

Rapport de sondage

Association nationale des éditeurs de livres (ANEL)
Décembre 2021

CANIDÉ

ASSOCIATION
NATIONALE
DES ÉDITEURS
DE LIVRES

STUDIO BULLDOG

Financé par le
gouvernement
du Canada

Canada



Mise en contexte

En partenariat avec Studio Bulldog et l'Association nationale des éditeurs de livres (ANEL), Canidé a mis sur pied un questionnaire afin d'avoir un portrait et une compréhension plus juste des habitudes d'écoute et de consommation des Québécoises et des Québécois en ce qui a trait aux livres audio.

L'objectif de cette démarche est d'aiguiller nos connaissances afin d'assurer un lancement réussi pour la nouvelle plateforme de livres audio développée par le Studio Bulldog.

Le sondage a été diffusé lors du Salon du livre de Montréal ainsi que sur Facebook.



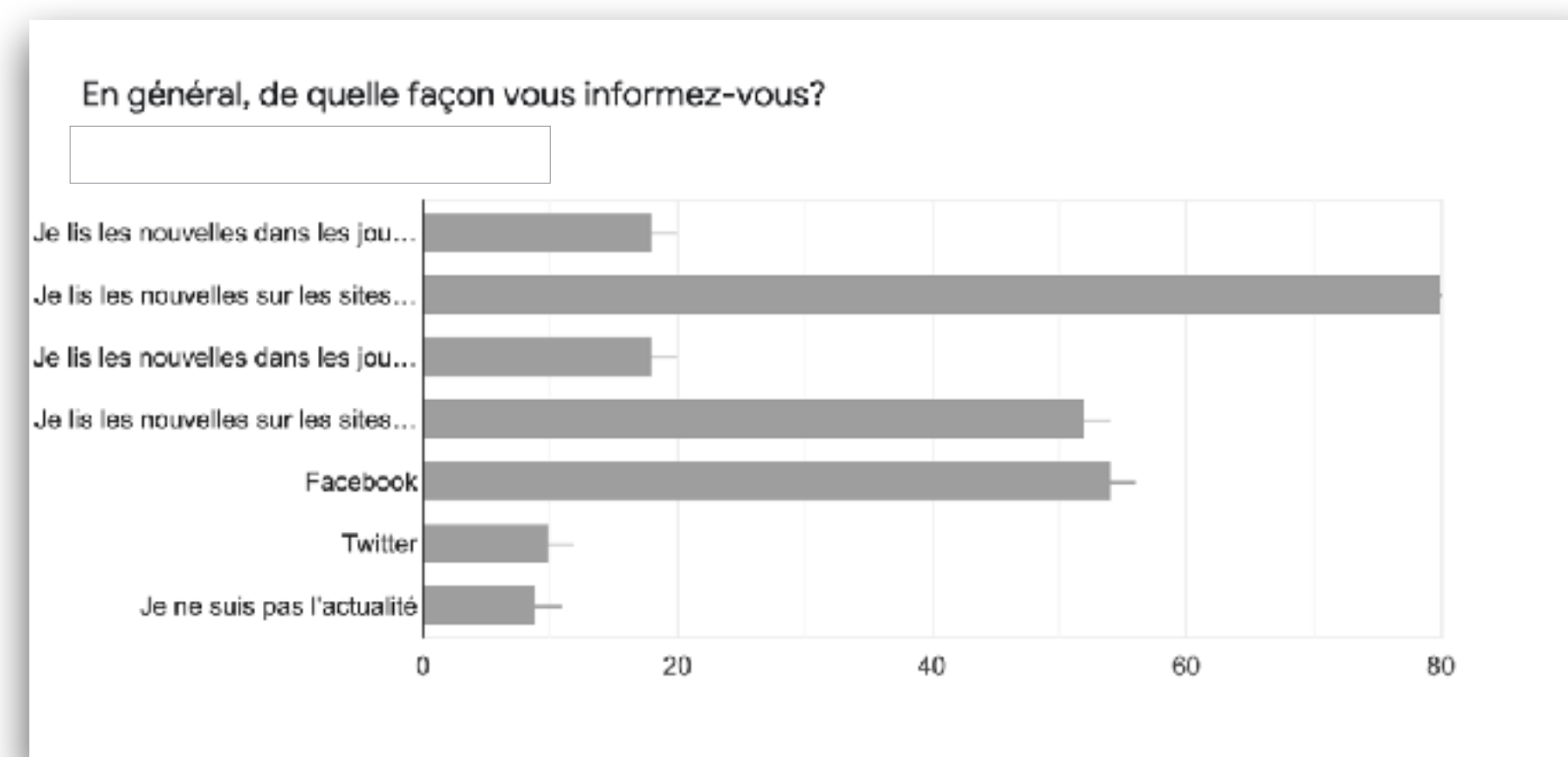
Profil des répondants

116 personnes ont participé au sondage.

- Parmi les secteurs d'emploi les plus représentés : **les retraités, le milieu de la santé et le milieu de l'éducation.**
- La majorité des répondants viennent de **Montréal ou de la Montérégie.**
- Près de la moitié de nos répondants ont entre **25 et 34 ans**. Une bonne partie de nos répondants ont entre **35 et 49 ans** et entre **50 et 64 ans**.
- **La majorité de nos répondants ont un diplôme universitaire** (1er, 2e ou 3e cycle) et près du quart ont un diplôme collégial (pré-universitaire ou technique).
- Près du tiers des répondants ont un revenu familial de 100 000 dollars et plus et **près de la moitié ont un revenu familial entre 50 000 \$ et 99 999 \$.**

Résultats détaillés

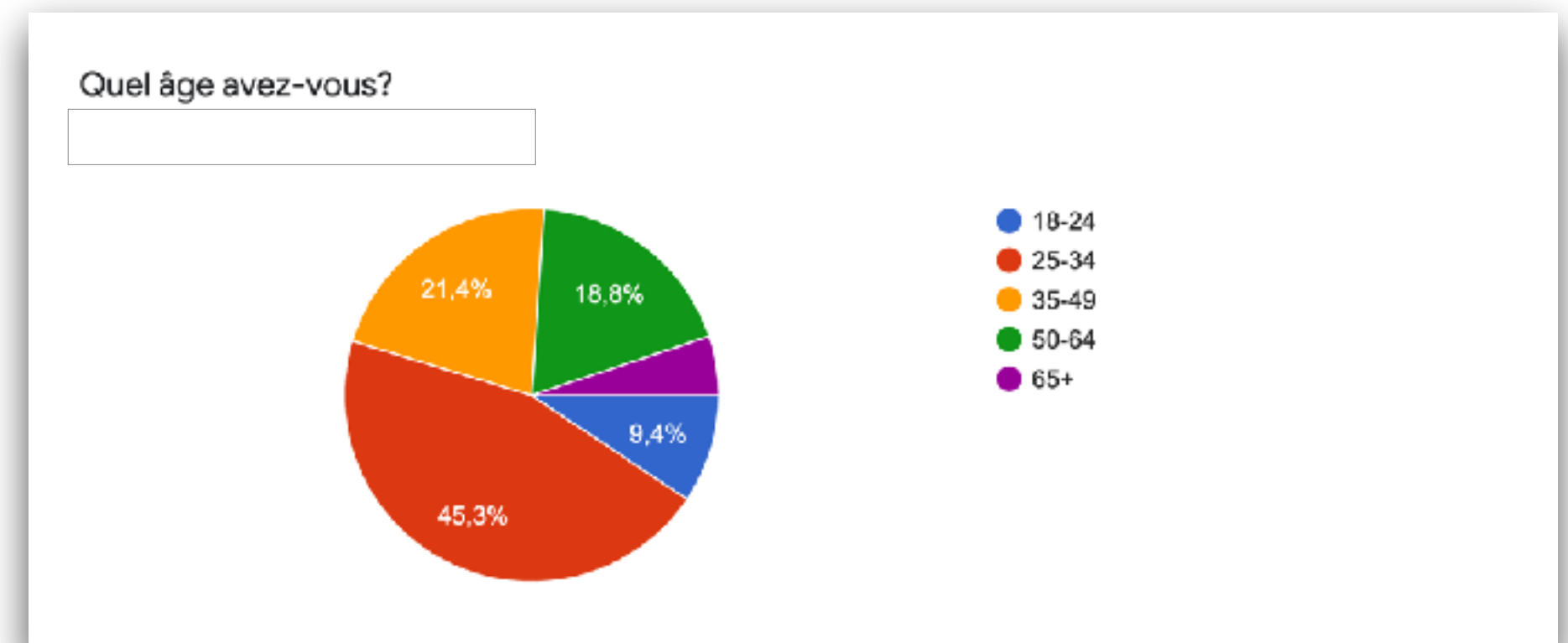
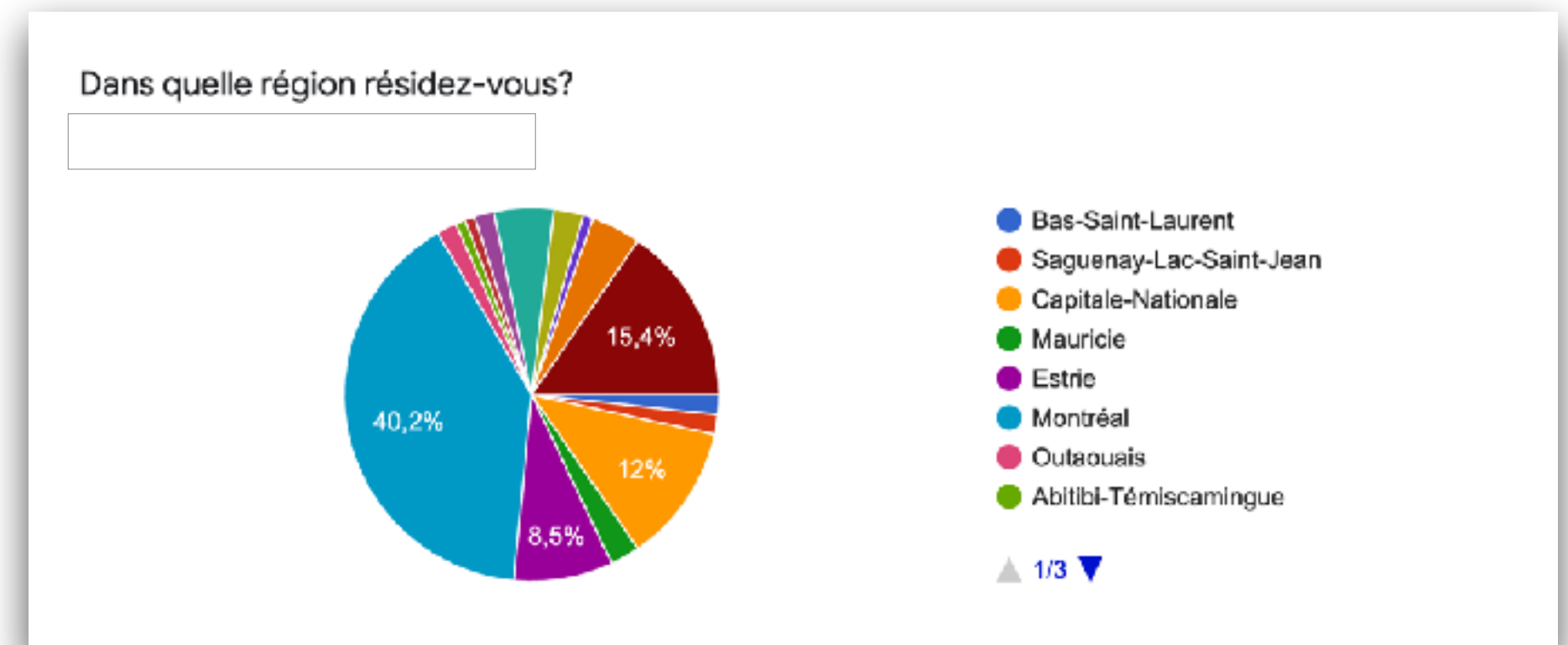
Parmi les façons de rester informés, les sites web des médias nationaux et locaux sont le moyen le plus prisé par nos répondants (68,4 %). Viennent ensuite Facebook (46,2 %) et les journaux papier des médias locaux (44,4 %).



Résultats détaillés

55,6 % de nos répondants viennent de Montréal (40,2 %) ou de la Montérégie (15,4 %).

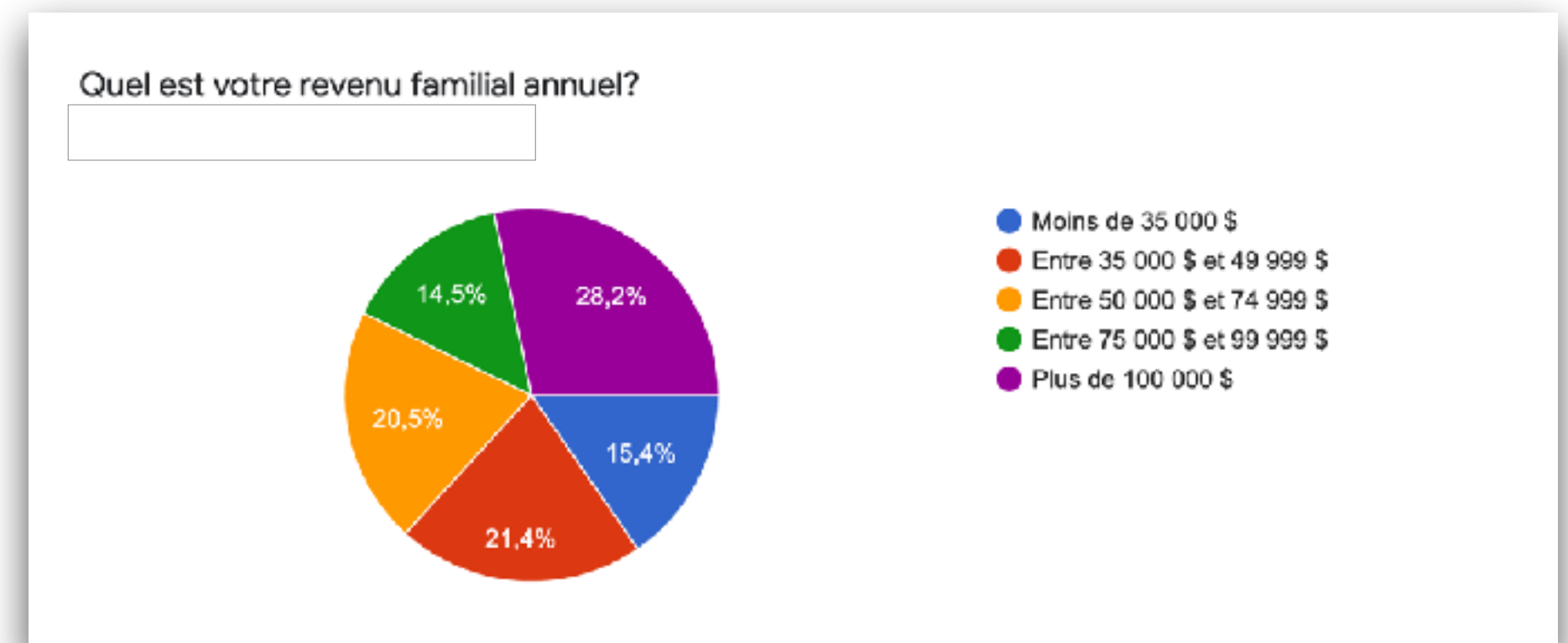
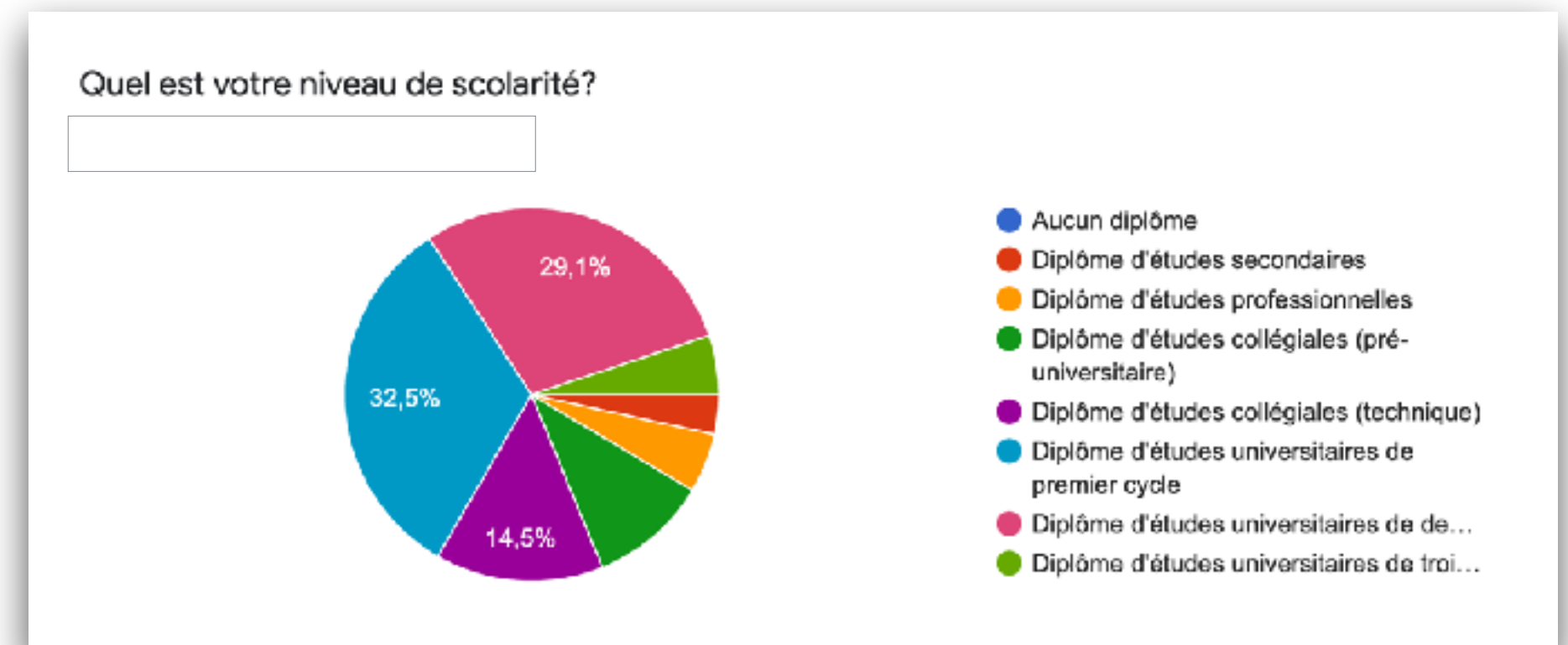
45,3 % de nos répondants ont entre 25 et 34 ans.
21,4 % de nos répondants ont entre 35 et 49 ans.
18,8 % de nos répondants ont entre 50 et 64 ans.



Résultats détaillés

66,7 % de nos répondants ont un diplôme universitaire (1er, 2e ou 3e cycle).
24,8 % ont un diplôme collégial (pré-universitaire ou technique)

28,2 % des répondants ont un revenu familial de 100 000 \$ et plus.
44,6 % ont un revenu familial entre 50 000 \$ et 99 999 \$.



Ce qu'il faut retenir

01

Les Québécois écoutent les livres audio avec modération

Ceux qui écoutent des livres audio le font quelques fois par année ou quelques fois par mois.

02

Le format idéal pour le multitâche

La principale raison qui pousse les gens vers l'audio est la capacité à pouvoir faire deux choses en même temps.

03

Le livre audio, une expérience

La qualité sonore dans son ensemble doit permettre aux auditeurs de se sentir transportés dans l'histoire.

04

Une offre de livres audio québécois limitée

Il est difficile pour les auditeurs de trouver des contenus d'ici.

Ce qu'il faut retenir

05

Les formats papier et audio sont complémentaires

Le livre papier demeure le format favori des lecteurs.

06

Francophone vs québécois

Les lecteurs lisent davantage de contenus francophones que québécois.

07

Un modèle d'abonnement flexible

L'achat à l'unité et l'abonnement mensuel sont des options également intéressantes.

08

La découvrabilité passe par l'entourage et les médias sociaux

Le bouche-à-oreille, virtuel ou physique, est la façon dont les gens découvrent des livres audio.

Ce qu'il faut retenir

09

Les livres audio, un format qui reste à découvrir

Une grande partie des répondants n'a jamais expérimenté les livres audio.

10

Langue, culture et achat local : des éléments importants pour les Québécois

La majorité des répondants affirment qu'il est important de protéger le français, de soutenir la culture québécoise et d'acheter local.



01

Grands constats

01

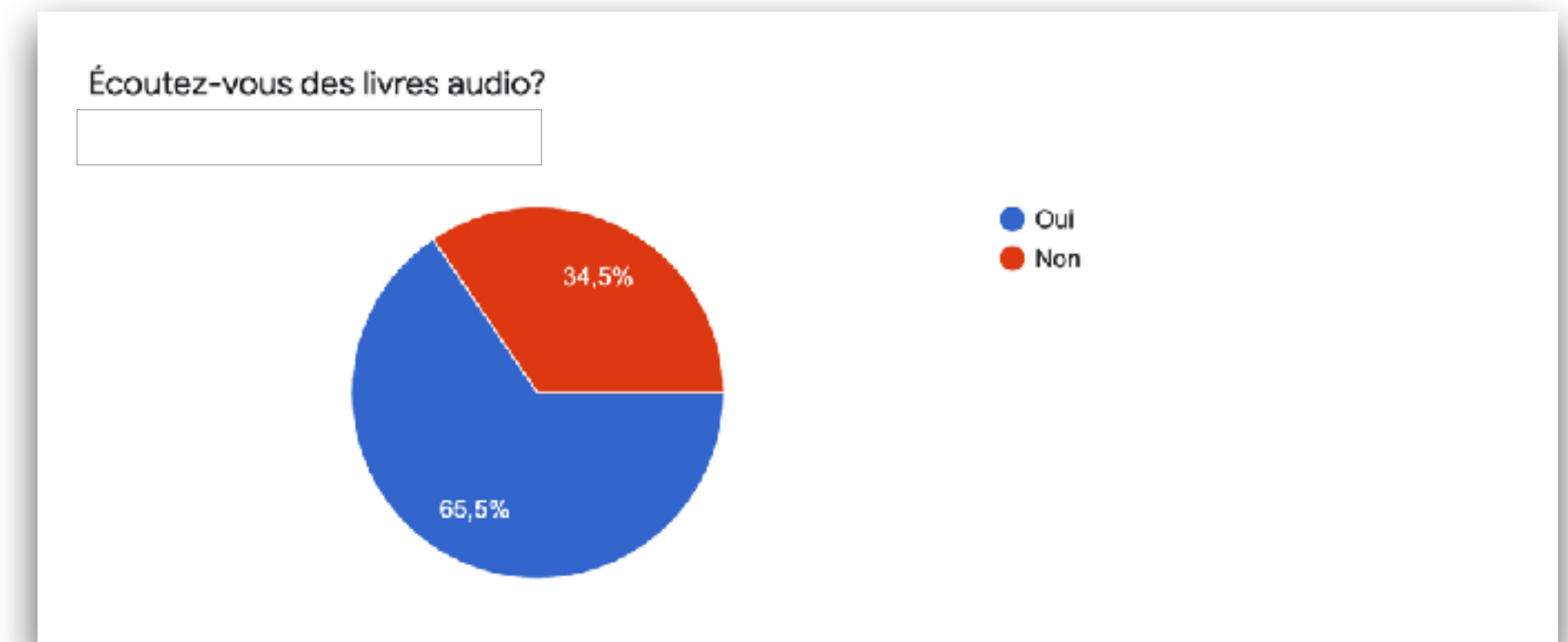
Section 1 : tous les répondants

Écoute de livres audio

65,5 % des répondants affirment écouter des livres audio.

