

Paysage sonore : un état des lieux

PAR VÉRONIQUE SOULÉ

Dessiner le paysage de la « littérature sonore » pour enfants, c'est un peu partir au petit bonheur la chance, les oreilles au vent. Si les supports matériels (disque, livre-CD, livres audio ou même fichiers MP3) sont catalogués par les éditeurs, les autres réalisations numériques ne le sont souvent pas encore. Or, ce sont les sites, applications et les fameux podcasts qui ont démultiplié l'offre.

↓
Médiathèque départementale d'Ille et Vilaine
© Franck Hamon.



Passionnée par la culture enfantine sous toutes ses formes (livres, spectacles, numérique...) Véronique Soulé présente l'émission «Écoute ! il y a un éléphant dans le jardin» sur Radio Aligre (93.1) depuis des années. Elle est également membre de notre comité de rédaction.



Écoutez plusieurs témoignages des personnes interviewées dans l'article :

- Thibault Prugne, éditeur et auteur aux éditions Margot.
- Pascal Dubois, responsable des éditions Oui'Dire.
- Marine Baudoin, directrice éditoriale de Lunii.
- Marion Bossuat, directrice éditoriale de Trois Petits Points.
- Anne-Fleur Pouyat, chargée de projets numériques jeune public au musée d'Orsay.
- Carole Cheysson, coresponsable de Bloom Prod.

Leurs noms sont suivis d'un astérisque à la première occurrence dans le texte.

DES OBJETS

Des disques, des livres-disques, des livres augmentés

Dans ce panorama commençons par le plus familier. Qu'il soit glissé dans un livre illustré ou dans une pochette cartonnée (Digipack), le CD pour enfants tient encore la route. Pour combien de temps ? Tous les éditeurs notent une nette érosion des ventes. Les maisons emblématiques publient toujours disques et livres-disques : Didier jeunesse (depuis 1988) ou Gallimard Jeunesse. Mais dorénavant l'objet est souvent « augmenté » : un lien numérique propose le téléchargement de fichier(s) ou oriente, de plus en plus fréquemment, vers une plateforme d'écoute en streaming (Deezer, etc.).

Pour Michèle Moreau, directrice des éditions Didier jeunesse, pas question d'abandonner le CD. Les chaînes hi-fi et autres lecteurs existent toujours dans les familles et dans la vie des enfants. Et le son est plus qualitatif. L'éditrice publie également plus de la moitié de son catalogue sous forme de CD en Digipack et même quelques vinyles, diffusés hors librairies.

Dans le sens inverse, des labels musicaux éditent dorénavant des livres-disques afin d'élargir leurs réseaux de vente : Little Village, Formulette, les éditions Des Braques créées par le label Victorie Music, La Montagne secrète, Le label dans la forêt, Joyvox ou encore la collection Tout s'Métisse chez Caza Musique.

Nombre d'éditeurs ont leurs collections de livres-CD : Actes Sud junior, Flammarion, Glénat, Gautier-Languereau, Utopique... tandis que d'autres s'y consacrent exclusivement, tel Benjamin Média. Certains sortent des titres occasionnellement notamment Sarbacane, Syros, Margot* tandis que le groupe Bayard-Milan parie largement sur le secteur*. Des éditeurs ont choisi de publier seulement des CD en Digipack. Pour Marion Bossuat*, de Trois Petits Points (2015), l'immersion dans l'écoute sans support papier génère une expérience particulière et développe des capacités de compréhension différentes. Pascal Dubois n'a pas besoin non plus d'écrit*. Sa maison Oui'Dire (2003) est dédiée à la littérature orale : à la parole du conteur qui travaille avant tout pour la scène. C'est donc le disque qui s'adapte au spectacle, jamais le contraire. Aussi, le travail de préproduction nécessite-t-il beaucoup de temps et parfois plusieurs maquettes.

Chère production...

Comme toutes les moyennes, celle du coût de production est à prendre avec des pincettes : Paule du Bouchet (Gallimard Jeunesse) estime à environ 30 % le surcoût de fabrication d'un livre-disque par rapport à l'édition papier courante de la même histoire.

