



CES PODCASTS QUI DEVIENNENT LIVRES

Après avoir misé sur les blogueurs, les youtubeurs et les instagrammeurs, les éditeurs cherchent à exploiter un nouveau filon en adaptant des podcasts à succès. Une manière de trouver de « nouvelles voix » et de toucher des publics jeunes et engagés comme celui des Couilles sur la table, dont le succès a fait fantasmer toute la profession...

Par Isabelle Lesniak
Illustration: Elena Xausa

ous vous rendez compte ?

Un livre de moi chez Flammarion... » Marine Baousson n'en revient pas de sa « chance ». L'humoriste a adapté vingt épisodes de son podcast Vulgaire, démarré pendant le confinement, en un joli ouvrage illustré publié fin 2021 par la vénérable maison d'édition. Amélie Mauresmo, Sissi, Marignan 1515, Belle du Seigneur, le joint de culasse ou les quatre accords toltèques expliqués en une dizaine de pages par thème... Cette Candide enjouée, qui a fait de son « ignorance » sa signature, y reprend sa recette gagnante : une explication à la fois didactique et décalée de sujets variés, allant de la littérature à l'histoire en passant par la science, même si ce n'est vraiment pas la tasse de thé de cette ex-lycéenne en L.

En un an et demi, la jeune femme s'est créé une communauté de fidèles séduits par ses plaisanteries dans l'air du temps autant que par le sérieux de ses recherches. Pour réussir le passage de l'audio à l'écrit, elle admet avoir « beaucoup retravaillé, coupé des blagues, fluidifié des passages ». Le choix de typographies diverses, les dessins de Juliette Poney et les touches d'un bleu pétant agrémentent la lecture. En attendant son spectacle au Café de la Danse en avril, Marine Baousson espère que les ventes de l'ouvrage arrondiront ses fins de mois. Alors qu'un épisode de podcast coûte en moyenne 200 euros à produire, ses recettes décollent lentement. Elle commence tout juste à pouvoir vivre de son activité grâce aux écoutes (150 000 par mois) et aux sponsorisations des marques.

Sa collègue Rosa Bursztein entretient à cet égard des espoirs d'autant plus grands que son podcast Les Mecs que je veux ken, qui cumule 60 000 écoutes mensuelles, rebute toujours de nombreux annonceurs en raison de sa manière très crue d'aborder la sexualité.

Les Arènes ont néanmoins eu le courage de lui proposer d'écrire un ouvrage qui sortira le 20 janvier. Malgré l'aspect « un peu décousu » du podcast, l'éditeur Laurent Beccaria avoue avoir été interpellé par la « sincérité et la puissance » de la pétillante comédienne, qui se voit comme « le sosie grassouillet d'Anaïs Demoustier ». Il lui a fait reprendre ses sujets clés en un « récit biographique autour de l'amour, du sexe, de l'enfance, des rapports au père, de l'échec, de son obsession de devenir actrice ».

UN GROS TRAVAIL D'ADAPTATION

Le résultat ne laisse pas d'impressionner. Enlevé, vif et attachant, le texte reflète parfaitement cette personnalité hors norme. L'auteure, qui n'en revient pas d'être désormais une « écrivaine », y a beaucoup travaillé durant son confinement. Chaque lundi, de janvier à mai, elle envoyait vingt pages à son éditeur qui les commentait le lendemain via Zoom sans prendre de gants. « Laurent pouvait se montrer très émotionnel, raconte la comédienne au naturel renversant. À certains moments, il grimait devant mon style trop stand up ou mes blagues qu'il jugeait mièvres. À d'autres, il me complimentait. Cela me faisait tant de bien que dès que la réunion était finie, je me mettais à danser toute seule chez moi ! »

Les partis pris éditoriaux ont parfois donné lieu à de vives discussions. « Quand on vient de l'audio, il n'est pas facile de faire les bons choix, explique aussi Anne-Laure Parmantier, qui est en train d'adapter son podcast On the Verge dédié à la sexualité masculine pour Robert Laffont. Il faut éviter le mot à mot, condenser, expliquer le contexte, donner des détails sur les gens interviewés, et aussi décider de garder les contenus plutôt bruts ou de les illustrer. Pour tout cela, je fais confiance à mon éditrice. »

Fondateur et directeur des Arènes, Laurent Beccaria attend beaucoup de « ces nouvelles voix qui ne se seraient jamais manifestées en envoyant un manuscrit ». « La profession est constamment à la recherche de nouveaux types de talents et les créateurs de podcasts en représentent indéniablement un », expose ce quinquagénaire qui ne se lasse pas d'écouter de nouvelles émissions à ses heures perdues. « en cuisinant, en faisant du sport ou du ménage ».

