

De l'auto-édition à l'auto... promotion !

En France, **87,6%** des auteurs auto-édités gèrent seuls la promotion de leur livre

Paris, le 13 octobre 2014 – *Si l'auto-édition devient une pratique culturelle de plus en plus populaire, les best-sellers, à l'instar de « Fifty Shades of Grey » (E.L. James) ou « Les gens heureux lisent et boivent du café » (Agnès Martin-Lugand), ne sont malheureusement pas légions. Les raisons ? Selon une étude menée par BoD auprès de ses auteurs européens, il semblerait que tous ces artistes pourtant connectés... oublient de se marketer ! En effet, s'ils sont majoritairement convaincus de la professionnalisation de l'auto-édition à l'avenir (90 % des auteurs Français pensent que la pratique va gagner en importance), les auteurs semblent pourtant aujourd'hui négliger un aspect clé du succès commercial d'un ouvrage : sa promotion !*

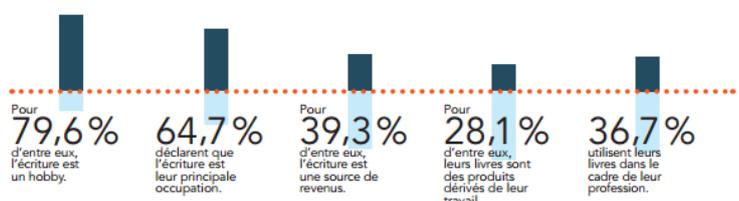
Au lendemain de la Foire Internationale de Francfort, BoD, leader européen de l'auto-édition dévoile les résultats d'une enquête menée auprès de 2 800 auteurs, du 11 août au 23 septembre 2014, en France, Allemagne, Suède, Danemark et Finlande.

L'écriture est la « principale occupation » de plus de 6 auteurs auto-édités sur 10 en France !

La passion des mots est bien la principale motivation pour les auteurs européens interrogés par BoD. Ils sont en effet près de **80 %** en France, et jusqu'à **90 %** en Finlande, à **considérer que la rédaction est un hobby avant tout.**

Et en France, on ne badine pas avec la littérature ! Près de **65 %** d'entre eux en ont fait **leur principale occupation**, loin devant une moyenne nord-européenne située entre **30 et 40 %.**

LES MOTIVATIONS DES AUTEURS
AUTO-ÉDITÉS FRANÇAIS POUR
L'ÉCRITURE :



Par ailleurs, la **littérature générale est le genre le plus plébiscité** par les auteurs auto-édités (**60%** pour les Français), à l'exception des Danois, grands adeptes du livre pratique (**65%**).

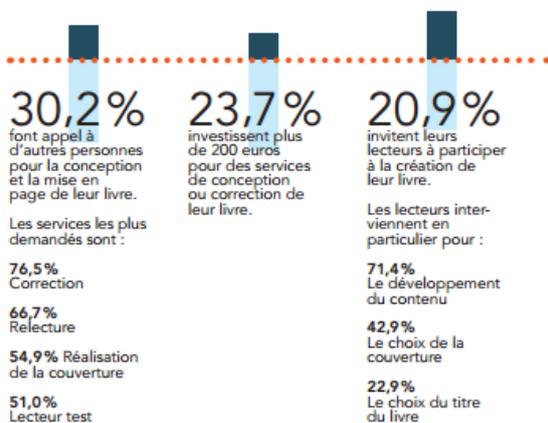
Les Français seraient-ils les plus *control freak* ?

Il semblerait ! En effet, la **garantie du contrôle total de leur contenu** est leur principale raison du choix de l'auto-édition pour près de **85 %** d'entre eux (Vs **65 %** des auteurs allemands, **69 %** des Danois, **66 %** des Suédois et **77 %** des Finlandais). Le **contrôle des droits d'auteurs** est la seconde raison citée par les Français (**60 %**), comme les Finlandais (**66 %**), tandis que les Allemands mettent plutôt en avant l'utilisation simple (**53,5 %**) et ludique (**54 %**) des plateformes d'auto-édition !

1 à 9 heures d'écriture / semaine : le terrain d'entente Nord-Européen !

Plus de la moitié des auteurs sondés consacrent entre **1 et 9 heures** hebdomadaires à rédiger. Nouvelle exception danoise : ils sont **plus de 50 %** à y consacrer... **moins de 4 heures** ! Pourquoi ? Parce qu'ils n'hésitent pas à s'entourer !

