



Étude européenne sur l'auto-édition / édition alternative

Résultats France

Mars 2016

Méthodologie – Étude auteurs France

- **Commanditaire** : BoD – Books on Demand
- **Répondants** : 5 475 Auteurs en France, Allemagne, Autriche, Suisse, Finlande, Danemark et Suède. 926 Répondants en France.
- **Durée** : 7 janvier au 14 février 2016.
- **Méthode** : Enquête en ligne avec un questionnaire semi-standardisé. Des échelles de 1 à 4 ont été utilisées : les valeurs de satisfaction étaient de 3 (plûtôt satisfait) et 4 (satisfait) et les valeurs de non-satisfaction de 1 (pas du tout satisfait) et 2 (peu satisfait).
- **Superviseurs** : Prof. Dr. Vanessa Haselhoff, Dr. Joerg Pfhul, Haute École de Management, Erding (Allemagne).
- **Publication** : Mars 2016
- **Partenariat** : Étude réalisée en France avec l'association de la société **Edilivre** par envoi d'une Newsletter à ses auteurs.



Méthodologie – Étude lecteurs et librairies

Étude lecteurs

- Étude menée dans 7 pays européens du 7 janvier au 14 février 2016.
- **Méthode** : Enquête en ligne avec un questionnaire semi-standardisé.
- Étude réalisée **en France** via la Newsletter de Babelio. Relai Facebook et Twitter.
- Total de répondants France : 338.

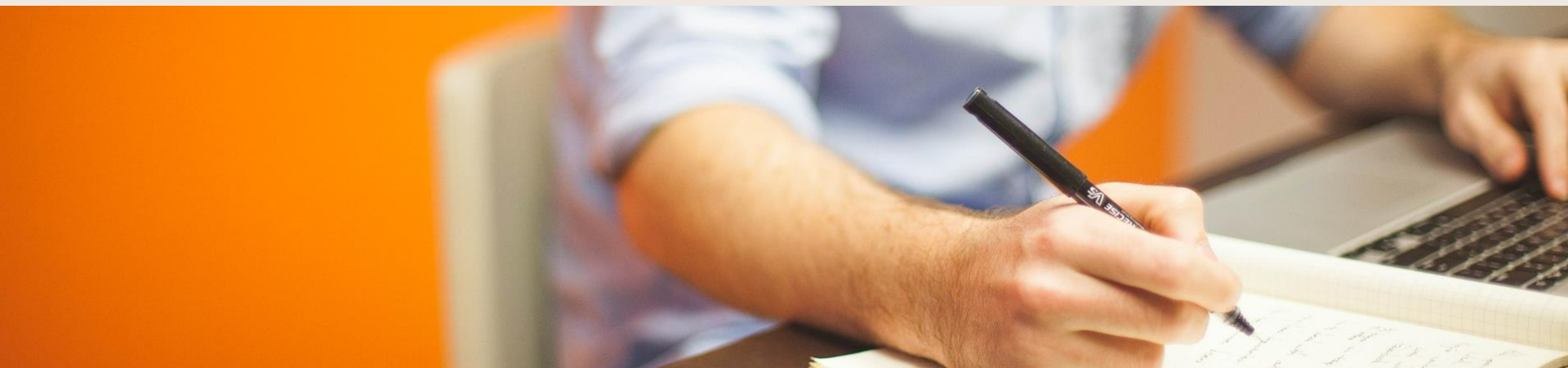
Étude librairies

- Étude menée dans 3 pays européens du 7 janvier au 14 février 2016.
- **Méthode** : Enquête en ligne avec un questionnaire semi-standardisé,
- Total de répondants France : 88.