Résultats détaillés

Sur les 116 répondants, 65,5 % affirment écouter des livres audio. Les autres répondants (34,5 %) affirment ne pas en écouter.



02

Section 1A : **auprès des consommateurs** **de livres audio**

Habitudes d'écoute

Les consommateurs de livres audio en écoutent de façon modérée. La majorité des répondants qui écoutent des livres audio affirment en écouter seulement quelques fois par année ou quelques fois par mois.

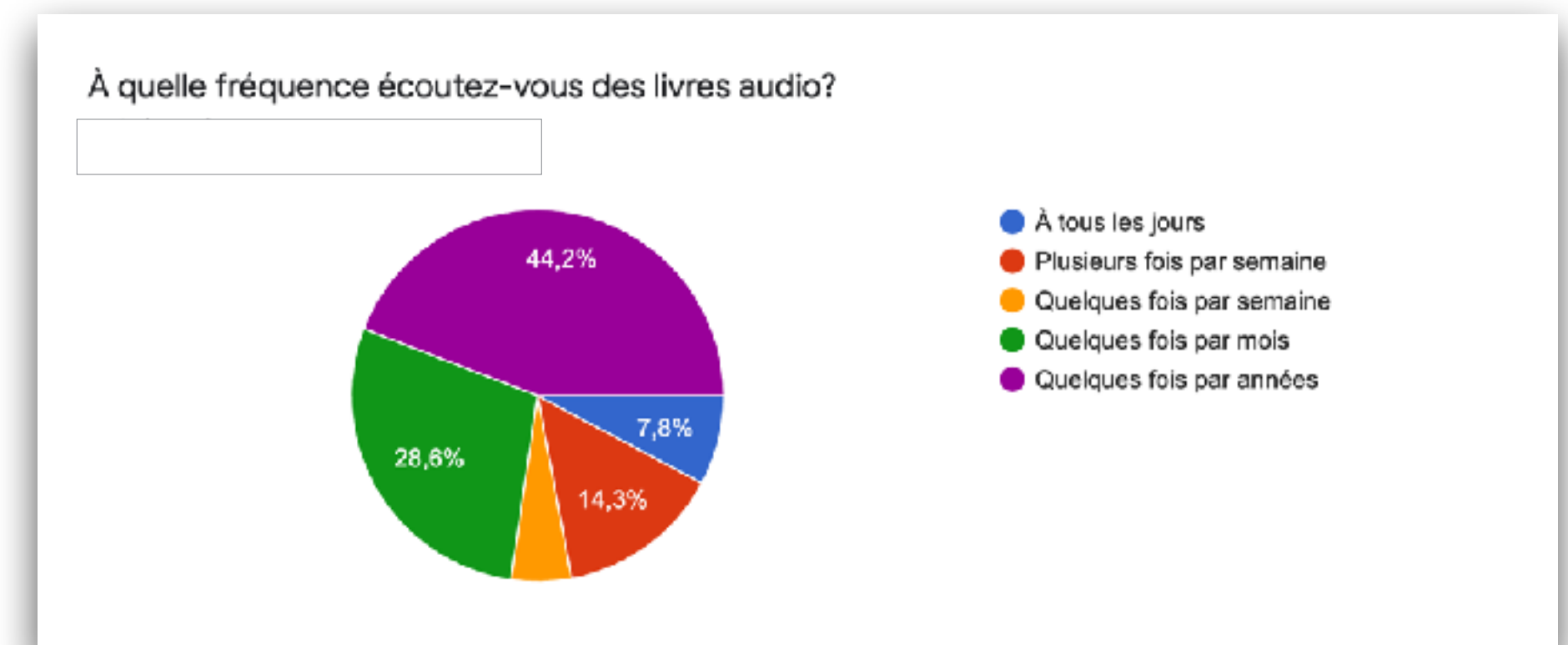
Les répondants affirment apprécier les livres audio pour plusieurs raisons :

- **La possibilité de faire du multitâche** : la majorité des répondants mentionnent écouter des livres audio en cuisinant, en faisant du ménage, durant l'exercice physique ou encore durant leurs déplacements.
- **Le repos des yeux** : plusieurs participants mentionnent que les livres audio sont une bonne option pour contrer la fatigue oculaire causée par les écrans.
- **L'expérience créée par les livres audio** : les répondants ont mentionné que la musique, la voix et l'intonation du narrateur, la possibilité de fermer les yeux et de s'imaginer l'histoire en se la faisant raconter comme des *plus* du livre audio.

Résultats détaillés

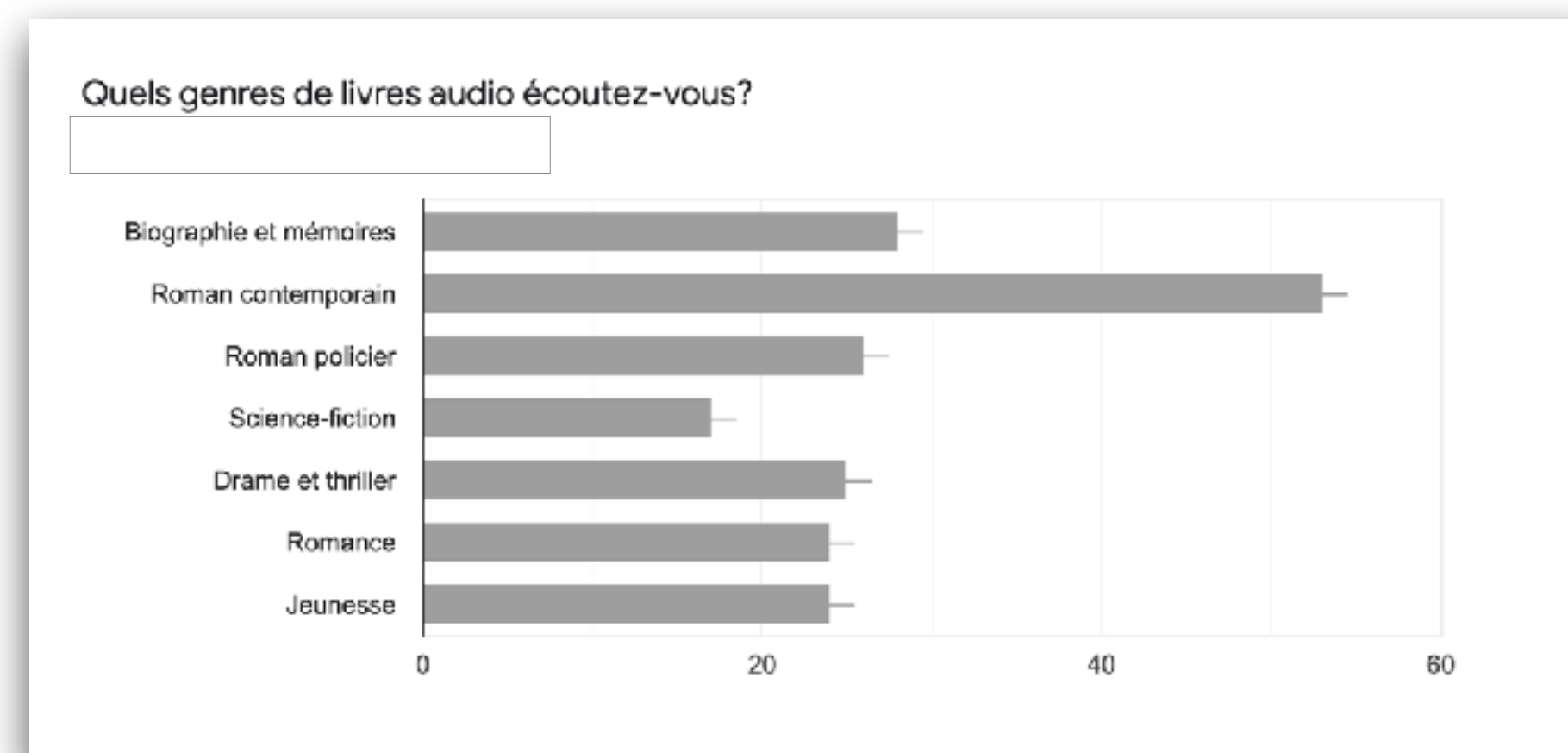
La majorité des répondants qui écoutent des livres audio affirment en écouter seulement quelques fois par année (44,2 %) ou quelques fois par mois (28,6 %). Les répondants qui en écoutent quelques fois par semaine représentent 5,2 % des réponses, ceux qui en écoutent plusieurs fois par semaine représentent 14,3 % et ceux qui en écoutent tous les jours représentent 7,8 % des réponses au sondage.

Le multitâche et les déplacements (notamment les déplacements et les voyages en voiture) sont les deux principales raisons pour lesquelles les gens écoutent des livres audio. Dans une moindre mesure, la voix du narrateur et le côté méditatif de l'écoute (qui constituent l'expérience du livre audio) sont d'autres éléments qui expliquent le choix d'écouter un livre audio plutôt que de lire un livre papier.



Résultats détaillés

Les gens écoutent une variété de livres en format audio. Le roman contemporain (68,8 %), les biographies et mémoires (36,4 %) et les romans policiers (33,8 %) sont les plus populaires auprès des répondants, suivis par les drames et thrillers (32,5 %), par les romances (31,2 %), par les romans jeunesse (31,2 %) et finalement par les livres de science-fiction (22,1 %).



Convictions et barrières

Les répondants affirment ne pas apprécier les livres audio pour plusieurs raisons :

- **La voix et les intonations du narrateur** : plusieurs répondants ont mentionné être fatigués par la voix, les intonations et le débit de certains narrateurs, ce qui nuit à leur expérience.
- **La difficulté à retenir l'information** : plusieurs participants affirment que de ne pas pouvoir prendre de notes ou surligner certains passages limite leur capacité à retenir l'information.
- **Le peu de contenu francophone et québécois disponible avec ce format**
- **La mauvaise qualité de l'audio**
- **Le manque de stimulation visuelle**
- **L'aspect romantique du livre papier est manquant**

L'argument principal qui pousse les répondants à opter pour un livre audio est la possibilité de faire du multitâche et de se divertir en faisant une tâche peu stimulante (faire le ménage, conduire, cuisiner, etc.)

Puis, dans une plus petite mesure, parce que le livre audio permet d'avoir des livres qui ne sont pas disponibles en format papier, d'être immergé dans des expériences sonores et imaginaires, de se divertir ou d'apprendre d'une autre manière ou encore pour consommer un livre plus rapidement.

Résultats détaillés

La voix et les intonations du narrateur sont ce qui déplaît le plus aux gens (débit, timbre de la voix, lenteurs, etc.). Vient ensuite, de manière moins significative, la difficulté à retenir l'information (lien avec les notes, la possibilité de surligner, etc.), le peu de contenu francophone et québécois, la mauvaise qualité audio, le manque de visuel et l'aspect romantique du livre papier (toucher, look, etc.)

L'argument principal qui pousse les répondants à opter pour un livre audio est la possibilité de faire du multitâche et de se divertir en faisant une tâche « plate » (faire le ménage, conduire, cuisiner, etc.) Puis, dans une plus petite mesure, parce que le livre audio permet d'avoir des livres qui ne sont pas disponibles en format papier, d'être immergé dans des expériences sonores et imaginaires, de se divertir ou d'apprendre d'une autre manière ou encore pour consommer un livre plus rapidement.

Autres constats

Les participants écoutent une variété de livres en format audio : le roman contemporain, les biographies et mémoires et les romans policiers sont les plus populaires auprès des répondants.

La majorité des répondants affirment écouter plus de 70 % de livres audio francophones. Ce ratio chute cependant pour les livres audio québécois.

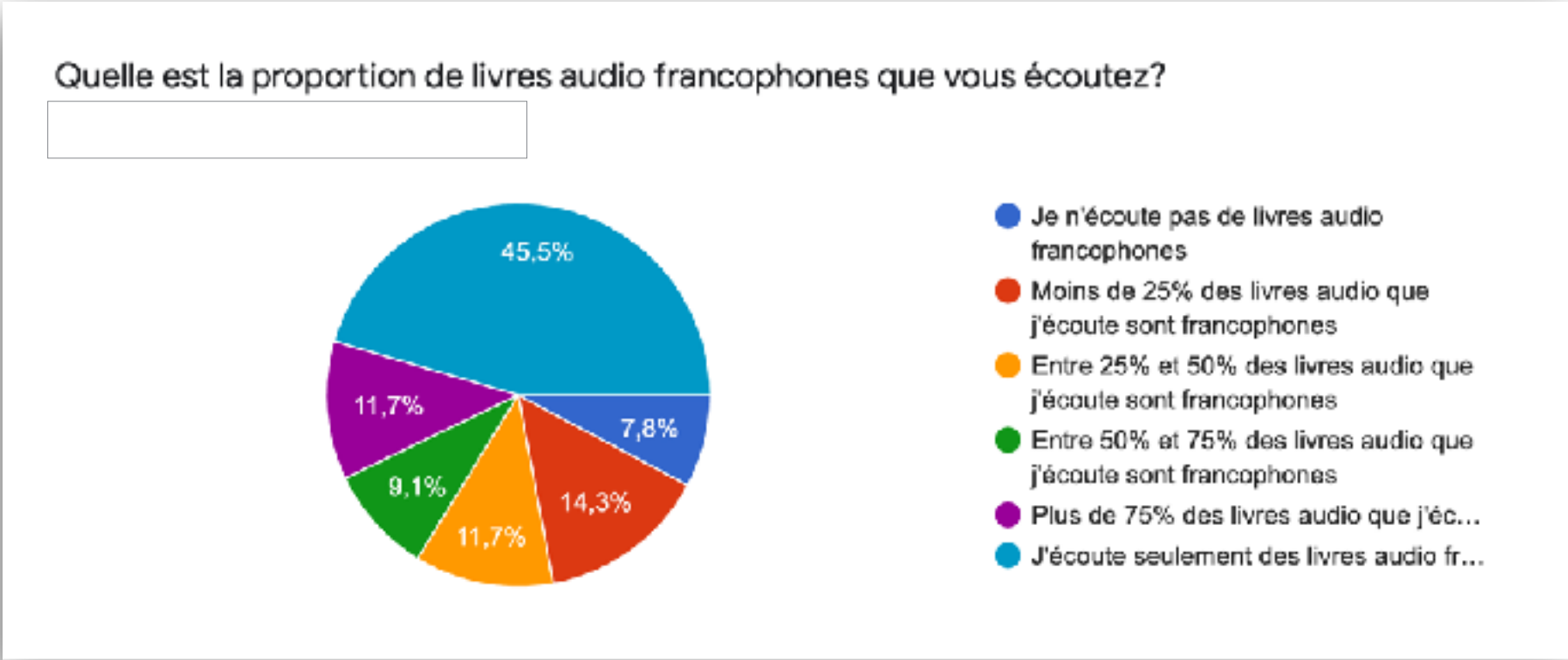
Plusieurs éléments sont importants pour les répondants lors de l'écoute de livres audio : **la table des matières, la description des images, la biographie de l'auteur et les notes de bas de page.**

En général, les répondants aimeraient **davantage de publicité et de communication entourant les livres audio afin de les faire connaître davantage.** Le manque d'accessibilité et de disponibilité des œuvres québécoises a également été mentionné à quelques reprises. Dans une moindre mesure, on affirme que l'expérience pourrait être améliorée sur les plateformes existantes utilisées par les répondants.

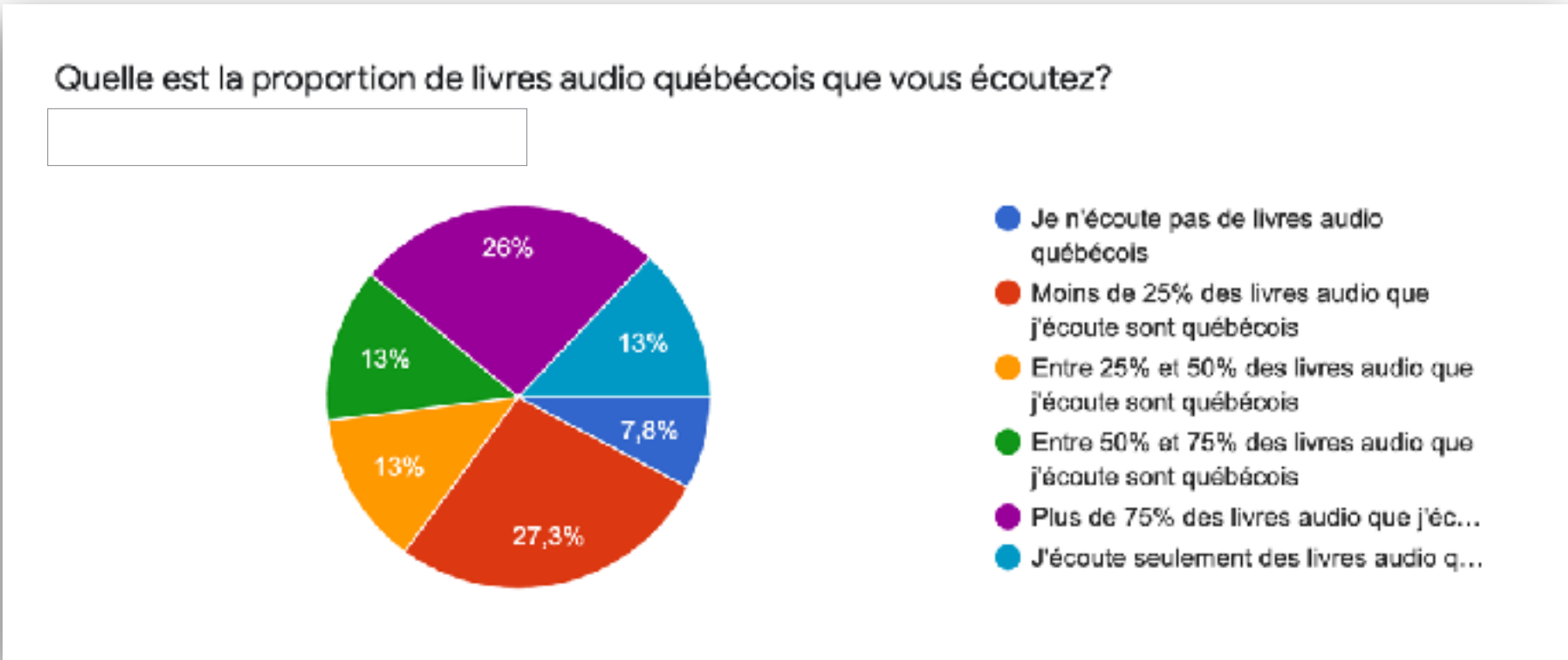
Une vaste majorité des répondants affirme que le livre audio n'est pas son format favori.

Résultats détaillés

45,5 % des répondants affirment écouter seulement des livres audio francophones. 11,7 % des répondants écoutent plus de 70 % de livres audio francophones. 14,3 % des répondants écoutent moins de 25 % de livres audio francophones. 7,8 % des répondants n'écoutent pas de livres audio francophones.

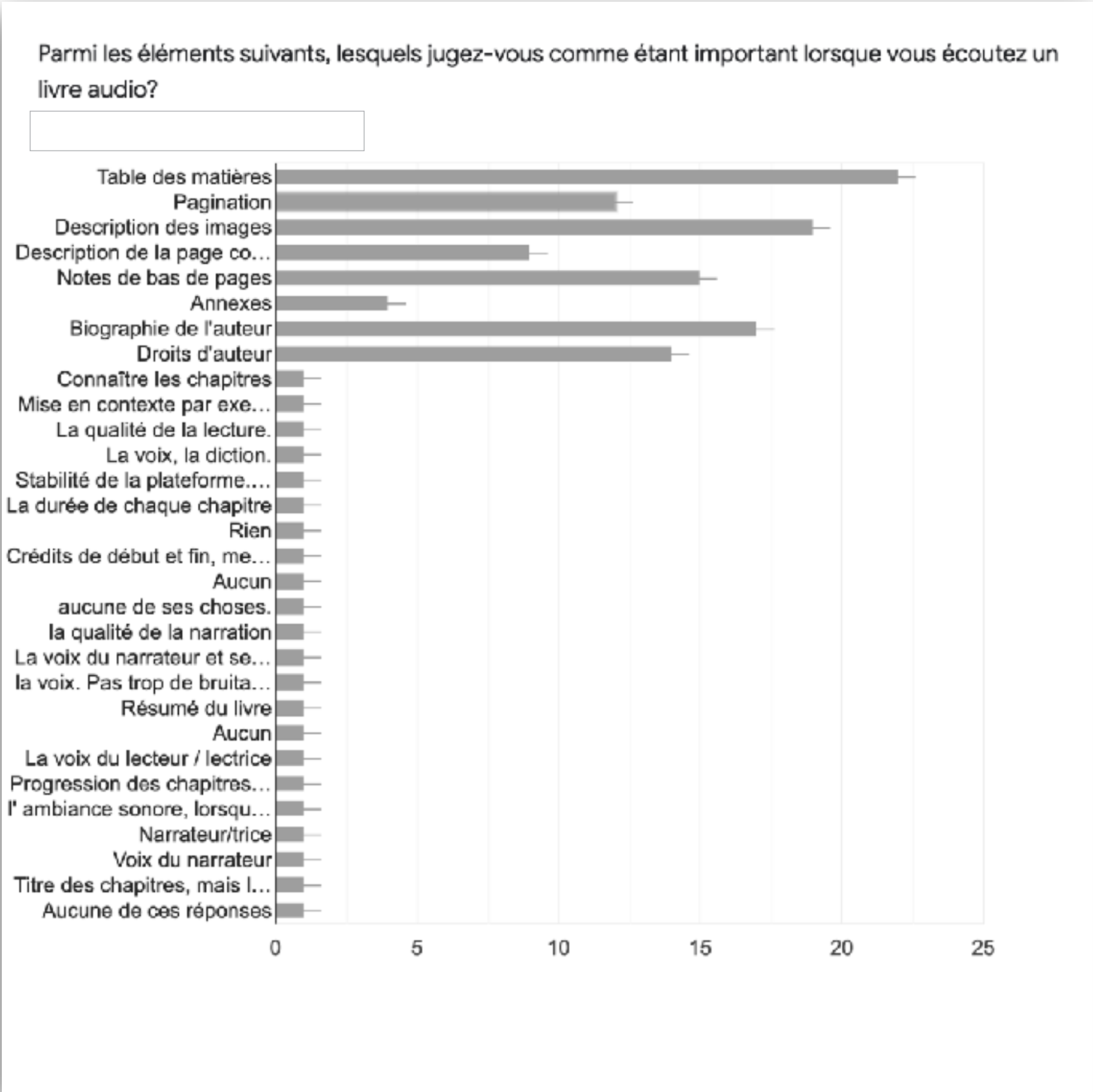


13 % des répondants écoutent seulement des livres audio québécois. 26 % des répondants affirment qu'au moins 75 % des livres audio qu'ils écoutent sont québécois alors que 27,3 % affirment que moins de 25 % des livres audio qu'ils écoutent sont québécois. 7,8 % des répondants affirment ne pas écouter de livres audio québécois.



