ÉTUDE BoD 2014 SUR L'AUTO-ÉDITION

DÉVELOPPEMENT ET PROFESSIONNALISME. AUTO-ÉDITION EN FRANCE.

SOMMAIRE

2 MÉTHODE

3 MOTIVATION
L'auto-édition, bien plus qu'un simple loisir.

4 EXIGENCE
Les auteurs auto-édités se professionnalisent.

5 PROMOTION
La communication gagne en importance.

7 CHANCES
Auteurs auto-édités et librairies coopèrent.

8 PERSPECTIVES

9 À propos de BoD

9 Contact, Copyright

MÉTHODE

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

Enquête auprès de : 198 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.

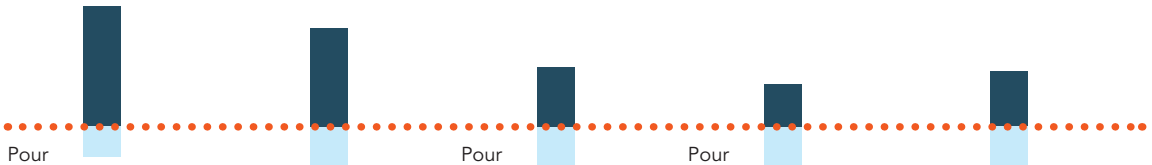
Réalisation : École supérieure de management appliqué, Erding, Professeur Joerg Pfuhl, Professeur Vanessa Haselhoff

Date de publication : octobre 2014

MOTIVATION

L'AUTO-ÉDITION, BIEN PLUS QU'UN SIMPLE LOISIR.

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



Pour **79,6 %** d'entre eux, l'écriture est un hobby.

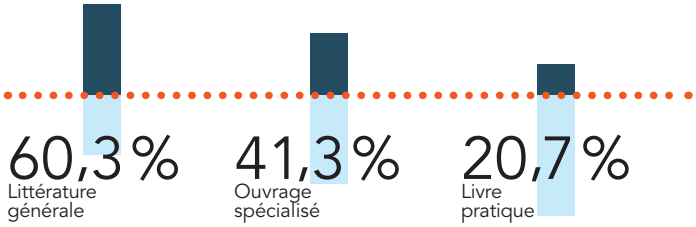
64,7 % déclarent que l'écriture est leur principale occupation.

Pour **39,3 %** d'entre eux, l'écriture est une source de revenus.

Pour **28,1 %** d'entre eux, leurs livres sont des produits dérivés de leur travail.

36,7 % utilisent leurs livres dans le cadre de leur profession.

LES CATÉGORIES LITTÉRAIRES PRÉFÉRÉES SONT :



60,3 % Littérature générale

41,3 % Ouvrage spécialisé

20,7 % Livre pratique

TEMPS CONSACRÉ À L'ÉCRITURE PAR SEMAINE :

35,2 % consacrent plus de 10 heures par semaines à l'écriture.

12,3 % écrivent 20 heures ou plus par semaine.

TEMPS CONSACRÉ À LA PROMOTION :

18,2 % consacrent plus de 10 heures par semaine à la promotion de leurs livres.

4,2 % consacrent plus de 20 heures par semaine à la promotion de leurs livres.

EXIGENCE

LES AUTEURS AUTO-ÉDITÉS SE PROFESSIONNALI-SENT.

DE TOUS LES AUTEURS AUTO-ÉDITÉS SONDÉS :

30,2 %
font appel à d'autres personnes pour la conception et la mise en page de leur livre.

Les services les plus demandés sont :

76,5%
Correction

66,7%
Relecture

54,9% Réalisation de la couverture

51,0%
Lecteur test

23,7 %
investissent plus de 200 euros pour des services de conception ou correction de leur livre.

20,9 %
invitent leurs lecteurs à participer à la création de leur livre.

Les lecteurs interviennent en particulier pour :

71,4%
Le développement du contenu

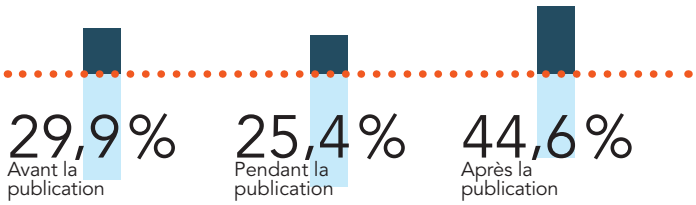
42,9%
Le choix de la couverture

22,9%
Le choix du titre du livre

PROMOTION

LA COMMUNICATION GAGNE EN IMPORTANCE.

DÉBUT DE LA PROMOTION DE VOTRE LIVRE :

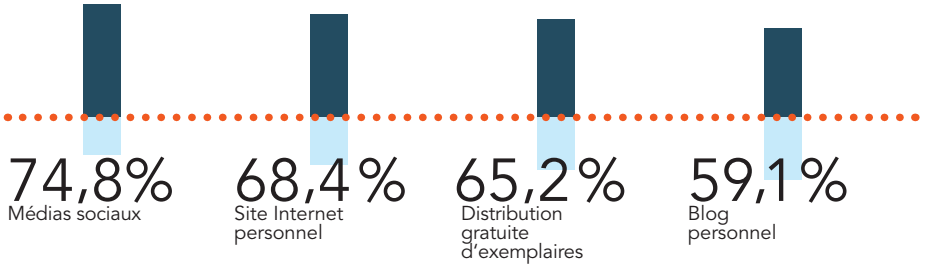


29,9%
Avant la publication

25,4%
Pendant la publication

44,6%
Après la publication

CANAUX ET ACTIONS DE PROMOTION PRIVILÉGIÉS :