Une production de qualité peut mobiliser des musiciens, compositeurs, interprètes, *sound designers*, sans compter les journées en studio pour l'enregistrement et la post-production, ni le pressage des disques. Autant de prises de risque importantes pour de petits éditeurs. Heureusement, soulignent les responsables de Trois Petits Points ou Oui'Dire, les publications ont une vie assez longue et sont rééditées régulièrement.

Quelle littérature ?

Quels genres et quelles créations les éditeurs proposent-ils en 2020 ? Les grands classiques toujours : contes musicaux, chansons et comptines, histoires en musique ou sonorisées. Dans la famille des livres audio, le roman, lu le plus souvent par un comédien, connaît une expansion importante depuis plusieurs années.

Outre les collections historiques d'éditeurs jeunesse traditionnels (« Écoutez lire » chez Gallimard Jeunesse depuis 2004, environ 200 titres et « Chut ! » à L'École des loisirs, depuis 2010), des éditeurs de livres audio généralistes proposent un petit rayon de romans jeunesse, la plupart pour adolescents. Citons Audiolib (groupe Hachette), créée en 2008, avec environ 60 titres et Lizzie (groupe Editis), créée en 2018, avec une trentaine de titres (voir p.116, les entretiens menés par Corinne Bouquin avec leurs éditeurs).

Apparu d'abord chez Gallimard Jeunesse, le livre à puces (parfois appelé « livre sonore ») a fait école. C'est un marché que beaucoup se disputent tels Gründ et Larousse, envahissant les bacs des librairies et poussant des éditeurs longtemps réticents à s'y engager à leur tour tel Didier jeunesse, en 2016. Le taux de compression des fichiers, nuisible à la qualité, et la courte durée d'écoute cantonnent les livres à puces à des sons brefs, bruits de la ferme, cris d'animaux, etc. Peu de créations ou d'extraits musicaux excèdent quelques secondes.

LES BOÎTIERS AUDIO, CES HYBRIDES...

Nouveau-venu, le « boîtier audio » (appellation non labellisée !), diffusé entre autres dans les magasins de jouets et les grandes enseignes, rappellera sans doute aux plus âgés le mange-disque d'antan : d'abord par son design, différent selon les marques, qui permet de transporter l'objet partout, mais surtout par ses contenus très divers. Sauf qu'ici, on les acquiert sur la boutique en ligne de la marque. Il présente aussi l'avantage de rendre l'enfant autonome dans son utilisation, loin des oreilles des adultes et des écrans.

Le premier du genre en France, « Ma boîte à histoires »¹ (lancé en 2016 par la jeune société Lunii*), invite à « construire » son propre récit avec quatre éléments de départ (héros, lieu, etc.), que l'enfant peut modifier. 48 histoires sont disponibles dans le boîtier vendu 60 euros. La boutique en ligne permet de les compléter avec 160 albums, créations originales d'auteurs jeunesse, adaptations de séries (notamment les « Monsieur Madame » de Roger Hargreaves) enregistrées en studio par des comédiens, reprises patrimoniales (extraits du fonds de la BnF) ou albums de comptines (L'École des loisirs, Didier jeunesse...). D'autres fonctionnalités arrivent bientôt.

D'un coût similaire (80 euros), destinée aux plus jeunes, « La Conteuse merveilleuse » (de la société française Joyeuse, lancée en 2018) se déclenche « à la secousse ». On peut s'enregistrer ou importer des sons issus de sa médiathèque personnelle (CD ou MP3), et compléter ainsi la soixantaine de titres fournis à l'achat. Ceux-ci, contes et comptines, sont écrits ou adaptés par la responsable éditoriale de Joyeuse, l'autrice Valérie Latour-Burney, aussi en charge de la direction artistique. Le contenu peut encore s'augmenter de titres de partenaires (Victorie, Oui'Dire, Trois Petits Points, Didier jeunesse...).

« L'attention... Cette rareté se situe du côté de la réception des biens culturels, et non plus seulement du côté de leur production [...]. La principale difficulté, aujourd'hui, n'est pas tant de produire [...] que d'attirer l'attention d'un public submergé de propositions, souvent gratuites, plus attrayantes les unes que les autres »

Yves Citton, cité par Le Journal du CNRS (17 juillet 2014), a dirigé L'Économie de l'attention. Nouvel horizon du capitalisme ?