Résultats détaillés

La table des matières est l'élément le plus important selon les répondants lorsqu'on écoute un livre audio (28,6 %). Suivie par la description des images (24,7 %), par la biographie de l'auteur (22,1 %), par les notes de bas de page (19,5 %), par les droits d'auteurs (18,2 %), par la pagination (15,6 %), par la description de la page couverture (11,7 %) et par les annexes (5,2 %).

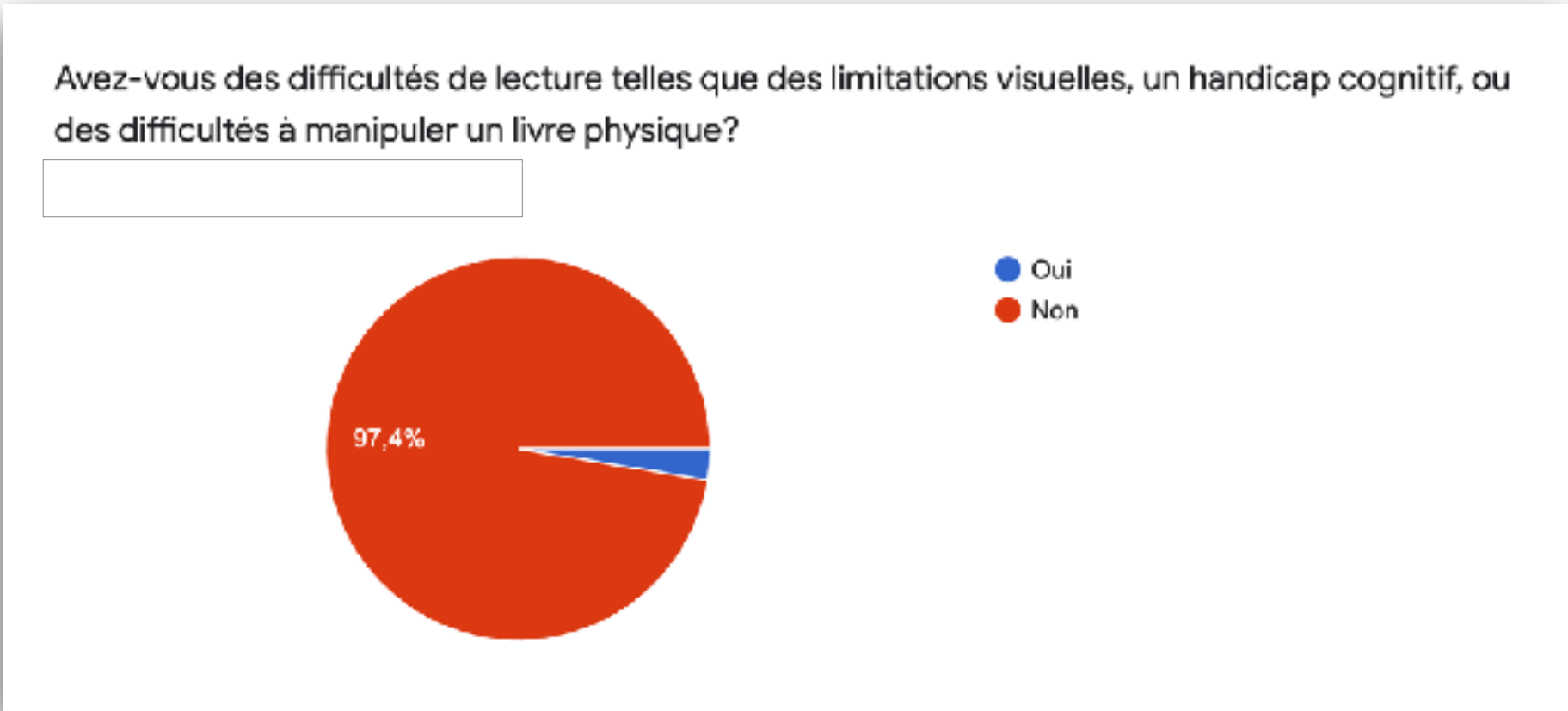


Résultats détaillés

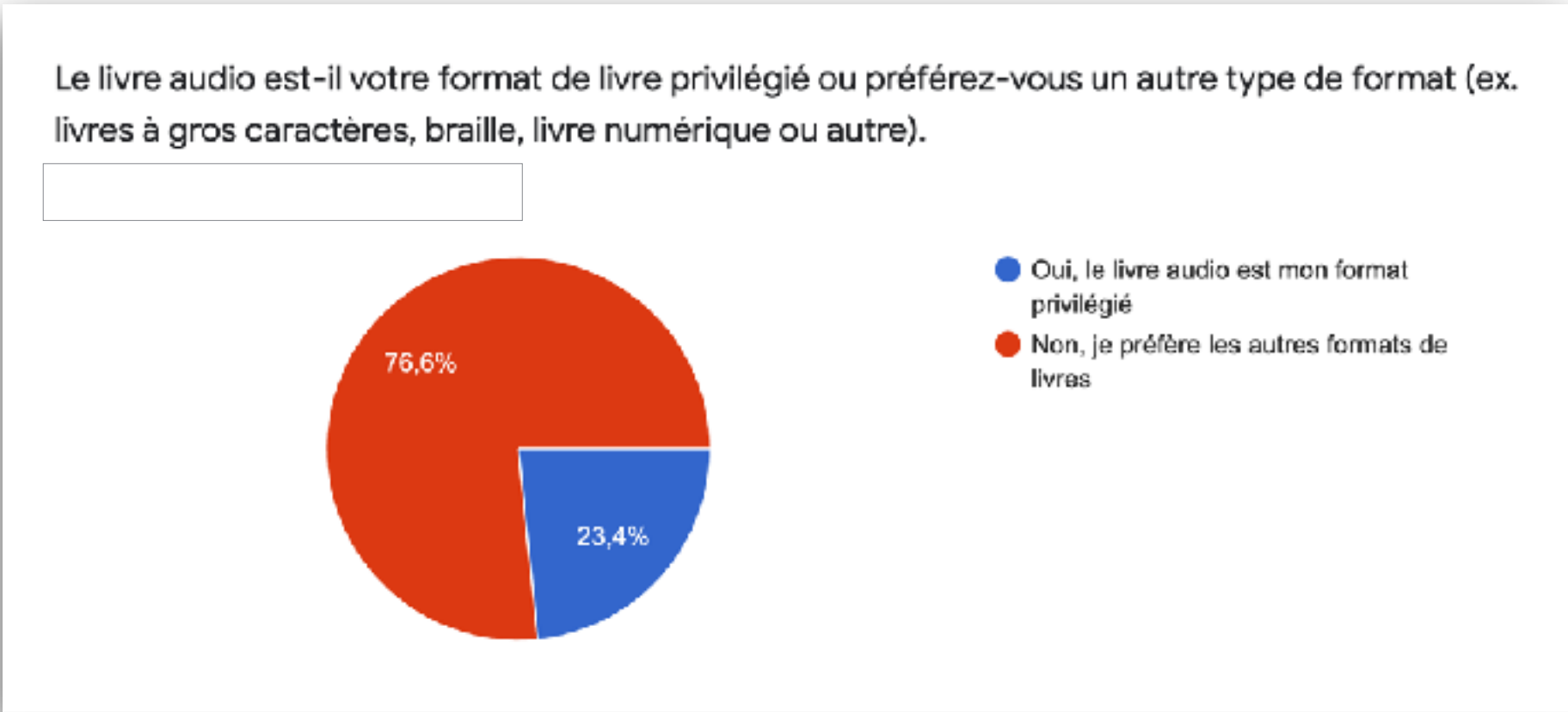
En général, les gens aimeraient davantage de publicité et de communication entourant les livres audio afin de les faire connaître davantage. Le manque d'accessibilité et de disponibilité des œuvres québécoises a également été mentionné à quelques reprises. On veut pouvoir les repérer facilement. Dans une moindre mesure, on affirme que l'expérience pourrait être améliorée en présentant clairement les titres des chapitres, en améliorant la qualité audio et en offrant un format PDF pour pouvoir suivre l'histoire. On mentionne même une plateforme québécoise dans le style de Libby qui serait plus stable et ayant de meilleures fonctionnalités ainsi qu'une plateforme québécoise comme Audible soient créées.

Résultats détaillés

Seulement deux répondants affirment avoir des difficultés de lecture telles que des limitations visuelles, un handicap cognitif, ou des difficultés à manipuler un livre physique.



Une vaste majorité des répondants (76,6 %) affirment que le livre audio n'est PAS leur format favori.



03

Section 1B : **auprès de répondants qui** **préfèrent le format audio**

Prix et découvrabilité

La majorité des répondants affirment payer toujours ou parfois pour leurs livres audio.

On remarque que **la moitié des participants affirment préférer acheter leurs livres audio à l'unité**, tandis que **l'autre moitié préfère le format d'abonnement mensuel.**

Les médias sociaux et la recommandation d'un ami semblent être les points de contact les plus propices pour **faire connaître une nouvelle plateforme d'écoute de livres audio.**

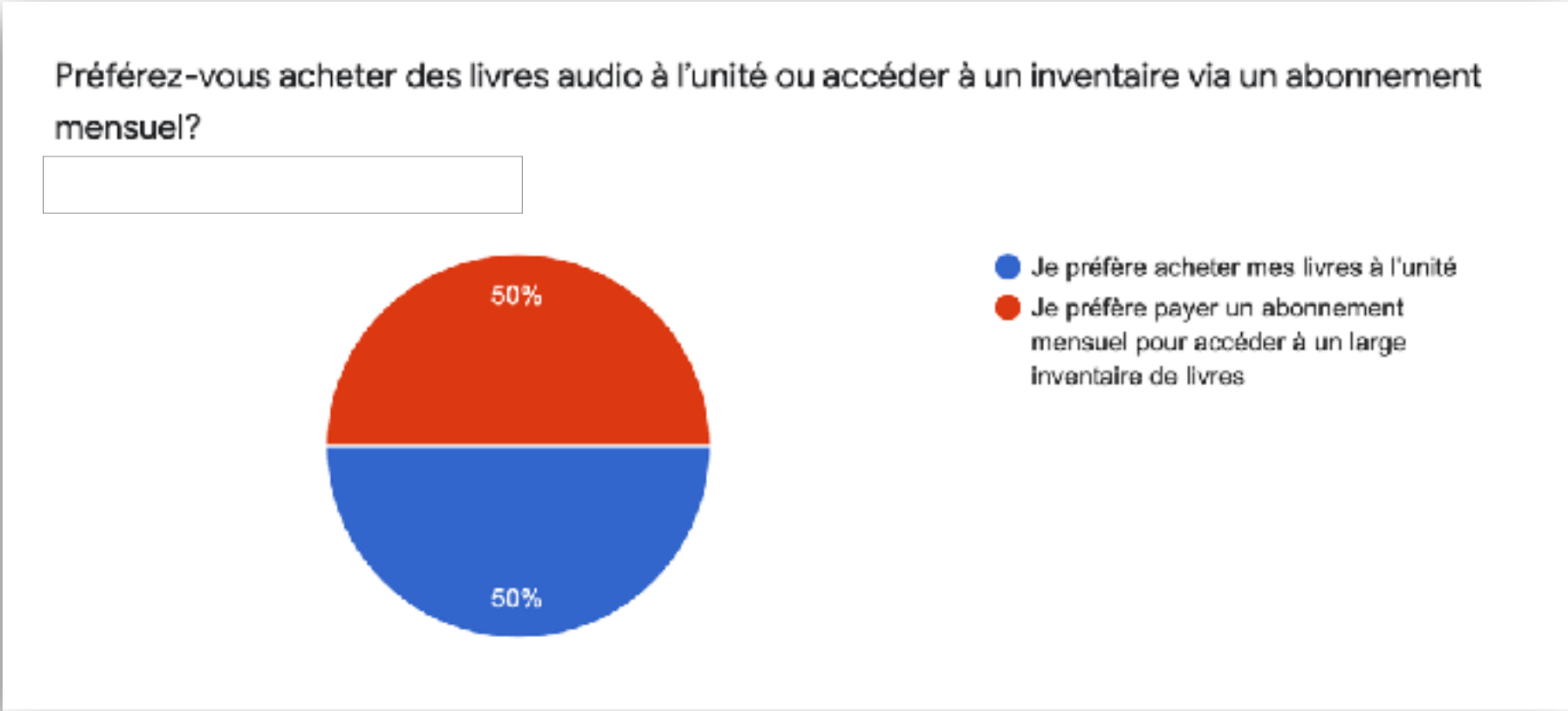
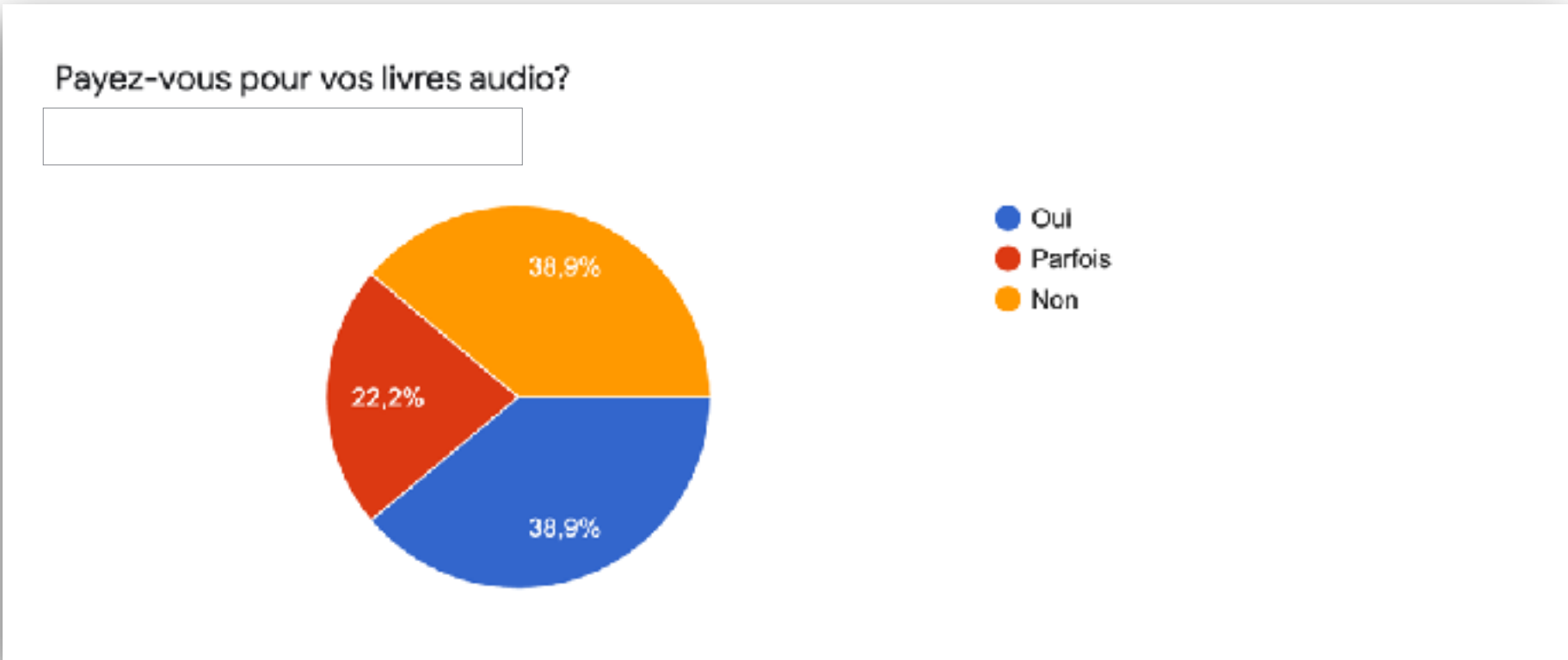
Parmi les répondants ayant payé pour des livres audio dans la dernière année, **la majorité affirme avoir dépensé 50 \$ et moins** et une minorité affirme avoir dépensé plus de 100 \$.

En général, les répondants trouvent qu'il est **difficile de repérer de nouveaux livres audio. Les contenus en anglais et les contenus provenant de la France sont souvent mis de l'avant de manière plus importante.**

Résultats détaillés

Parmi les répondants qui disent préférer les livres audio comparativement aux autres formats, 38,9 % affirment payer pour leurs livres audio, 22,2 % affirment parfois payer pour leurs livres audio et 38,9 % affirment ne pas payer pour leurs livres audio.

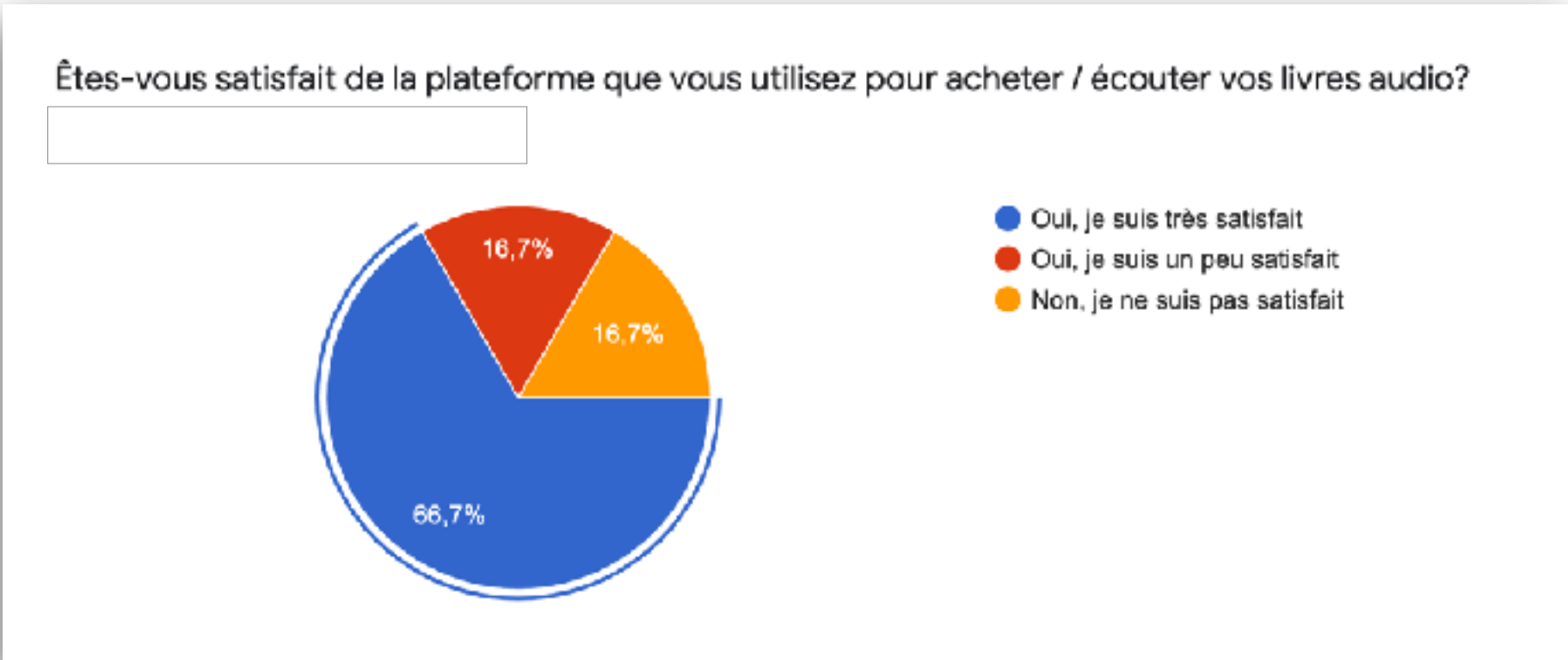
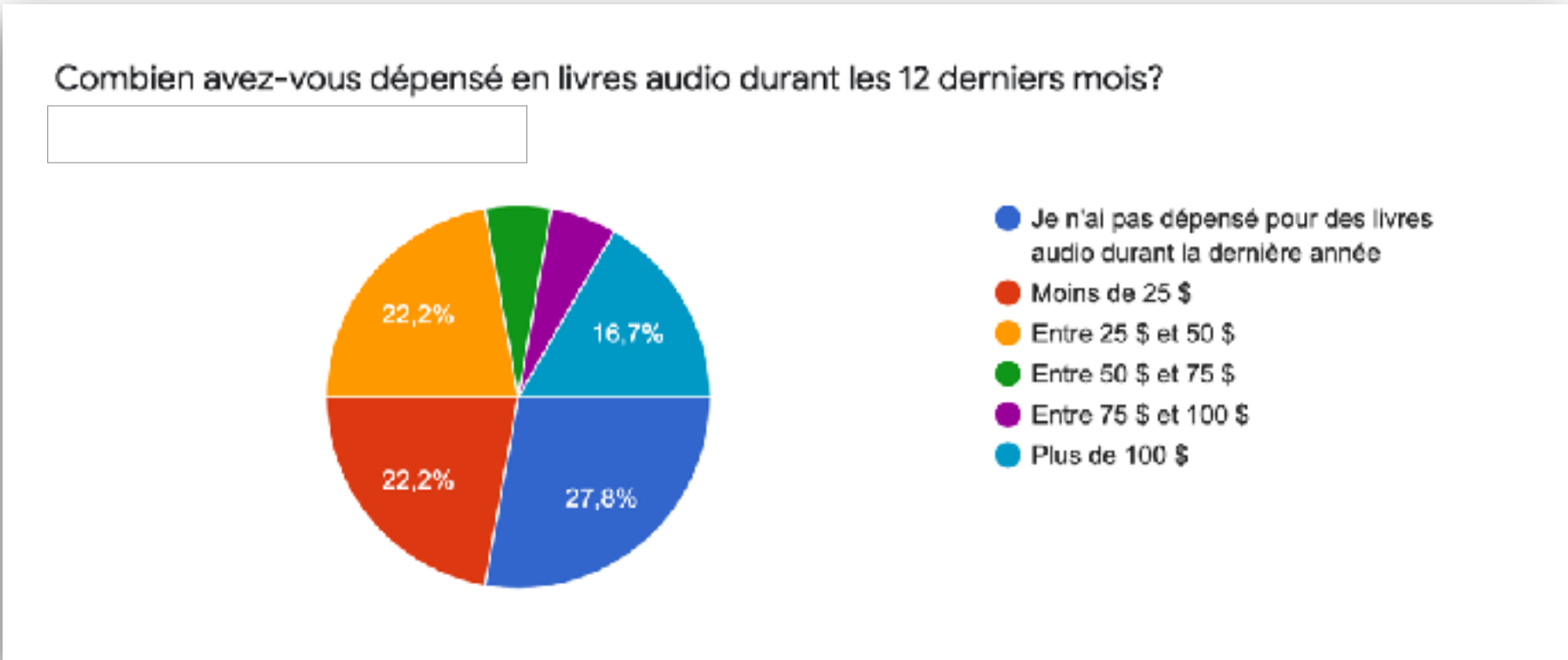
50 % des répondants qui affirment préférer les livres audio préfèrent acheter à l'unité alors que l'autre 50 % préfèrent les abonnements mensuels.