À l'ère des blogueurs dans les années 2000 (la caissière rennaise Anna Sam, l'interne en



« LES RÉSULTATS SONT BLUFFANTS :
 NOS QUATRE PREMIERS PODCASTS DEVENUS
 LIVRES SONT TOUS RENTABLES ! »
 SE RÉJOUIT LE PATRON DE BINGE AUDIO.

médecine Baptiste Beaulieu, l'avocat Maître M6) a succédé celle des youtubeurs et des instagrameurs (EnjoyPhoenix, Natoo, Léna Situations) qui ont parfois déclenché des phénomènes de librairie. Malgré ses contenus pointus, Léo Grasset, créateur de la chaîne YouTube DirtyBiology, s'est encore hissé dans le palmarès des meilleures ventes d'essais fin 2021 avec *Le Grand Bordel de l'évolution* sorti chez Flammarion.

Sans afficher à ce jour de telles performances, des auteurs de podcasts ont réussi à convertir leurs écoutes et élargir leur public avec des déclinaisons écrites. C'est le cas de Léa Salamé, bien sûr, dont le premier tome de *Femmes puissantes* coédité par France Inter et Les Arènes avait dépassé les 120 000 ventes en 2020, mais aussi d'une relative inconnue, Victoire Tuaillon, dont *Les Couilles sur la table* s'est écoulé à plus de 50 000 exemplaires.

APPEL AU CROWDFUNDING

Ce succès ne doit rien au hasard, Joël Ronez, qui a fondé Binge Audio en novembre 2016 avant que le format devienne tellement à la mode dans l'Hexagone, a méticuleusement potassé son modèle avant de tenter l'aventure et de créer une maison d'édition. « *Le retentissement de certains de nos contenus audio et l'engagement des communautés envers leurs auteurs nous ont naturellement poussés vers l'écrit*, raconte l'ex-journaliste d'Arte et de Radio France qui emploie désormais une petite vingtaine de salariés. *Cette diversification répond à la fois à des questions éditoriales, à des préoccupations financières pour ne pas dépendre que de la publicité et à la volonté de développer notre marque. Les résultats sont bluffants : nos quatre premiers podcasts devenus livres sont tous rentables !* »

Plébiscité par les féministes, *Les Couilles sur la table*, qui enregistre des pointes à 500 000 écoutes certains mois, a servi de test grandeur nature. Après avoir essayé plusieurs refus de maisons d'édition pas persuadées de l'existence d'un marché pour ce type de produit ou effarouchées par l'intitulé de l'émission, Victoire Tuaillon s'est tournée vers ses partenaires de Binge. Misant sur l'attachement de sa communauté, Joël Ronez s'est lancé en prenant la précaution de faire appel au crowdfunding via la plateforme Ulule. « *On avait calculé le point mort à 2 000 exemplaires. On en a finalement prélevés 4 400*, raconte le président de Binge Audio. *On a donc pu envisager notre compte d'exploitation en toute sécurité et même investir dans un produit plus haut de gamme*

GRIMM & CO, UNE START-UP 100% LITTÉRATURE SONORE

Les formats audio sont si à la mode auprès d'un public parfois « intimidé » par les livres que l'ex-assistante de Jean d'Ormesson, Audrey Siourd, a choisi d'en faire le cœur de son activité. Lancée en octobre 2018, sa start-up, Grimm & Co s'est spécialisée dans la vente de concepts sonores aux éditeurs papier soucieux

d'élargir leur lectorat. Avec ses Liseuses, elle avait dépoussiéré des classiques comme *Zadig* ou *Madame Bovary* en les faisant interpréter par Félé, Olivia de Lamberterie ou Samir Bouadi sur fond d'électro ou de jazz. Elle a récemment confié à Tatiana de Rosnay le soin de présenter Territoires intimes, une série de trois épisodes sonores

sur les écrivains qui l'ont influencée. Original et immersif, le concept a déjà trouvé un prolongement avec un e-book pour le Kobo de la Fnac avant d'être repris en poche par Pocket dans un an. Un bouleversement complet par rapport au schéma traditionnel qui voyait les grands textes déclinés en lecture en bout de course!

qu'initialement envisagé avec une belle main, du papier de qualité, de la quadrichromie et surtout une meilleure rémunération pour l'autrice. Elle touche 25% des recettes au lieu des 10 ou 12% courants dans l'édition.»