Étude Auteurs

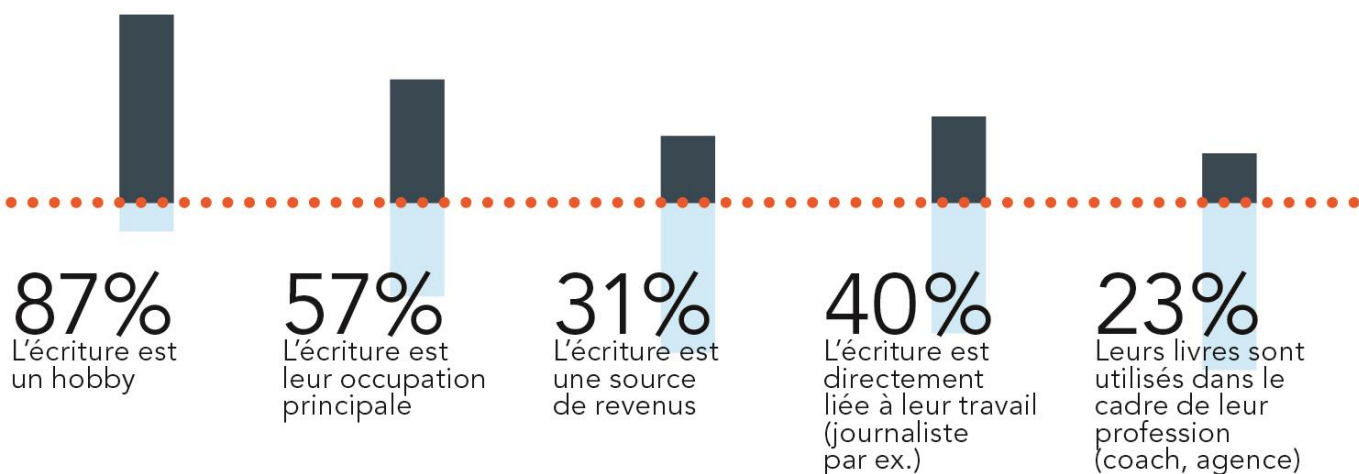


Étude auteurs - Motivations

L'écriture est surtout un loisir mais aussi une occupation principale.

Seuls **30 % des autres auteurs européens** considèrent l'écriture comme une occupation principale.

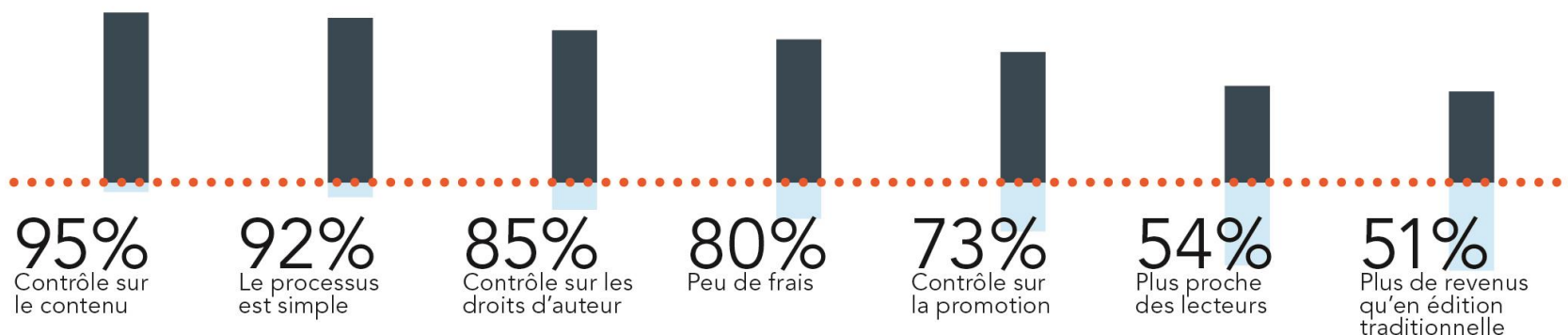
POURQUOI ÉCRIVENT-ILS ?



Étude auteurs - Motivations

L'importance du contrôle.

RAISONS POUR
LESQUELLES L'AUTEUR
CHOISIT L'AUTO-ÉDITION :



Étude auteurs - Motivations

La littérature générale,
le genre littéraire le plus publié.