Résultats détaillés

La majorité des répondants affirme ne pas avoir dépensé pour des livres audio durant la dernière année (27,8 %). 22,2 % affirment avoir dépensé entre 25 \$ et 50 \$, 22,2 % affirment avoir dépensé moins de 25 \$ et 16,7 % affirment avoir dépensé plus de 100 \$.

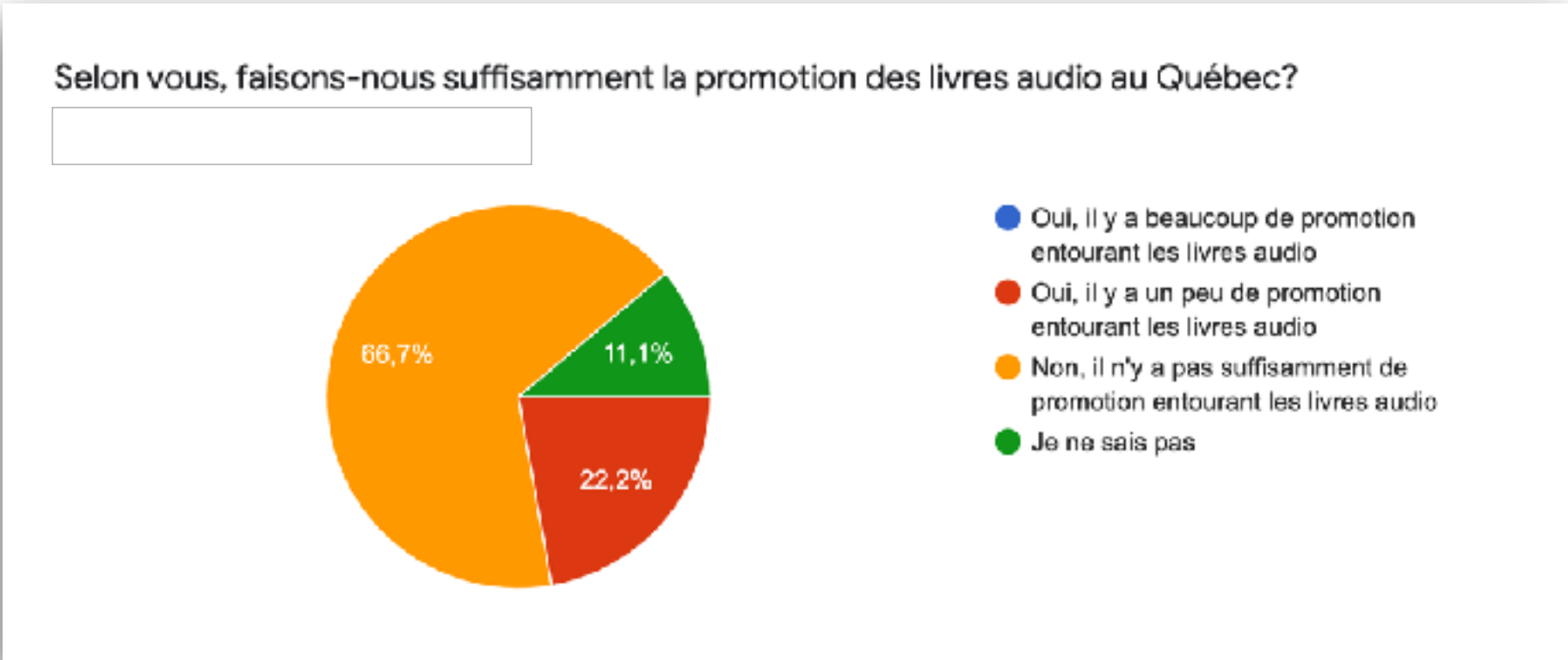
66,6 % des répondants affirment être satisfaits de la plateforme qu'ils utilisent présentement, 16,7 % affirment être un peu satisfaits et 16,7 % affirment ne pas être satisfaits.



Résultats détaillés

66,7 % des répondants affirment qu’il n’y a pas suffisamment de publicité qui fait la promotion des livres audio au Québec.

En général, les répondants trouvent qu’il est difficile de repérer de nouveaux livres audio. Les contenus en anglais et les contenus provenant de la France sont souvent mis de l’avant de manière plus importante.



Caractéristiques et fonctionnalités

Les plateformes d'écoutes les plus populaires chez les répondants sont **Audible, Apple Books et prêtsnumériques.ca**.

La majorité des répondants affirment être satisfaits de la plateforme qu'ils utilisent actuellement.

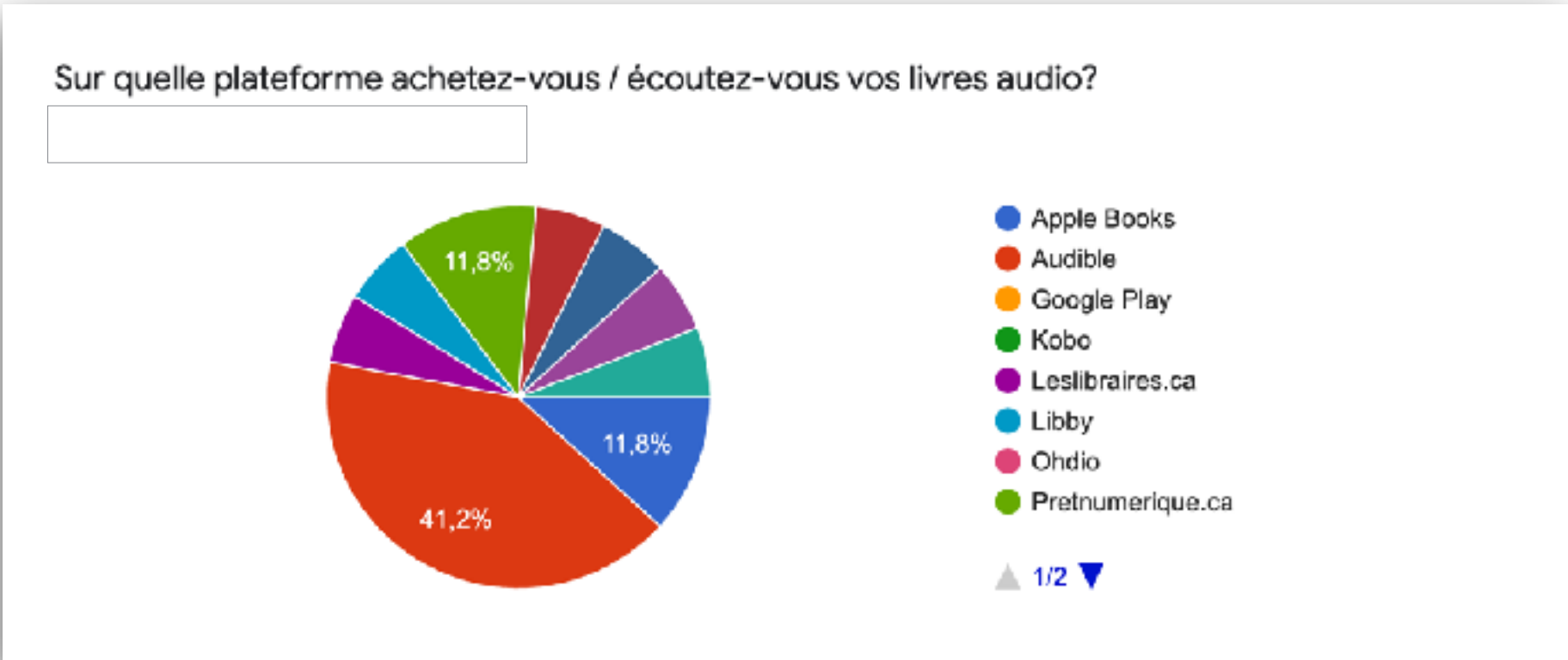
Les caractéristiques incontournables des plateformes d'écoute, en ordre de préférence, sont **le prix compétitif, l'application de lecture audio facile d'utilisation, la valorisation du contenu culturel québécois**, le modèle d'abonnement, les sélections thématiques intéressantes, la transparence sur la répartition des revenus aux créateurs, la plateforme bilingue. La présence de contenu exclusif et inédit n'a pas été mentionnée.

Parmi les fonctionnalités les plus importantes de la plateforme, les répondants notent la possibilité de **quitter l'application sans interrompre la lecture** du livre audio, la possibilité de **télécharger le livre pour pouvoir l'écouter** à l'extérieur de l'application et la capacité de **connecter l'application à un système de haut-parleur intelligent**.

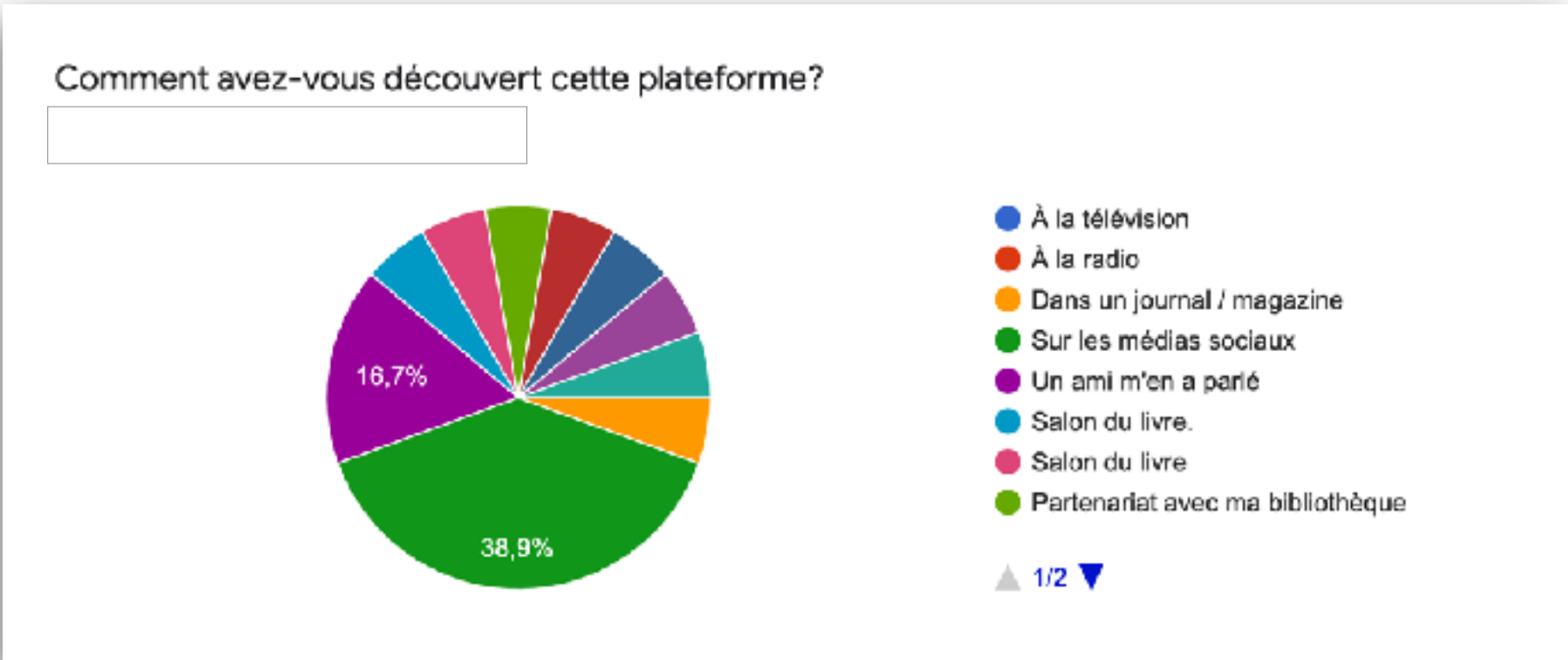
La **qualité de la narration est ce qui détermine la qualité d'un livre audio**, suivie par la qualité sonore. La notoriété des narrateurs ne semble pas être considérée.

Résultats détaillés

Les plateformes d'écoute les plus populaires : Audible (41,2 %), Apple Books (11,8 %), prêtsnumériques.ca (11,8 %)



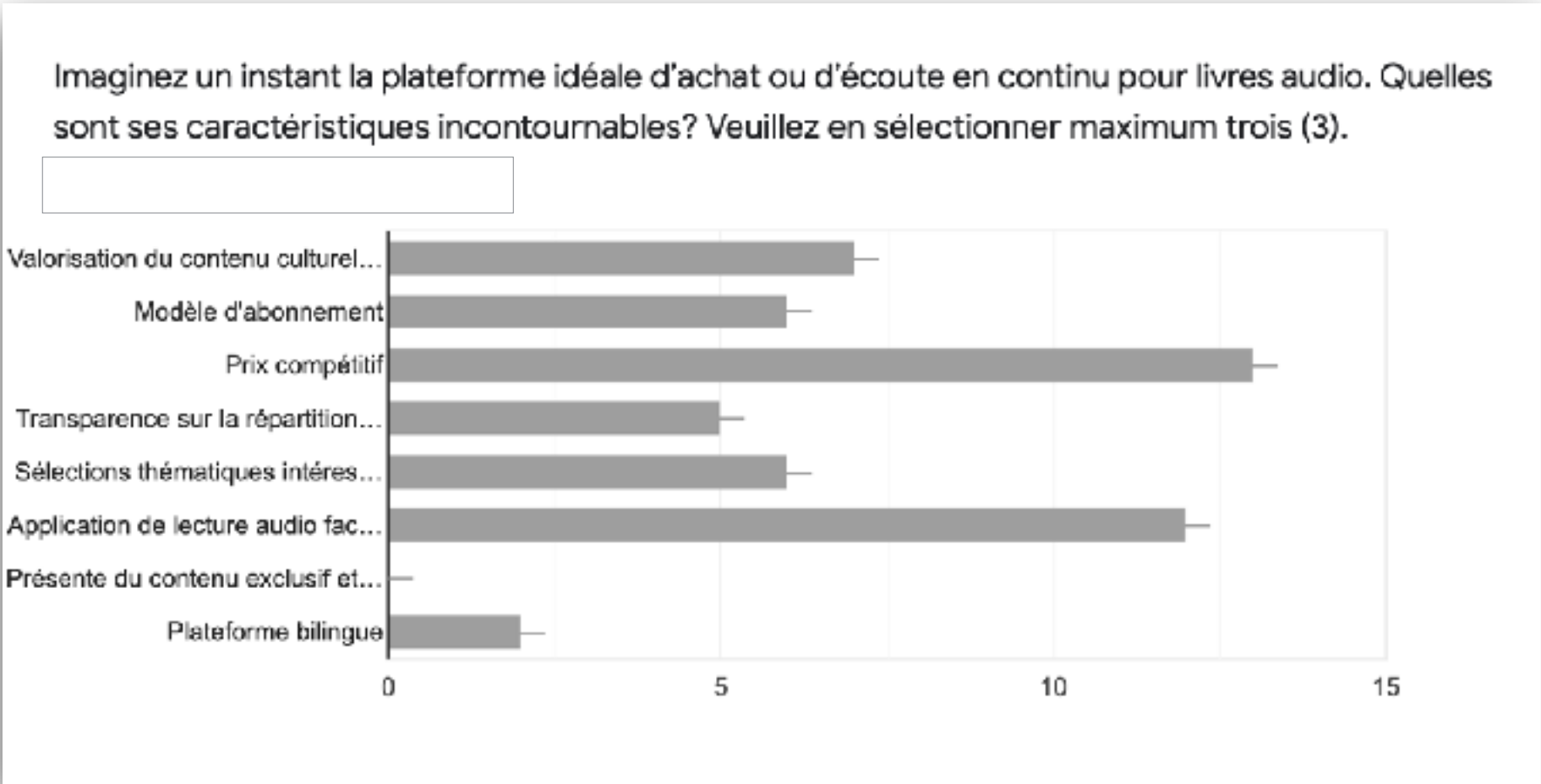
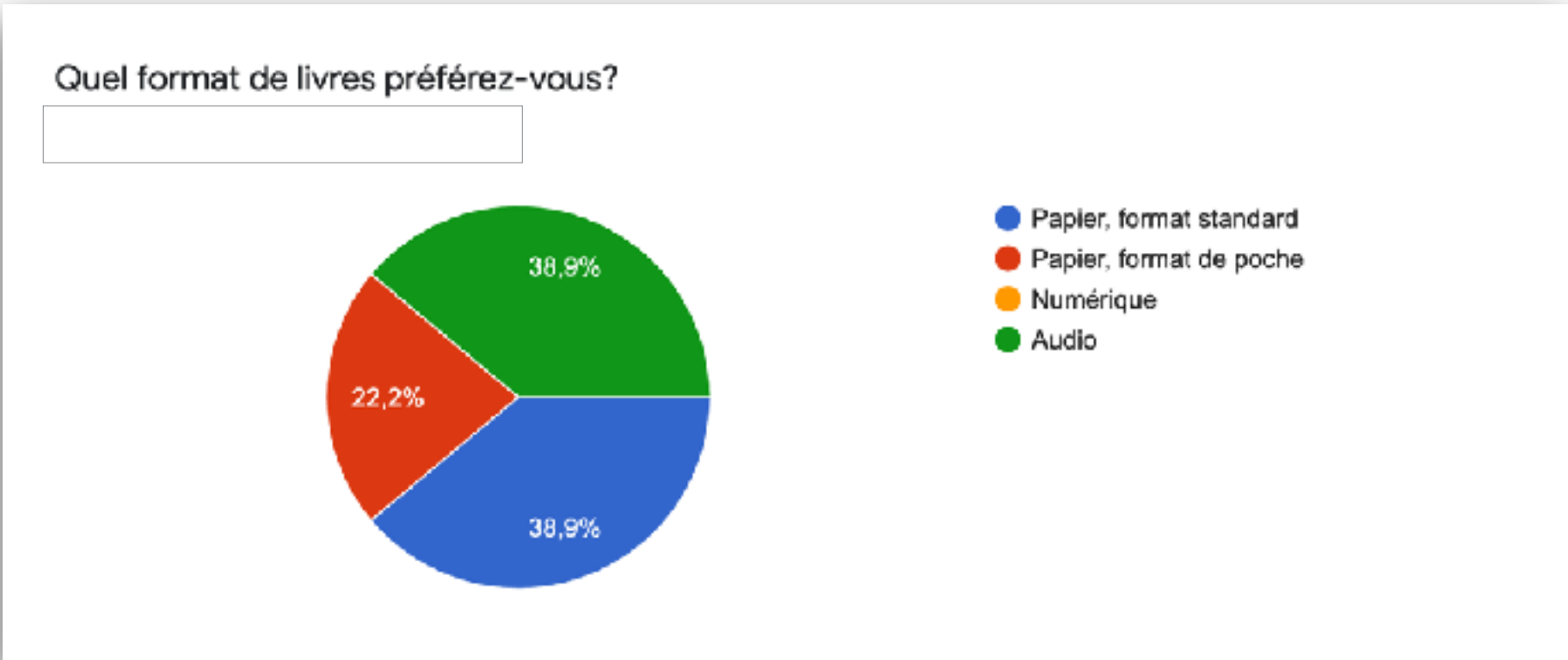
Les médias sociaux (36,9 %) et la recommandation d'un ami (16,7 %) semblent être les points de contact les plus propices pour faire connaître une nouvelle plateforme d'écoute de livres audio.



Résultats détaillés

Le format papier standard et le format audio sont les préférés des répondants (38,9 % chacun), suivis par le format papier de poche (22,2 %).

