

BoD

L'auto-édition en Europe Étude 2019

Publication : Mai 2020

bod.fr

Introduction

L'auto-édition est l'un des secteurs du marché du livre qui se développe le plus ces dernières années. Publier son livre de manière indépendante permet aux auteurs de garder le contrôle total sur le contenu, la conception et la promotion de leurs œuvres.

Pour les nouveaux talents comme pour les auteurs expérimentés déjà édités de manière traditionnelle, l'auto-édition offre une liberté nouvelle et un potentiel passionnant en termes de développement et de conception. Il en résulte une variété de titres sans précédent, dont certains s'adressent à des marchés de niche, séduisant de plus en plus de lecteurs.

En tant que pionnier européen et acteur principal dans le domaine de la publication de livres en ligne et de l'auto-édition, BoD réalise, en coopération avec l'Université de gestion appliquée d'Erding, sa quatrième étude (après celles de 2013, 2014 et 2016) du développement de l'auto-édition en Europe.

L'objectif est d'en savoir plus sur les acteurs et les évolutions de l'auto-édition. La présente étude se concentre sur les motivations des auteurs à écrire, les actions qu'ils mettent en place pour atteindre leurs lecteurs, ainsi que leur professionnalisation en matière de publication et de promotion de leurs livres.

Méthodologie

- Mandant : BoD – Books on Demand GmbH
 - Cible interrogée : 3 230 auteurs de 12 à 88 ans en France, Allemagne, Autriche, Suisse, Danemark, Finlande, Suède et Espagne.
 - Étude menée du 19 août au 16 septembre 2019.
 - Méthode : enquête en ligne avec un questionnaire semi-standardisé. Des échelles de 1 à 4 ont été utilisées. Les valeurs d'approbation de 3 (plutôt d'accord) et 4 (tout à fait d'accord) ainsi que les valeurs de rejet de 1 (pas du tout d'accord) et 2 (plutôt pas d'accord) ont été combinées pour obtenir les résultats.
 - Mise en œuvre : Prof. Dr. Vanessa Haselhoff, Université de gestion appliquée, Erding.
 - Date de publication : mai 2020.
-
- © Books on Demand GmbH, Norderstedt, 2019. Les contenus de cette publication sont placés sous licence Creative Commons CC BY-SA.



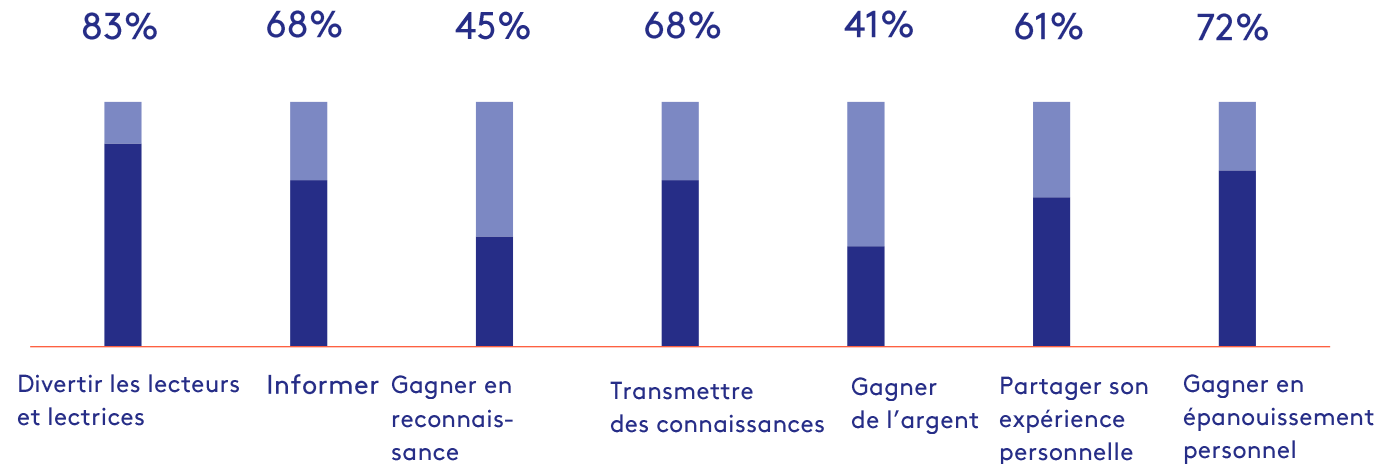
Motivations des auteurs
à écrire

Motivations à écrire et auto-éditer son livre

Différences de motivations selon l'âge et le sexe :

- Les jeunes auteurs veulent divertir, gagner en reconnaissance, gagner de l'argent et gagner en épanouissement personnel.
- Les auteurs plus âgés, en revanche, ont tendance à vouloir éduquer, transmettre des connaissances et partager leur expérience personnelle.

Motivations à écrire des auteurs auto-édités en France :



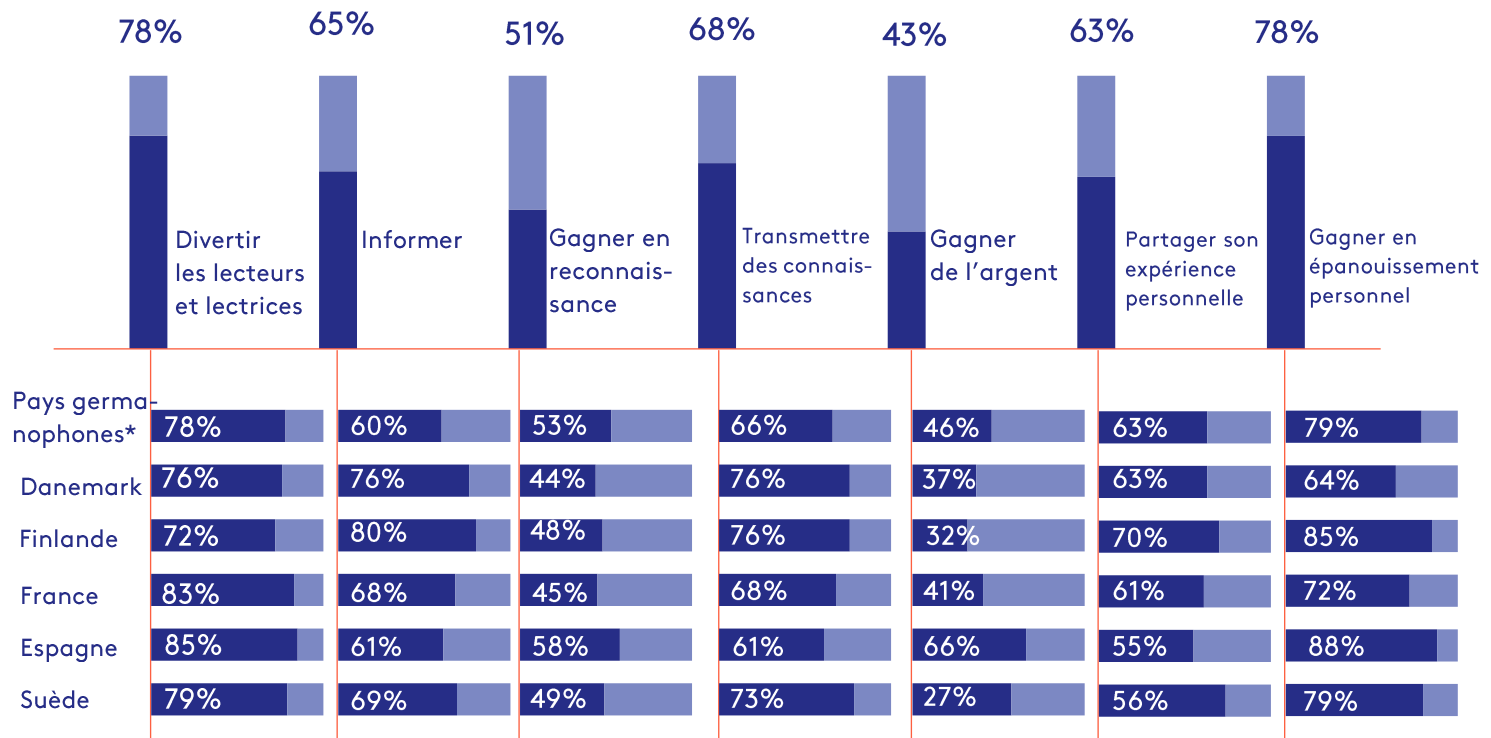
Comparaison avec les autres pays d'Europe

Motivations à écrire et auto-éditer son livre

Une comparaison avec les autres pays d'Europe montre que :

- Les Français et les pays germanophones ont surtout pour objectif de divertir avec leurs livres et de gagner en épanouissement personnel.
- Les Danois et les Finlandais veulent avant tout informer et transmettre des connaissances.
- Les Espagnols veulent de plus en plus divertir, s'épanouir mais également gagner de l'argent en écrivant.
- Les Suédois écrivent davantage dans l'optique de transmettre des connaissances, et non de gagner de l'argent.

Motivations à écrire des auteurs auto-édités européens :



*Pays germanophones : Allemagne, Autriche, Suisse

Auteurs français

On distingue deux profils d'auteurs auto-édités français

- En se basant sur les différentes motivations des auteurs, une analyse de regroupement (*clustering*) permet d'identifier deux types d'auteurs auto-édités : les « conteurs » d'un côté et les « pédagogues » de l'autre.
- Les premiers ont pour but de divertir leurs lecteurs et lectrices tout en s'épanouissant par l'écriture, tandis que les seconds partagent des informations pratiques, transmettent des connaissances et des expériences personnelles.



On distingue deux profils d'auteurs auto-édités français

44 % d'auteurs « pédagogues »

Ils veulent avant tout écrire pour rendre accessibles à leurs lecteurs et lectrices des informations, transmettre des connaissances et des expériences personnelles.

Ils ne sont pas forcément en contact avec d'autres auteurs et collaborent moins avec des blogueurs.

Ils n'impliquent pas les lecteurs dans la création de leur livre.

La plupart d'entre eux sont plus âgés.

56 % d'auteurs « conteurs »

Ils veulent avant tout divertir leurs lecteurs et lectrices.

Ils sont davantage en contact avec d'autres auteurs et collaborent avec des blogueurs.

Ils impliquent les lecteurs dans la création de leur livre.

La plupart d'entre eux sont plus jeunes.

On distingue deux profils d'auteurs auto-édités français

- Les auteurs « pédagogues » ont déjà acquis une expertise sur une thématique spécifique avant la publication de leur premier livre en auto-édition et ont créé une communauté à cet effet. Cette thématique est généralement le sujet de leur premier livre et les auteurs peuvent donc compter sur un large lectorat potentiel pour leurs débuts.
- En revanche, les auteurs « conteurs » n'ont à leurs débuts pas de communauté de lecteurs potentiels déjà constituée mais mettent en place davantage d'actions pour se faire connaître. Ils sont par exemple plus à même d'échanger avec d'autres auteurs, font appel plus volontiers à des prestataires de services pour la création de leurs livres et collaborent plus étroitement avec des blogueurs pour la promotion de leurs ouvrages.
- Les auteurs « pédagogues » publient surtout des livres spécialisés, des livres pratiques et des témoignages, des livres de cuisine ou encore des récits de voyage, tandis que les auteurs « conteurs » écrivent plutôt de la romance, de la science-fiction, de la fantasy, des livres jeunesse ainsi que des romans policiers et des thrillers. Mais il existe également des auteurs qui veulent transmettre des connaissances ou des informations par le biais de la fiction.



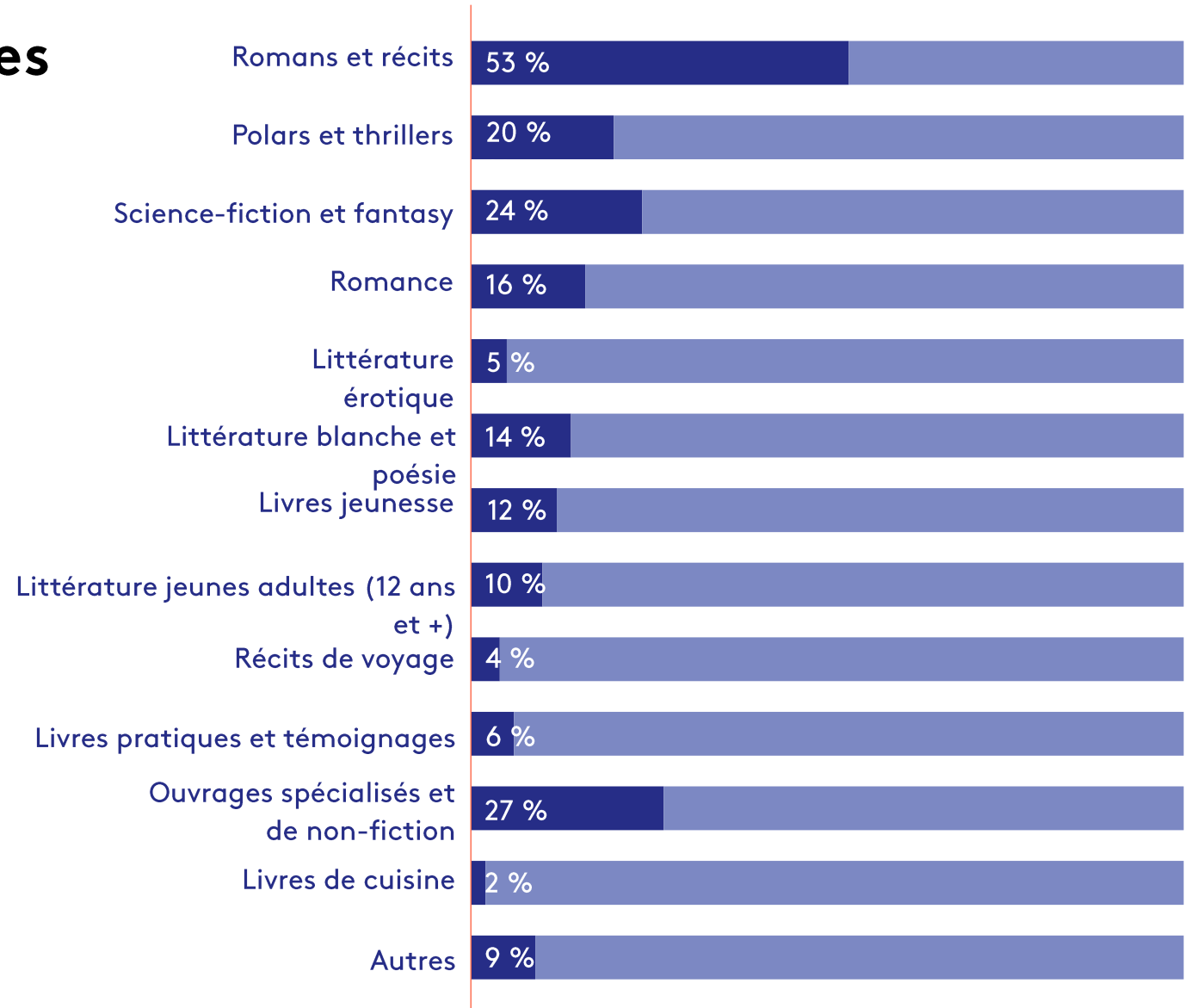
Genres, lecteurs cibles et méthodes de publication

Auteurs français

Les genres les plus populaires

Les auteurs publient avant tout des romans et autres récits, tout comme des ouvrages spécialisés et de non-fiction.

Les auteurs français sont ceux qui publient le plus de romans par rapport aux autres pays européens.

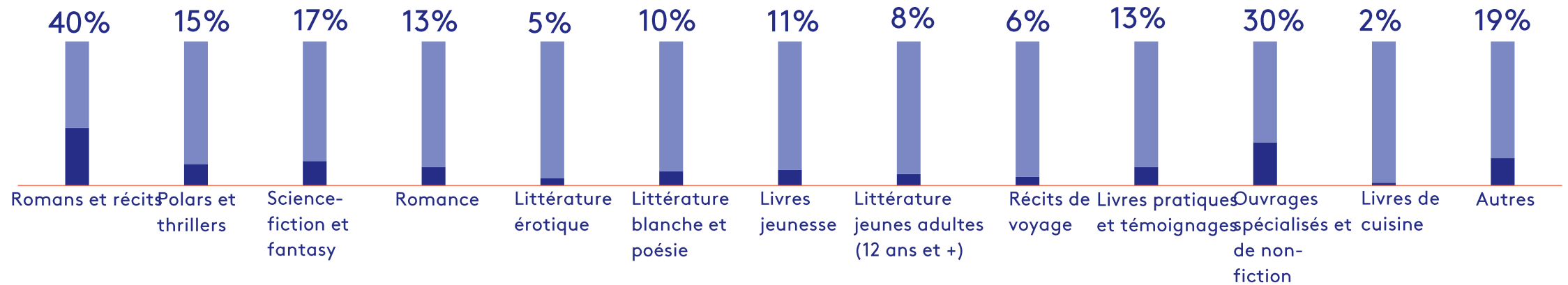


Les choix multiples étaient autorisés.