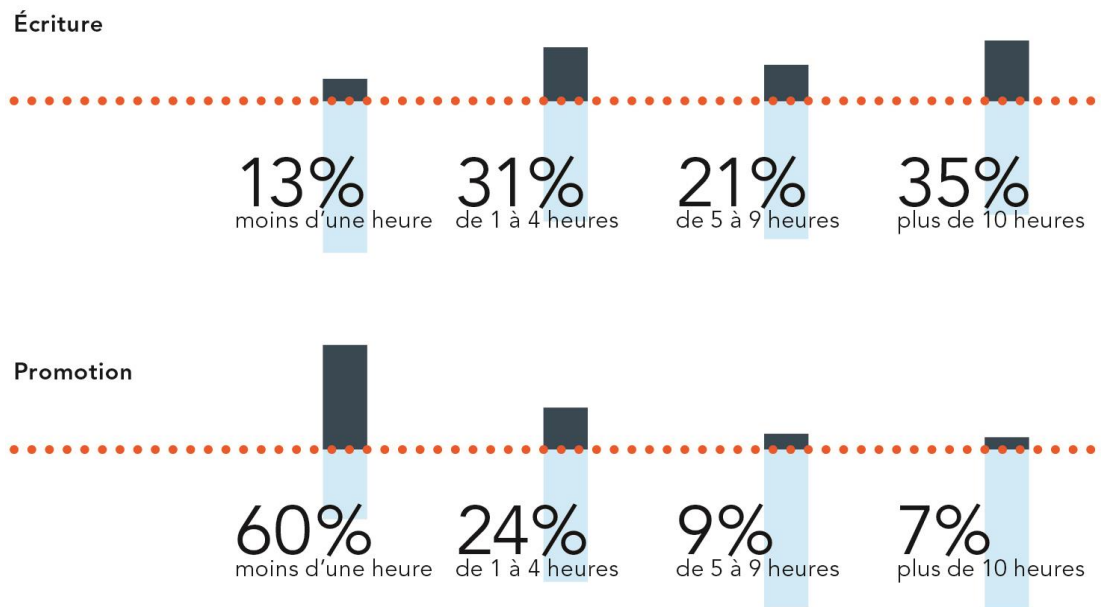
GENRES LITTÉRAIRES
PRÉFÉRÉS PUBLIÉS PAR LES
AUTEURS INDÉPENDANTS :



Étude auteurs - Motivations

L'auteur écrit beaucoup mais se consacre peu à la promotion.

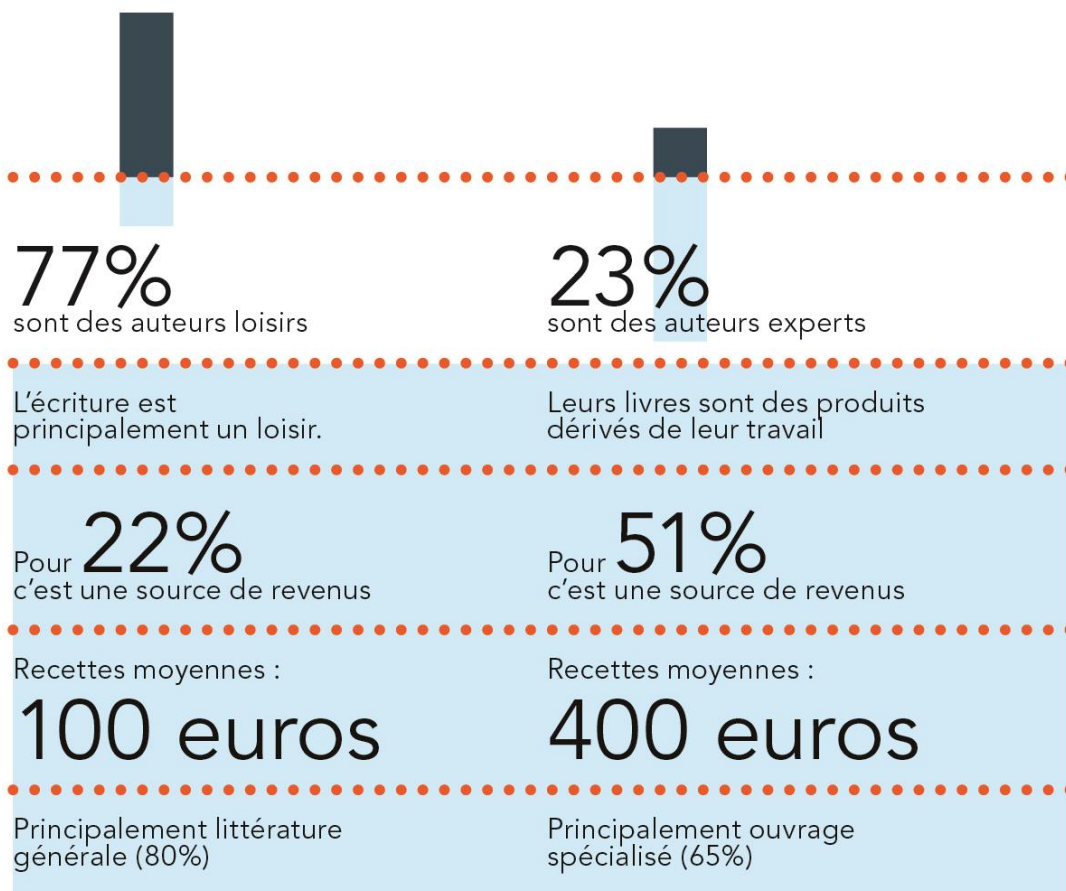
TEMPS CONSACRÉ À
L'ÉCRITURE ET LA
PROMOTION PAR SEMAINE :



L'auteur français est le plus **investi** : C'est celui qui écrit le **plus** et qui consacre le **plus** de temps à la promotion.