Non seulement Victoire Tuailon a-t-elle renouvelé cette expérience plus que concluante avec *Le Cœur sur la table*, sorti en octobre, mais elle dirige dorénavant la nouvelle collection d'essais basés sur des podcasts de Binge. Tiré à l'origine à 5 000 exemplaires et vite épuisé, celui de Juliet Drouar, *Sortir de l'hétérosexualité*, attire les foules chez les libraires. « Certains nous ont dit qu'ils n'avaient jamais vu tant de monde depuis Riad Sattouf [auteur de la série de BD à succès "L'Arabe du futur", NDLR] », se réjouit Joël Ronez. S'il recourt encore parfois au financement participatif, il développe les coéditions avec des maisons traditionnelles pour les sujets qui s'y prêtent : *Parler comme jamais* publié en octobre avec le Robert, *Kiffe ta race* de Rokhaya Diallo sorti avec First le 13 janvier. À la recherche de Jeanne bientôt adapté en collaboration avec Calmann-Lévy.

SPORT, CRIME, JEUNESSE : UN TIERCÉ GAGNANT

Car les éditeurs ne se font plus prier pour écouter les créateurs de podcasts, et pas uniquement sur les sujets identitaires ou de développement personnel qui ont fait leur gloire initiale auprès d'un auditoire globalement jeune et branché. Le sport a donné d'intéressantes adaptations (par exemple Associé n°1, le podcast de Julien Froment sur la naissance du PSG, édité par Europe 1 et Amphora), comme le « true crime » très en vogue aux États-Unis. Distorsion, la fascinante émission dans laquelle les deux Québécois Émile Gauthier et Sébastien Lévesque relatent des faits divers liés à Internet, a déjà été déclinée en deux livres des Éditions de l'Homme et en une série documentaire pour la télévision canadienne.

Le secteur jeunesse est particulièrement prisé, comme en ont fait l'expérience avec *Encore une histoire* la journaliste de RMC Céline Kallmann et son époux chroniqueur de La Maison des Maternelles, Benjamin Muller. Sorti de manière confidentielle pendant le confinement, leur podcast a si bien fonctionné qu'ils ont décidé de l'autoéditer en s'appuyant sur le crowdfunding, faute de s'entendre avec une maison traditionnelle. Sans avoir pleinement évalué les contraintes logistiques de l'exercice.

JOIES ET PEINES DE L'AUTOÉDITION

« Quand on a reçu une tonne et demie de cartons à la maison, il a fallu s'organiser pour le stockage, l'envoi, les négociations avec La Poste et même les livraisons en Île-de-France que nous assurons seuls, racontent-ils en duo. Pas le côté le plus passionnant de l'aventure. » Soutenus par le réseau très prescripteur de la Fnac, ils ont vendu 5 000 exemplaires, ce qui leur a permis de « ne pas perdre de sous » et de lancer plusieurs autres projets qu'ils espéraient sortir avant Noël. C'était compter sans la pénurie de papier. « Contrairement aux éditeurs, nous n'avons pas de stock. La seule solution pour les imprimer à temps aurait été de payer trois fois le tarif. Inenvisageable ! »

Un podcast très suivi ne se transforme pourtant pas à tous les coups en carton éditorial. Si *Émotions*, coédité par Louie Média et Les Arènes, a plutôt bien marché, *Ou peut-être une nuit*, le bouleversant podcast de Charlotte Pudlowski sur l'inceste, n'a pas totalement trouvé son public chez Grasset. Malgré le gros travail d'adaptation de la journaliste et la grande pudeur de son écriture, pas évident de trouver les mots pour retranscrire l'émotion suscitée par les paroles, mais aussi les silences, des femmes témoignant de ce sujet tabou...

Plus d'infos sur leseschos.fr/weekend