



L'AUDIO SEDUIT LES FRANÇAIS ET S'ANCRE DANS LEUR QUOTIDIEN

Audible, leader dans la création et la diffusion de contenus audio, dévoile son étude annuelle sur les usages des contenus audio parlés¹ en France. Réalisée par Opinion Way, l'étude Audible met en lumière l'intérêt grandissant des Français pour les contenus audio, une pratique qui tend à se démocratiser et à s'ancrer dans leur quotidien.

Paris, le 06 mai 2021

CONFINEMENTS & HABITUDES D'ECOUTE

En 2020, la crise sanitaire a contraint les Français à rester chez eux, les incitant à tester de nouvelles activités. L'écoute de contenus audio s'est alors très nettement développée dans les foyers français. Sur les **55%** des Français ayant déjà écouté un contenu audio, **plus de deux sur cinq** ont déclaré avoir commencé à écouter ce type de contenu pendant ou après le confinement de mars 2020.

Sur la totalité des auditeurs, **plus d'un tiers** (34%) déclarent avoir augmenté leur consommation depuis le premier confinement. Ce chiffre s'élève même à **52%** pour les auditeurs de livres audio. Ils sont également près de 7 sur 10 (**69%**) à déclarer qu'ils continueront à écouter des contenus audio lorsque la situation sera revenue à la normale.

QUI SONT LES AUDITEURS AUDIO ?

Plus de la moitié des Français (55%) a déjà écouté au moins un contenu audio. Parmi eux, 41% a moins de 35 ans, et **42%** ont au moins un enfant.

UNE EXPERIENCE D'ECOUTE PROPRE A CHAQUE AUDITEUR

- **L'écoute de contenus audio parlés, un moment pour soi**

Pour la majorité (**56%**) des auditeurs, l'écoute de contenus audio permet de se cultiver. Pour **44%** la pratique est aussi associée à un moment de détente et de relaxation, qu'ils associent à une bulle de décompression dans leur quotidien.

76% des interrogés déclarent écouter leurs contenus audio chez eux : 40% écoutent en se relaxant, sans rien faire d'autre, 39% en faisant une autre activité (ménage, cuisine, activité manuelle).

Les auditeurs apprécient la liberté que propose ce format. La grande majorité (**61%**) écoute sur un smartphone, mais les moyens sont variés puisque **30%** le font sur leur tablette, **39%** sur leur ordinateur, **16%** en voiture, **13%** sur une enceinte connectée...

¹ Livres audio, séries audio et podcasts (natifs ou radiophoniques)

Près de **60%** des auditeurs privilégient la fin de journée (**à partir de 18h**) pour écouter leurs contenus audio. Au même titre qu'avec un livre physique, ils rythment l'écoute de leurs contenus favoris en faisant des pauses ou en écoutant un ou plusieurs chapitres, selon le temps dont ils disposent. **9%** d'entre eux sont néanmoins adeptes du *binge listening* (vs 5,5 en 2020).

- **Les thrillers, la littérature et l'histoire – grands favoris des auditeurs**

Pour choisir leur prochain contenu, 83% des auditeurs privilégient la **thématique de l'œuvre** (le sujet, le genre) ; la **qualité du contenu** (la voix, le son) arrive en seconde position pour 55% des auditeurs, enfin, la **recommandation et les avis** (bouche à oreille, prescriptions ou note d'autres auditeurs) est un critère déterminant pour 51% des auditeurs.

En ce qui concerne les genres, le trio gagnant est constitué par les **polars et thrillers** (38%), suivis de près par les **œuvres littéraires, les romans & fiction, les classiques** (35%) et enfin, les **ouvrages historiques** (33%) qui englobent notamment les œuvres historiques et biographies de personnages qui ont marqué l'histoire.

Au-delà du contenu, **ils sont 35%** à déclarer que la voix associée à l'œuvre audio est pour eux un critère non négligeable dans le choix du contenu dans lequel ils vont se plonger.

LES FAMILLES S'APPROPRIENT LE FORMAT

16% des auditeurs ont déclaré avoir **écouté des contenus audio en famille** en 2020, principalement le week-end et en soirée avant le coucher.

Parmi eux, 4 parents sur 5 initient leurs enfants **aux contes fantastiques**. Ils sont autant (79%) à avoir une **approche éducative** à travers des **fiction**s ou des titres spécialement orientés autour du **développement personnel** de l'enfant.

Pour 32% d'entre eux, l'écoute de contenus audio est associée à **un moment de partage en famille**, ils privilégient des sessions d'écoutes courtes (< à 20 minutes) lorsqu'ils sont accompagnés de leurs enfants.



LE LIVRE AUDIO EN QUELQUES CHIFFRES

- **26% des Français** ont déclaré avoir déjà écouté un livre audio.
- 18% des lecteurs de livres imprimés et audio estiment lire plus de livres imprimés depuis qu'ils écoutent des livres audio
- **77% des amateurs de livres audio** lisent au moins autant, si ce n'est plus de livres papiers qu'avant leur découverte de ce format.
- Un auditeur de livres audio en écoute **en moyenne 1,9 par mois**.
- La moyenne d'âge des amateurs de livres audio est plus jeune que pour l'audio parlé : elle s'élève à un peu plus de **37 ans**.

CONTACTS PRESSE

LE PUBLIC SYSTEME PR

Valérie DUTHEY et Maéva CORBEL

audiblepr@lepublicsysteme.fr

A Propos d’Audible

Audible est leader dans la création et la diffusion de contenus audio dans le monde et en France, avec plus de 600 000 titres - dont plus de 15 000 en langue française. Le catalogue d’Audible comprend majoritairement des livres audio, mais aussi des séries audio (thriller, humour, fiction...), des titres de coaching, des recettes de cuisine, etc. Les contenus labellisés *Audible Original* sont des titres disponibles uniquement sur Audible, créés spécifiquement pour l’audio et pensés pour répondre aux attentes de nos auditeurs.

Tous les contenus sont en format numérique et le catalogue est accessible via une application mobile ou en ligne. Audible propose un abonnement mensuel de 9,95€, qui donne accès à un titre audio par mois (le premier mois étant offert) et à de nombreux avantages.

Audible, Inc. est une société du groupe Amazon.

Méthodologie

Etude OpinionWay pour Audible réalisée en ligne auprès d’un échantillon représentatif de 3027 Français de 15 ans et plus, constitué selon la méthode des quotas (sexe, âge, profession, région et catégorie d’agglomération). Les interviews ont été réalisées du 31 mars au 12 avril 2021.