Parmi les nombreux autres lecteurs audio, citons L'Ocarina (Italie), ceux de la marque de jouets VTech. Le phénomène n'en est qu'à ses débuts : d'autres boîtiers made in Europe ou in USA devraient bientôt arriver en France.

UN BOOM DES SONS EN LIGNE

Si le support audio physique ne cesse de se réincarner, c'est bien évidemment sur Internet que l'offre de sons grandit le plus, avec des sites et plateformes de téléchargement et d'écoute en direct (ou « streaming ») ou via des applications, aux spécificités techniques et modèles économiques variés.

Les mêmes... vendus autrement

Il devient courant, on l'a vu, de télécharger des versions digitales à la place, ou en complément, des livres-disques ou des CD, pratique en passe d'être remplacée à son tour par l'écoute en streaming. Certaines plateformes, comme Deezer, Spotify, Qobuz, Apple Music, autorisent une écoute gratuite mais assortie d'annonces publicitaires, tout en promouvant fortement l'abonnement.

Quelques plateformes proposent des sélections pour les enfants mais pas encore d'applications dédiées pour smartphone ou tablette, comme le fait déjà l'application Munki. Celle-ci ouvre, via un abonnement, l'intégralité des catalogues d'un grand nombre d'éditeurs audio ou de labels musicaux pour la jeunesse, environ 1 000 disques, surtout de chansons et comptines. L'interface simple et intuitive permet aux jeunes enfants de se repérer. Elle fonctionne également hors connexion.

La question qui fâche : le paiement des droits

Du côté de la rétribution des éditeurs et des créateurs, les tarifs pratiqués par les plateformes - Deezer, Spotify, Qobuz, Apple Music pour ne citer que les plus connues parmi une cinquantaine - ne sont pas les mêmes selon qu'il s'agit d'une œuvre où la musique domine (un conte musical, par exemple) ou si, au contraire, le texte l'emporte et l'apparente alors au « livre audio ». Cette gestion de droits d'auteurs très fluctuants, plutôt au service des « majors », voire inexistantes quand il s'agit d'un contenu narratif sans musique, ont conduit certains tels L'École des loisirs ou Oui'Dire à ne pas y mettre les versions digitales de leurs disques.

Quelques expériences renouvellent le livre

Les livres numériques (ebooks) proposent parfois une expérience différente de celles du livre-disque et du livre audio. Citons les romans numériques enrichis de sons édités par Bayard ou les albums numériques chez Benjamins Média ou Des Braques/Tralalère. Certaines applications numériques exploitent avec beaucoup d'inventivité la dimension sonore, comme Boom ! chez Les Inéditeurs (2015) ou Ma petite fabrique à histoires chez e-Toiles-Autre-ment jeunesse (2013).

La société Storyplay'r donne accès, sur abonnement, à plus de 1 500 titres numérisés à lire ou écouter, en ligne ou en téléchargement. Ils sont issus des catalogues d'éditeurs partenaires et complétés régulièrement. La plateforme permet également de s'enregistrer et de partager cette narration à distance.



↑
Garance, 15 ans. Photo © Agnès Bergonzi.

Les éditions Le Port a jauni proposent une version sonore de certains de leurs albums bilingues français-arabe, à écouter uniquement sur leur site tandis que les pages défilent sur l'écran. La version lue dans les deux langues, avec musique et chanson, est réalisée par le duo musical Catherine Vincent.

Les éditions Margot parient sur l'attrait du son. Sur leur site, il est possible d'écouter et de télécharger le contenu complet des CD qui accompagnent les livres-disques de contes musicaux : une façon de les faire connaître ou de les faire entendre à ceux qui n'ont pas de lecteur CD.

Les éditions Bayard-Milan, dont les productions audio sont historiquement liées aux titres de presse (voir l'article de Christophe Patris, dans le présent dossier) développent le site et l'application Bayam, avec un accès en partie gratuit, mais surtout sur abonnement. Outre Radio Pomme d'Api évoquée plus loin et les suppléments audio des magazines (1 000 à partir de septembre 2020), Bayam propose des contenus multimédia et des fictions lues par leurs auteurs. Il ouvre aussi à des contenus audio en partenariat ou en licence avec leurs producteurs (musée d'Orsay, Radio Nova...) ou en coproduction avec des plateformes d'écoute.