DE TOUS LES AUTEURS AUTO-ÉDITÉS SONDÉS :



En effet, près de **52 %** des sondés danois reconnaissent **faire appel à des prestataires pour parfaire leur œuvre**.

A l'inverse, ils sont **70 %** en France et légèrement moins en Allemagne (**62.5 %**) à **préférer travailler seuls**.

Dans chacun des pays interrogés, il s'agit avant tout de **corrections orthographiques (75 %** des sondés en France, en Allemagne et en Suède, et jusqu'à **82 %** au Danemark).

A noter : les Finlandais sont quant-à eux davantage soucieux de la mise-en-page de leur œuvre que de leurs éventuelles coquilles !

Contenu : 1 / Marketing : 0

1 auteur auto-édité français sur **5** ne planifie pas du tout la promotion de son livre ! (Vs **14 %** en Allemagne, **23 %** au Danemark, **19 %** en Suède et **17 %** en Finlande). Cette négligence peut s'expliquer en partie par les facteurs de succès invoqués par les auteurs français, germanique, danois et suédois : la **qualité du contenu est citée devant l'efficacité du marketing** !

La Finlande, pays invité d'honneur de la Foire de Francfort, se distingue *a contrario* par la grande attention portée au marketing (facteur numéro 1 de succès pour près de **79 %** d'entre eux), ainsi que la notoriété de l'auteur (en seconde position avec **78 %**). Paradoxalement, ce sont eux qui s'entourent le moins pour cette tâche ardue ! La **promotion est en effet gérée de A à Z par les auteurs eux-mêmes** pour **91 %** des Finlandais, (Vs **87,6 %** des Français, **84 %** des Allemand, **84.5 %** des Danois, et **72 %** des Suédois). L'aide demandée concerne avant tout la réalisation de supports publicitaires et les Relations Presse.

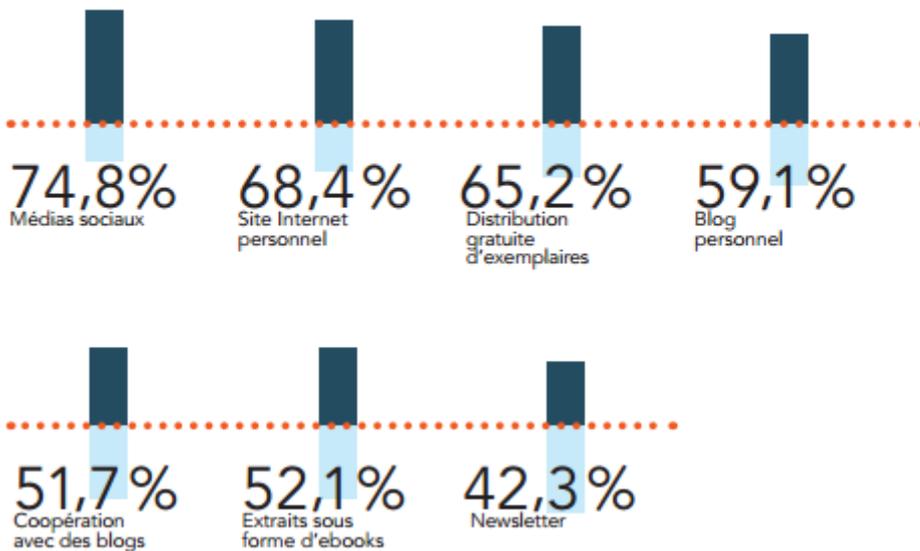
Les auteurs français sont les plus connectés

Concernant les canaux utilisés de manière régulière par les auteurs, il s'agit avant tout des **blogs et sites personnels** pour près d'**1** auteur auto-édité sur **2** dans l'ensemble des pays interrogés. Les Français apparaissent comme les plus digitaux : près de **30 %** d'entre eux utilisent **les réseaux sociaux**, contre un peu moins de **20 %** de l'autre côté du Rhin par exemple, et à peine **13.5 %** en Suède !