Étude auteurs - Motivations

DEUX TYPES D'AUTEURS :

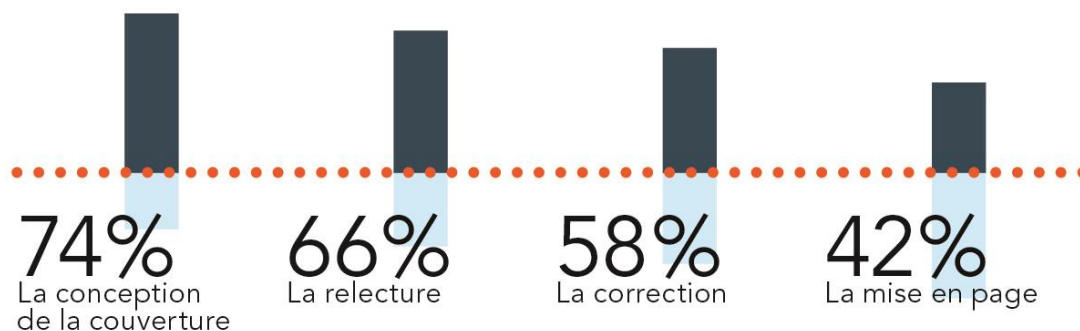


Deux types d'auteurs se dessinent en France.

Étude auteurs - Exigence

Près d'un tiers des auteurs délègue la conception et la promotion.

LES SERVICES LES PLUS DÉLÉGUÉS À UNE TIERCE PERSONNE SONT LORS DE LA CONCEPTION D'UN LIVRE :

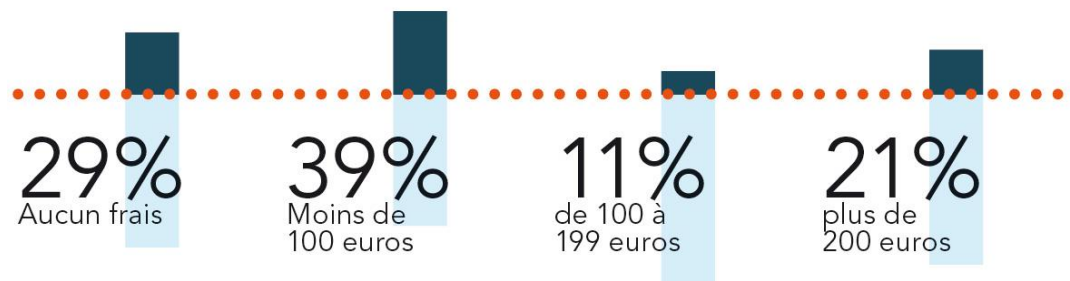


Étude auteurs - Exigence

Peu de dépenses.

Les auteurs français sont ceux qui ont le **plus petit budget** pour la publication d'un livre.

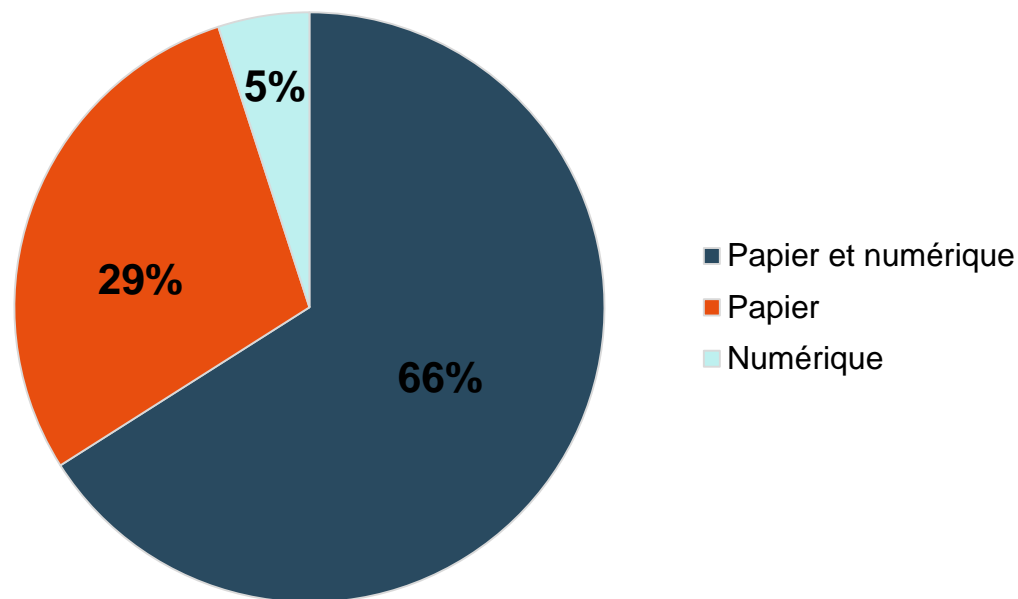
BUDGET INVESTI POUR LA CONCEPTION, LA MISE EN PAGE ET LA PROMOTION DE CHAQUE NOUVELLE PUBLICATION :