Des web radios

Les web radios (ou « radios en ligne ») se sont multipliées depuis le début des années 2000. Quelques-unes diffusent un programme 24 h/24 pour les enfants, telle Radio Pomme d'api, créée en 2014 par Stéphane Bataillon, alors responsable du numérique chez Bayard. Au menu : des comptines, de courtes histoires, des chansons françaises et différents genres musicaux. Radio Barbouillots, animée depuis 2011 par quelques passionnés, offre le même type de programmation, ponctuée par des émissions quotidiennes. À noter : ce type de contenus est décliné aussi, à la demande et en images, sur des chaînes vidéo YouTube destinées aux enfants (touslesenfants.com...).



DES PODCASTS TOUS AZIMUTS

Depuis bientôt trois ans, le podcast connaît un essor fulgurant. Cet essor est facilité par le développement des plateformes de diffusion (dites « agrégatrices »)², des sites d'hébergement des podcasts, des applications pour les écouter, de gros studios de production et de l'usage du smartphone.



C'est gratuit !

Sur les milliers de programmes disponibles, une infime partie est destinée aux enfants. Qu'ils soient chargés sur smartphone ou tablette ou bien écoutés en streaming, le point commun à (presque) tous ces sons est leur gratuité. Ils se distinguent également par la facilité avec laquelle il est possible d'en produire et en mettre à disposition à moindre coût.

Sur les plateformes Apple podcasts, Google podcasts, Spotify, les programmes pour enfants sont généralement regroupés dans la catégorie Famille, divisée au mieux en quatre rubriques, puis classés par titre. Au-delà de ce classement, il n'y a pas d'autres critères pour se repérer. Sont ainsi groupés pêle-mêle les podcasts d'émissions de radio en réécoute (en « replay ») et les podcasts natifs (c'est-à-dire des créations originales conçues seulement pour le « podcasting »), les podcasts « à flux continu » (avec un nouvel épisode à périodicité plus ou moins régulière) et les séries terminées.



On réécoute la radio !

Les émissions radiophoniques régulières à destination des enfants ou des jeunes étant peu nombreuses, en particulier sur le service public, l'offre en réécoute reste parcimonieuse : des chroniques hebdomadaires de quelques minutes, comme « Les enfants des livres », France Info junior (France Info) ou encore « Les P'tits bateaux » (France Inter).

Via France Culture essentiellement, Radio France propose sur son site et sur les plateformes d'écoute des fictions radiophoniques, feuilletons, adaptations littéraires, concerts-fictions, déjà diffusés à l'antenne au cours des... dix dernières années : *Les Aventures de Tintin*, *Peter Pan*, *Tom Sawyer* ou quelques épisodes des *Histoires du Pince-Oreille*.

Sur les ondes de Radio Classique, Élodie Fondacci a longtemps raconté « Des histoires en musique », inspirées d'œuvres classiques, *Coppélia*, *Le Lac des cygnes*... L'émission lancée en 2009 avait disparu. Mais depuis 2019, ses histoires sont à nouveau disponibles en podcast sur le site de la radio et les plateformes, à raison d'un épisode hebdomadaire, et elle a repris la plume. Par ailleurs, une dizaine de ses contes sonores sont édités chez Gautier-Languereau.

Des podcasts natifs

Si à première vue, l'offre de podcasts natifs pour les enfants semble assez diversifiée, l'écoute d'un grand nombre d'entre eux laisse rapidement apparaître une certaine homogénéité, si ce n'est de forme ou de qualité, du moins des contenus. Les histoires lues ou racontées (adaptées ou inventées) prédominent, tandis que les contenus documentaires, informationnels ou récréatifs sont rares. Plutôt que les appréhender par genre, il a semblé alors plus pertinent de les classer selon les types de producteurs.