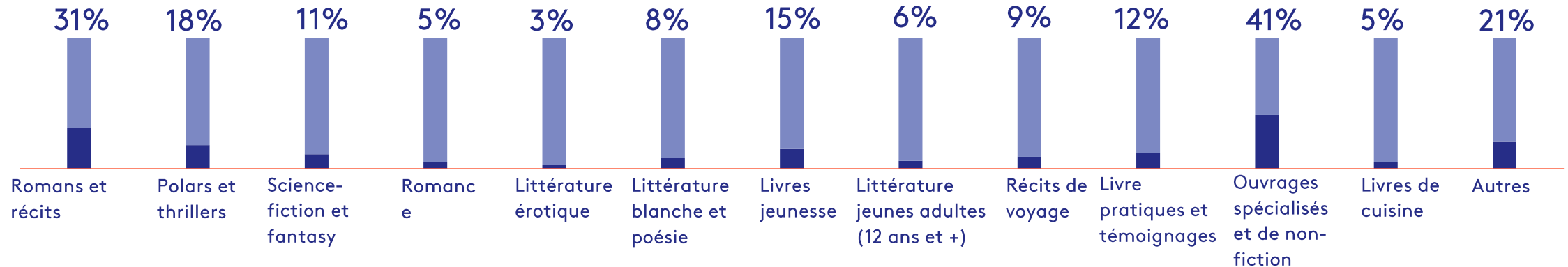
Comparaison avec les autres pays d'Europe

Les genres les plus populaires

Europe tous pays confondus



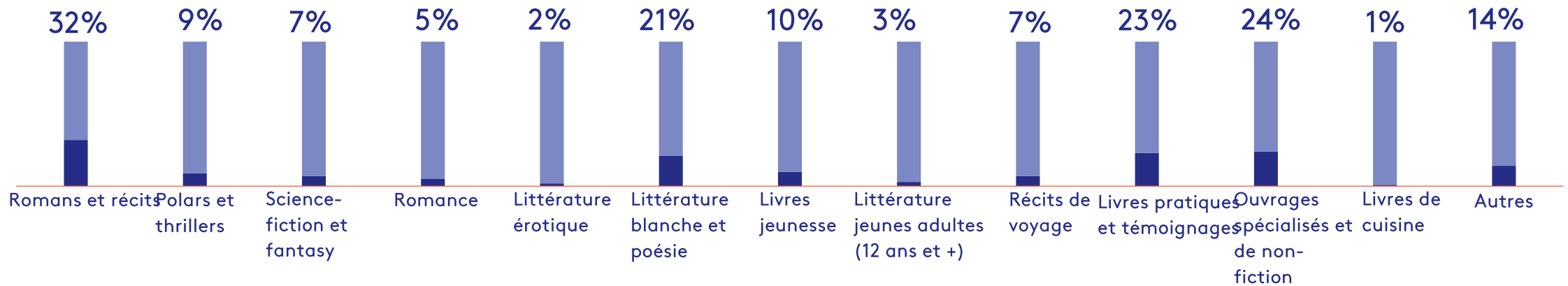
Danemark



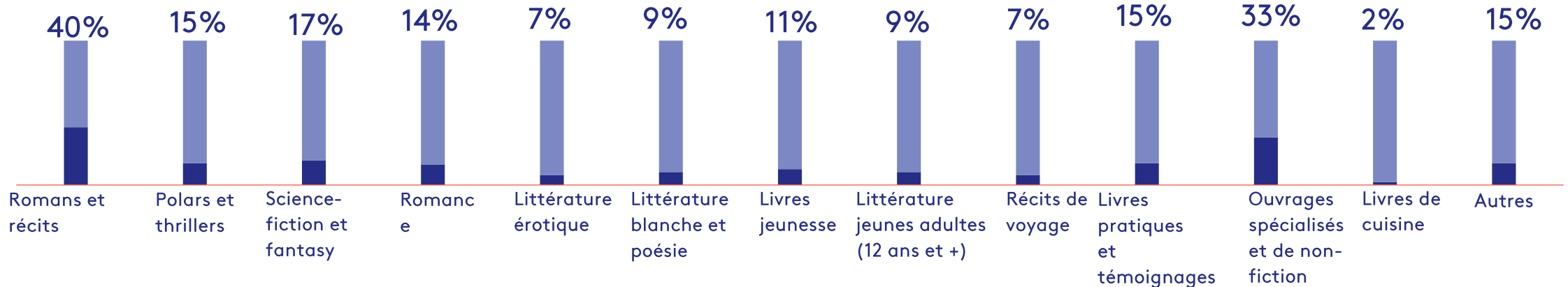
Comparaison avec les autres pays d'Europe

Les genres les plus populaires

Finlande



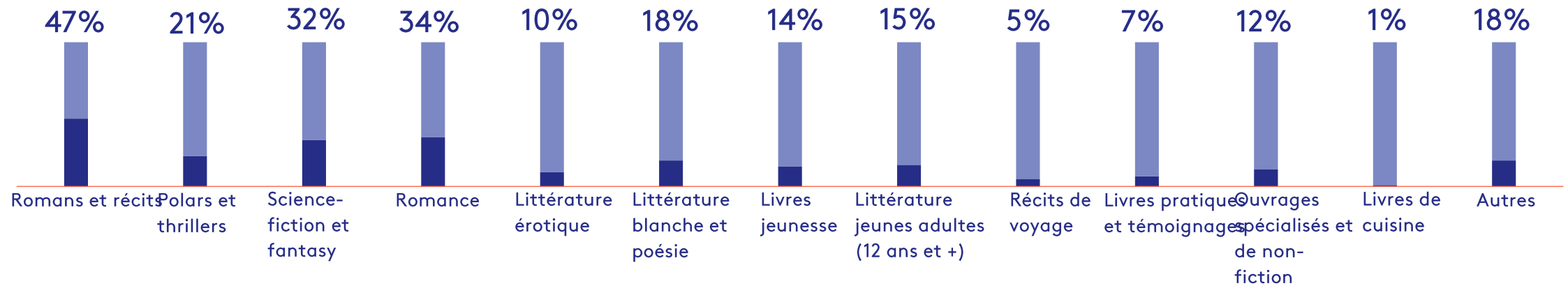
Pays germanophones (Allemagne, Autriche, Suisse)



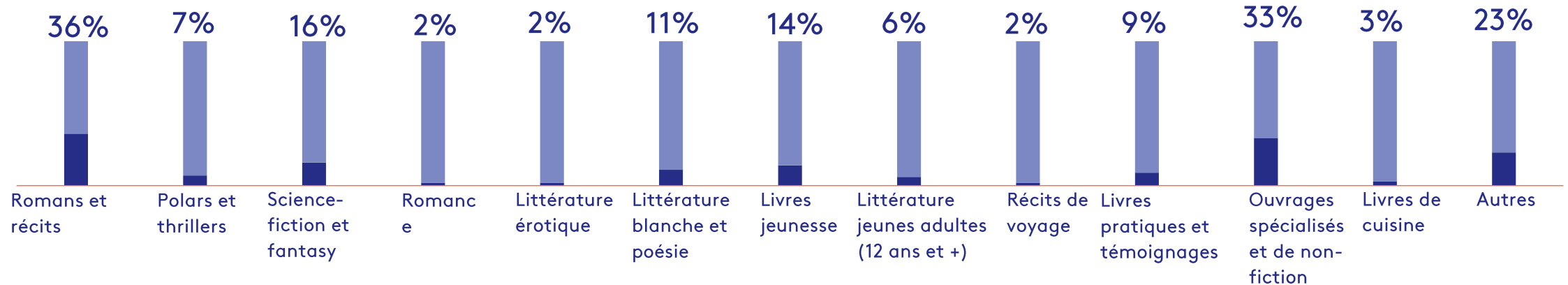
Comparaison avec les autres pays d'Europe

Les genres les plus populaires

Espagne



Suède

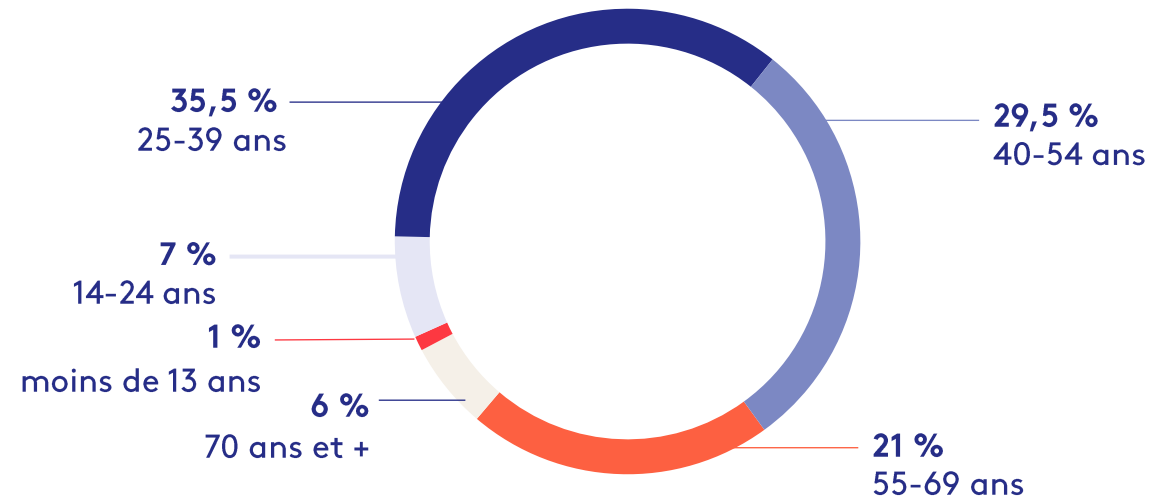


Les lecteurs cibles

Ce que l'on remarque à propos des lecteurs cibles :

- Plus les auteurs sont âgés, plus leurs lecteurs cibles le sont aussi.

L'âge des lecteurs cibles des auteurs auto-édités français interrogés :

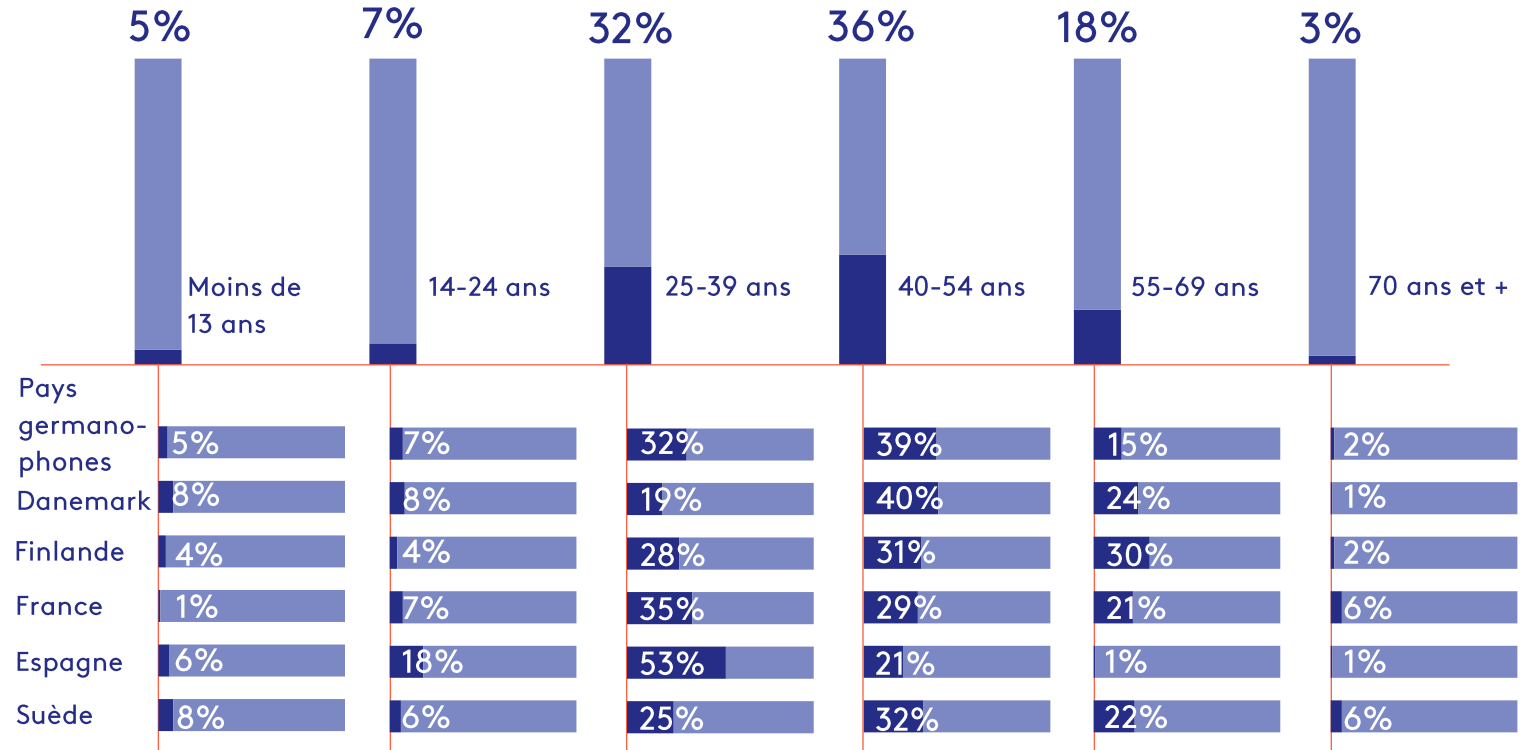


Les lecteurs cibles

Ce que l'on remarque à propos des lecteurs cibles dans les autres pays d'Europe :

- Les auteurs espagnols s'adressent davantage aux jeunes lecteurs, tandis que les Finlandais et les Danois écrivent pour un lectorat plus âgé.

L'âge des lecteurs cibles des auteurs auto-édités européens interrogés :

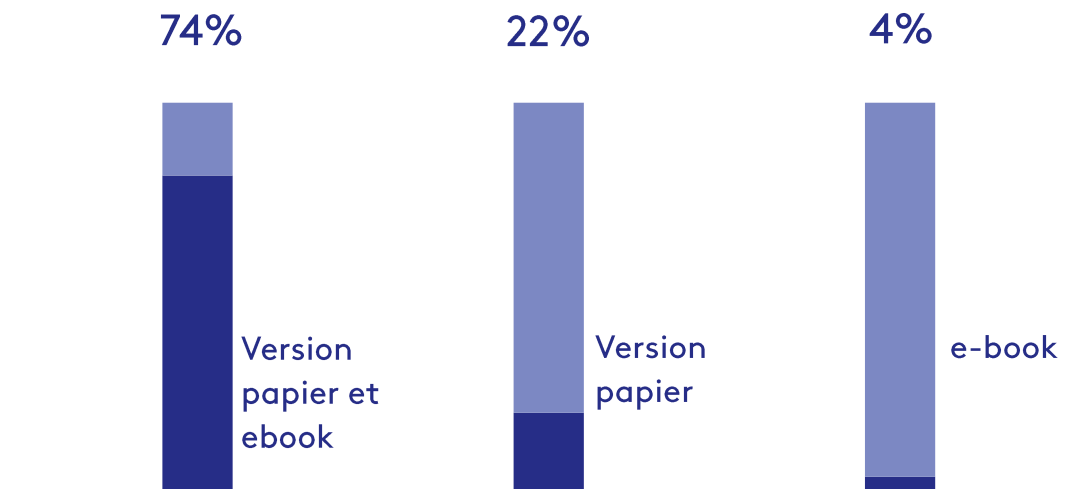


Les méthodes de publication

La plupart des auteurs auto-édités publient leurs livres en version papier et numérique simultanément, augmentant ainsi leur portée et leur visibilité auprès des lecteurs.

- Par rapport à l'enquête sur l'auto-édition de 2016, la part des publications dans les deux formats (papier et numérique) est en augmentation.
- Résultats de l'année 2016 :
 - 66 % de livres publiés en version papier et ebook
 - 29 % de livres publiés en version papier uniquement
 - 5 % de livres publiés en e-book uniquement

Les méthodes de publication privilégiées par les auteurs français auto-édités :

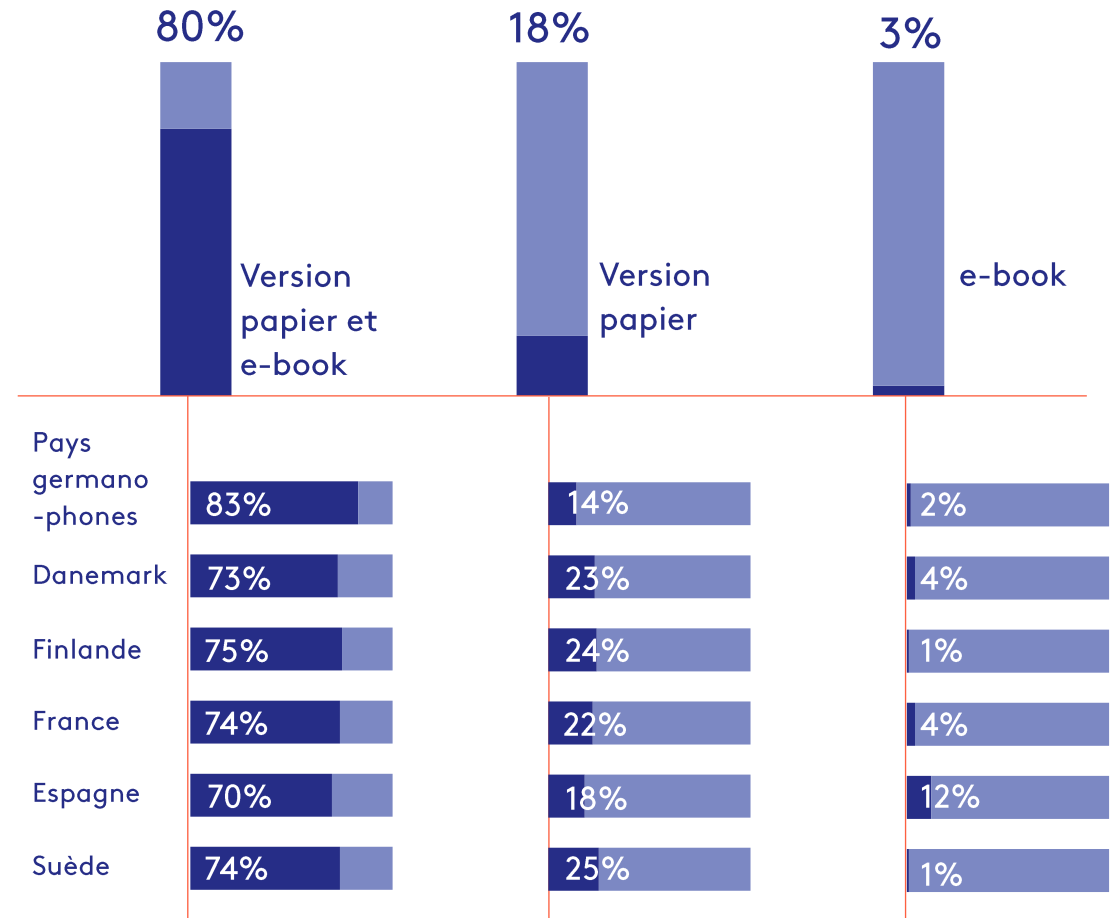


Comparaison avec les autres pays d'Europe

Les méthodes de publication

- La comparaison avec les autres pays d'Europe montre que les auteurs germanophones sont ceux qui publient le plus souvent leurs livres en version papier et ebook simultanément.
- En Espagne, un auteur sur dix publie ses livres en ebook uniquement.

