

L'Observatoire des podcasts

Mme Anouk Rigeade, cheffe du bureau des médias privés, de la production et de la publicité de la DGMIC du ministère de la Culture & M. Hervé Godechot, membre du collège de l'Arcom

Festival Longueur d'ondes - 19^e édition

Vendredi 3 février 2023

1.

Un secteur en croissance et un écosystème complexe

2.

L'Observatoire : ses objectifs et ses axes d'études

3.

Premiers travaux menés et premières réflexions

4.

Temps d'échange

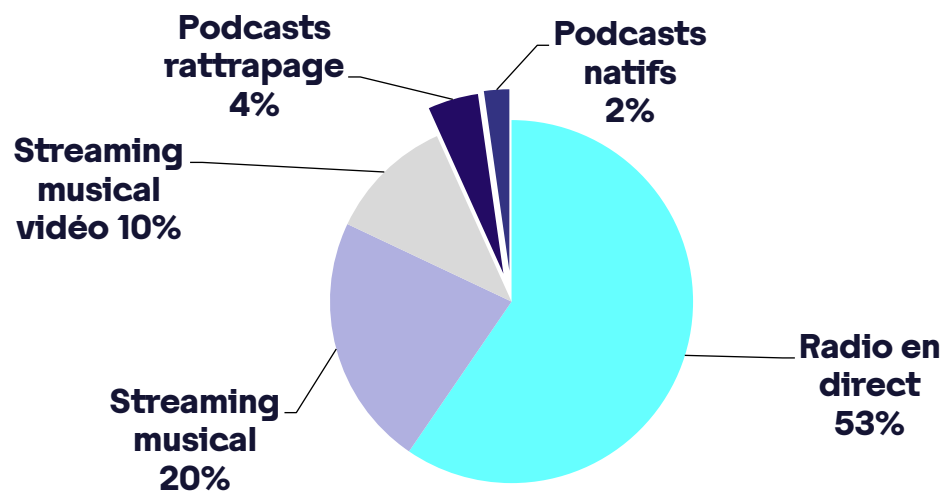
01

CONTEXTE

**UN SECTEUR EN CROISSANCE ET UN
ÉCOSYSTÈME COMPLEXE**

UN SECTEUR EN CROISSANCE

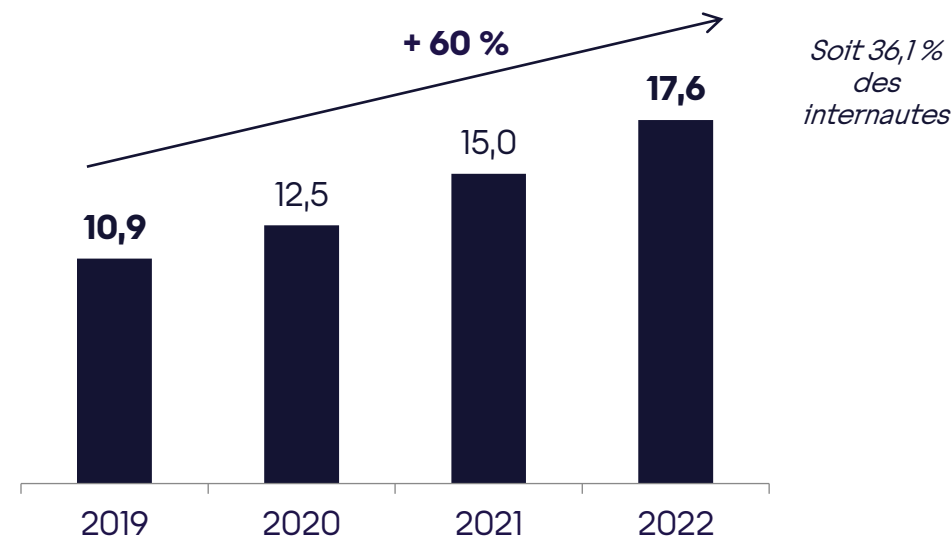
RÉPARTITION DU VOLUME D'ÉCOUTE AUDIO SUR UNE JOURNÉE (internautes de 15 ans et plus)



Source : Global audio 2022 (mai) – Médiamétrie

Les podcasts : 6 % du volume total de la consommation audio chaque jour

TOTAL AUDITEURS PODCASTS/MOIS EN FRANCE (RATTRAPAGE + NATIFS) (millions d'auditeurs)



Source : Global audio 2022 (mai) – Médiamétrie

151,7 millions de podcasts français écoutés en streaming ou téléchargés¹

¹ (en France, en janvier 2023, eStat - Médiamétrie)

UNE GRANDE VARIÉTÉ D'ACTEURS AUX ACTIVITÉS IMBRIQUÉES

CARTOGRAPHIE DES PRINCIPAUX ACTEURS DU PODCAST EN FRANCE EN 2022



Source : Cosavostra (2022)

- **Un écosystème complexe** (positionnement sur plusieurs activités), **en construction** et en **mutation rapide**
- **Un univers dispersé** entre de nombreux acteurs aux **profils très différents**, aux **interactions de diverses natures**

02

L'OBSERVATOIRE

PRÉSENTATION DE SES OBJECTIFS ET DE SES AXES D'ETUDES

LES TROIS PRINCIPAUX OBJECTIFS POURSUIVIS PAR L'OBSERVATOIRE DES PODCASTS

1.