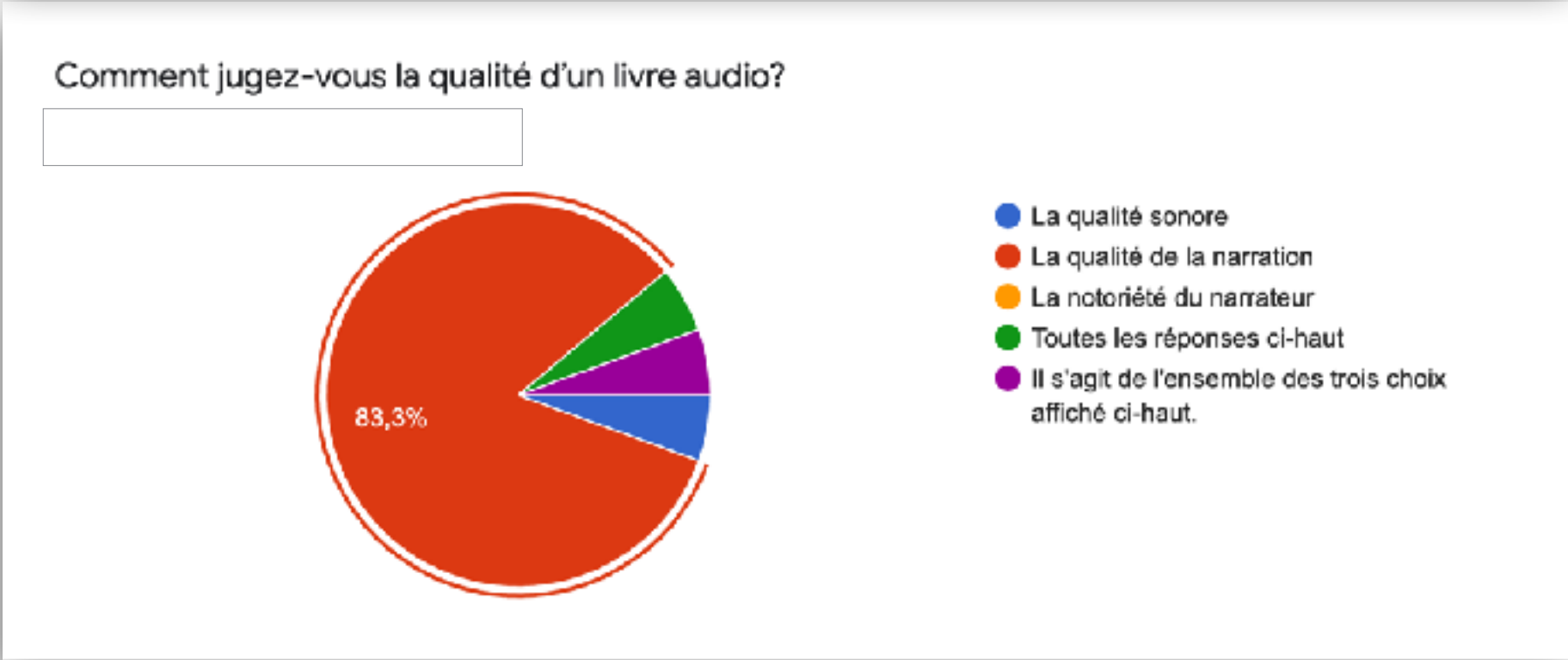
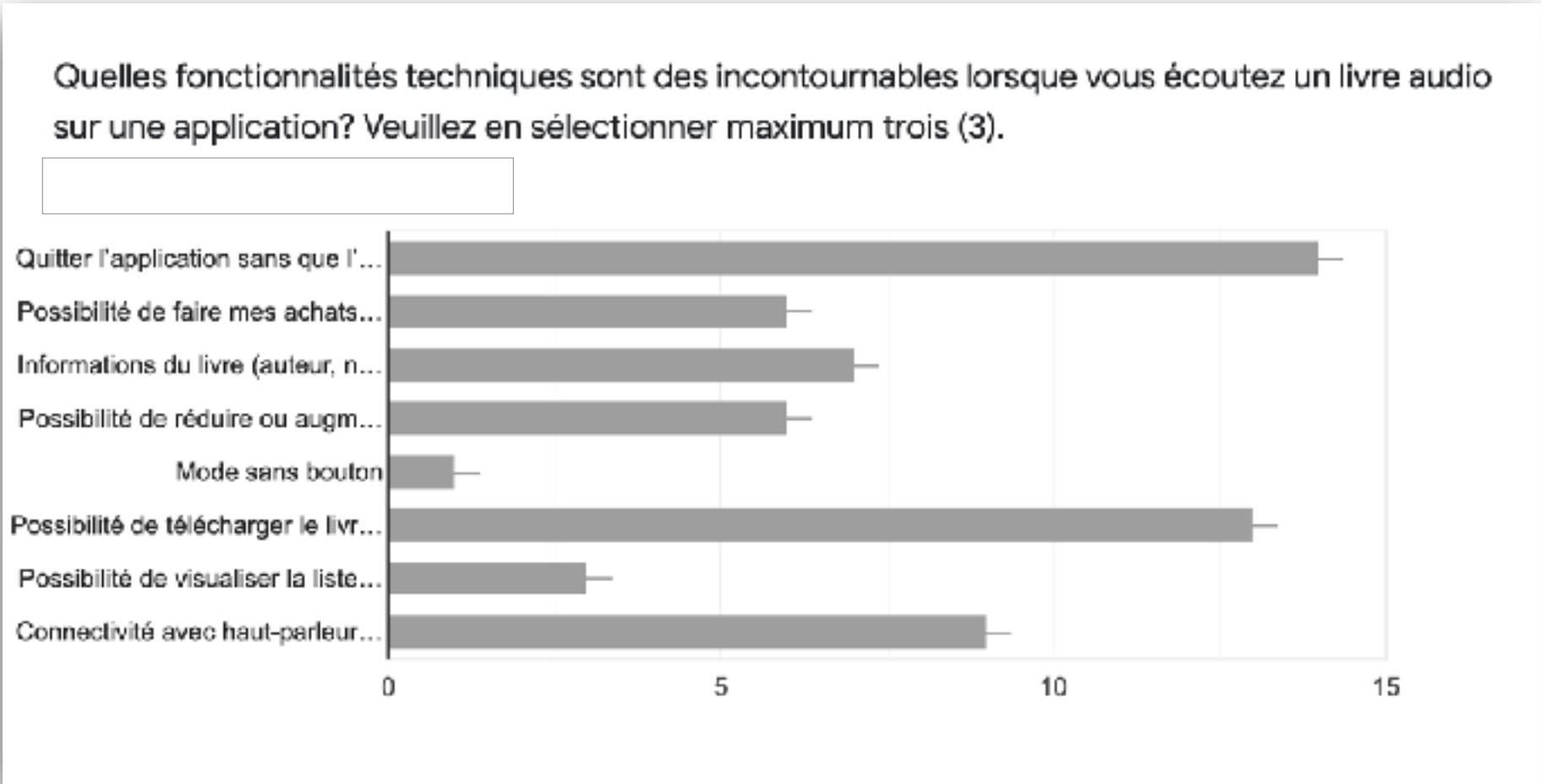
Les caractéristiques incontournables des plateformes d'écoute, selon les préférences de nos répondants : prix compétitif (72,2 %), application de lecture audio facile d'utilisation (66,7 %), valorisation du contenu culturel québécois (38,9 %), modèle d'abonnement (33,3 %), sélections thématiques intéressantes (33,3 %), transparence sur la répartition des revenus aux créateurs (27,8 %), plateforme bilingue (11,1 %) et présente du contenu exclusif et inédit (0 %).



Résultats détaillés

Parmi les fonctionnalités les plus importantes de la plateforme : la possibilité de quitter l'application sans interrompre la lecture du livre audio (77,8 %), la possibilité de télécharger le livre pour pouvoir l'écouter à l'extérieur de l'application (72,2 %) et la capacité de connecter l'application à un système de haut-parleur intelligent (50 %).

La qualité de la narration est ce qui détermine la qualité d'un livre audio (83,3 %). La qualité sonore dans un second temps (5,6 %). La notoriété des narrateurs ne semble pas être considérée.



Prétexte d'écoute

La conduite et le ménage semblent être les moments les plus propices pour écouter un livre audio.

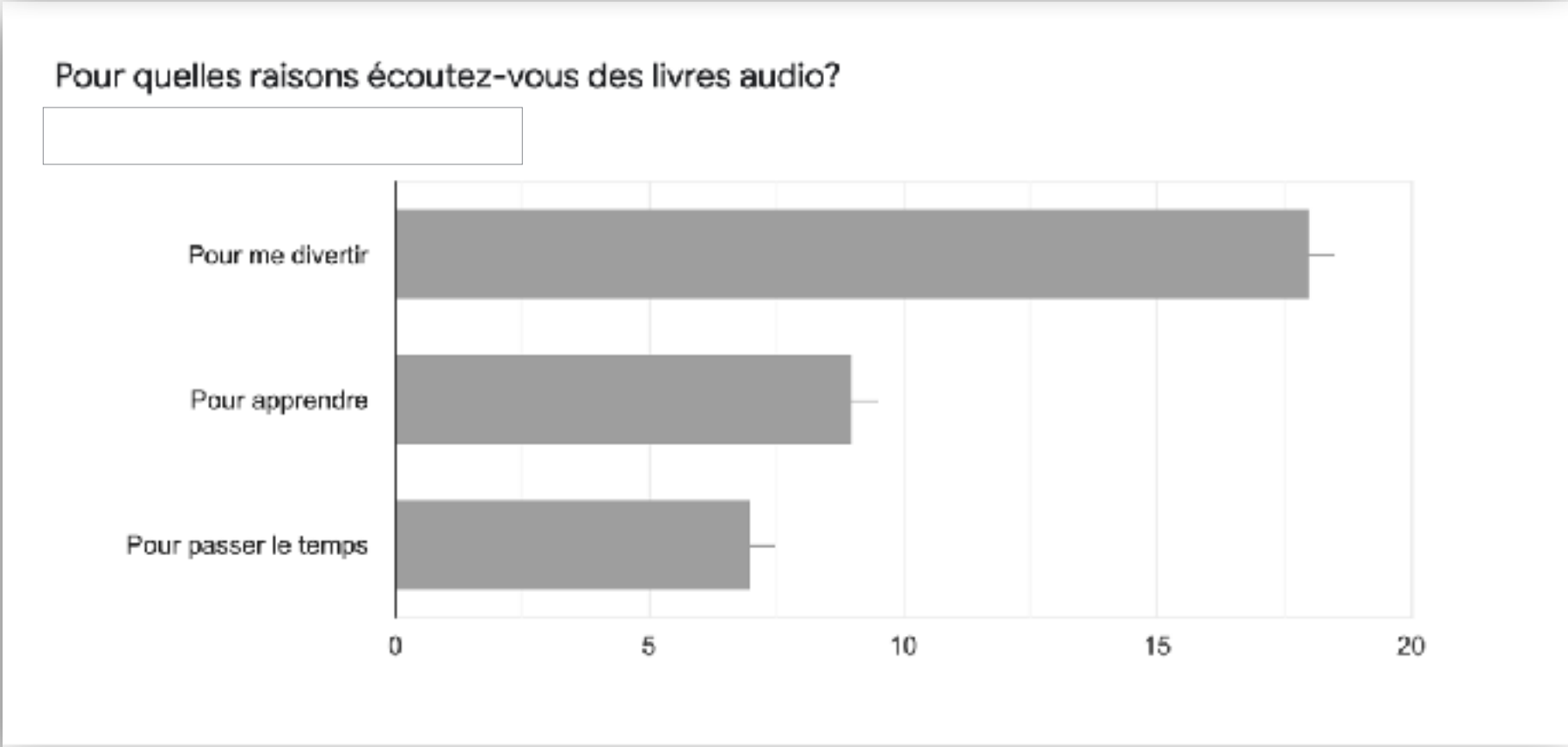
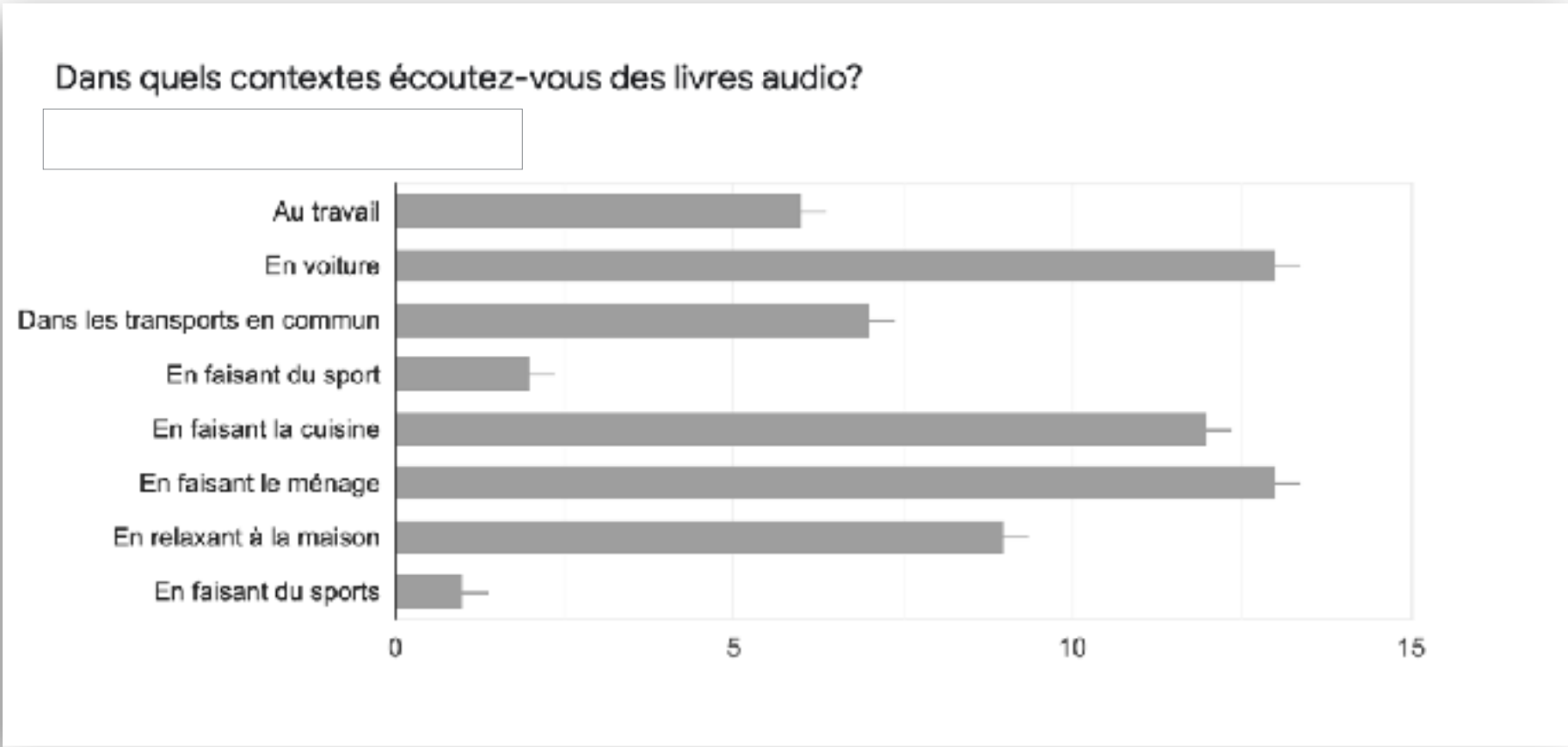
Faire la cuisine et relaxer à la maison viennent ensuite. Cela dit, les contextes sont variés et les gens aiment pouvoir faire du multitâche en écoutant des livres audio.

Tous les répondants affirment écouter des livres audio pour se divertir. La moitié aime également apprendre en écoutant des livres audio et plus du tiers les écoute pour passer le temps.

Résultats détaillés

Conduire (72,2 %) et faire le ménage (72,2 %) semblent être les moments les plus propices pour écouter un livre audio. Faire la cuisine (66,7 %) et relaxer à la maison (50 %) viennent ensuite. Cela dit, les contextes sont variés et les gens aiment pouvoir faire du multitâche en écoutant des livres audio.

Tous les répondants affirment écouter des livres audio pour se divertir. 50% aiment également apprendre en écoutant des livres audio et 38,9 % les écoutent pour passer le temps.



04

Section 2 : auprès de répondants qui affirment ne pas écouter de livres audio

Obstacles et opportunités

La majorité des répondants affirment ne pas écouter de livres audio parce qu'**ils n'ont jamais eu l'occasion d'en essayer**. Constat très intéressant à considérer pour favoriser la découvrabilité de ce format. On mentionne également le **peu de livres audio disponibles sur le marché**. Dans de plus petites mesures, la perception que la lecture se fera plus lentement (pour les gens qui lisent rapidement) et l'attachement au livre papier ont également été mentionnés.

Parmi les éléments qui pourraient inciter les gens à commencer à écouter des livres audio, on retrouve **un plus grand inventaire de livres, une plus grande sélection de livres francophones, des prix abordables, une application qui facilite l'achat et un test gratuit**.

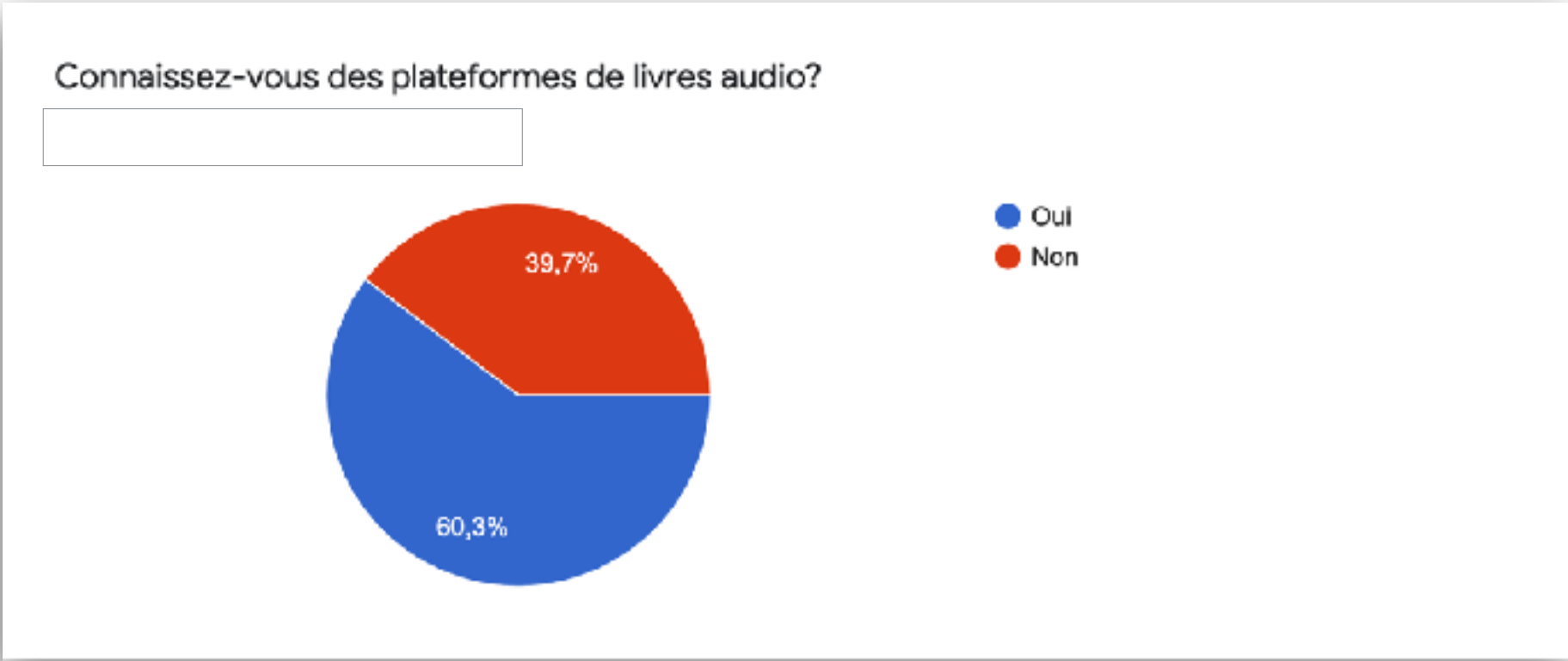
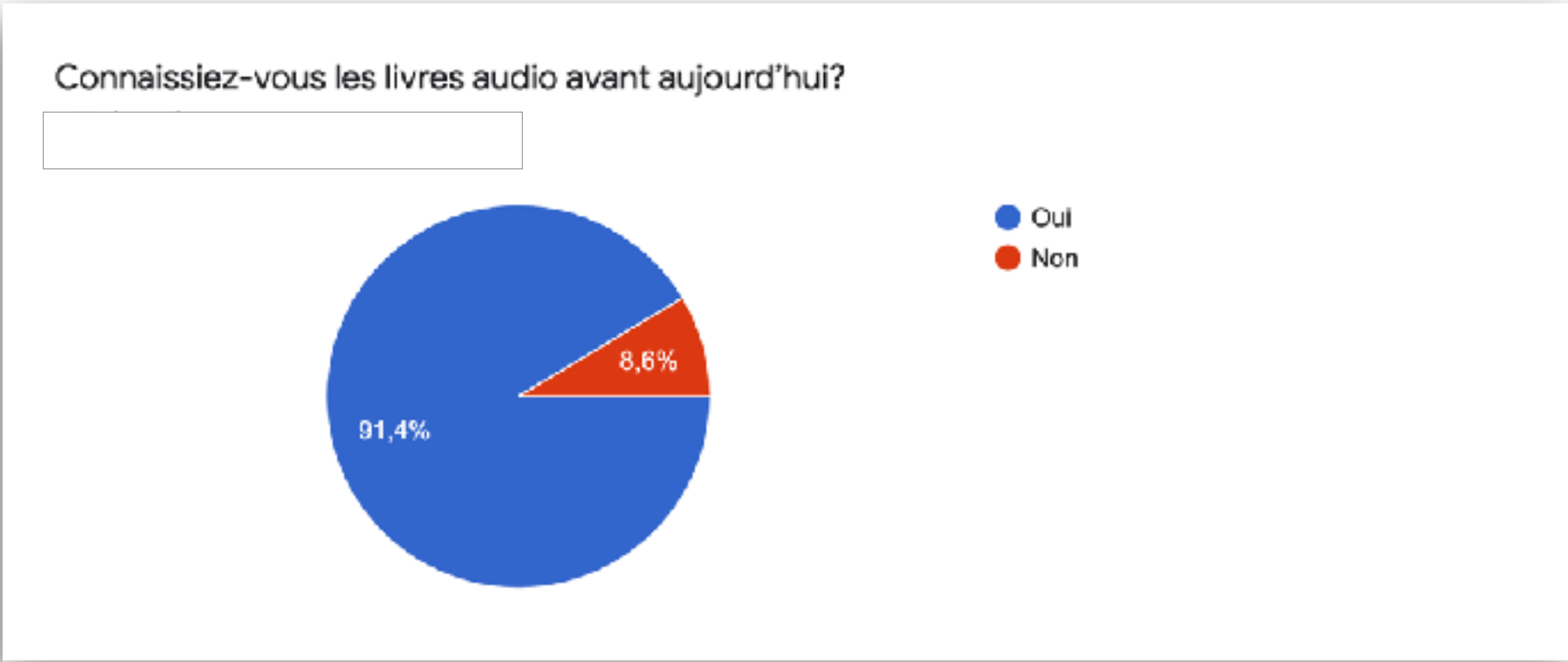
Presque tous les répondants connaissent les livres audio, et la majorité affirment connaître des plateformes pour les écouter.

Audible est la plateforme la plus connue par nos répondants, suivi par OHdio et Apple books.

Résultats détaillés

91,4 % des répondants connaissent les livres audio et 60,3 % des répondants affirment connaître des plateformes de livres audio.

Sans surprise, Audible est la plateforme la plus connue par nos répondants, suivi par Ohdio et Apple books.



Résultats détaillés

La majorité des répondants affirment ne pas écouter de livres audio parce qu'ils n'ont jamais eu l'occasion d'en essayer. Constat très intéressant à considérer pour favoriser la découvrabilité de ce format. On mentionne également le peu de livres audio disponibles sur le marché.

Dans de plus petites mesures, la perception que la lecture se fera plus lentement (pour les gens qui lisent beaucoup et qui lisent rapidement) et l'attachement au livre papier ont également été mentionnés.

Parmi les éléments qui pourraient inciter les gens à commencer à écouter des livres audio : un plus grand inventaire de livres, une plus grande sélection de livres francophones, des prix abordables, une application qui facilite l'achat et un test gratuit.

05

Section 3 : **auprès de répondants qui** **affirment ne pas écouter de** **livres audio**

Habitudes de lecture

La majorité des répondants affirment avoir lu entre 1 et 10 livres dans la dernière année. Près du tiers des répondants affirment avoir lu plus de 20 livres dans la dernière année.