Les méthodes de publication privilégiées par les auteurs auto-édités des autres pays d'Europe :



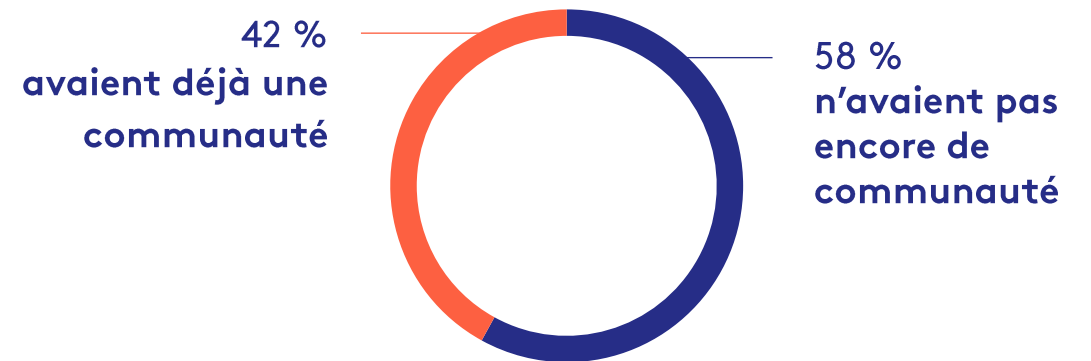
Communautés, réseautage
et fidélisation des lecteurs



Une forte création de communauté

Presque un auteur auto-édité sur deux a déjà fondé une communauté autour d'une thématique avant de publier son premier livre.

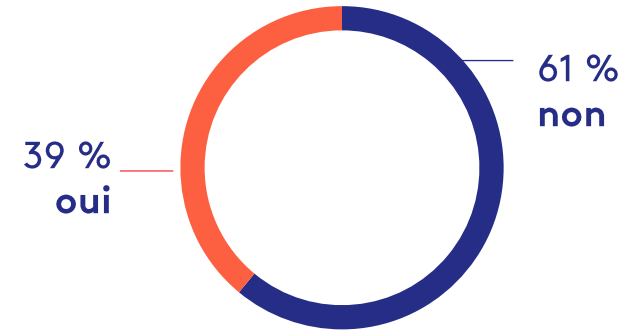
Avant la publication de leur premier livre, les auteurs auto-édités français interrogés :



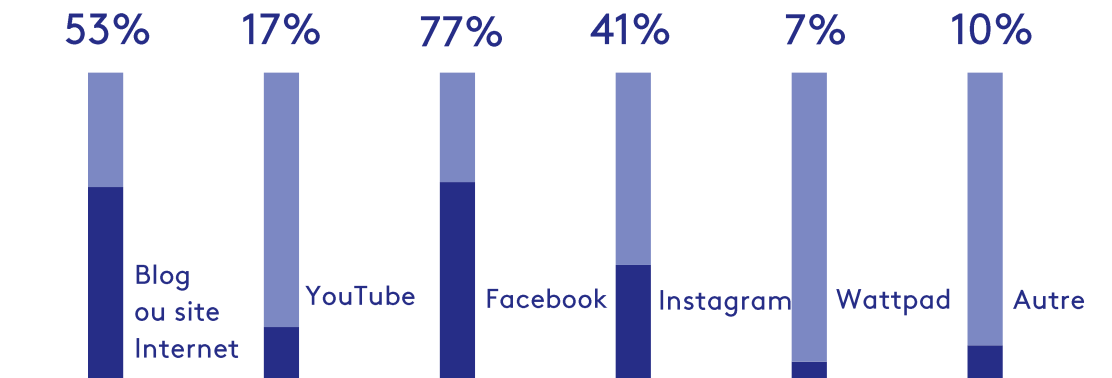
Une forte création de communauté

- Un auteur sur trois écrit, y compris son premier ouvrage, sur la thématique pour laquelle il a fondé une communauté avant la publication de son livre.
- Lorsque la motivation de l'auteur à écrire est de transmettre des informations ou des connaissances, celui-ci a généralement une communauté.
- Les communautés sont plus importantes pour les auteurs de livres pratiques et de livres de cuisine.
- La création de la communauté se fait principalement via Facebook, le site Internet de l'auteur ou encore son blog.

Pour les auteurs auto-édités français, cette thématique était à l'origine de leur motivation de publier un livre :



La communauté s'est formée sur la plateforme :



Les choix multiples étaient autorisés.

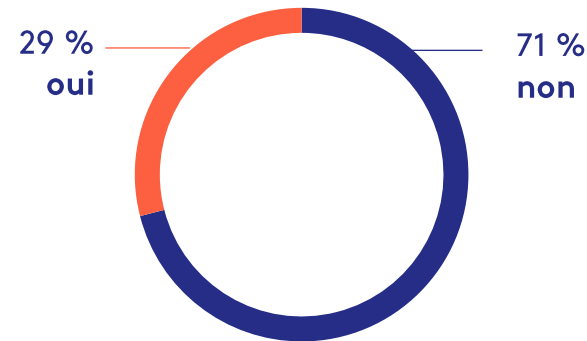
Comparaison avec les autres pays d'Europe

Une forte création de communauté

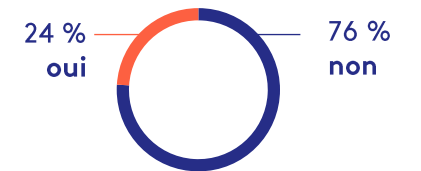
- On remarque en comparant les réponses des auteurs des différents pays d'Europe que les auteurs français sont les plus nombreux à avoir déjà une communauté avant la publication de leur premier ouvrage (42 %), tandis que les auteurs finlandais sont les moins actifs dans ce domaine (26 %).

Les auteurs auto-édités européens interrogés avaient déjà fondé une communauté avant la publication de leur premier livre :

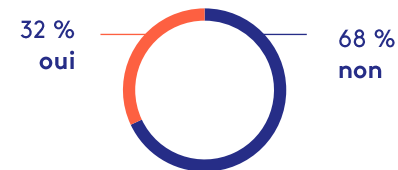
Europe tous pays confondus



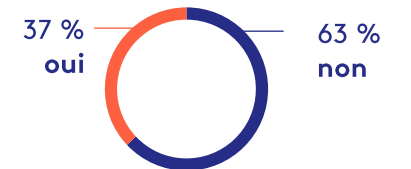
Pays germanophones



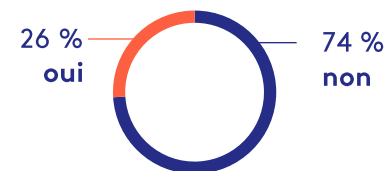
Danemark



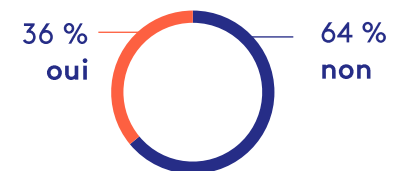
Espagne



Finlande



Suède



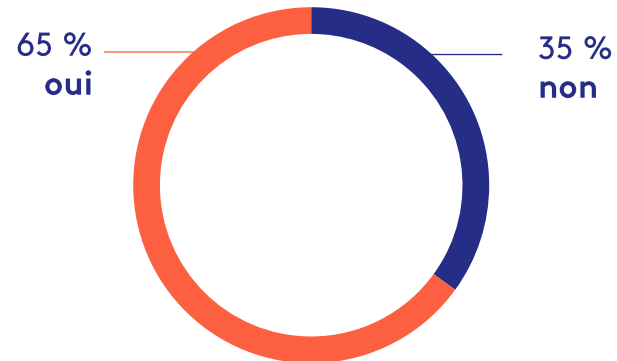
Comparaison avec les autres pays d'Europe

Une forte création de communauté

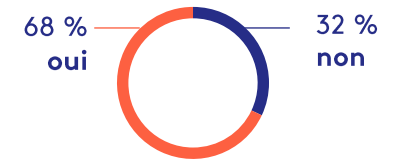
- Alors que 42 % des Français sont très actifs dans le développement d'une communauté sur une thématique en amont de leur projet de publication, celle-ci constitue le sujet de leur premier livre seulement pour un auteur sur trois.
- En revanche, 87 % des auteurs finlandais possédant une communauté sur une thématique exploitent celle-ci dans leur premier ouvrage, accroissant ainsi le nombre de potentiels lecteurs.

Cette thématique était pour les auteurs à l'origine de leur motivation de publier un livre :

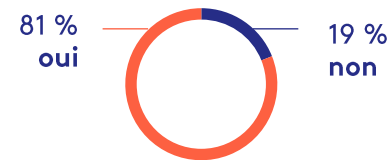
Europe tous pays confondus



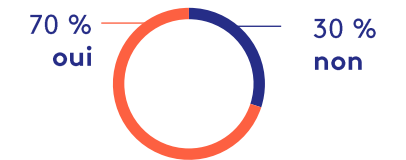
Pays germanophones



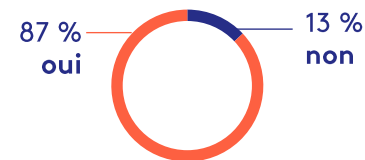
Danemark



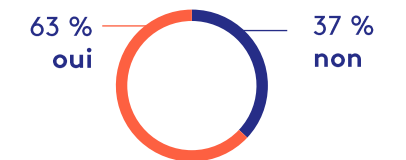
Espagne



Finlande



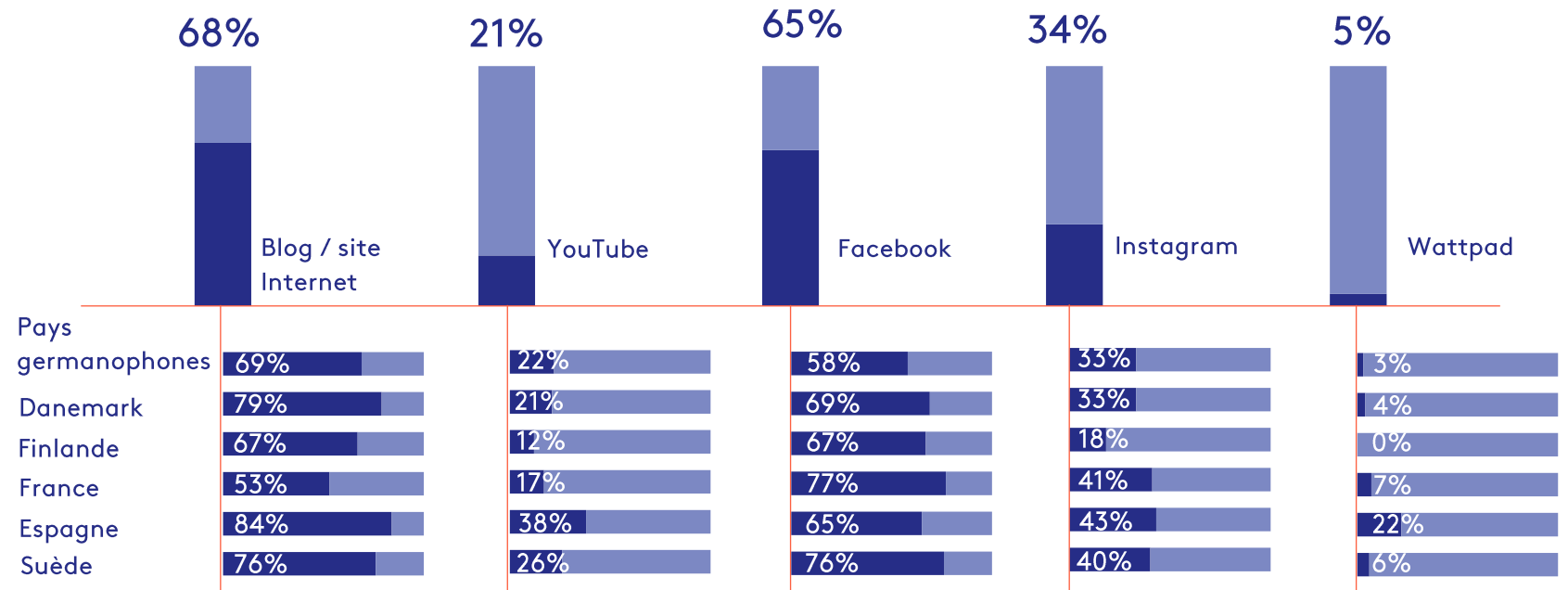
Suède



Une forte création de communauté

- Dans les autres pays d'Europe, les blogs, sites Internet et Facebook sont également les plateformes privilégiées par les auteurs pour fonder leur communauté sur une thématique spécifique.

La communauté s'est formée sur la plateforme :



- En France, en Espagne et en Suède, Instagram est également très utilisé.

Les choix multiples étaient autorisés

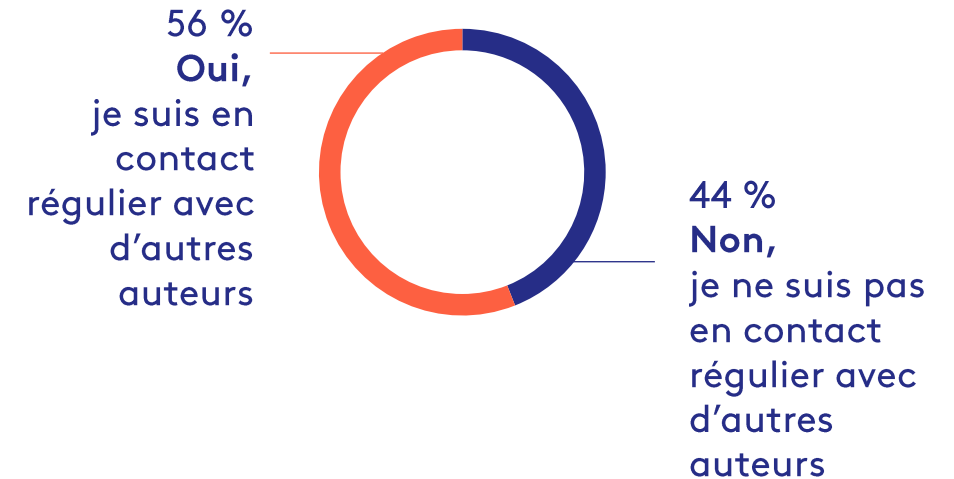
Réseautage des auteurs entre eux

Plus les auteurs sont actifs dans le domaine de l'auto-édition, plus ils sont susceptibles de se mettre en relation avec d'autres auteurs.

La réseautage avec d'autres auteurs est plus fréquent chez les auteurs :

- qui s'impliquent dans la création d'une communauté, qui écrivent pour divertir leurs lecteurs et lectrices et pour leur épanouissement personnel.
- qui ont un lectorat plutôt jeune.
- qui écrivent des polars, des romans de science-fiction, de la romance ou encore des livres jeunesse.

Les auteurs français auto-édités interrogés affirment :



Réseautage des auteurs entre eux

Les principaux thèmes de leurs échanges :

- les événements et l'interaction avec le public (59 %)
- la publication en auto-édition (65 %)
- des conseils d'écriture (53 %).

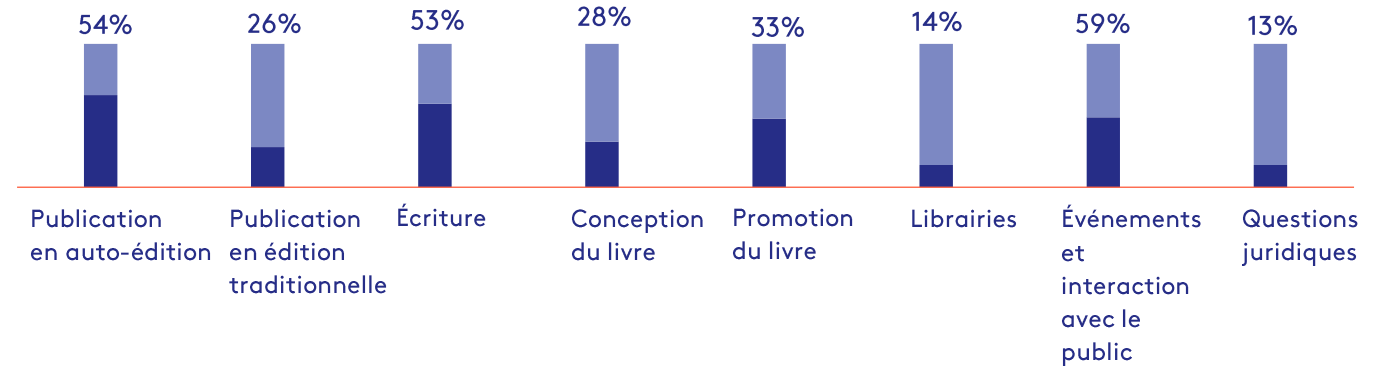
Les auteurs qui échangent entre eux :

- consacrent plus de temps aux réseaux sociaux
- travaillent plus fréquemment avec des blogueurs
- investissent davantage de temps et d'argent dans la promotion de leur livre.

Se constituer un réseau en vaut la peine !

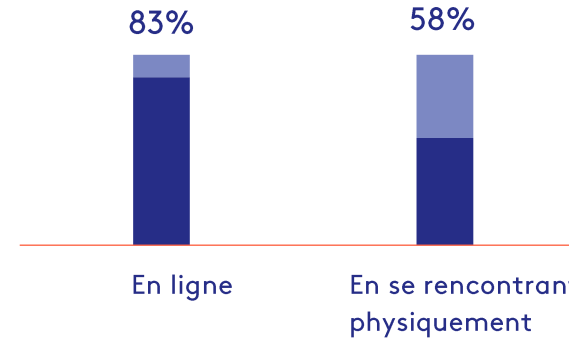
- Les auteurs qui échangent entre eux sont plus épanouis et tirent davantage de revenus de la vente de leurs livres.