Étude auteurs - **Distribution**

La combo papier/numérique plébiscitée.

**LES AUTEURS
INDÉPENDANTS PUBLIENT
LEURS LIVRES AU FORMAT :**

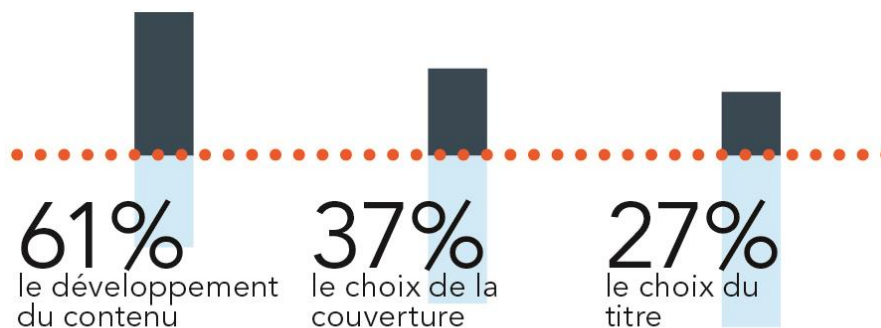


Étude auteurs - Exigence

46 % des auteurs déclarent intégrer les lecteurs dans le processus de création de leurs livres.

ESSENTIELLEMENT POUR :

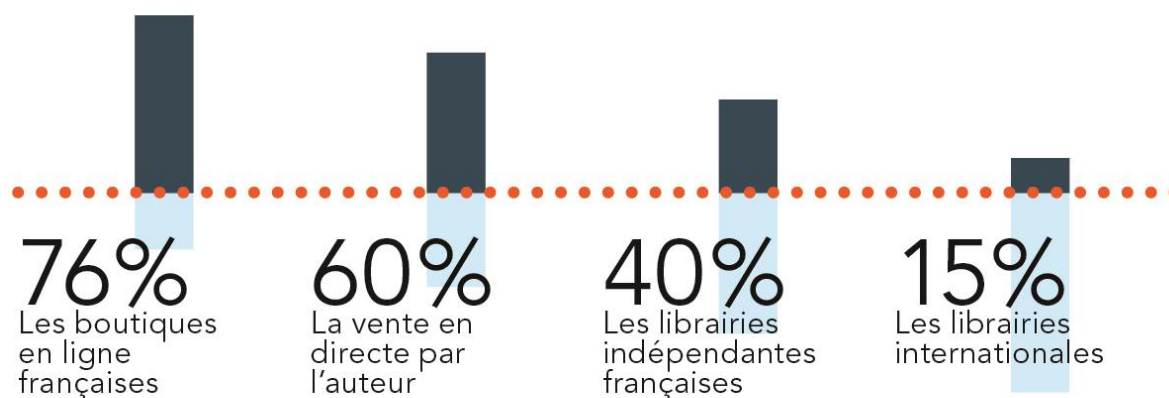
Les auteurs français sont les **plus connectés** avec leurs lecteurs !



Étude auteurs - Distribution

45 % des auteurs se disent satisfaits du niveau de leurs ventes en librairies.