Les studios de production très présents dans la sphère médiatique, comme Binge et Louie Media, ne proposent rien pour la jeunesse. Les radios de service public ont, elles, déployé leurs compétences. « Une histoire » et « Oli », réalisée par Lora Costantini et produite par Léoard Billot à France Inter, pour les jeunes enfants, connaît un grand succès. Écrits et lus par une personnalité du monde culturel ou médiatique, 47 épisodes de 12 minutes ont été programmés au rythme des vacances scolaires depuis août 2018. Autre production France Inter, *Les Odyssées*, écrit par Laure Grandbesançon, dans une réalisation d'Anne-Sophie Ladonne, dresse le portrait d'une figure historique, sous forme d'enquête fictive à rebondissements (une quarantaine d'épisodes depuis juin 2019).

Pionnier, le musée d'Orsay a lancé en 2018 une politique ambitieuse sur son site Petits M'O destiné aux enfants*. Les séries *Promenades imaginaires* au musée d'Orsay de Béatrice Fontanel et *Au pays des monstres* (à partir de Léopold Chauveau exposé en 2020) de Claude Ponti s'écoutent en regardant - ou pas - les œuvres reproduites. Coproduites avec Création Collective et LACMÉ, elles sont disponibles sur les plateformes d'écoute³. Le musée propose aussi des séances d'écoute en famille.

Du côté des éditeurs jeunesse, quelques-uns s'essaient timidement au podcast, le plus souvent pour promouvoir leurs publications, en donnant la parole à des acteurs de la maison ou aux auteurs. On peut citer « Dans ta poche » et ses 15 épisodes lancés en janvier 2019 par Le Livre de poche Jeunesse pour ses quarante ans, « 12 minutes avec PKJ », le podcast mensuel de Pocket Junior, ou encore « Histoires de jeunesse », produit par Bayard depuis novembre 2018, où des auteurs s'expriment longuement sur leur travail.

Le confinement : un banc d'essai pour les éditeurs ?

La période a été féconde. Certains ont invité leurs auteurs à lire l'une de leurs œuvres, tel Albin Michel jeunesse qui s'est associé à RTL pour réaliser le podcast « Lis-moi une histoire ». L'École des loisirs a proposé la lecture par des comédiens d'une vingtaine d'albums de son catalogue. L'expérience se transformera prochainement en créations originales avec le jeune studio Paradiso. Le site des éditions Ouidire a diffusé chaque semaine sept récits, extraits de son catalogue, à écouter pendant sept jours. Devant l'engouement des internautes, la formule a été pérennisée en juin 2020 et elle est accessible par abonnement. Pourtant, même si plusieurs projets semblent en cours, à ce jour Bayard est le seul groupe éditorial engagé dans une véritable dynamique de production de podcasts. Mais, là aussi, à titre d'expérimentation car leur monétisation s'avère impossible pour l'instant.

DES INDÉPENDANTS EN QUÊTE D'UN MODÈLE DURABLE

C'est donc essentiellement à travers les initiatives de podcasteurs indépendants que se construit aujourd'hui l'offre pour les enfants. Difficile à quantifier, elle n'excède certainement pas la centaine de programmes. Une expérience dans le son, l'audiovisuel ou la communication, le fait d'être parent ou l'envie de transmettre servent de déclencheurs. Professionnalisation ou simple équilibre financier restent des enjeux, aucune rémunération ne



Bloom la radio des enfants



compensant les coûts de production (auteurs, comédiens, ingénieurs du son, musiciens, *sound designers*, droits d'auteurs). Parmi ceux souvent cités par la presse, Matthieu Farcy fait figure de précurseur puisqu'il a lancé « La voix haute » en avril 2016. Il s'appuie sur ses savoir-faire d'ingénieur du son et de comédien pour réaliser et publier chaque semaine un épisode, pour lequel il adapte et sonorise des classiques de la littérature, des contes, des textes originaux d'auteurs ou les premiers chapitres de romans jeunesse (avec accord des éditeurs). Si la production coûte peu car il réalise dans son home studio, elle ne lui rapporte rien, ce qui le rend moins disponible pour enregistrer de nouveaux épisodes. Un dispositif technique, La Boîte bleue, lui permet de lire et de sonoriser en public des contes, sensibilisant ainsi à la réalisation, comme il le fait aussi lors d'ateliers. Avec « Les P'tites Histoires », Mathieu Genelle propose depuis 2018 des fictions aux 6-10 ans. Il en écrit la plupart, puis les fait enregistrer en studio — avec comédiens et ingénieurs du son — avant de mettre en ligne une à deux fois par semaine. C'est l'activité principale de sa société, Taleming, mais il n'en vit pas, seuls ses collaborateurs sont rémunérés. Il est donc en recherche d'un équilibre économique. Abonnement des auditeurs ? Collaboration avec d'autres plateformes ? Il tente de convaincre des annonceurs jeunesse encore frileux vis-à-vis du média audio, malgré ses 10 000 téléchargements/jour.