Les auteurs français se mettent en relation pour échanger sur les thèmes :



Les choix multiples étaient autorisés.

Les auteurs francophones échangent :

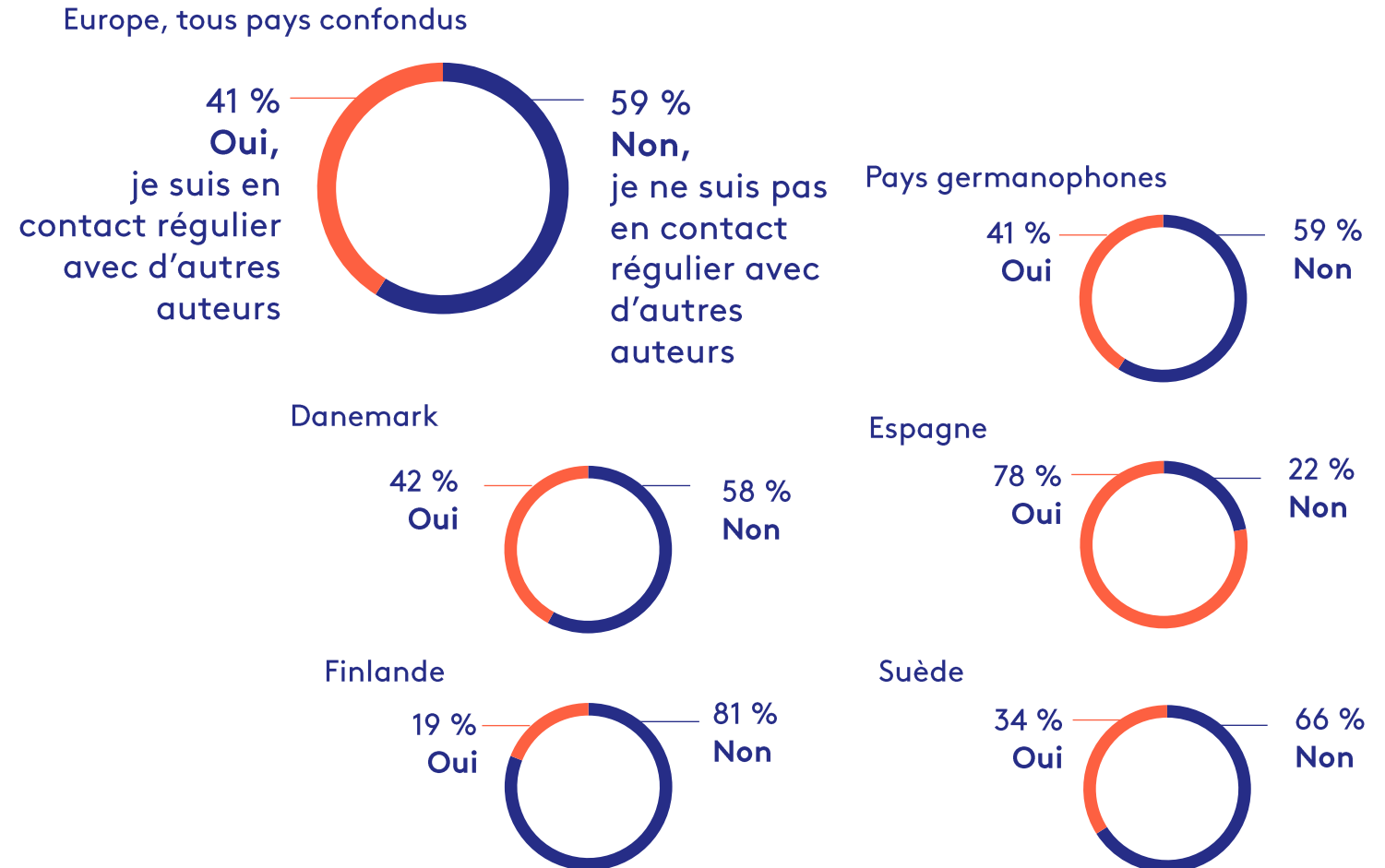


Les choix multiples étaient autorisés.

Réseautage des auteurs entre eux

- Le marché de l'auto-édition en Espagne est encore relativement jeune. Ainsi, 78 % des auteurs se constituent un réseau pour s'échanger des idées et des conseils.
- Les auteurs finlandais et suédois, en revanche, sont ceux qui échangent le moins entre eux par rapport aux autres pays européens.

Les auteurs européens auto-édités interrogés affirment :

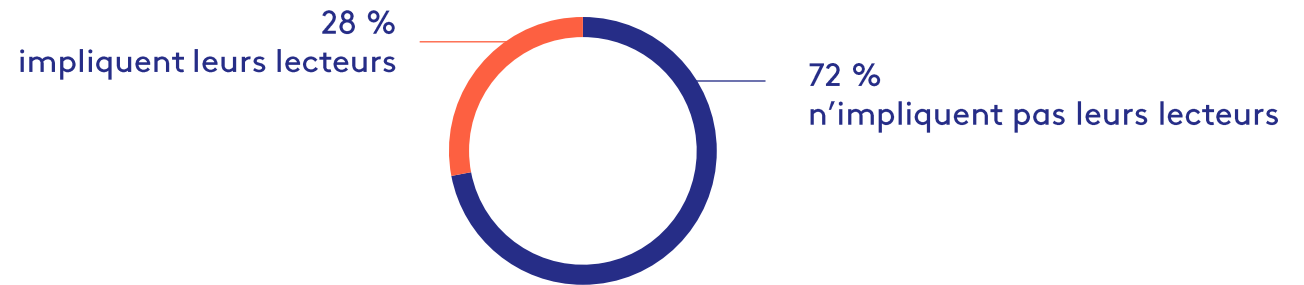


Implication des lecteurs dans la création du livre

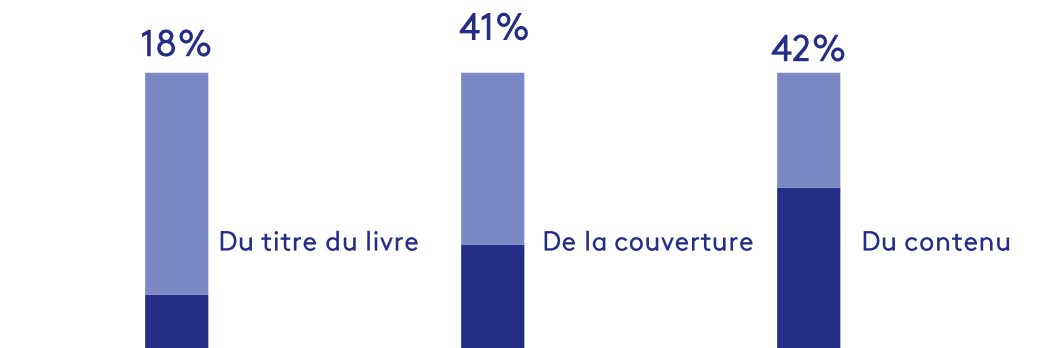
Un auteur sur quatre environ profite d'être en contact avec ses lecteurs pour les impliquer activement dans la création du livre, en particulier dans le développement du contenu.

Les auteurs français sont ceux qui impliquent le moins leurs lecteurs dans la création de leurs livres (moyenne européenne 33 %).

Proportion d'auteurs auto-édités français impliquant leurs lecteurs dans la création de leurs livres :



Les auteurs français impliquent leurs lecteurs dans le choix :

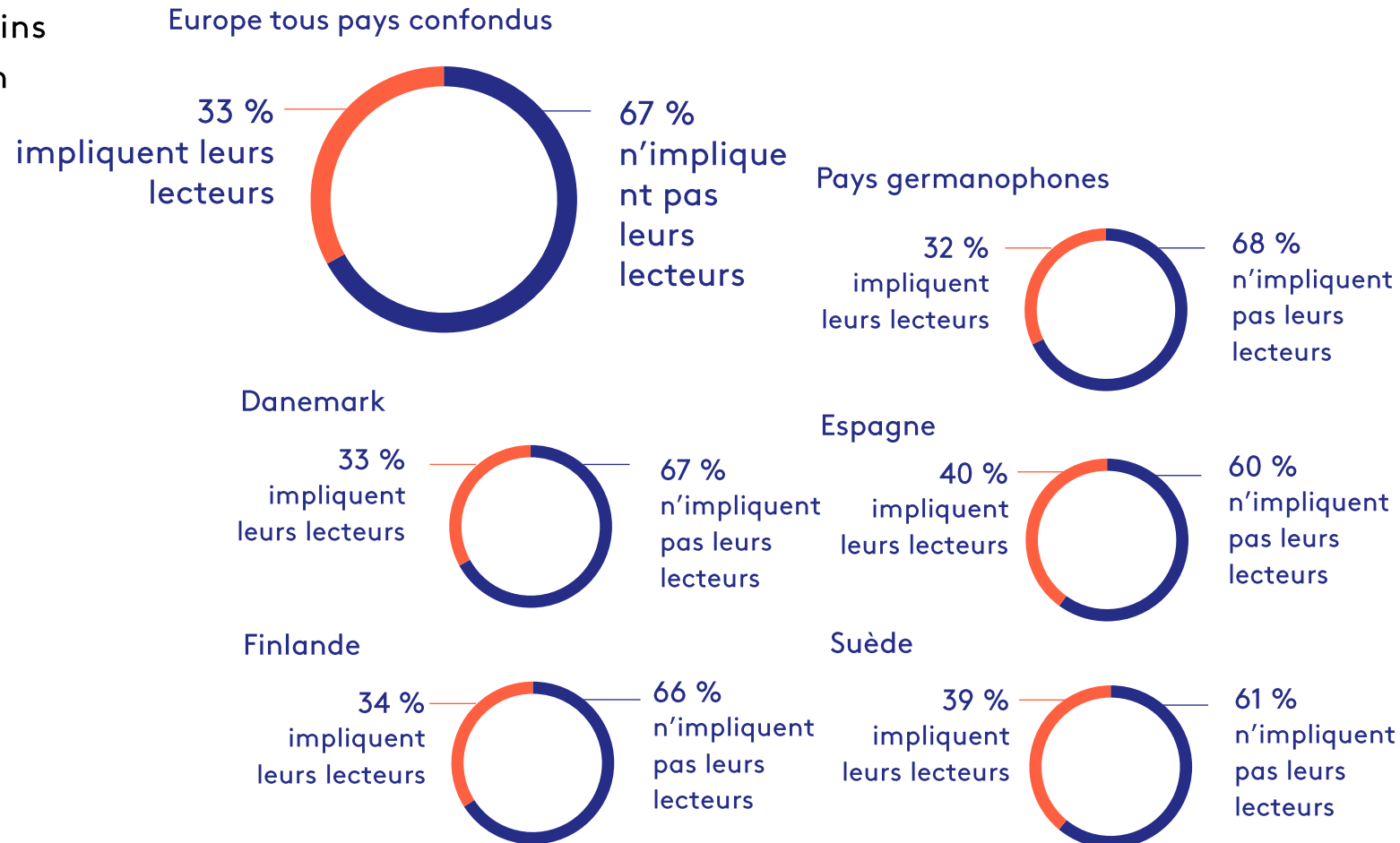


Les choix multiples étaient autorisés.

Implication des lecteurs dans la création du livre

- Les auteurs français ont tendance à moins impliquer leurs lecteurs dans la création de leur livre, les auteurs suédois et espagnols davantage.

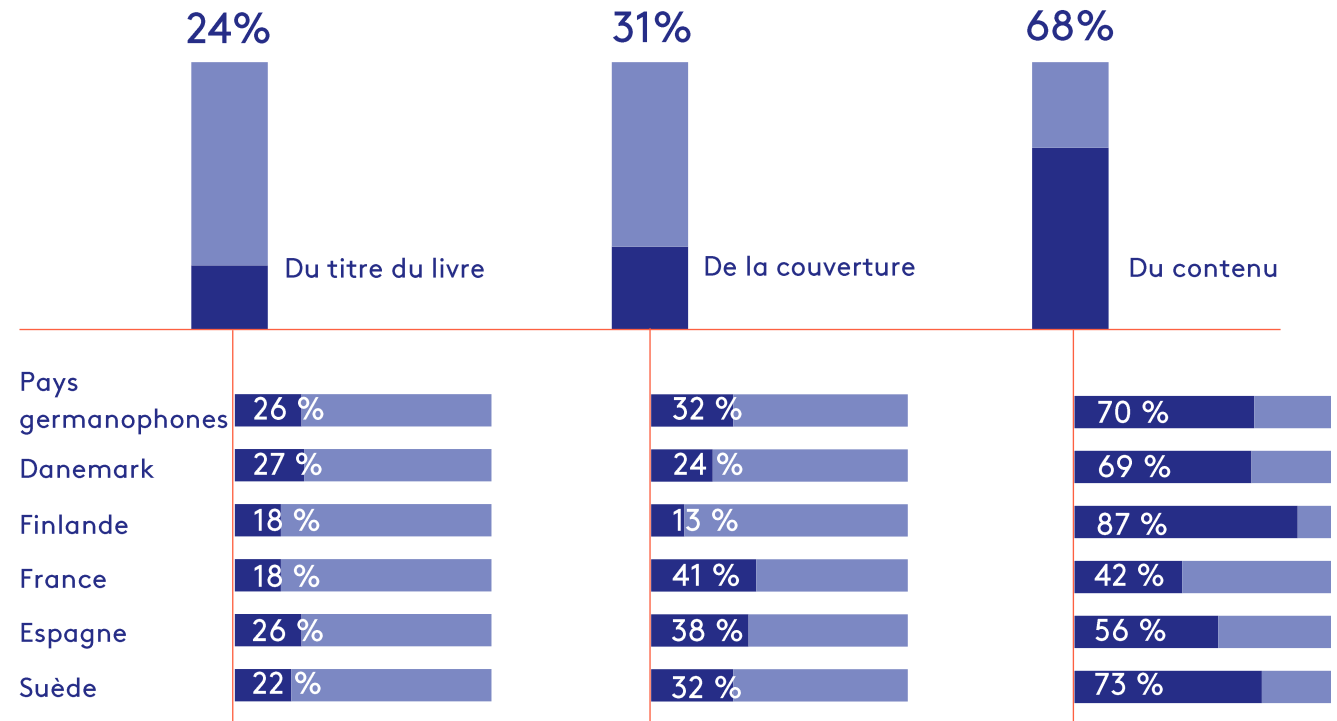
Proportion d'auteurs auto-édités impliquant leurs lecteurs dans la création de leurs livres :



Implication des lecteurs dans la création du livre

- En France et en Espagne, les auteurs demandent de plus en plus l'avis de leurs lecteurs sur le choix de la couverture du livre.
- Les auteurs finlandais, quant à eux, les impliquent principalement dans l'élaboration du contenu.

Les auteurs européens impliquent leurs lecteurs dans le choix :



Collaboration avec les blogueurs pour la promotion du livre

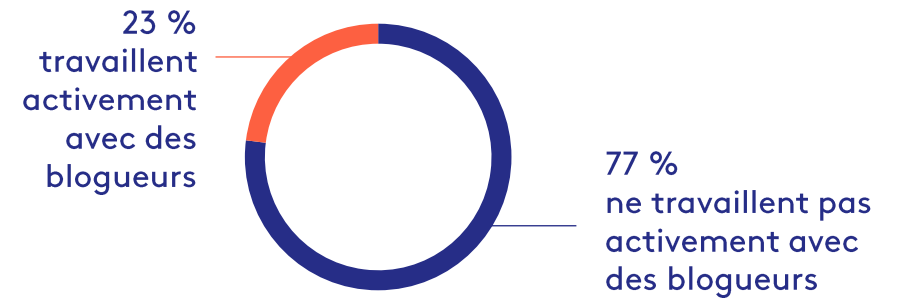
Un quart des auteurs auto-édités se mettent en relation avec des blogueurs pour promouvoir leurs livres et estiment que cette coopération est importante pour le succès de leurs livres.

Les femmes et jeunes auteurs en particulier travaillent plus activement avec les blogueurs.

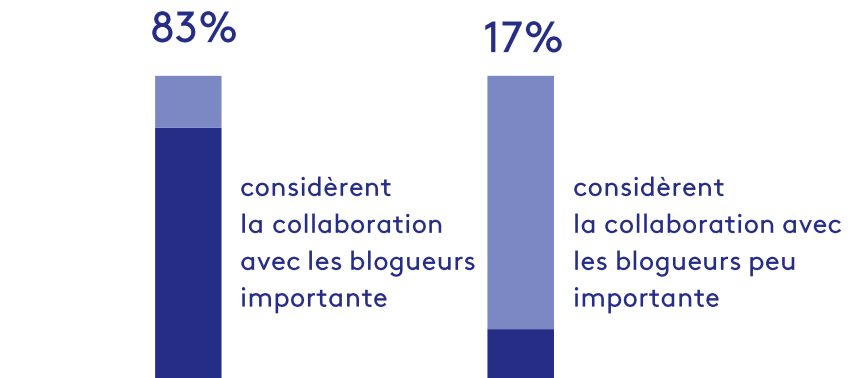
Les auteurs ont recours aux blogueurs surtout lorsque :

- ils ont déjà constitué une communauté avant la publication du livre
- ils écrivent pour un lectorat plus jeune
- ils écrivent des livres pour la jeunesse, des thrillers, de la science-fiction, de la fantasy, de la romance ou encore de la littérature érotique.

Sur tous les auteurs auto-édités français interrogés :



Parmi les auteurs auto-édités français interrogés :

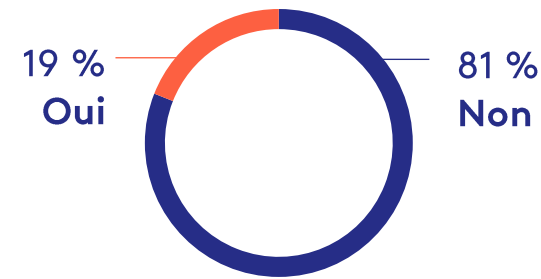


Collaboration avec les blogueurs pour la promotion du livre

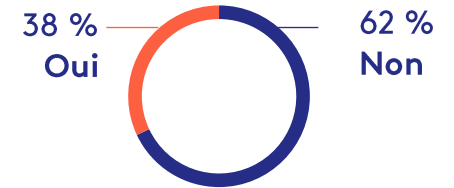
- Parmi les auteurs auto-édités européens interrogés, seul un auteur sur cinq travaille main dans la main avec les blogueurs pour la promotion de ses livres.
- Seuls les auteurs germanophones et surtout espagnols travaillent plus étroitement avec les blogueurs pour promouvoir leurs livres.
- Les auteurs scandinaves collaborent beaucoup moins avec les blogueurs.