CRÉER UN LIEU D'ÉCHANGE ENTRE LES ACTEURS DU SECTEUR ET LES POUVOIRS PUBLICS

2.

DÉVELOPPER UN OUTIL DE SUIVI DE L'ACTIVITÉ DU SECTEUR

3.

OBTENIR UNE VISION GLOBALE ET PARTAGÉE DU SECTEUR

LES TROIS AXES D'ETUDES DE L'OBSERVATOIRE DES PODCASTS

CT : S1 2023

AXE 1 :

Cartographie du secteur et de ses dynamiques

Objectifs :

- **Obtenir une vision globale de l'écosystème** (qui sont les acteurs en présence, quelles sont leurs caractéristiques et quelles sont leurs interactions)
- **Partager une première vision des dynamiques du secteur** (mouvements d'intégration, de consolidation etc.)

MT : S2 2023

AXE 2 :

Étude de l'offre

Objectifs :

- **Evaluer le volume de l'offre** de contenus disponibles
- **Partager un état des lieux des caractéristiques** de l'offre et de ses dynamiques

LT : S1 2024

AXE 3 :

Travaux à préciser

Étude de l'économie du secteur

Objectifs :

- **Etudier le marché** (usages et mesure d'audience)
- **Estimer la répartition de valeur entre les catégories d'acteurs**
- **Présenter les principaux modèles économiques**

Prévisions

➤ Remise des travaux début S2 2023

➤ Remise des travaux début T1 2024

➤ Remise des travaux S2 2024

/ LE PÉRIMÈTRE DES PODCASTS A L'ÉTUDE DANS LE CADRE DE L'OBSERVATOIRE



DANS LE CHAMP DE L'ÉTUDE

Sont inclus:

- ✓ **Tous les podcasts audio à destination du grand public**



HORS DU CHAMP DE L'ÉTUDE

Ne sont pas inclus:

- X La consommation vidéo liée aux podcasts, dits « podcasts vidéo »
- X Les podcasts destinés à un public restreint et spécifique: les podcasts internes à des structures et notamment aux entreprises
- X Les podcasts autoproduits par des particuliers de manière ponctuelle

03

PREMIERS TRAVAUX

PRÉSENTATION DES PREMIERS TRAVAUX ET DES PREMIÈRES RÉFLEXIONS

PREMIERS TRAVAUX (AXE 1) : UNE APPROCHE DE CO-CONSTRUCTION AVEC LES ACTEURS DU SECTEUR

Un **observatoire** qui privilégie une approche collaborative avec les acteurs du secteur.

1.

Des entretiens avec les acteurs du secteur pour :

- **Comprendre** la chaîne de valeur
- **Co-construire les questionnaires** visant à la collecte de données

2.

Une collecte de données auprès des acteurs via **les questionnaires co-construits**

*Plus de **30 acteurs rencontrés** et plus de **100 acteurs ciblés** par les questionnaires (organismes de gestion collective et auteurs, associations et groupements, éditeurs, producteurs, hébergeurs, plateformes de diffusion, régies et solutions de monétisation etc.)*

/ PREMIERS CONSTATS SUR L'ÉCOSYSTÈME SUITE AUX ENTRETIENS MENÉS

LE MARCHÉ FRANÇAIS DES PODCASTS

- Un marché **en croissance**
- Un marché **encore peu consolidé**
- Un **volume de publicité limité** par rapport à d'autres marchés

INTÉRÊT STRATÉGIQUE POUR LE PODCAST

Un intérêt variable suivant le profil des acteurs

- Des « **pure players podcasts** » et des **acteurs de l'audio/audio digital** qui cohabitent

STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ PODCASTS

Différentes au sein de mêmes catégories

- Des stratégies différentes et **des modèles plus ou moins intégrés**, qui demeurent **relativement ouverts**
- Une **tendance à la consolidation**

LES ACTEURS DE LA CHAÎNE DE VALEUR

Un marché intermédié

- De nombreux **acteurs intermédiaires techniques** (hébergement, monétisation)
- **De nombreux acteurs français nouveaux sur le marché** et d'importants acteurs internationaux

CAVEAT : ces éléments ne sont pas exhaustifs et seront enrichis par la suite des travaux

/ DES PISTES DE RÉFLEXION POUR LA SUITE DES TRAVAUX

CONSTATS

DES DIFFICULTÉS À INTERROGER UN PANEL REPRÉSENTATIF D'AUTEURS

- Une catégorie d'acteurs protéiforme
- Une **difficulté à interroger un panel représentatif**

LA QUESTION DU SUIVI DE L'ÉVOLUTION DE L'ACTIVITÉ SUR LE LONG TERME

- Une **organisation du secteur encore limitée** et des difficultés pour suivre sur le long terme son évolution

L'IMPORTANT DE LA MESURE D'AUDIENCE

- **Deux mesures d'audience** aux normes différentes qui **cohabitent**
- Des **difficultés pour évaluer l'écoute réelle** des podcasts lors des téléchargements

PISTES

Un questionnaire en ligne ?

Une évolution des référencements INSEE ?

Quelles difficultés lever pour faire converger les mesures ?

04

TEMPS D'ÉCHANGE

MERCI