est désormais identifiée comme une catégorie de livres à part entière ce qui permet d'effectuer des recherches ciblées juste sur ce segment. Mais encore faut-il que les titres soient bien référencés. Autrement dit que les métadonnées bibliographiques transmises à Dilicom par les éditeurs et les distributeurs intègrent les

informations nécessaires à l'identification et à la classification des titres comme livres audios. Car leur description requiert un certain nombre de données spécifiques, à commencer par le contributeur qu'il convient de désigner sous la mention « lu par ».

The screenshot shows the Dilicom website interface. At the top, there's a navigation bar with 'dilicom LE RÉSEAU DU LIVRE', 'Catalogues', 'Mon espace pro', 'Informations', a search icon, and 'Nous écrire'. Below this, a search bar contains 'Livres numériques (PNB)' and a search button. A filter sidebar on the left lists various categories, with 'Livres lu (3)' checked. The main content area shows search results for 'BLANC (2022)' and 'LE PUIIS'. The 'BLANC' result includes the author 'Sylvain Tesson', narrator 'Micha Lescot', and technical details like ISBN, publication date, and price. The 'LE PUIIS' result includes the author 'Ivan Repila' and narrator 'Alexis Victor (lu par)'. Two red boxes with text annotations highlight the 'Livres lu (3)' filter and the 'lu par' field in the product details.

Afin d'améliorer la bonne structuration des informations lors du référencement, Dilicom et la Commission FEL CLIL proposent un ensemble de préconisations. Il est vrai que l'enjeu n'est pas neutre : une notice bien rédigée facilite l'indexation dans les moteurs de recherche et par suite la bonne commercialisation du livre.

### [Les recommandations de la Commission FEL CLIL](#)

En outre c'est aussi le FEL qui servira à alimenter le catalogue du prochain site thématique lancé par le SNE. Baptisé Lire ça s'écoute et conçu sur le même modèle que celui dédié aux sciences humaines Sciences pour tous, il regroupera l'offre des éditeurs adhérents à la commission Livre audio du SNE et aura vocation à être une plateforme de ressources pour les professionnels. Ces mises en avant de l'offre visent à restimuler l'intérêt des bibliothécaires et surtout des libraires, ces derniers ayant eu tendance à réduire leur rayon à mesure que des plateformes de téléchargement et de streaming se développaient. Pourtant les éditeurs en sont convaincus, ils ont, en tant que prescripteurs, un rôle à jouer sur ce marché en développement.