Collaboration des auteurs auto-édités européens avec les blogueurs :

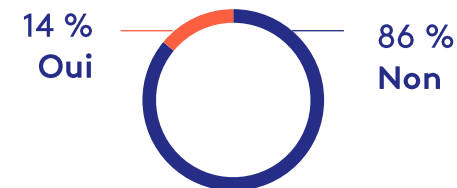
Europe tous pays confondus



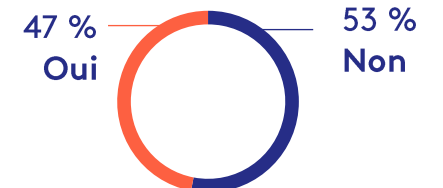
Pays germanophones



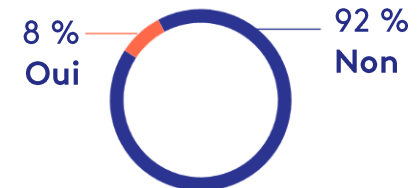
Danemark



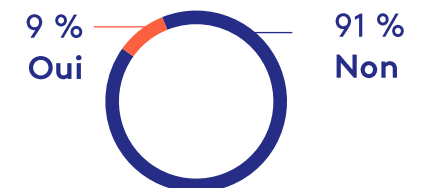
Espagne



Finlande



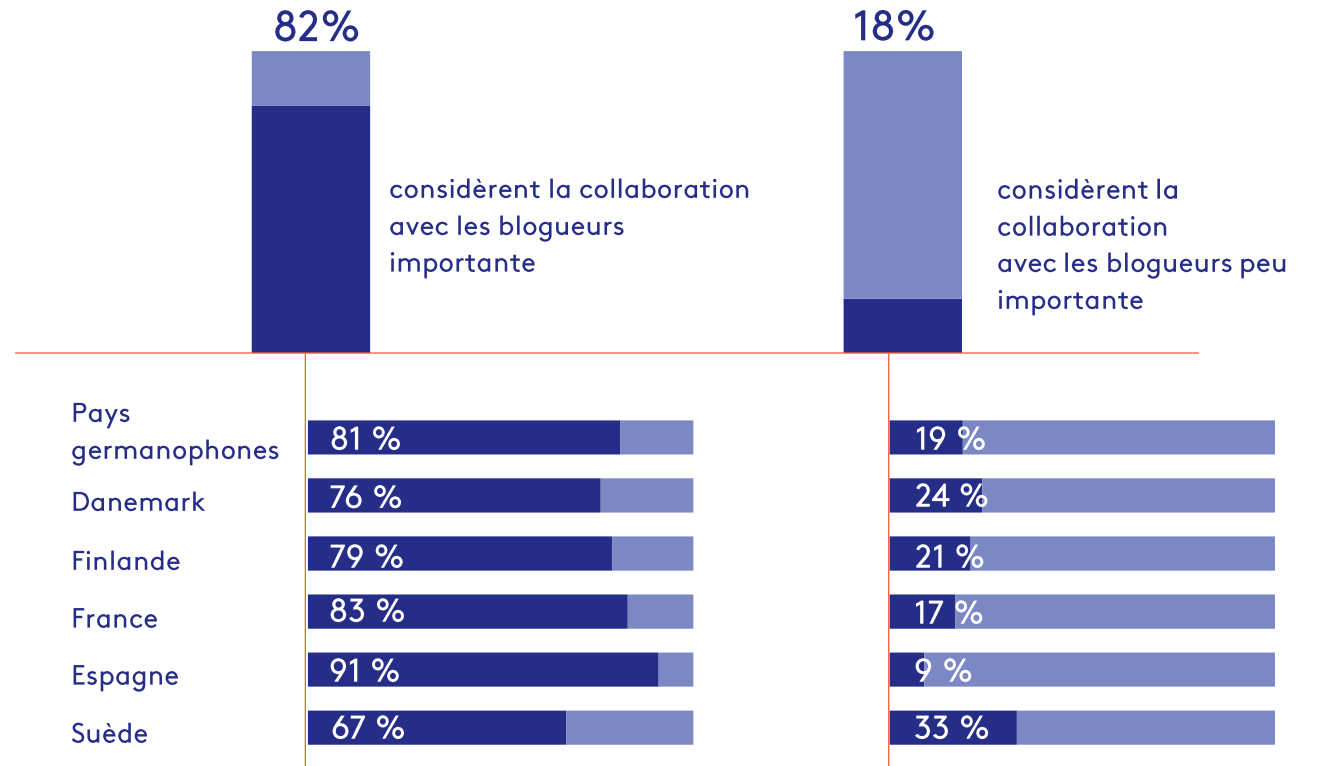
Suède



Collaboration avec les blogueurs pour la promotion du livre

- La grande majorité des auteurs européens qui travaillent avec des blogueurs considèrent également que la coopération est importante pour le succès de leur livre.
- Là encore, ce sont les auteurs français et espagnols qui considèrent la collaboration avec les blogueurs comme un outil marketing d'importance.

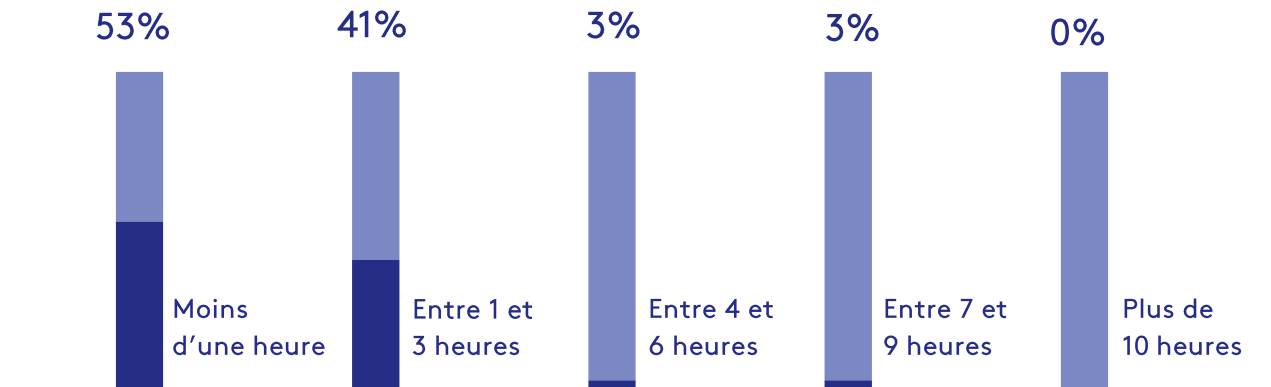
Parmi les auteurs auto-édités interrogés :



Collaboration avec les blogueurs pour la promotion du livre

Avec 94 %, la grande majorité des auteurs français investissent moins de quatre heures par semaine dans les relations avec les blogueurs.

Le temps que les auteurs auto-édités français interrogés investissent par semaine pour le travail avec les blogueurs :

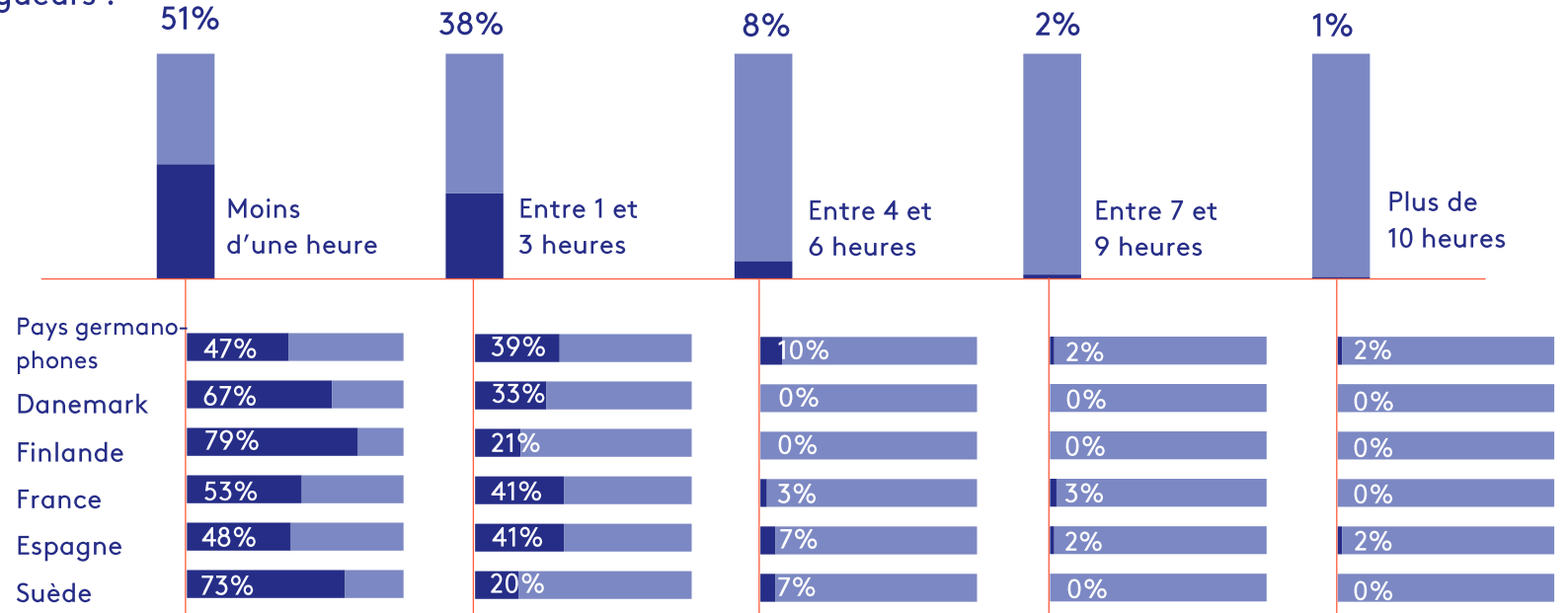


Comparaison avec les autres pays d'Europe

Collaboration avec les blogueurs pour la promotion du livre

- Dans les autres pays également, les auteurs n'investissent que quelques heures par semaine dans le travail avec les blogueurs.

Le temps que les auteurs auto-édités européens interrogés investissent par semaine pour le travail avec les blogueurs :





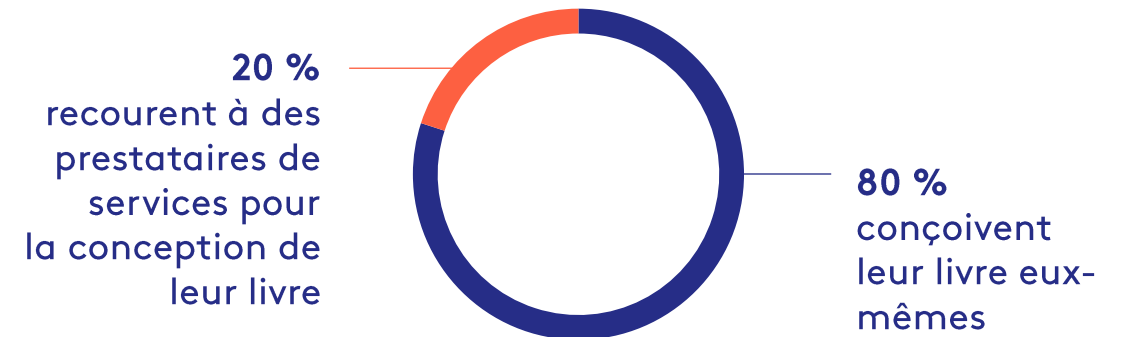
Professionnalisation,
marketing et succès des
ventes

La conception de plus en plus professionnelle des livres

Seuls 20% des auteurs français font appel à des prestataires de services pour la création et la conception de leurs œuvres.

En 2016, près d'un tiers des auteurs faisaient appel à des prestataires de services.

Parmi les auteurs auto-édités français :



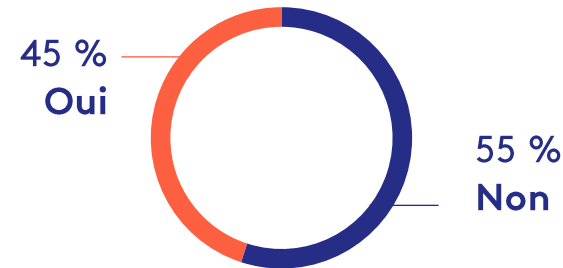
Comparaison avec les autres pays d'Europe

La conception de plus en plus professionnelle des livres

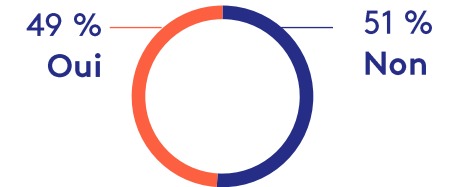
- Dans les autres pays d'Europe, la conception des livres est de plus en plus professionnelle. En 2016, seuls 34 % des auteurs auto-édités en Europe déclaraient travailler avec des prestataires de services.
- Les auteurs français et suédois conçoivent en majorité leurs livres eux-mêmes.

Les auteurs auto-édités européens interrogés font appel à des prestataires pour la conception de leurs livres :

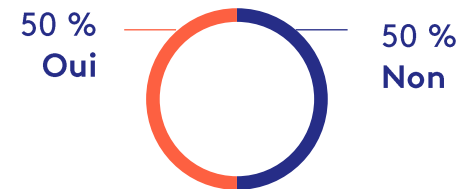
Europe tous pays confondus



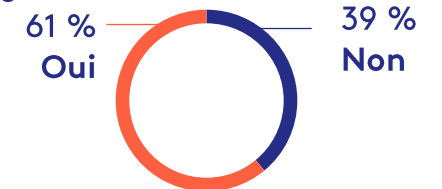
Pays germanophones



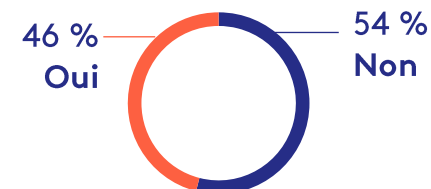
Danemark



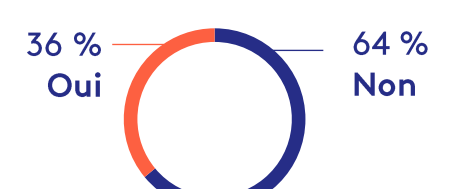
Espagne



Finlande



Suède



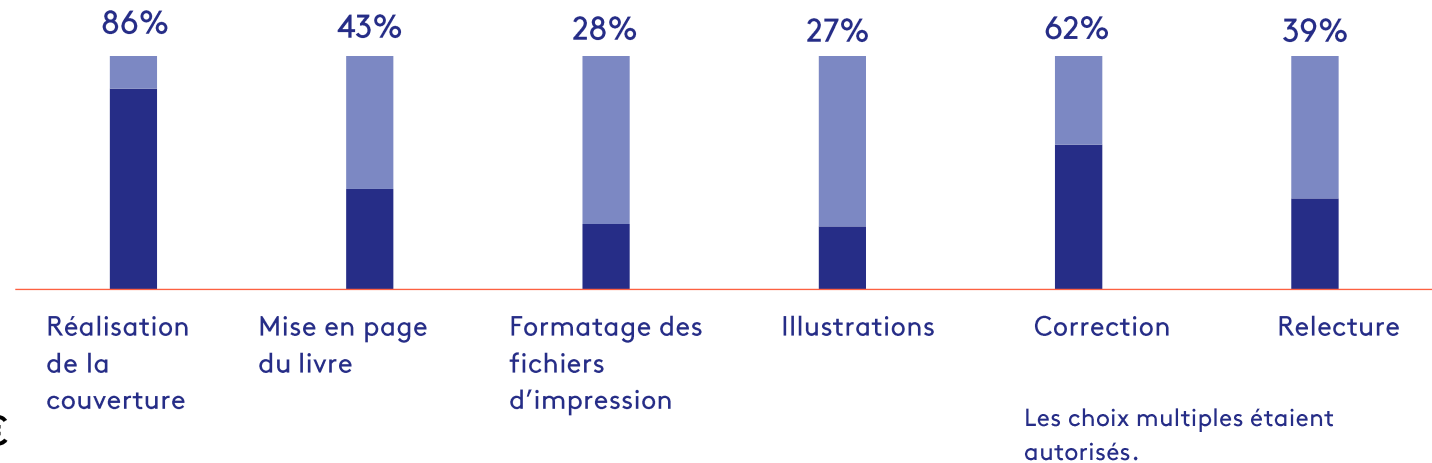
La conception de plus en plus professionnelle des livres

La réalisation de la couverture, la correction et la mise en page sont les services les plus demandés.