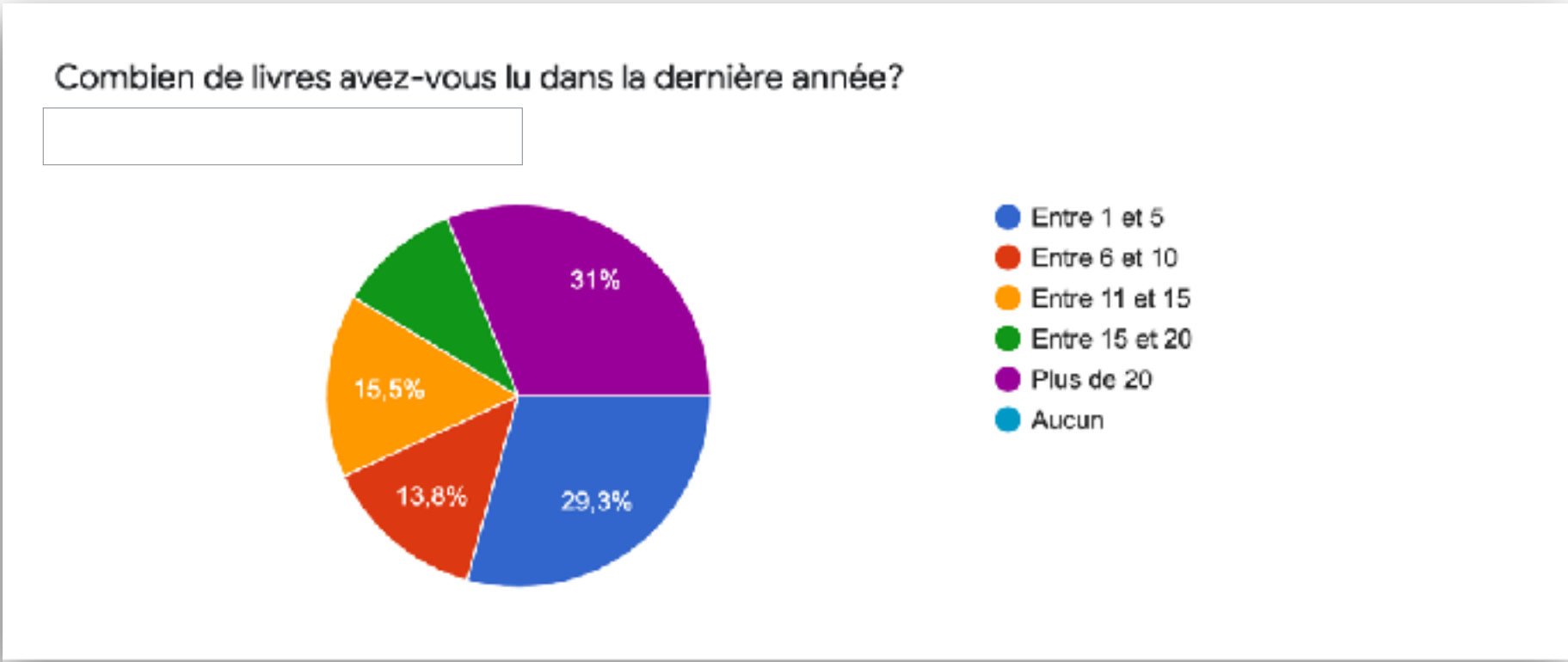
Les gens qui lisent uniquement des livres papiers ont les mêmes intérêts, et lisent les mêmes types de livres, que les gens qui écoutent les livres audio.

Près de la moitié des répondants affirment lire seulement des livres francophones alors qu'une très faible proportion affirment lire seulement des livres québécois. **Constat intéressant : la langue française semble plus porteuse que l'aspect québécois.**

La majorité des répondants affirment lire des livres papier la plupart du temps.

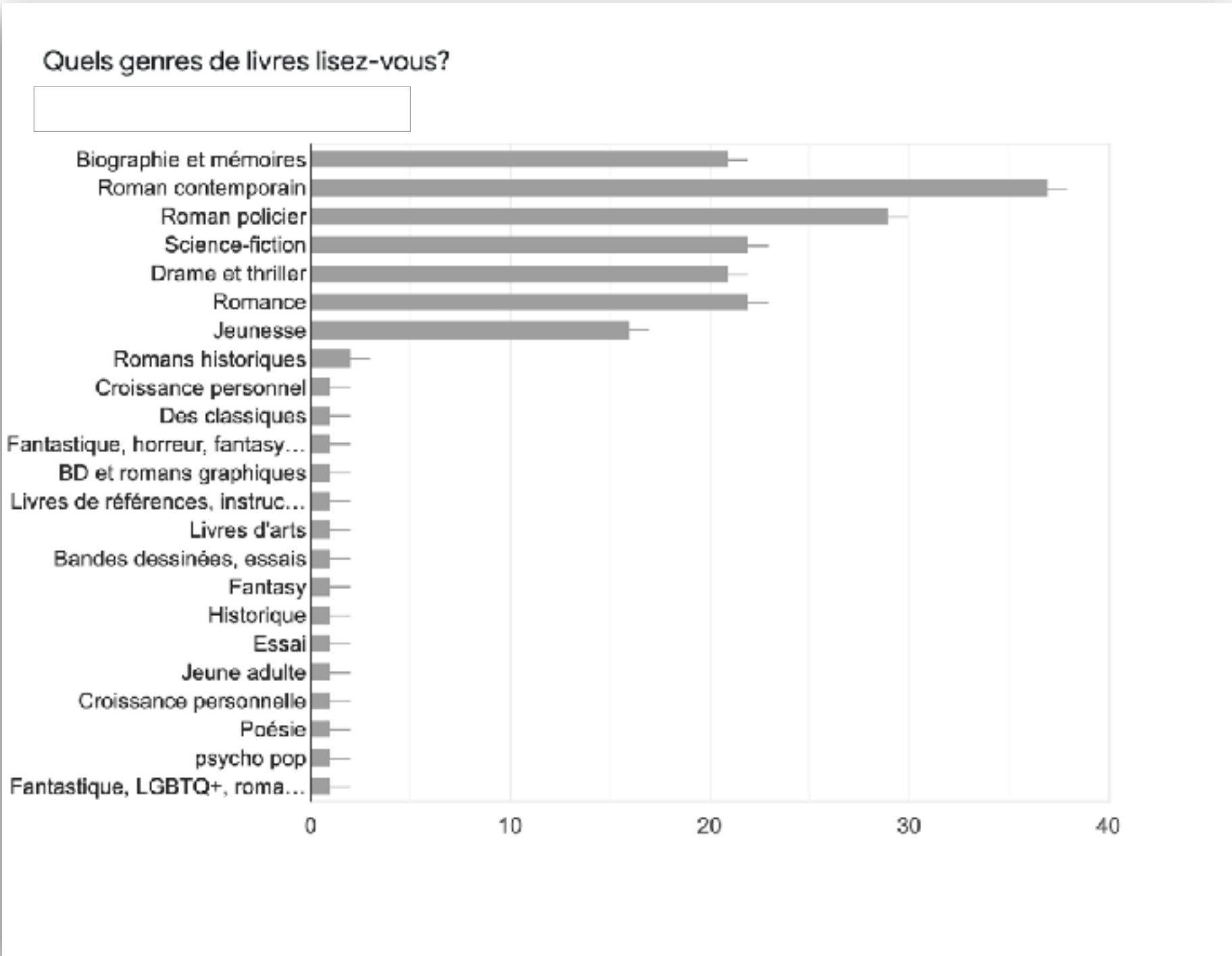
Résultats détaillés

31 % des répondants affirment avoir lu plus de 20 livres dans la dernière année. 29,3 % entre 1 et 5, 13,8 % entre 6 et 10, 15,5 % entre 11 et 15 et 10,6 % entre 15 et 20.



Résultats détaillés

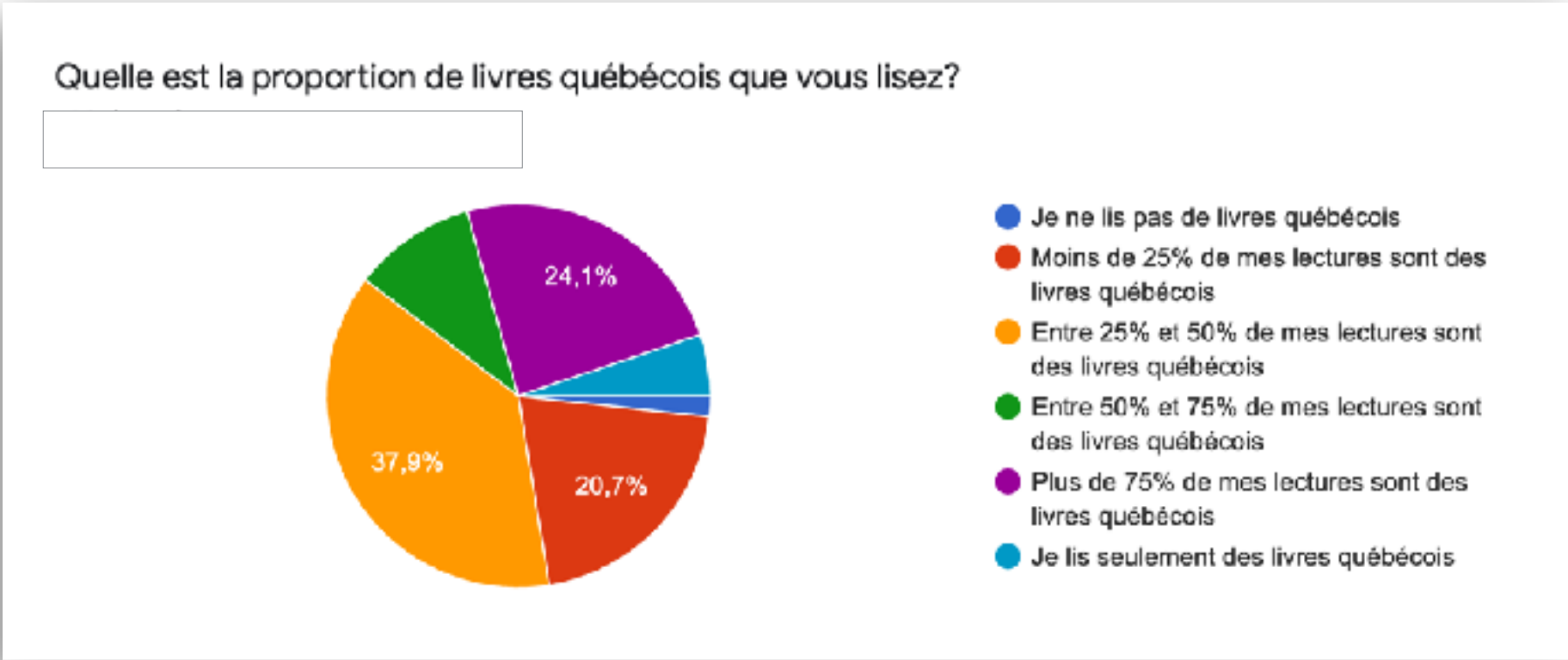
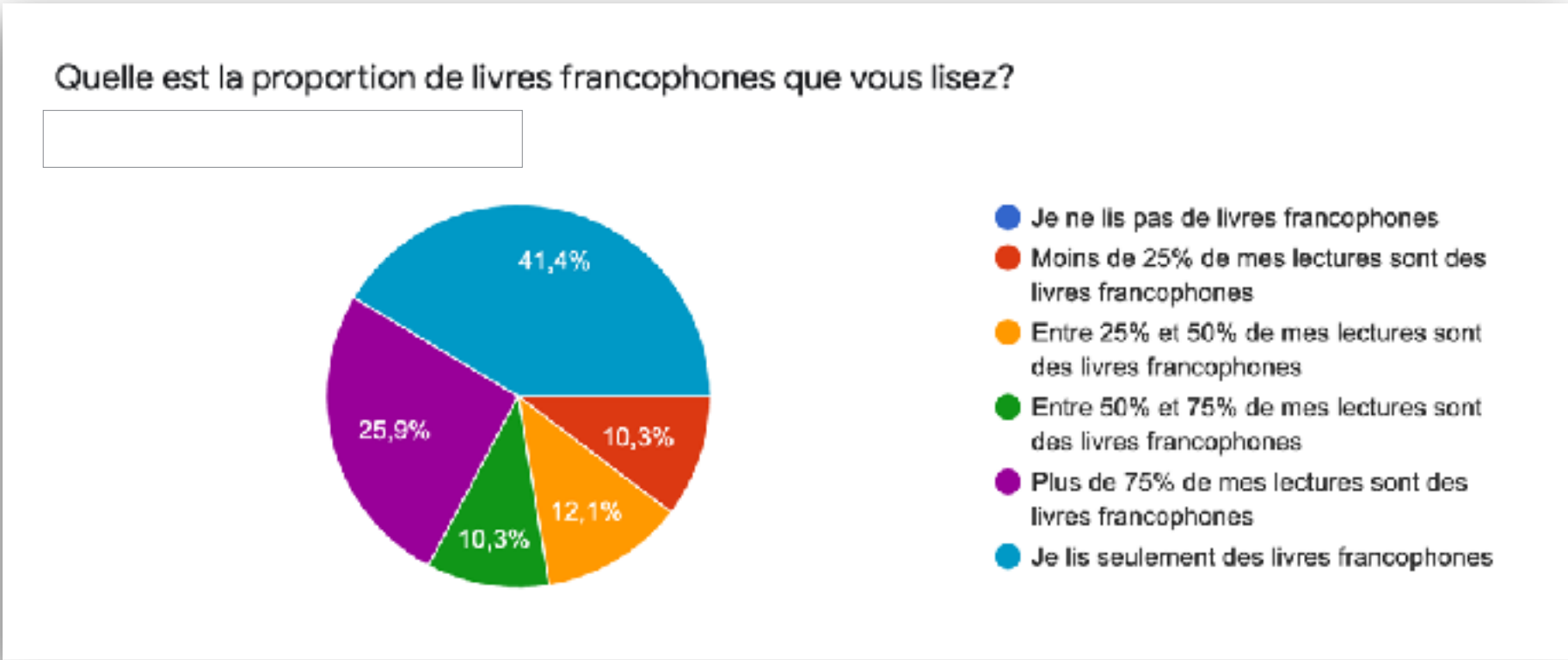
Les types de livres en format papier que les répondants lisent sont assez similaires à ce qu'ils écoutent en format audio.



Résultats détaillés

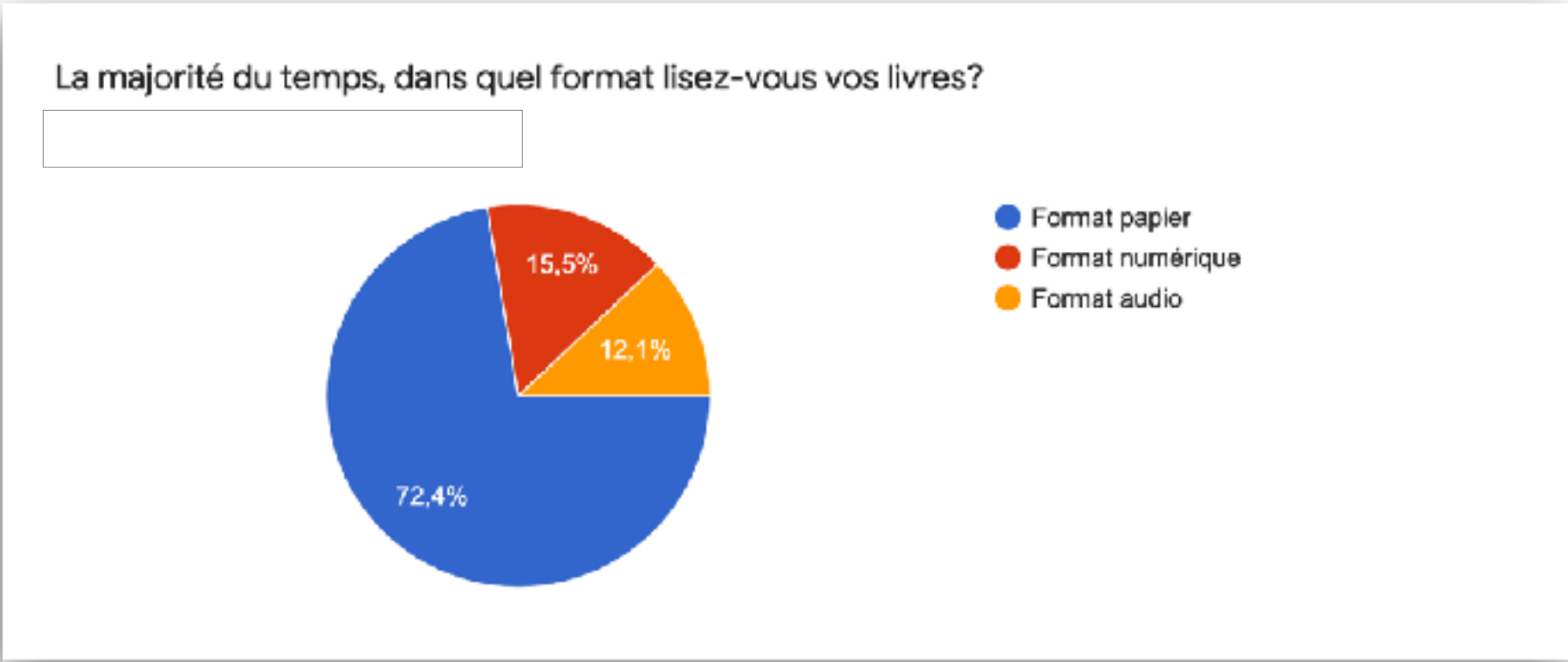
41,4 % des répondants affirment lire seulement des livres francophones alors que seulement 5,2 % affirment lire seulement des livres québécois. 20,7 % des répondants lisent moins de 25 % de livres québécois ou n'en lisent pas du tout.

Constat intéressant : la langue française semble plus porteuse que l'aspect québécois.



Résultats détaillés

72,4 % des répondants affirment lire des livres papier la majorité du temps, suivi par les livres numériques à 15,5 % et par les livres audio à 12,1 %.



06

Sections 4 à 6 : tous les répondants

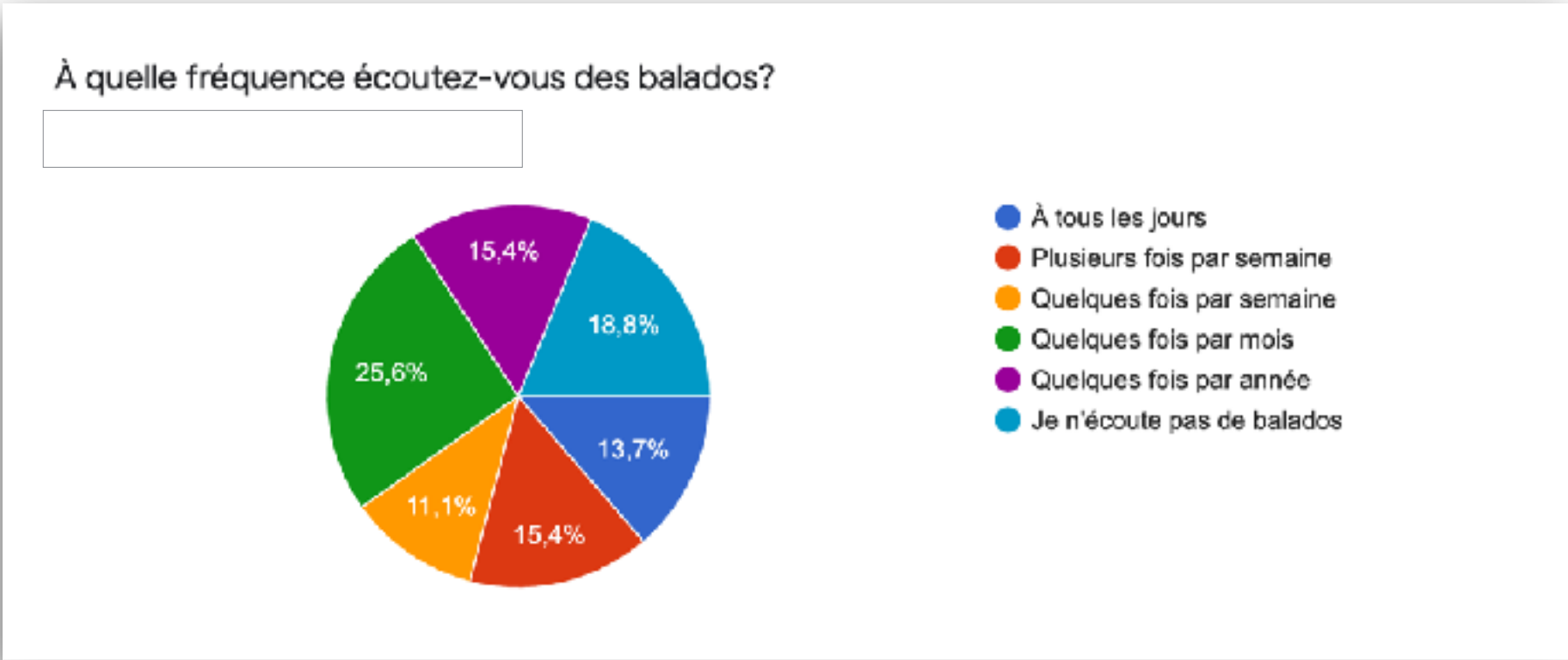
Écoute de balados

Plus du tiers des répondants écoutent des balados chaque semaine.

Les balados du genre **culture et société sont les plus écoutés** par les répondants suivis par les balados humoristiques, les balados politiques et actualités ainsi que les balados sous les thèmes spiritualité et bien-être.

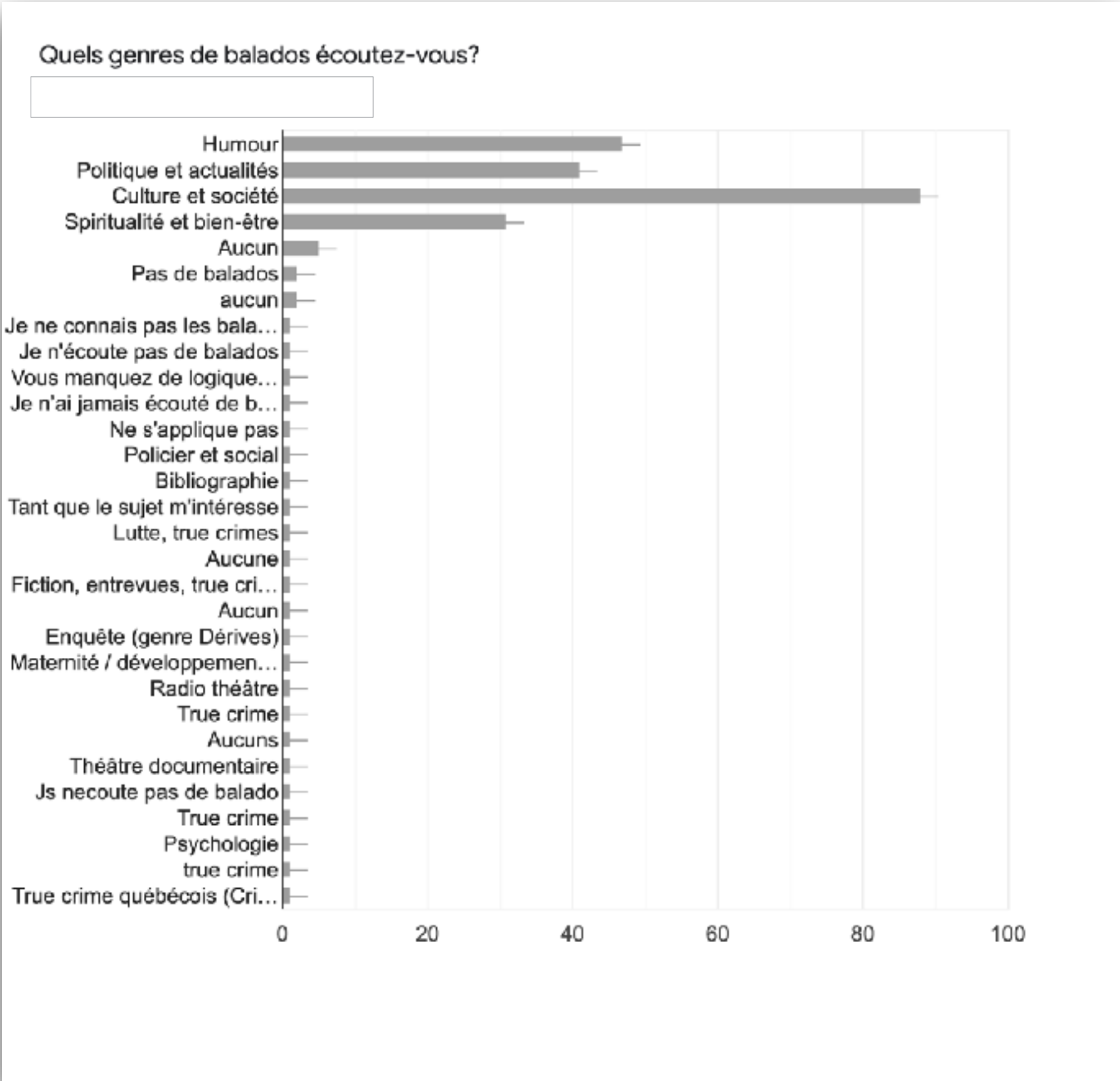
Résultats détaillés

18,8 % des répondants n'écoutent pas de balados. 13,7 % des répondants en écoutent tous les jours, 15,4 % plusieurs fois par semaine, 11,1 % quelques fois par semaine, 25,5 % plusieurs fois par mois et 15,4 % quelques fois par année.