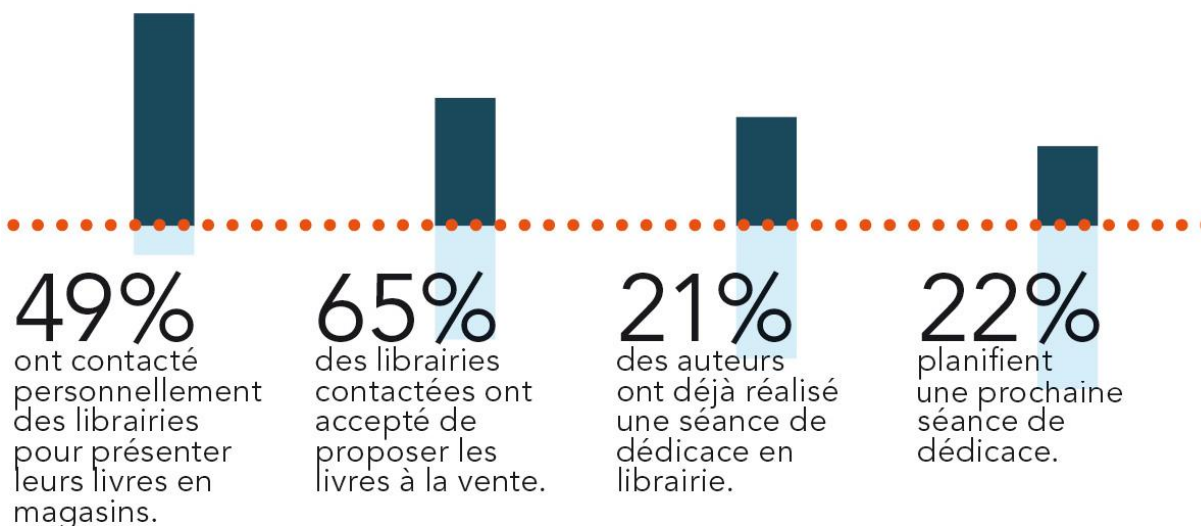
LES CANAUX DE DISTRIBUTION UTILISÉS PAR LES AUTEURS INDÉPENDANTS SONT :



Étude auteurs - Distribution

Des auteurs entrepreneurs.

CHANCES ET FEEDBACK



Les auteurs français sont **nettement les plus dynamiques** et sont ceux qui démarchent le plus les librairies.

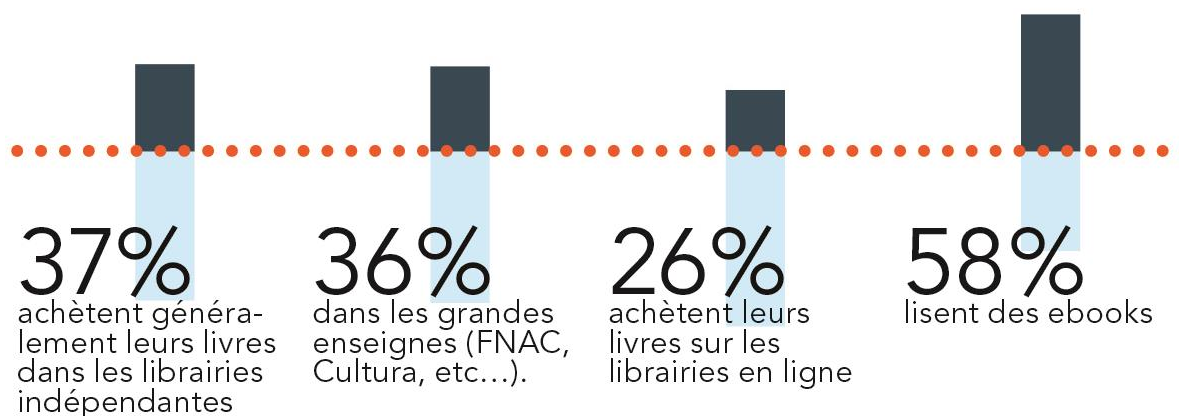
Étude Lecteurs



Étude lecteurs – **En général**

La librairie physique en tête.