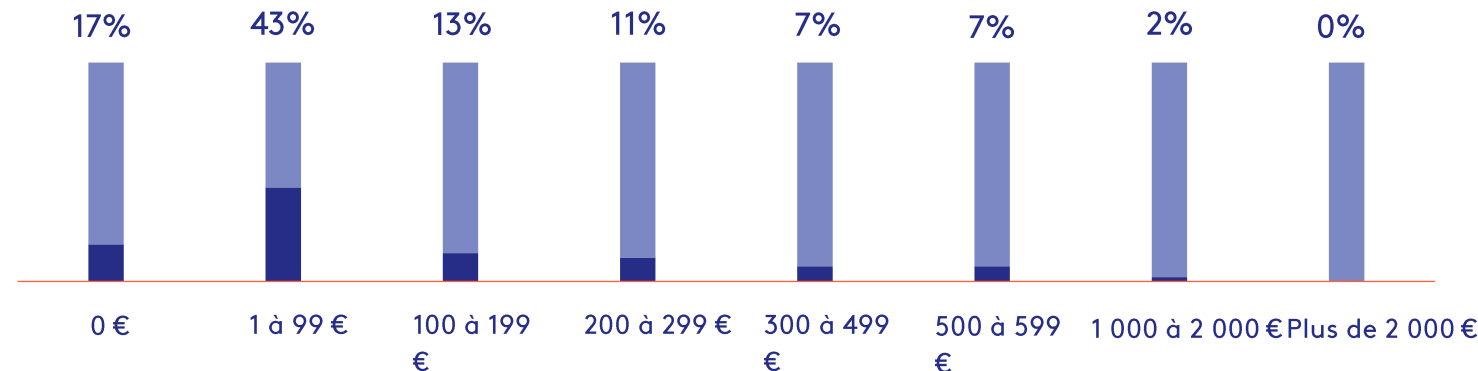
- Par rapport aux résultats de 2016 (74 % pour la réalisation de la couverture, 42 % pour la mise en page et 58 % pour la correction), la demande a encore augmenté.

Un auteur sur quatre investit plus de 200 € dans la conception de son livre. En 2016, ce chiffre n'était que de 21 %. 40 % des auteurs investissent plus de 100 € dans la conception de leur livre. En 2016, on n'en comptait que 33 %.

Les services les plus demandés auprès de prestataires sont :



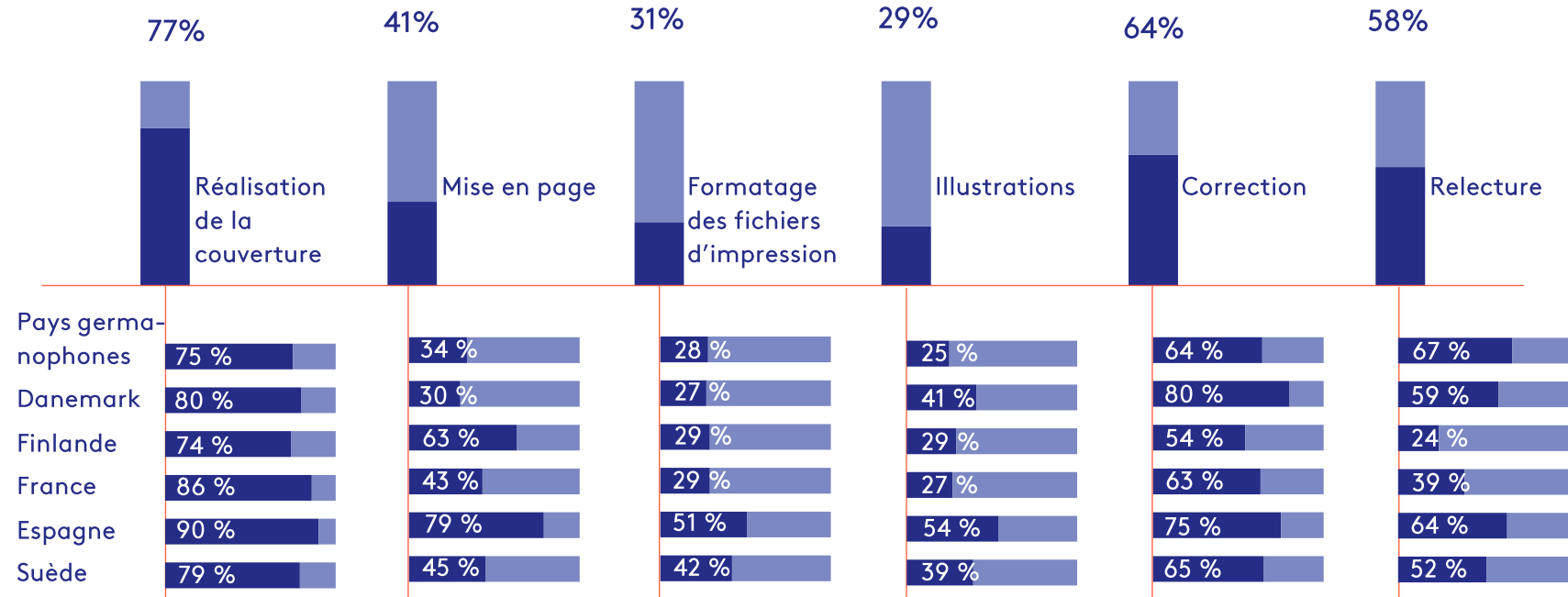
Budget pour la conception de chaque livre chez les auteurs auto-édités francophones :



La conception de plus en plus professionnelle des livres

- Les auteurs danois surtout choisissent de faire corriger leur manuscrit par un professionnel, tandis que les Finlandais et les Espagnols paient surtout pour la mise en page du livre.

Les services les plus demandés auprès de prestataires par les auteurs auto-édités européens sont :



Les choix multiples étaient autorisés.

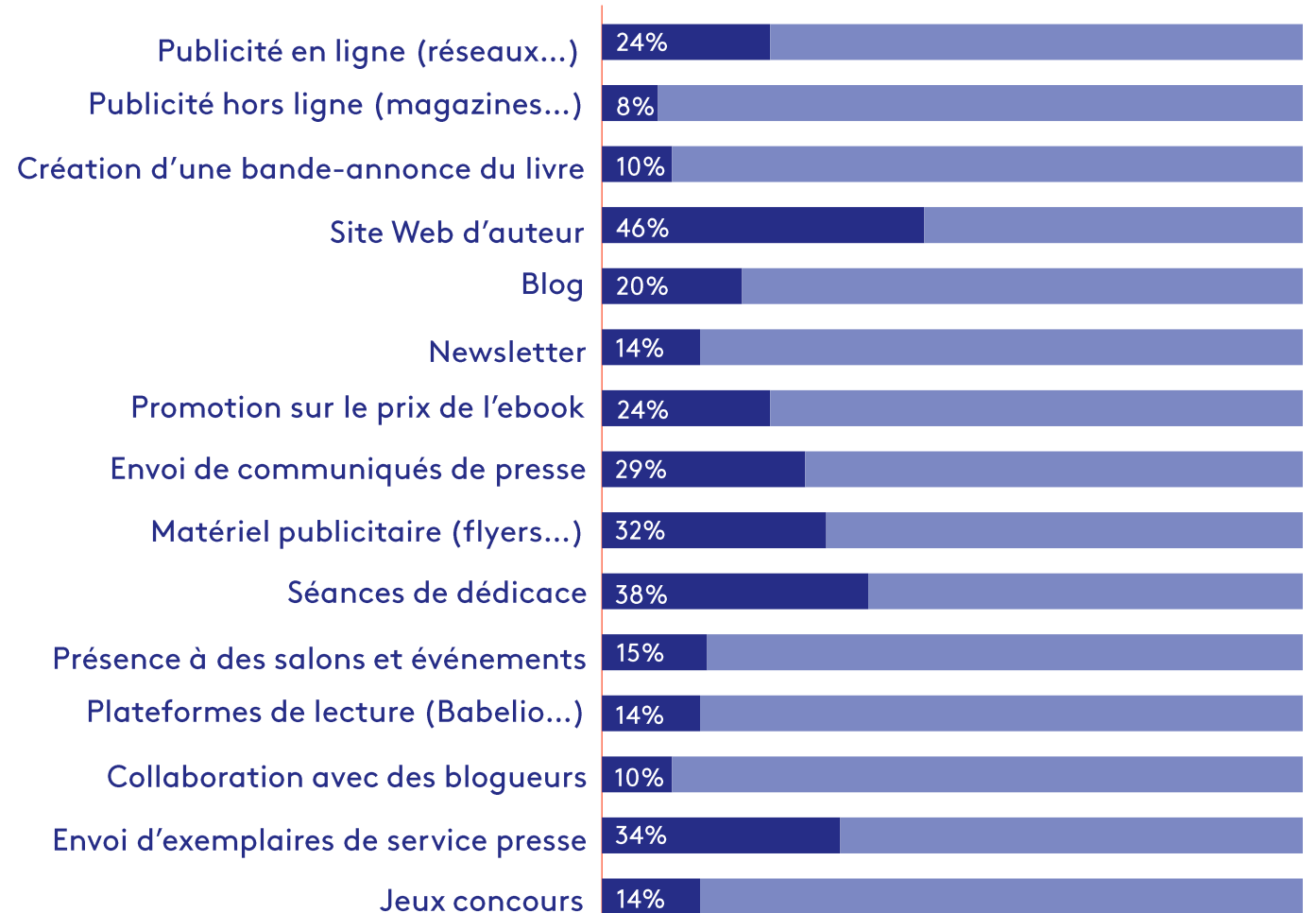
Des stratégies marketing diversifiées pour la promotion du livre

Les auteurs auto-édités utilisent tout un panel de stratégies marketing pour promouvoir leurs livres.

Près de la moitié des auteurs français ont un site d'auteur.

Les actions marketing les plus mises en place sont la dédicace de livres et l'envoi de service presse.

Stratégies marketing utilisées pour la promotion du livre :



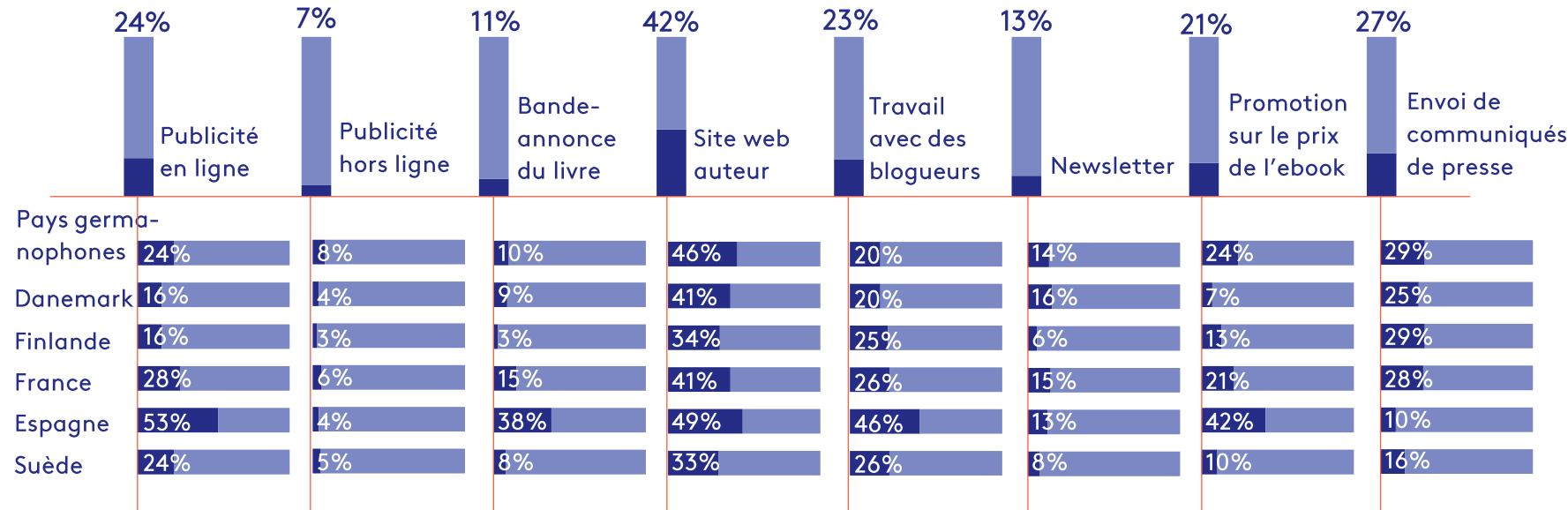
Les choix multiples étaient autorisés.

Comparaison avec les autres pays d'Europe

Des stratégies marketing diversifiées pour la promotion du livre

- Les auteurs français, espagnols et germanophones sont en général plus actifs dans leur stratégie marketing que les auteurs scandinaves.

Stratégies marketing utilisées pour la promotion du livre :



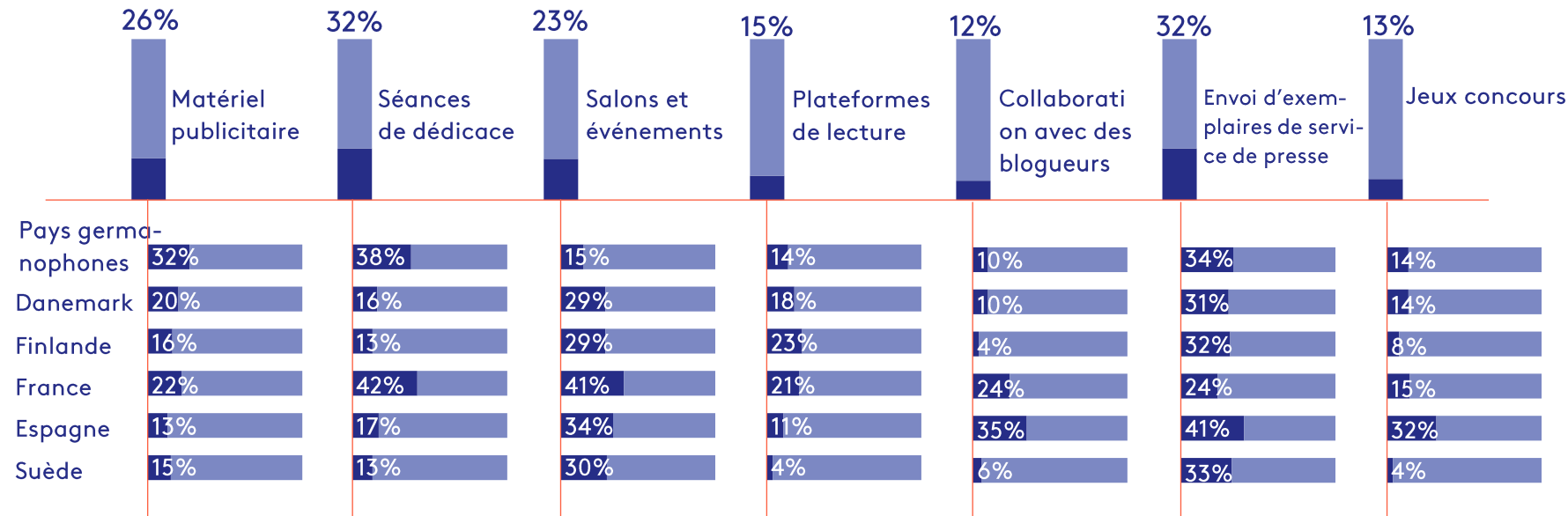
Les choix multiples étaient autorisés.

Comparaison avec les autres pays d'Europe

Des stratégies marketing diversifiées pour la promotion du livre

- Les auteurs français font la promotion de leurs livres surtout lors de séances de dédicace, de salons et d'événements.

Stratégies marketing utilisées pour la promotion du livre :



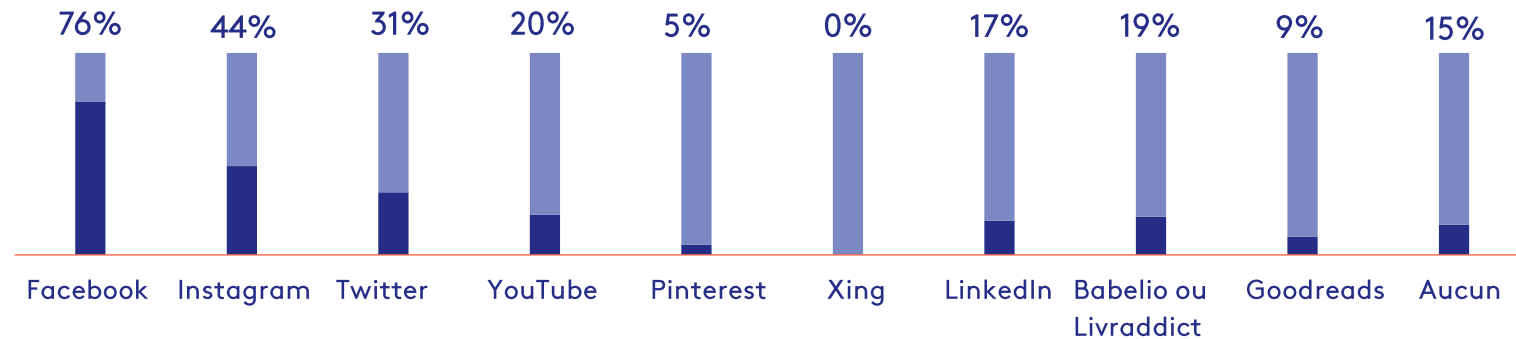
Les choix multiples étaient autorisés.

Réseaux sociaux et marketing du livre

Facebook et Instagram sont les réseaux sociaux les plus populaires pour la promotion des livres.

- Les jeunes auteurs surtout se tournent de plus en plus vers les réseaux sociaux à des fins marketing.