Résultats détaillés

Les balados du genre « culture et société » sont les plus écoutés par les répondants (75,2 %), suivi les balados humoristiques (40,2 %), politiques et actualités (35 %) ainsi que spiritualité et bien-être (26,5 %).



Oui à une plateforme québécoise!

À la question « **Si l'on vous présentait une plateforme 100% québécoise d'écoute en continu de livres audio offrant le plus large inventaire de livres audio francophones, seriez-vous prêt à l'utiliser? »**, la **grande majorité des répondants ont répondu « Oui »**.

Parmi les raisons : la curiosité de découvrir la nouvelle plateforme, la volonté de soutenir les initiatives québécoises, la volonté de soutenir les auteurs québécois, permet de faciliter la recherche de contenus québécois, le fait d'avoir un large choix.

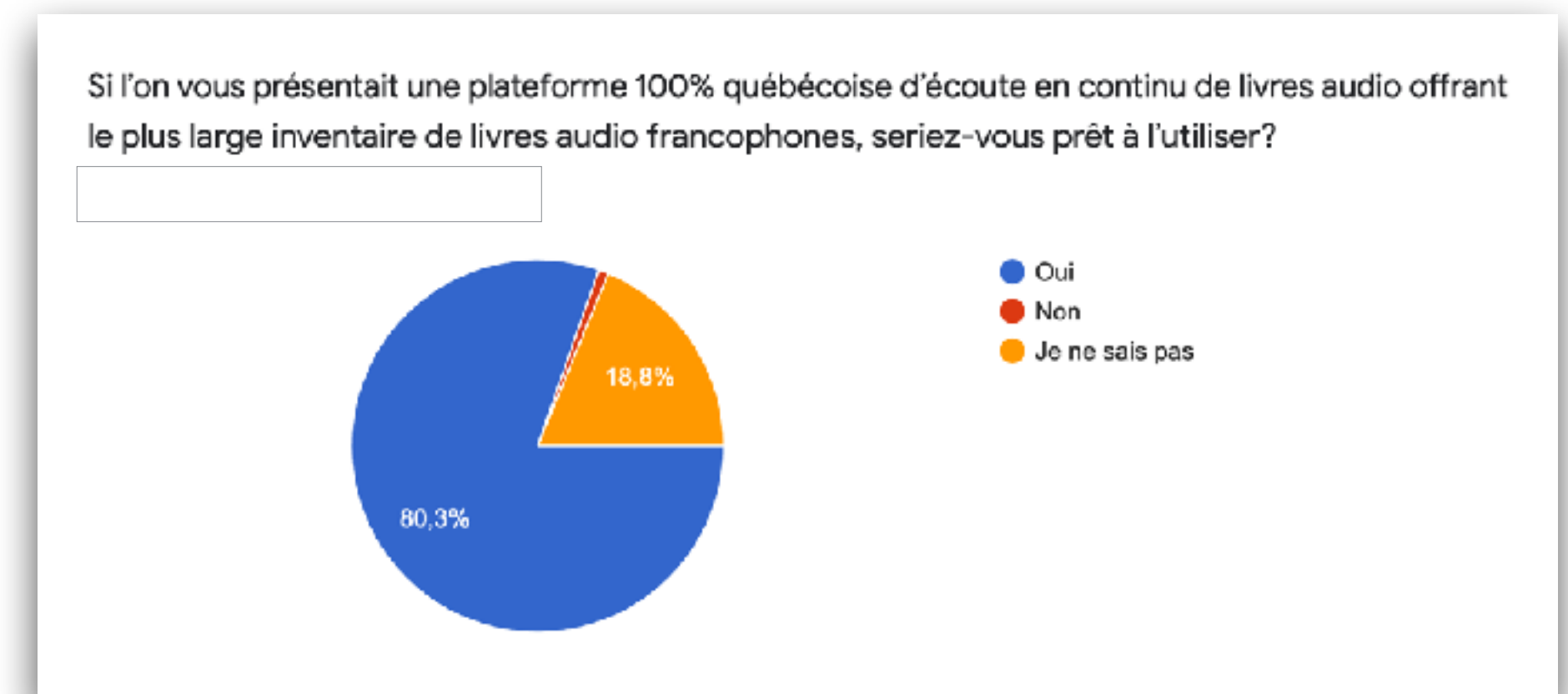
- Note : une section dédiée aux enseignants serait appréciée.
- Note : engouement de la part des participants en commentaires.

Résultats détaillés

À la question « Si l'on vous présentait une plateforme 100% québécoise d'écoute en continu de livres audio offrant le plus large inventaire de livres audio francophones, seriez-vous prêt à l'utiliser? », 80,3 % des répondants ont répondu « Oui ».

Parmi les raisons :

- La curiosité de découvrir la nouvelle plateforme
- La volonté de soutenir les initiatives québécoises
- La volonté de soutenir les auteurs québécois
- Permet de faciliter la recherche de contenus québécois
- Le fait d'avoir un large choix



Volonté de soutenir la culture d'ici

À la question « **Si l'on vous présentait une plateforme 100 % québécoise d'écoute en continu de livres audio permettant de soutenir financièrement l'industrie littéraire québécoise et ses créateurs, seriez-vous prêt à l'utiliser?** » La majorité des répondants ont répondu « **Oui** ».

Parmi les raisons : la volonté de soutenir les auteurs québécois, la culture québécoise, l'économie québécoise (achat local).

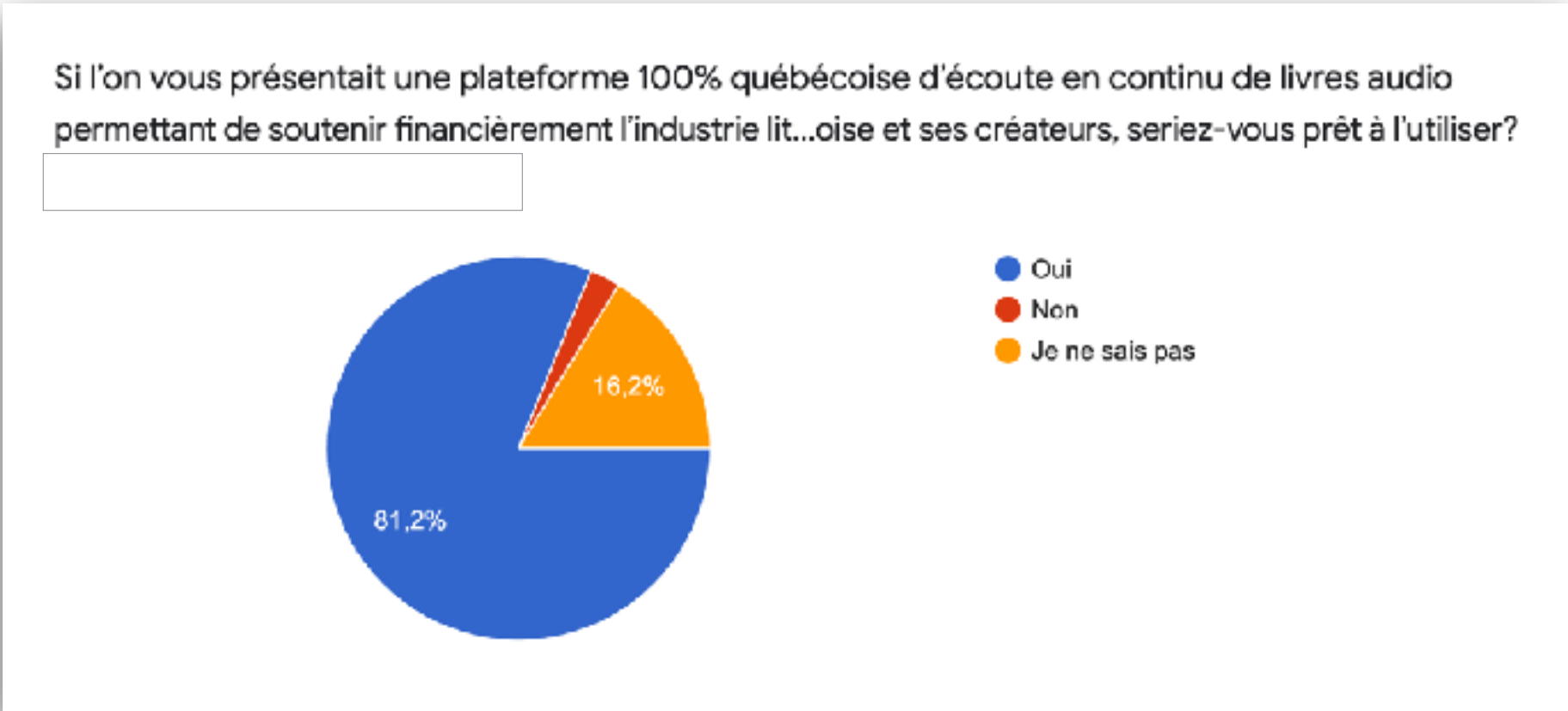
Plus de la moitié des répondants disent qu'ils seraient prêts à payer pour accéder au plus large inventaire de livres audio francophones et québécois. Plus du tiers ont sélectionné « je ne sais pas » (constat intéressant, ils pourraient éventuellement être convaincus).

En majorité, les gens souhaitent encourager les auteurs et l'industrie du livre. On veut également avoir du choix! Cela dit, le prix doit être raisonnable et l'accès ne doit pas être trop limité.

Résultats détaillés

À la question « Si l'on vous présentait une plateforme 100 % québécoise d'écoute en continu de livres audio permettant de soutenir financièrement l'industrie littéraire québécoise et ses créateurs, seriez-vous prêt à l'utiliser? » 81,2 % des répondants ont répondu « Oui ».

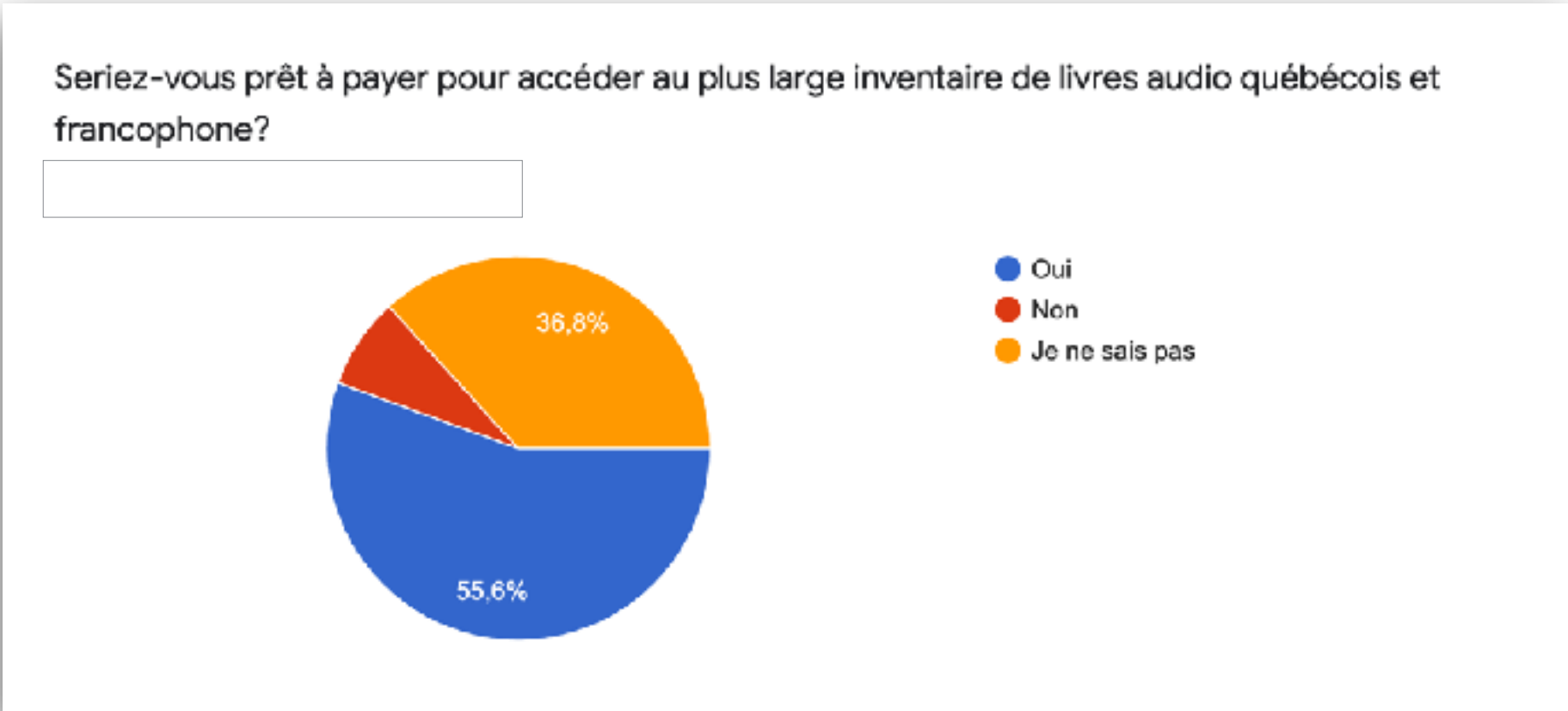
- Parmi les raisons :
- La volonté de soutenir les auteurs québécois
 - La culture québécoise
 - L'économie québécoise (achat local).



Résultats détaillés

55,6 % des répondants disent qu’ils seraient prêts à payer pour accéder au plus large inventaire de livres audio francophones et québécois. 36,8 % ne le savent pas.

En majorité, les gens souhaitent encourager les auteurs et l’industrie du livre.



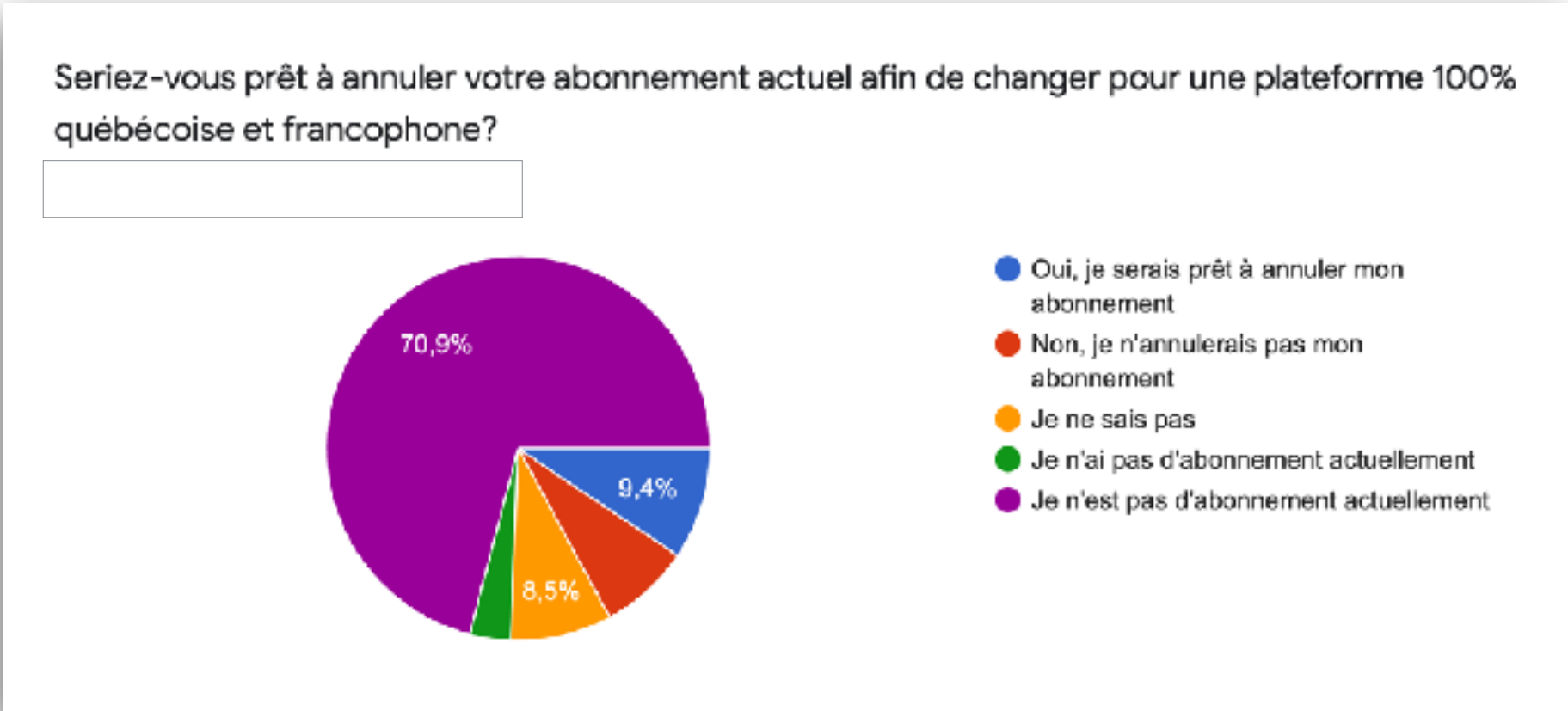
Plateforme d'écoute préférée

La majorité des répondants n'ont pas de préférence quant à leur plateforme d'écoute.

À peine 13 % affirment qu'ils ne changeront pas de plateforme même après le lancement d'une plateforme québécoise.

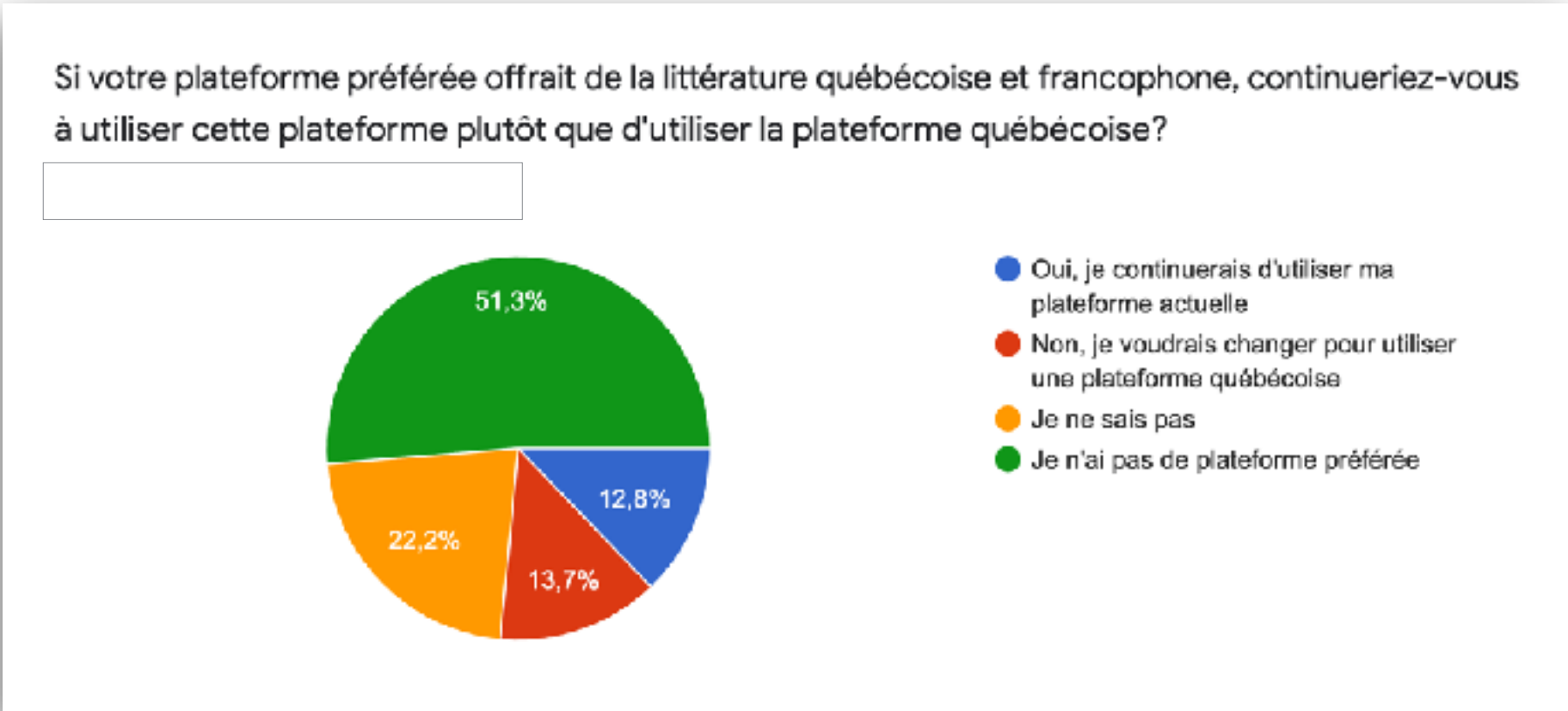
Résultats détaillés

70,9 % des répondants ne sont abonnés à aucune plateforme d'écoute. 9,4 % affirment qu'ils seraient prêts à annuler leur abonnement et à changer pour LIV si la plateforme répond à leurs attentes. 7,7 % affirment qu'ils ne seraient pas intéressés à changer d'abonnement.



Résultats détaillés

51,3 % des répondants affirment ne pas avoir de plateforme favorite d’écoute de livres audio et 13,7 % disent qu’ils voudraient changer de plateforme même si leur plateforme actuelle offrait plus de contenus francophones et québécois. 12,8 % continuerait d’utiliser leur plateforme actuelle.



Langue, culture et achat local

Presque tous les répondants affirment que **la protection du français au Québec et que la protection de la culture québécoise sont importantes ou très importantes.**

Presque tous les répondants affirment qu'**il est important ou très important de soutenir le milieu littéraire et ses artisans.** Il est à noter qu'il s'agit de la question de cette section ayant le plus grand nombre de réponses « important » et « très important ».