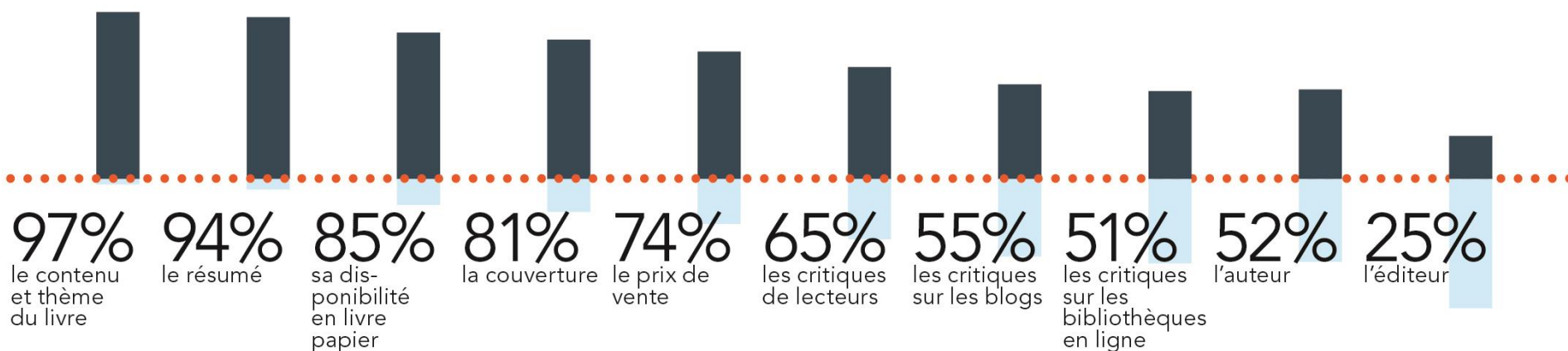
**PARMI LES LECTEURS
INTERROGÉS :**



Étude lecteurs – En général

L'importance du contenu et du résumé dans l'acte d'achat.

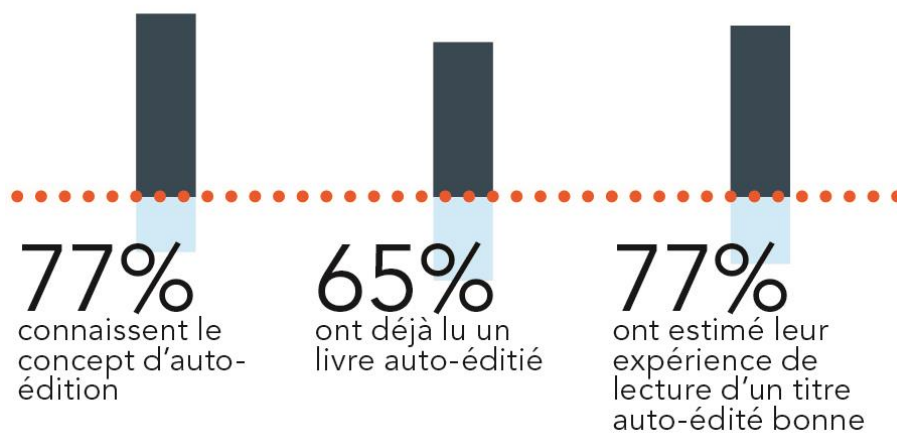
LES FACTEURS IMPORTANTS DANS L'ACHAT D'UN LIVRE :



Étude lecteurs – L'auto-édition

L'auto-édition est un concept connu des lecteurs.

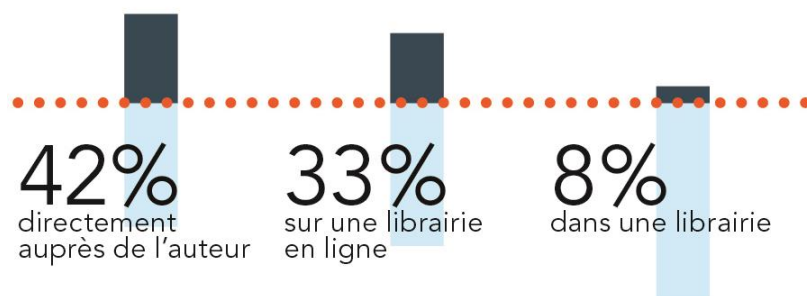
**LES LECTEURS INTERROGÉS
ET L'AUTO-ÉDITION :**



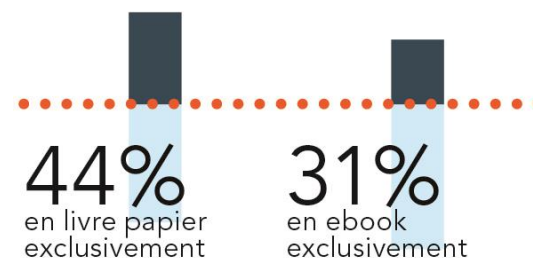
Étude lecteurs – L'auto-édition

L'importance de la proximité auteur / lecteur.

LES LECTEURS INTERROGÉS
ONT ACHETÉ LE OU LES
LIVRES AUTO-ÉDITÉ(S) :



LE FORMAT DU LIVRE
AUTO-ÉDITÉ LU PAR LES
LECTEURS :