Les auteurs auto-édités français utilisent les réseaux sociaux suivants :



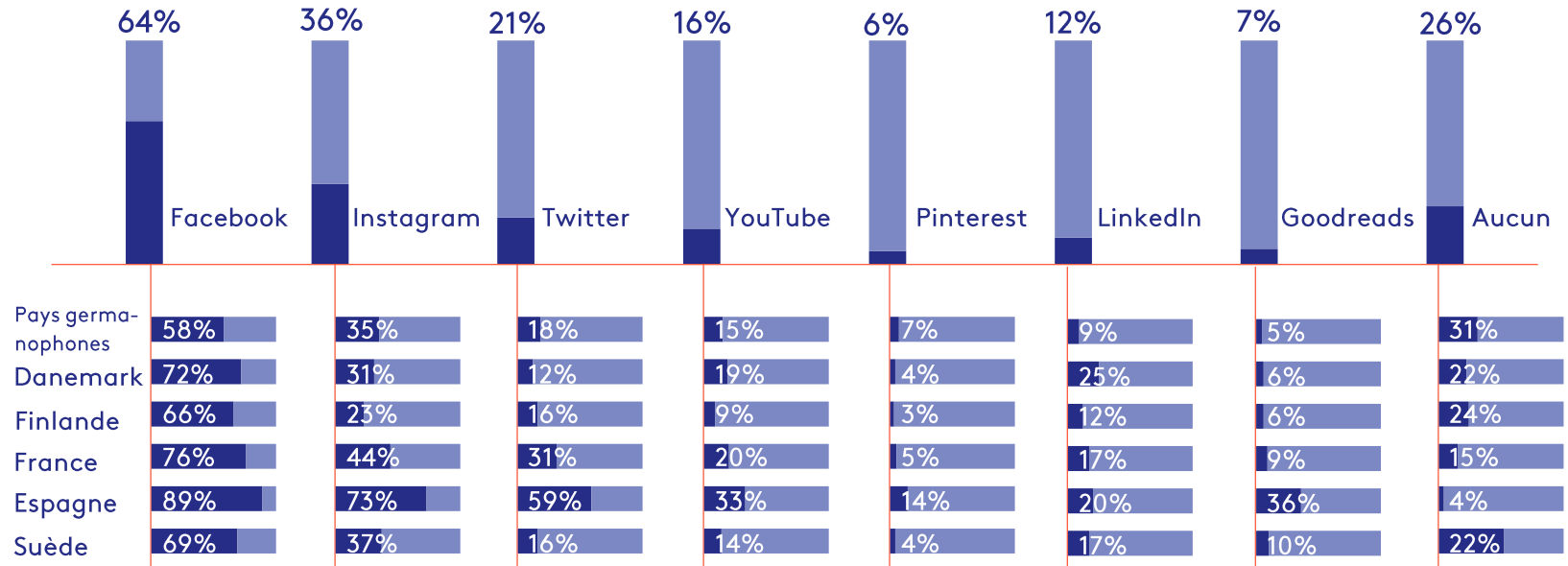
Les choix multiples étaient autorisés.

Comparaison avec les autres pays d'Europe

Réseaux sociaux et marketing du livre

- Les auteurs français utilisent essentiellement le réseau social Facebook (76 %). Ils sont cependant également très actifs sur les réseaux Instagram et Twitter, notamment par rapport aux pays germanophones et scandinaves.

Les auteurs auto-édités européens utilisent les réseaux sociaux suivants :



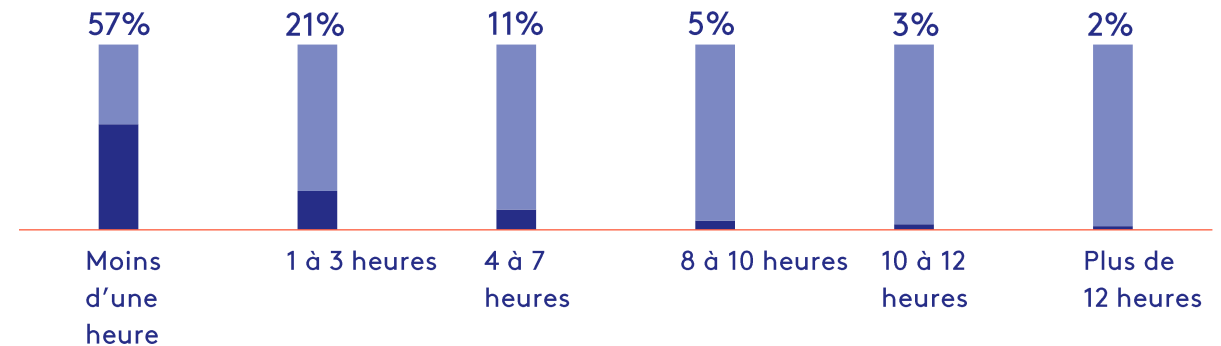
Les choix multiples étaient autorisés.

Réseaux sociaux et marketing du livre

Un auteur sur cinq passe plus de quatre heures sur les réseaux sociaux pour promouvoir ses livres.

- Les jeunes auteurs consacrent plus de temps au marketing sur les réseaux sociaux
- Plus leurs lecteurs cibles sont jeunes, plus les auteurs passent de temps sur les réseaux sociaux pour la promotion du livre.

Temps passé sur les réseaux sociaux pour la promotion de leurs livres :

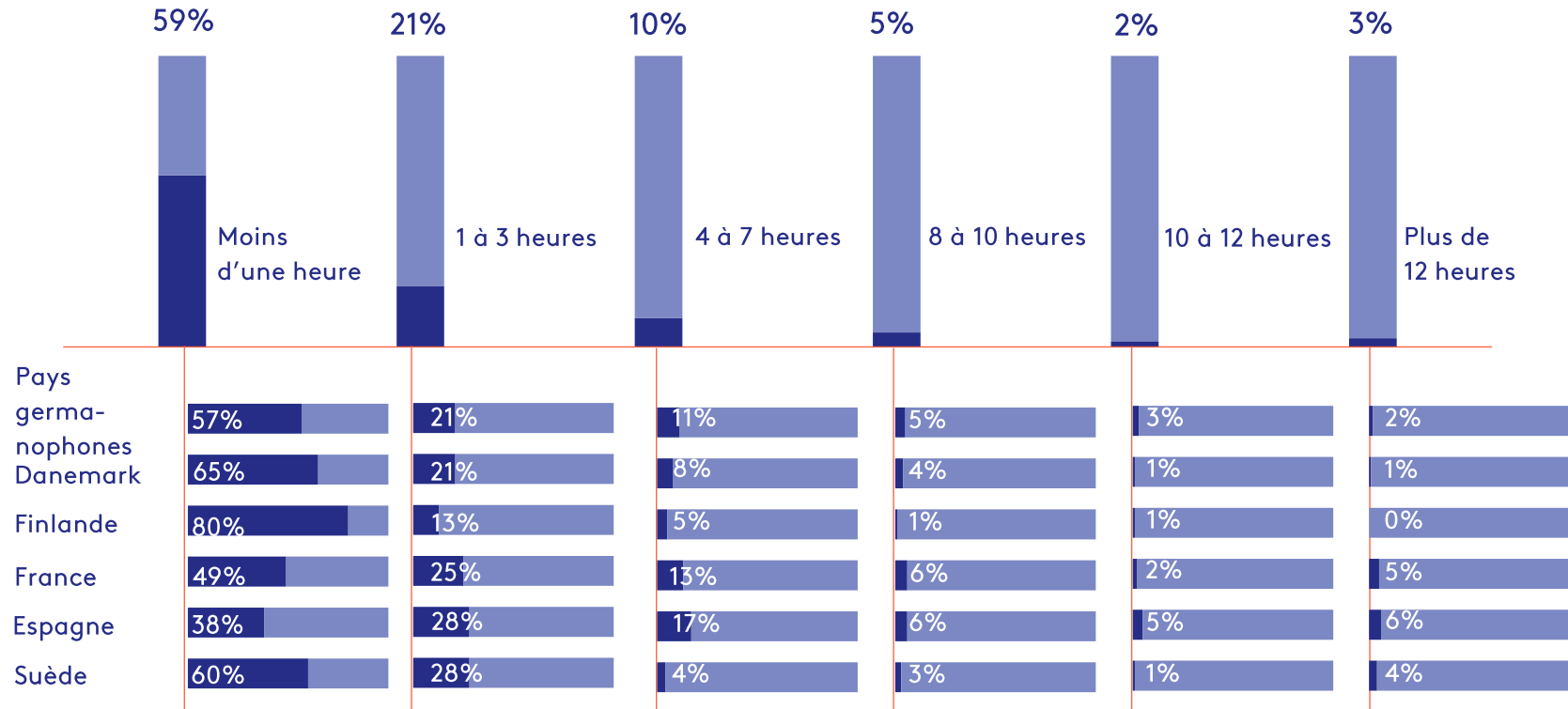


Comparaison avec les autres pays d'Europe

Réseaux sociaux et marketing du livre

- Les auteurs français et espagnols sont ceux qui investissent le plus de temps dans la promotion de leurs livres sur les réseaux sociaux.
- 26 % des auteurs français et 34 % des auteurs espagnols y consacrent plus de 4 heures par semaine.

Temps passé sur les réseaux sociaux pour la promotion de leurs livres :

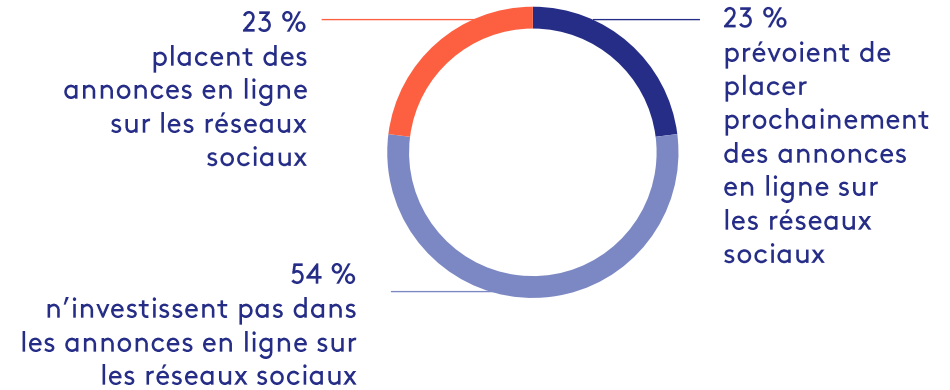


Davantage de visibilité sur les réseaux sociaux

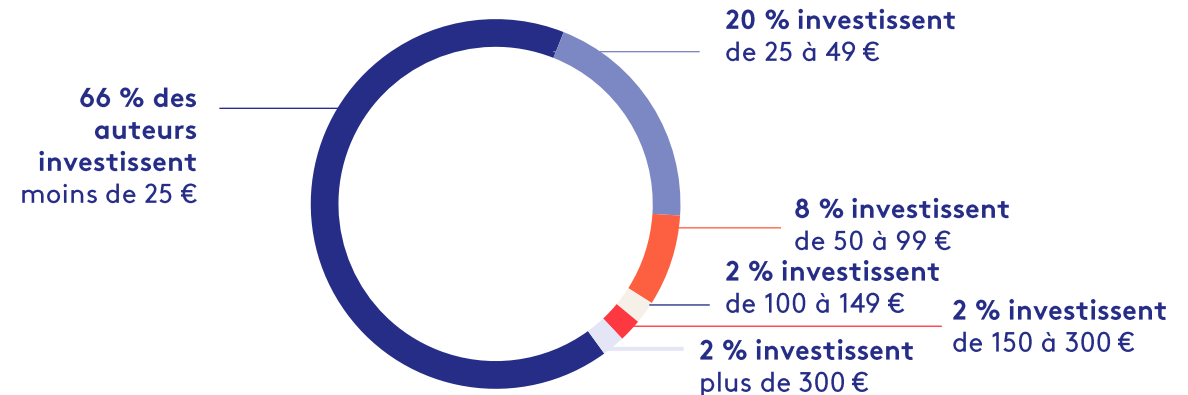
La visibilité sur les réseaux sociaux tels que Facebook et Instagram devient de plus en plus importante pour la promotion des livres. Quasiment un auteur auto-édité sur deux utilise la publicité en ligne ou envisage de le faire.

- Un auteur sur quatre qui utilise déjà la publicité en ligne y investit plus de 50 € par mois.

Les auteurs auto-édités français ont déclaré :



Montant investi par mois par les auteurs français auto-édités dans la publicité en ligne :

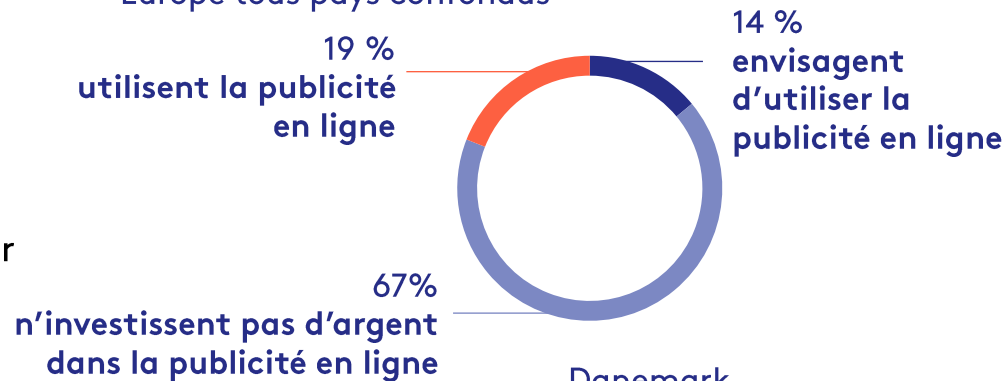


Davantage de visibilité sur les réseaux sociaux

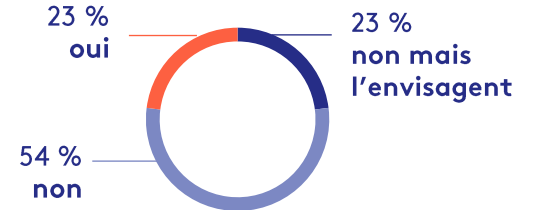
- À l'exception de la Finlande, au moins une personne sur cinq dans les autres pays européens investit déjà dans la publicité en ligne sur les réseaux sociaux pour atteindre son lectorat-cible.

Investissement des auteurs auto-édités européens dans la publicité en ligne sur les réseaux sociaux :

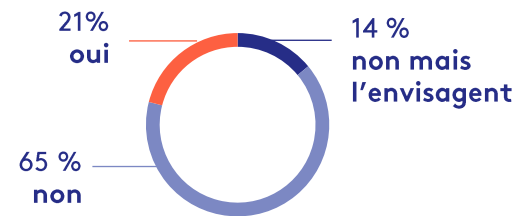
Europe tous pays confondus



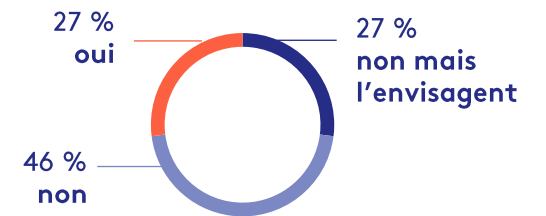
France



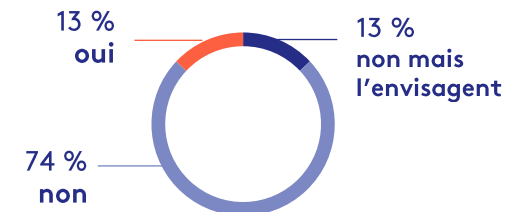
Danemark



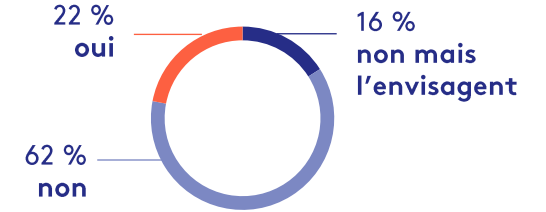
Espagne



Finlande



Suède

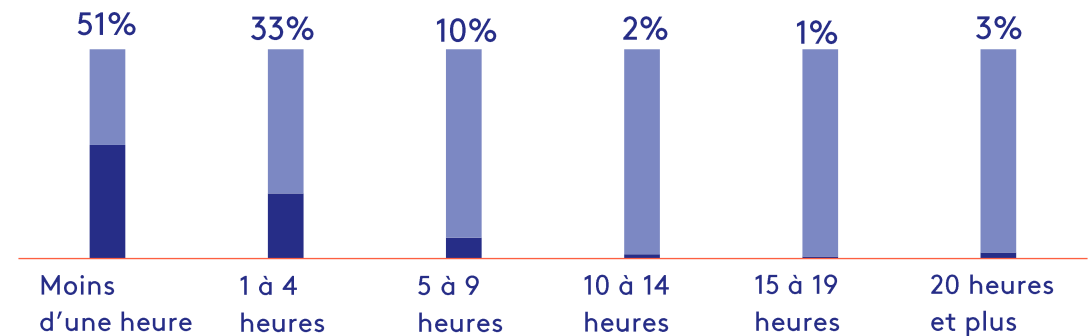


Davantage de temps consacré à la promotion des livres

16 % des auteurs consacrent plus de 5 heures par semaine à la promotion de leurs ouvrages, tout comme en 2016.

Les auteurs qui accordent le plus de temps au marketing sont des femmes, des auteurs jeunes ou encore des auteurs ayant un lectorat cible jeune.

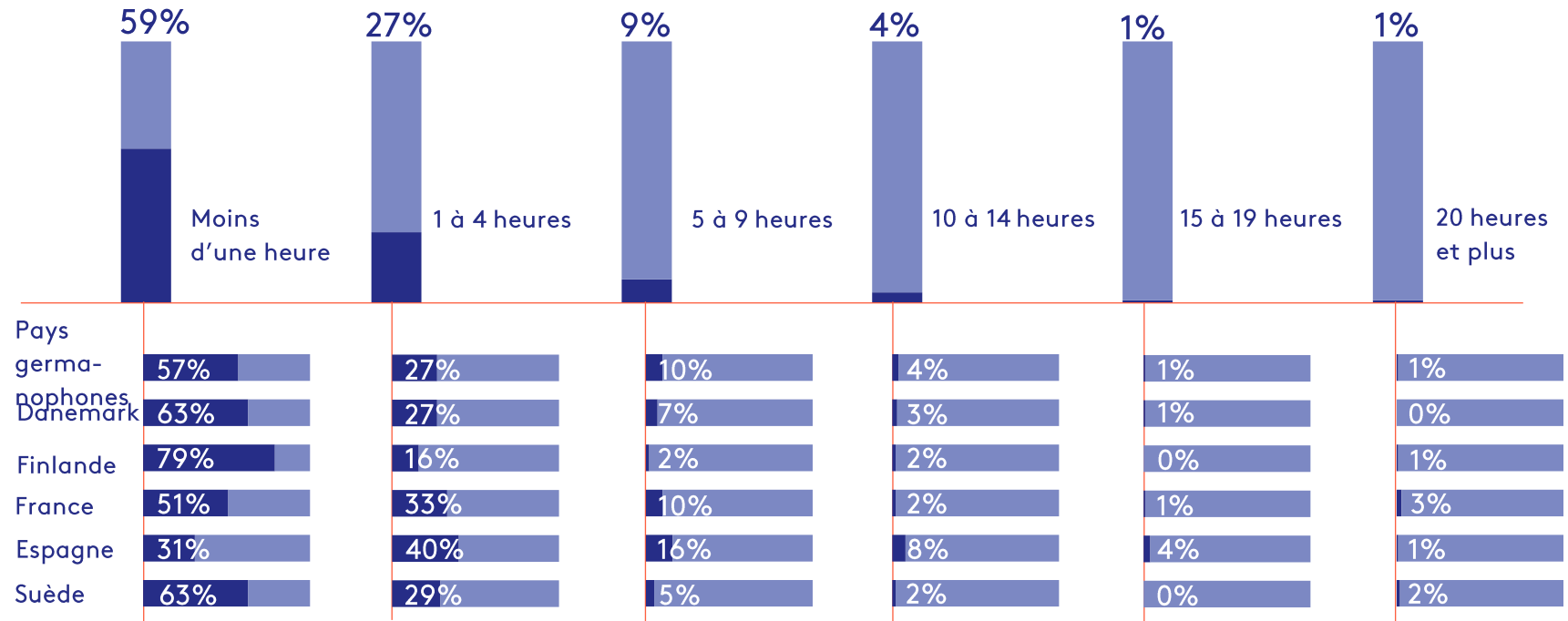
Nombre d'heures moyen par semaine que les auteurs auto-édités français interrogés consacrent à la promotion de leurs livres :



Davantage de temps consacré à la promotion des livres

- Dans les autres pays d'Europe, les auteurs consacrent également un peu plus de temps à la promotion de leurs livres qu'auparavant. En 2016, 13 % des auteurs consacraient plus de 5 heures au marketing. En 2019, le chiffre est de 15 %.
- Les Français (16 %) et les Espagnols (29 %) se distinguent particulièrement.