Parmi les rares documentaires, « Petit curieux », de l'infatigable animateur du site Choses à savoir, répond chaque jour en moins d'une minute aux questions les plus variées. Radio Bambou, réalisé par le magazine *Reporterre*, diffusé sur la plateforme Soundcloud, explique l'écologie aux 8-12 ans.

La monétisation via des régies publicitaires reste rarement choisie. Elle pose un problème éthique et prête à polémique, les parents acceptant mal l'insertion d'annonces promouvant jouets ou chaînes de restauration rapide. En l'absence de réglementation dans ce domaine, les podcasteurs hésitent.

Avec la création, il y a huit ans, de Bloom Prod, Carole Cheysson* et Corinne Dard, venues de l'audiovisuel, semblent avoir trouvé un modèle viable. Elles produisent pour leur propre compte Bloom, la radio des enfants, constituée d'une variété de rubriques et de formats – histoires, jeux, activités, relaxation. Elles ont noué des partenariats avec des compagnies de transport proposant du divertissement aux enfants ou encore avec Bayard pour Bayam. Elles réalisent et coproduisent également des programmes audio pour des plateformes comme Sybel.

En effet, cette plateforme, à l'instar de quelques autres, complète son offre de contenus existants (des podcasts pour la plupart gratuits ailleurs, mais dont les producteurs sont ici rémunérés) avec des programmes inédits. Le classement, le compte familial avec un profil enfants et son catalogue adapté ainsi que l'interface sont les atouts mis en avant par Sybel, dont l'abonnement s'élève à 5 euros/mois. Citons encore Tootak, aux offres jeunesse de même type. Toutes ces plateformes ont en commun de se disputer âprement ce nouveau marché.

Le secteur du podcast, encore mal encadré juridiquement, s'organise peu à peu. Le syndicat PIA (« Producteurs audio indépendants »), créé en 2019, a commencé à réfléchir aux modèles économiques possibles, aux questions

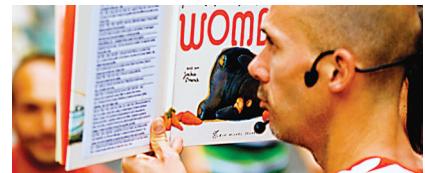
des droits de diffusion et de protection des auteurs. Il veille également à ne pas laisser des plateformes très gourmandes agréger des contenus sans l'accord des producteurs, ne pas payer de licence d'exploitation ou imposer leur propre modèle économique.

L'évolution technologique et l'engouement actuel pour l'audio suscitent sans arrêt l'émergence de nouveaux supports, de nouvelles plateformes d'écoute, de nouveaux studios. Nul doute qu'au moment de la parution de cet article, l'offre dans ce domaine se sera encore élargie, transformée ! ●

1. Voir aussi l'article « Lunii. Ma fabrique à histoires », RLPE, n° 307, juin 2019, pp. 193-195.

2. Les plateformes repèrent et agrègent les podcasts (comme peuvent le faire des sites ou des applications, mais avec une architecture cachée différente). Certaines plateformes ont outre cette activité d'identification d'après les offres de tiers acteurs (studios de créations ou plateformes), une activité de création de contenus originaux (appelés aussi « podcasts natifs »).

3. Ces podcasts ont fait l'objet de deux albums *Toute une histoire dans un tableau*, Béatrice Fontanel, Gallimard-musée d'Orsay, 2019 ; *Voyage au pays des monstres* de Claude Ponti, L'Ecole des loisirs-musée d'Orsay, 2020.



La prochaine édition de ce festival se tiendra en octobre 2020 à Montreuil.
<https://www.festivalvox.com>