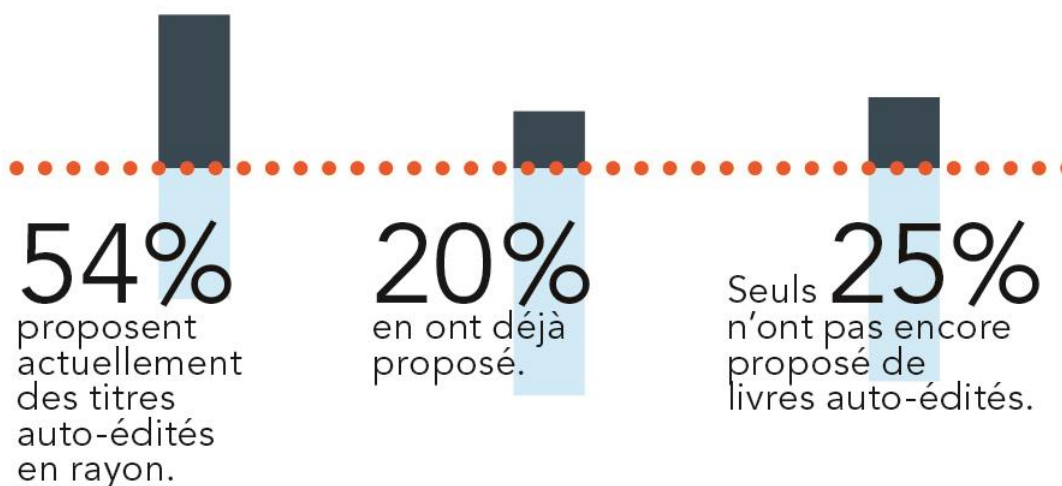
Étude Librairies



Étude librairies – Les tendances

75 % des libraires proposent ou ont déjà proposé des titres auto-édités à la vente.

LES LIBRAIRES INTERROGÉS AFFIRMENT QUE :



Étude librairies – Les tendances

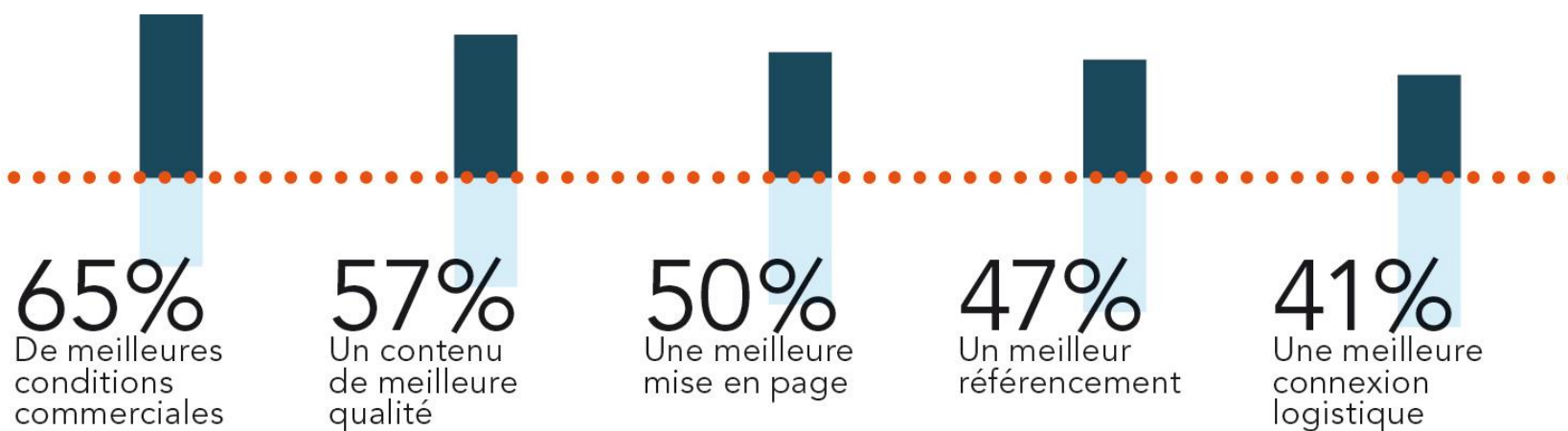
43 % des libraires ont déjà organisé ou prévoient une séance de dédicace avec un auteur auto-édité.

90 % des librairies répondent positivement à une demande d'un titre auto-édité à condition qu'il soit disponible sur un catalogue (type Dilicom) ou distribué.

Étude librairies – **Les tendances**

Plusieurs aspects à améliorer.

PROPOSITION POUR
AMÉLIORER LES LIVRES
LIVRES AUTO-ÉDITÉS :





Merci pour votre attention !

Vos questions :

Noémie Machner
Marketing BoD France

BoD - Books on Demand
12/14 rond-point des Champs Élysées
75 008 Paris
Tél. : 01.53.53.14.89 ; 0049.40.53.43.35.34
noemie.machner@bod.fr
www.bod.fr