Presque tous les répondants affirment que **d'acheter local est important ou très important.**

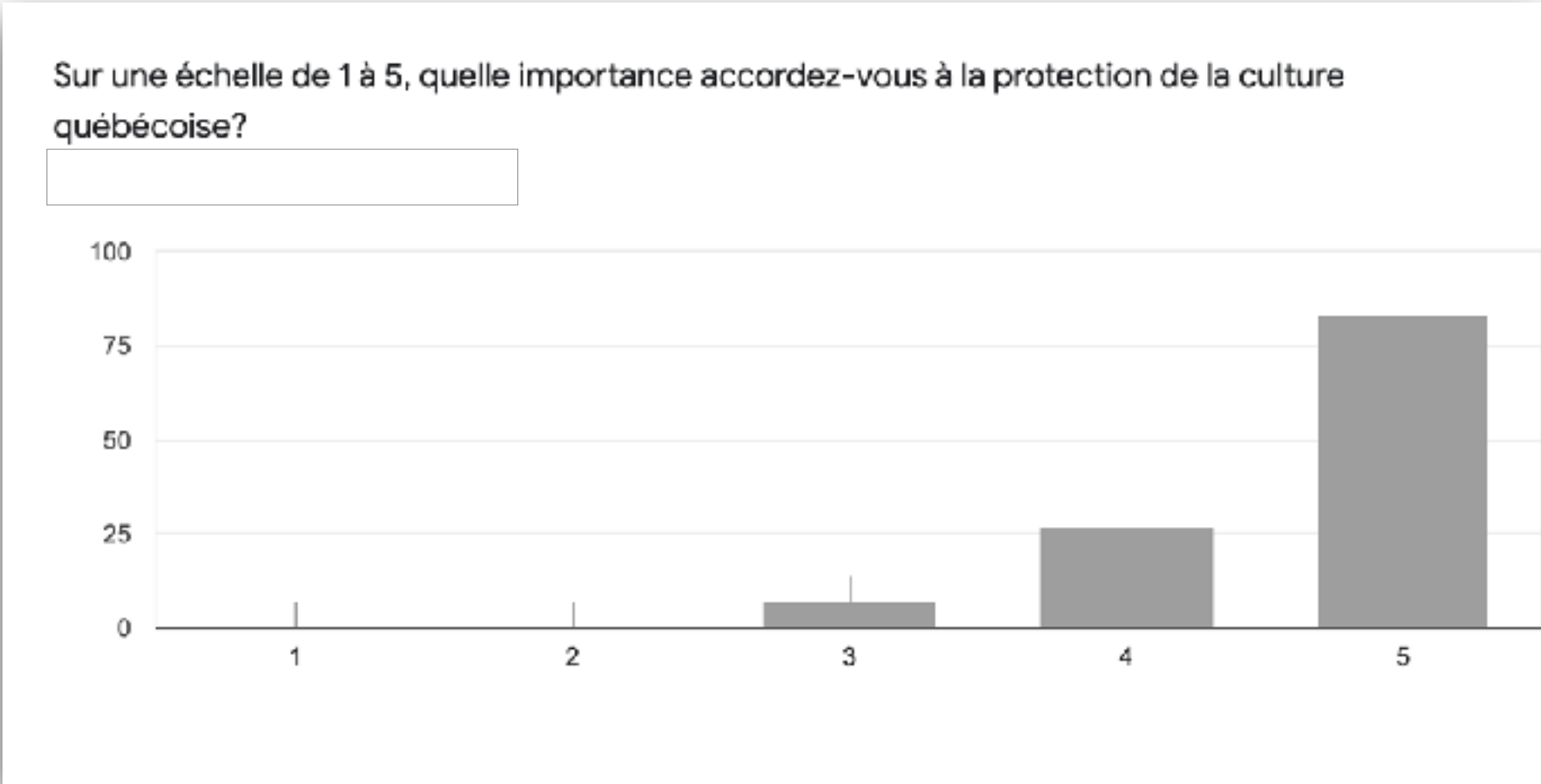
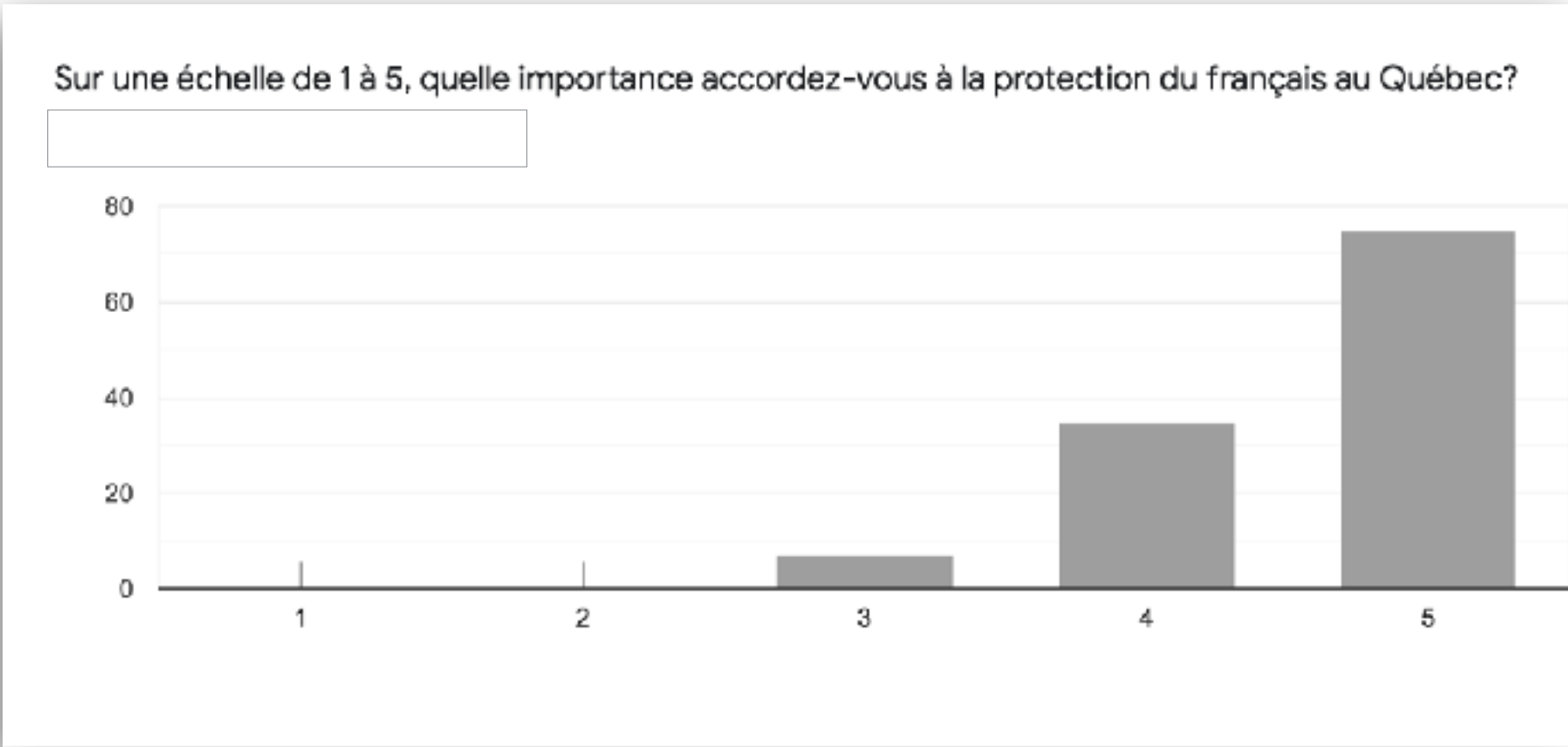
Presque tous les répondants croient que **d'acheter un livre audio écrit par un auteur québécois ou un livre audio publié par une maison d'édition québécoise est un achat local.**

La majorité des répondants croient que **d'acheter un livre audio sur une plateforme québécoise est un achat local.**

Résultats détaillés

94 % affirment que la protection du français au Québec est importante (29,9 %) ou très importante (64,1 %).

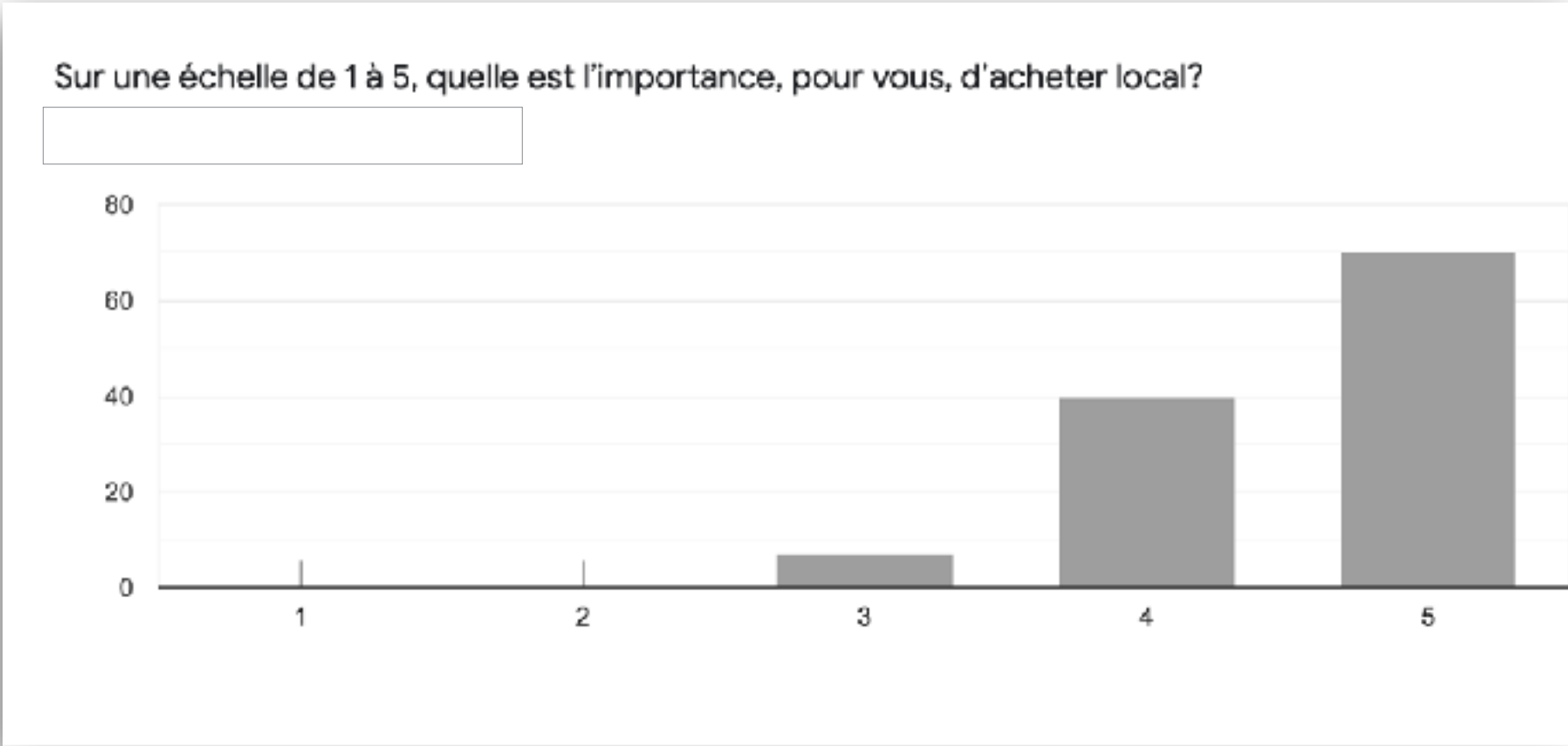
94 % des répondants affirment que la protection de la culture québécoise est importante (23,1 %) ou très importante (70,9 %). Les autres répondants sont neutres.



Résultats détaillés

97,4 % affirment qu’il est important (16,2 %) ou très important (81,2 %) de soutenir le milieu littéraire et ses artisans.

94 % affirment que d’acheter local est important (34,2 %) ou très important (59,8 %).

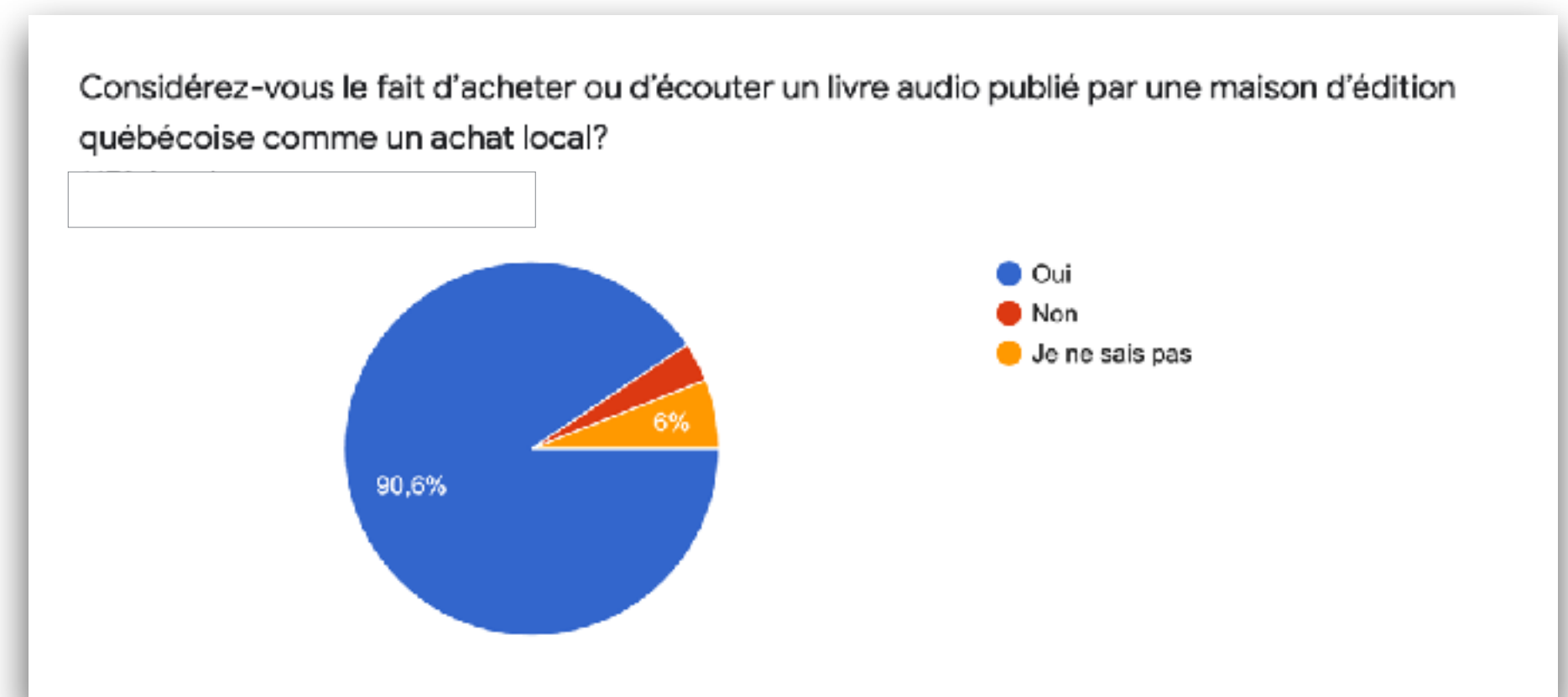


Résultats détaillés

93,2 % des répondants croient que d'acheter un livre audio écrit par un auteur québécois est un achat local.

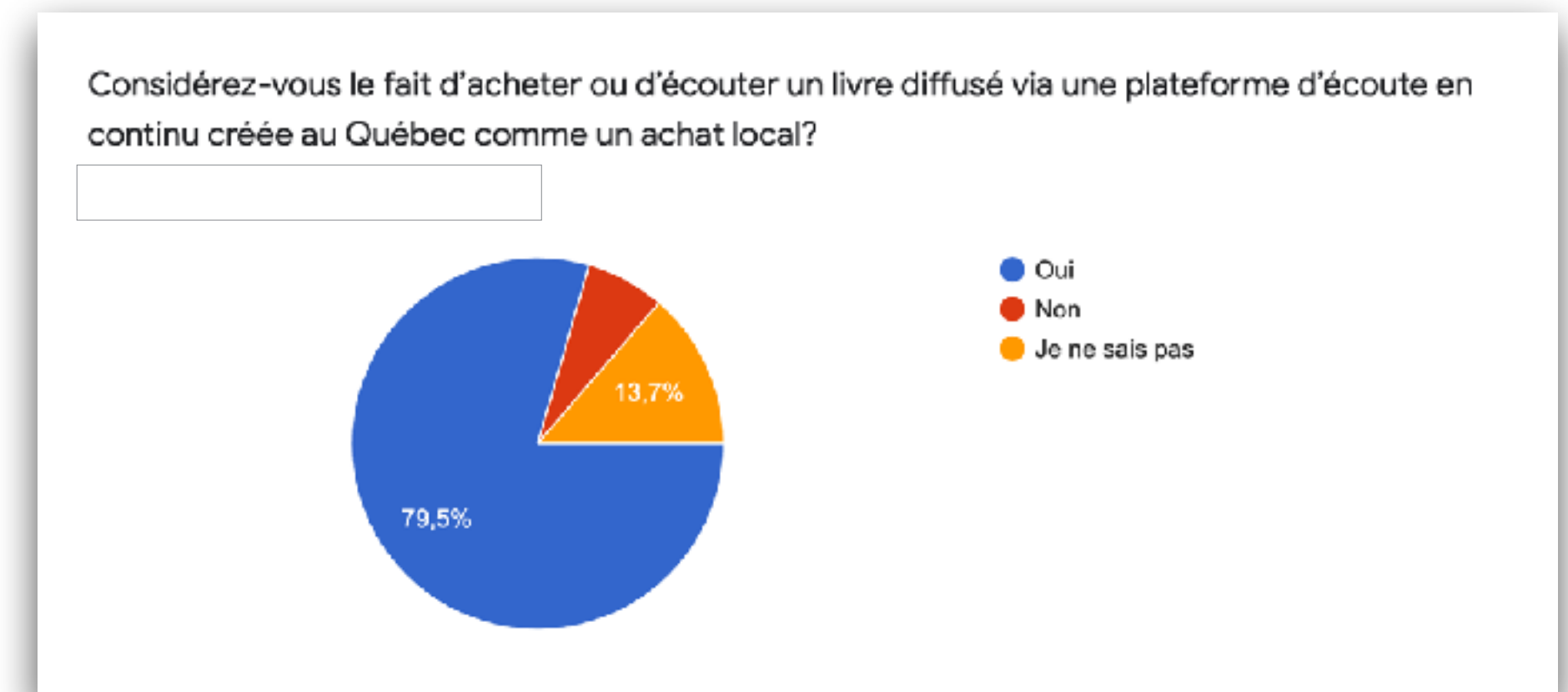


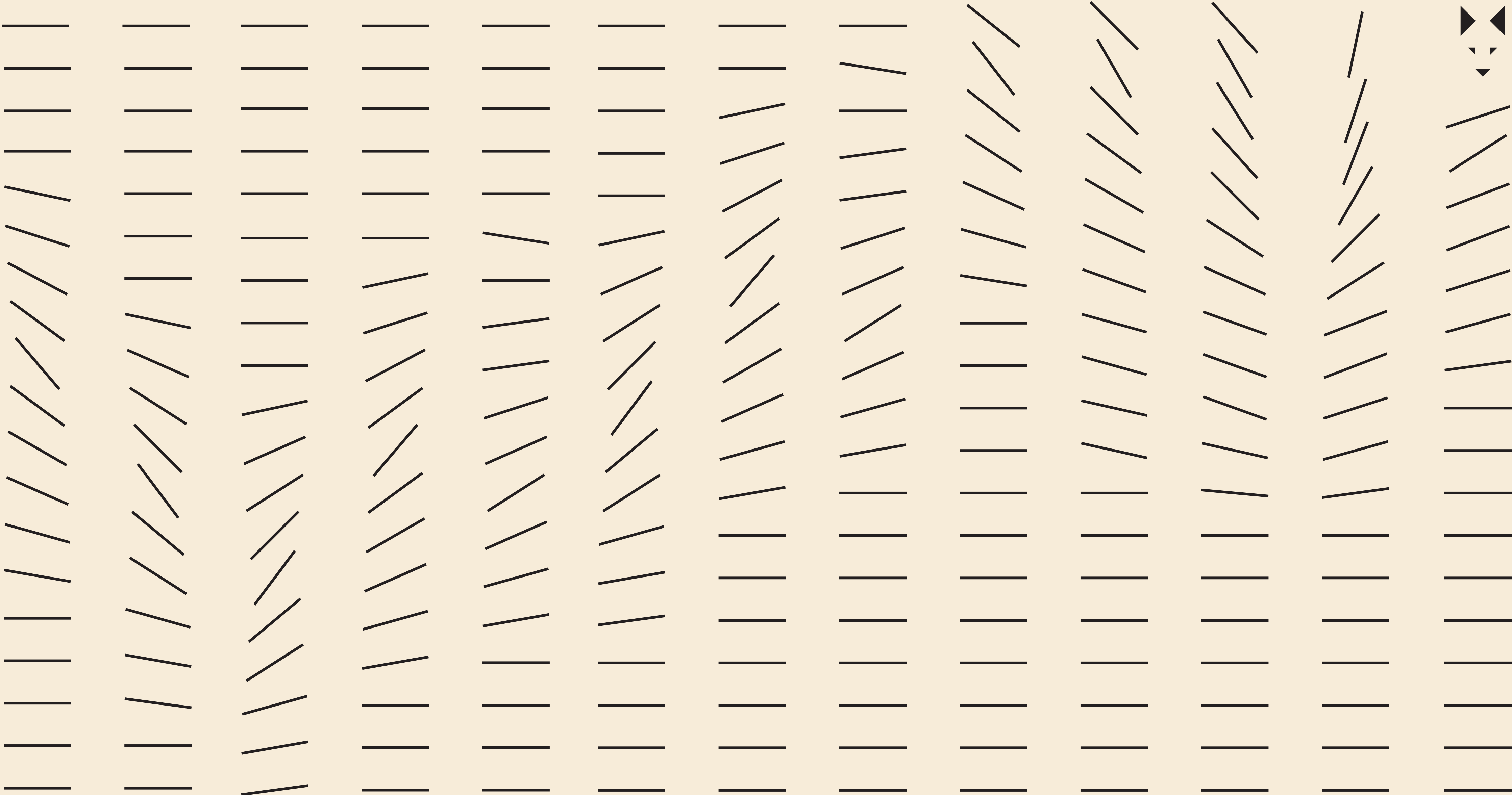
90,6 % des répondants croient que d'acheter un livre audio publié par une maison d'édition québécoise est un achat local.



Résultats détaillés

79,5 % des répondants croient que d'acheter un livre audio sur une plateforme québécoise est un achat local.





Merci

CANIDÉ



225, rue Roy Est # 200
Montréal, Québec
H2W 1M5

(514) 225-4300
info@canide.co
canide.co