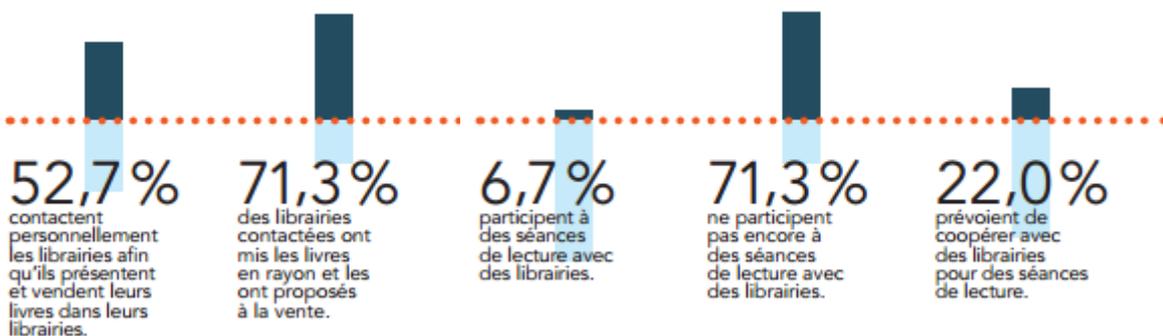
Il est en outre intéressant de noter que plus d'**1** auteur français et finlandais sur **2** **ne dépensera pas le moindre euro** pour sa promo, et que la grande majorité, dans chacun des cinq pays sondés, **n'y consacrerait pas plus d'1 heure** !

Au moment de la promotion de leur ouvrage, l'énergie des Français se répartit comme tel :

CANAUX ET ACTIONS DE PROMOTION PRIVILÉGIÉS :



DE TOUS LES AUTEURS SONDÉS :



Les chiffres clés de l'auteur auto-édité Français

- **63 % des auteurs sont des hommes (VS 36 % de femmes)** et ont généralement entre **30 et 69 ans**.
- **1 auteur sur 2 consacre en moyenne entre 1 et 9 heures par semaine** à l'écriture et conçoit généralement seul son ouvrage (**70 %**).
- **L'écriture est avant tout un hobby pour plus d'1 auteur sur 2. Pour 65 % des sondés, l'écriture est leur principale occupation.**
- L'écriture est par ailleurs **une source de revenus pour 1 auteur sur 4.**
- **Les ventes de livres auto-édités** sont quant à elles estimées « **plutôt satisfaisantes** » pour **1 auteur sur 3.**



Méthodologie :

Commanditaire de l'étude : BoD™ – Books on Demand GmbH

Enquête auprès de : 2 800 auteurs âgés de 12 à 88 ans

Période : du 11 août au 23 septembre 2014

Procédé : enquête en ligne à l'aide d'un questionnaire à choix multiples et en utilisant des échelles de valeur allant de 1 à 4.

Les réponses positives, à savoir les valeurs 3 (je suis plutôt d'accord) et 4 (je suis entièrement d'accord), ainsi que les réponses négatives, à savoir 1 (je ne suis absolument pas d'accord) et 2 (je ne suis pas vraiment d'accord), ont été regroupées lors du calcul des résultats.

Réalisation : École supérieure de management appliqué, Erding, Professeur Joerg Pfuhl, Professeur Vanessa Haselhoff

Date de publication : octobre 2014

L'intégralité des résultats de l'étude est disponible sur demande, pour chacun des pays.

A propos de BoD

BoD – Books on Demand est un acteur majeur sur le marché européen de la publication numérique de livres et de l'auto-édition. BoD propose depuis 1997 la publication de livres et d'ebooks à partir d'un seul exemplaire et est un partenaire expérimenté pour sa communauté de 27 000 auteurs et plus de 1 700 éditeurs. BoD offre à ses clients des solutions professionnelles pour la production et la distribution de livres papiers et de livres électroniques. Les auteurs et éditeurs profitent d'un large réseau de distribution international, leurs livres étant disponibles sur de nombreuses boutiques en ligne et auprès des librairies indépendantes. Ils ont le contrôle de leur contenu puisqu'ils décident eux-mêmes de la mise en forme de leurs livres et du prix de vente. Les clients BoD peuvent publier sans risque et en toute indépendance. Plus d'informations sur <http://www.bod.fr/>

Relations presse - Agence Wellcom

Gaëlle Legris – Julie Fontaine - Sonia El Ouardi

gl@wellcom.fr – jf@wellcom.fr - se@wellcom.fr

01.46.34.60.60