74,8%
Médias sociaux

68,4%
Site Internet personnel

65,2%
Distribution gratuite d'exemplaires

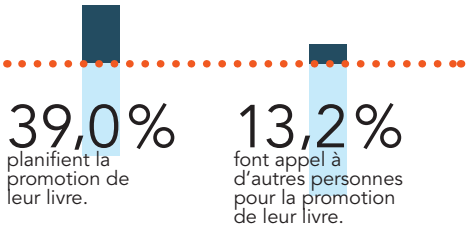
59,1%
Blog personnel

51,7%
Coopération avec des blogs

52,1%
Extraits sous forme d'ebooks

42,3%
Newsletter

DE TOUS LES AUTEURS AUTO-ÉDITÉS SONDÉS :



39,0%
planifient la promotion de leur livre.

13,2%
font appel à d'autres personnes pour la promotion de leur livre.

Les prestations les plus demandées sont :

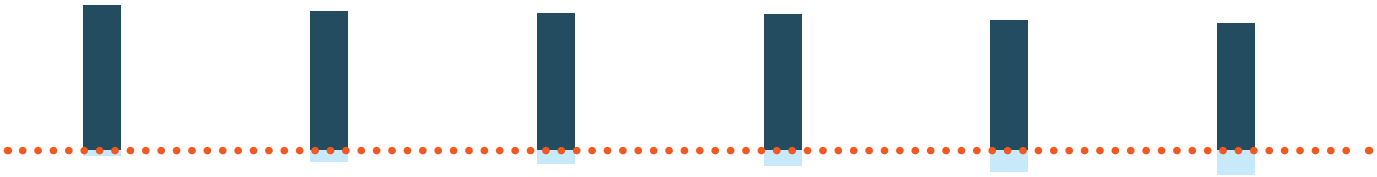
41,2%
Création d'un site Internet ou d'un blog

41,2%
Mise en œuvre de campagne de presse

41,2%
Réalisation de supports publicitaires (poster, marque-page, flyer)

29,4%
Aide à la rédaction sur les médias sociaux (Facebook, Twitter, etc.)

LES FACTEURS LES PLUS IMPORTANTS POUR LE SUCCÈS D'UN LIVRE SONT :



96,5 %
Le contenu

92,7 %
Le marketing

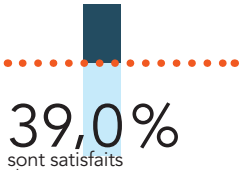
91,2 %
La présence d'exemplaires en librairie

89,9 %
La couverture

86,3 %
La notoriété de l'auteur

84,0 %
La conception du livre

DE TOUS LES AUTEURS SONDÉS :

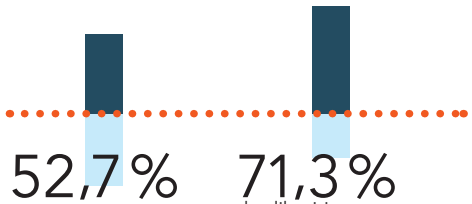


39,0 %
sont satisfaits des ventes de leurs livres auto-édités.

CHANCES

AUTEURS AUTO-ÉDITÉS ET LIBRAIRIES COOPÈRENT.

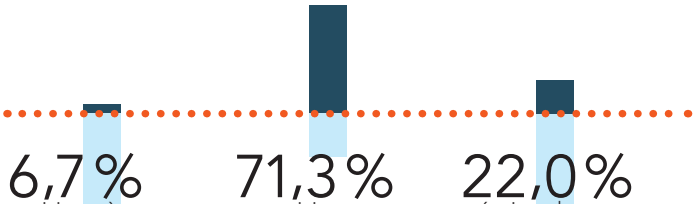
DE TOUS LES AUTEURS SONDÉS :



52,7 % contactent personnellement les librairies afin qu'ils présentent et vendent leurs livres dans leurs librairies.

71,3 % des librairies contactées ont mis les livres en rayon et les ont proposés à la vente.

DE TOUS LES AUTEURS SONDÉS :



6,7 % participent à des séances de lecture avec des librairies.

71,3 % ne participent pas encore à des séances de lecture avec des librairies.

22,0 % prévoient de coopérer avec des librairies pour des séances de lecture.

PERSPECTIVES

LES AUTEURS SONDÉS SONT D'AVIS QUE :

90,6 %
l'auto-édition gagnera encore en importance, toujours plus d'auteurs en découvriront le potentiel.

65,8 %
les auteurs en auto-édition feront de plus en plus appel à des prestataires professionnels pour la réalisation et la promotion de leurs livres.

62,7 %
l'auto-édition se concentrera sur la publication électronique (ebooks) au détriment des livres imprimés qui ne seront plus considérés.

50,6 %
des formules de prêt adaptées aux ebooks permettront aux auteurs en auto-édition de gagner en visibilité.

À 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 imprimés et de livres électroniques. 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/

BoD – Books on Demand
Noémie Derhan
12/14 rond-point des Champs Elysées
75008 Paris
Téléphone : 01 53 53 14 89
E-mail : noemie.derhan@bod.fr
www.bod.fr

© BoD – Books on Demand GmbH, Norderstedt, 2014. Les contenus de la présente publication sont sous la licence Creative Commons CC BY-SA.