Nombre d'heures moyen par semaine que les auteurs auto-édités européens interrogés consacrent à la promotion de leurs livres :



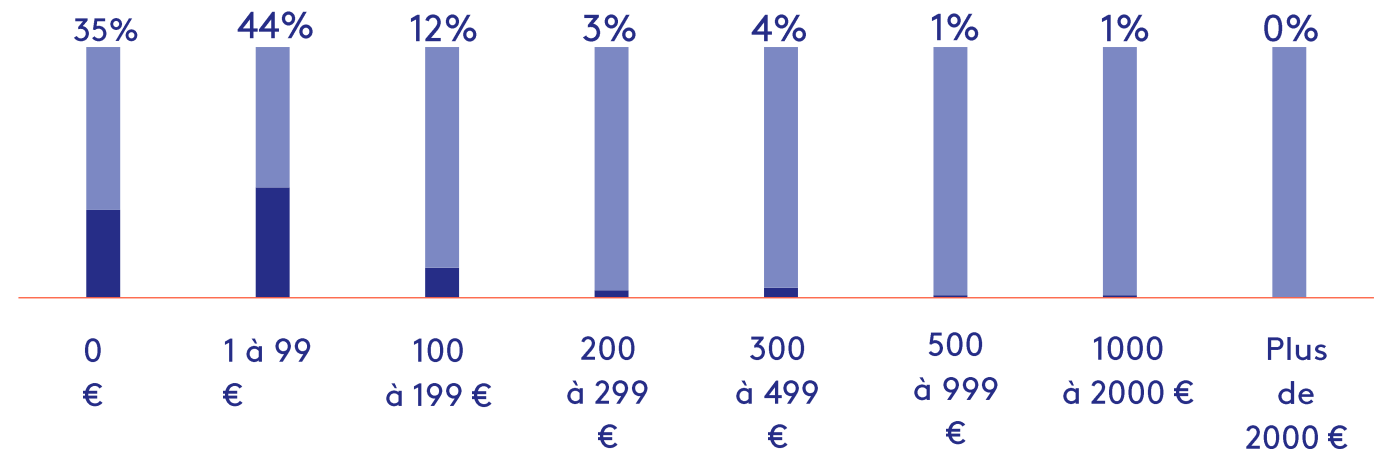
Un investissement peu important dans la promotion

Les auteurs français investissent peu dans la promotion de chaque nouvelle parution.

Près d'un tiers des auteurs ne dépensent aucun montant.

Près de 45% des auteurs dépensent moins de 100 €.

Somme investie dans la promotion de chaque nouvelle parution :

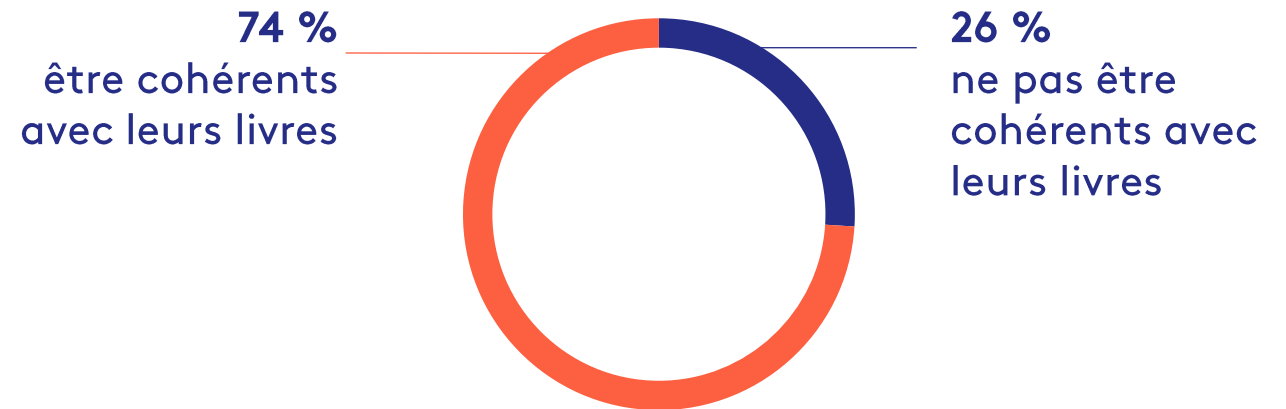


L'auteur en tant que marque

La cohérence et l'harmonisation de l'image de l'auteur – que ce soit sur Internet ou en dehors – sont importantes pour qu'il se distingue des autres et pour permettre aux lecteurs de le reconnaître.

Les jeunes auteurs, en particulier, veulent jouer cette carte et évaluent leur image comme étant plutôt cohérente.

Les auteurs auto-édités français interrogés déclarent à :



(couleurs, images et mise en page des livres cohérentes avec le site Web et les profils de l'auteur sur les réseaux sociaux)

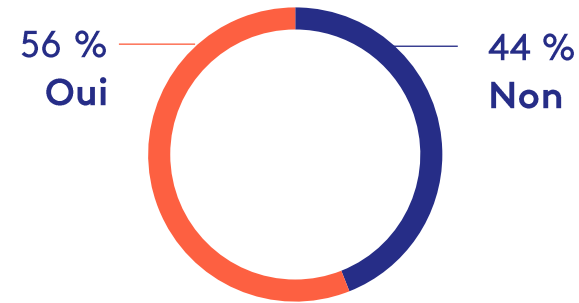
Comparaison avec les autres pays d'Europe

L'auteur en tant que marque

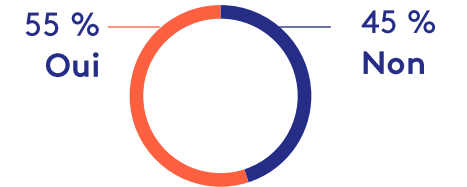
- Les auteurs français et finlandais, principalement, déclarent leur image cohérente et harmonisée.
- Les auteurs danois et suédois, quant à eux, considèrent que leur image n'est pas forcément cohérente et harmonisée.

Les auteurs auto-édités européens déclarent leur image cohérente et harmonisée :

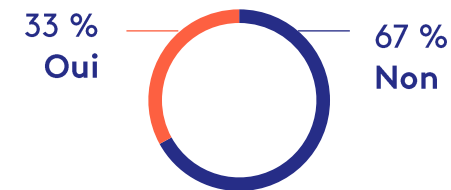
Europe tous pays confondus



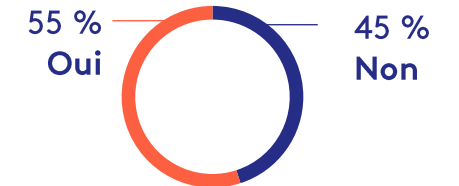
Pays germanophones



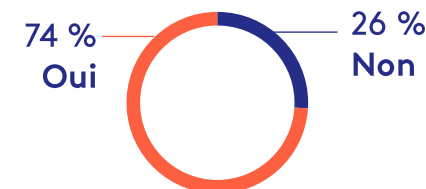
Danemark



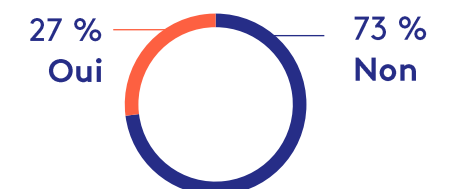
Espagne



Finlande



Suède

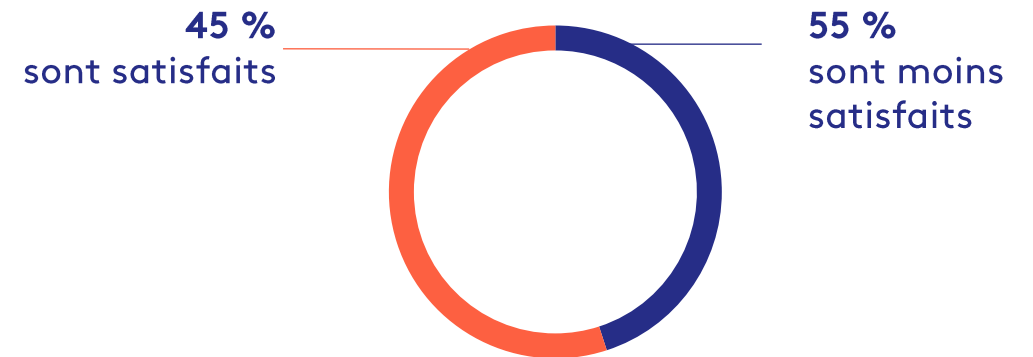


Auteurs français

Un nombre de ventes satisfaisant

Quasiment la moitié des auteurs auto-édités francophones sont satisfaits de la vente de leurs livres. Plus les auteurs sont jeunes, plus ils sont satisfaits.

Satisfaction des auteurs auto-édités français interrogés quant à leurs ventes de livres :

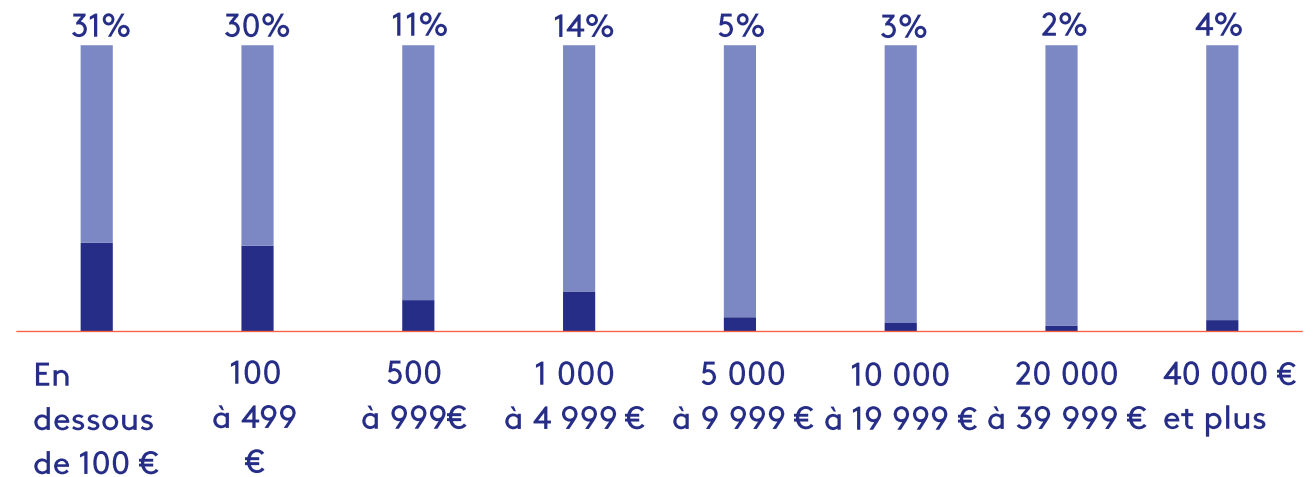


Un niveau de ventes satisfaisant

14 % des auteurs interrogés ont réalisé à ce jour plus de 5 000 € de ventes de livres en auto-édition.

Deux tiers des auteurs ont réalisé moins de 500 € de ventes de livres.

Recette totale des ventes de livres auto-édités par auteur :



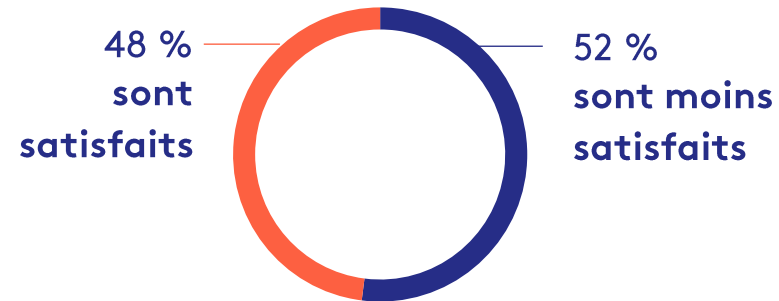
Comparaison avec les autres pays d'Europe

Un nombre de ventes satisfaisant

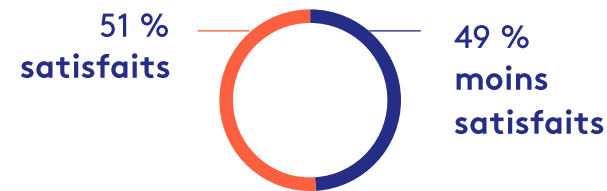
- Les auteurs espagnols sont les plus satisfaits de leurs ventes de livres.

Satisfaction des auteurs auto-édités européens interrogés quant à leurs ventes de livres :

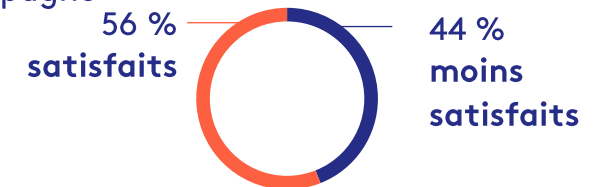
Europe tous pays confondus



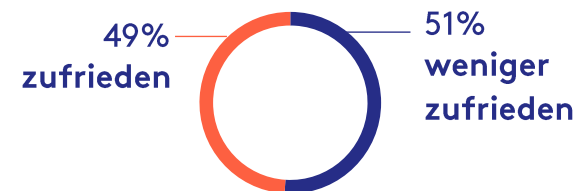
Danemark



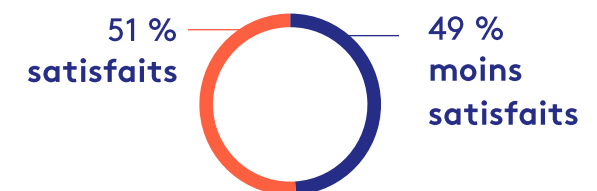
Espagne



Finlande



Suède





Shirley & Kaseyok

7

8

9 Am Klipp Schen: "Kontinental...
für Wolken ist der Schen gut...
reguliert...
Zwei...
10...
11...
12...
13

21.11.05

14
15
16
17
18
19
20
22

Conclusion

Conclusion

- L'enquête montre que les auteurs auto-édités travaillent activement à créer des liens avec leurs lecteurs et s'engagent dans la construction d'une communauté forte. En tant qu'auteurs auto-édités, ils doivent se charger eux-mêmes de la promotion de leurs titres. Il relèvent activement ce défi en se créant un réseau à tous les niveaux. Par exemple, un auteur sur quatre qui s'auto-édite a déjà créé une communauté avant la publication du premier livre. Généralement, ces auteurs se sont également créé un réseau d'autres auteurs et travaille en collaboration régulière avec des blogueurs.
- Entre les « pédagogues » et les « conteurs », on peut clairement identifier deux groupes d'auteurs distincts dans le domaine de l'auto-édition.

Conclusion

- L'enquête confirme également que les publications auto-éditées sont de plus en plus professionnelles. Les auteurs font désormais davantage appel à des prestataires de services et investissent notamment dans la création d'une couverture, la relecture ou encore la correction de leur texte.

L'investissement dans la création du livre ainsi que sa promotion est payant. Le recours à des opérations marketing, notamment, permet de faire de meilleures recettes.



À propos de BoD

BoD - Books on Demand est depuis 1997 un pionnier en Europe et un acteur principal dans le domaine de l'auto-édition de livres en ligne. BoD est actif dans huit pays, produit et distribue des livres imprimés à la demande à partir d'un exemplaire et publie des ebooks dans le monde entier, ce qui permet aux auteurs et aux éditeurs une grande flexibilité et une liberté de création, et aux lecteurs l'accès à une grande variété de titres.

Avec BoD, les auteurs publient en auto-édition, ne dépendent donc pas des éditeurs et conservent une liberté totale sur le contenu, la conception de leurs livres ainsi que leur prix de vente. BoD fournit aux auteurs une assistance professionnelle selon les besoins et les accompagne dans toutes les phases de la publication, de l'idée à la commercialisation du livre, en passant par sa conception.

BoD offre également la possibilité aux éditeurs, grâce à l'impression numérique dès le premier exemplaire, de publier leurs titres sans risque et de les rendre disponibles à la vente à tout moment. Ainsi, même les titres épuisés redeviennent accessibles aux lecteurs grâce à l'impression à la demande. Aujourd'hui, BoD est pour plus de 45 000 auteurs et plus de 2 600 maisons d'édition un partenaire expérimenté pour la publication de leurs livres.

Plus d'informations sur bod.fr

BoD

Noémie Machner

Marketing BoD France

Books on Demand

12/14 rond-point des Champs Élysées

75008 Paris

T +33 (0)1 53 53 14 89

E noemie.machner@bod.fr

bod.fr