

LES ANIMATEURS DE BALADO, NOUVEAUX INFLUENCEURS ?

Source: La presse

Date: 08/05/2021

La question se pose presque : qui n'anime PAS une balado ces temps-ci ?

Les humoristes Mike Ward, Sam Breton, Jay Du Temple, François Bellefeuille et Charles Beauchesne (qui vient de remporter un Olivier pour Les pires moments de l'histoire...), la comédienne et animatrice Marina Orsini, la journaliste aux affaires judiciaires de Radio-Canada Isabelle Richer, l'animateur de Bonsoir, bonsoir ! Jean-Philippe Wauthier ont tous leur balado. Aux États-Unis, Barack et Michelle Obama ainsi que toute la famille Clinton (Hillary, Bill et Chelsea) animent, eux aussi, une émission balado.

Le magazine américain Forbes a déclaré récemment que « les animateurs de balado étaient les influenceurs de demain », et qu'il fallait s'attendre à voir de plus en plus de grands noms faire une incursion dans ce format qui plaît décidément au public. En l'espace d'un an, l'écoute des balados a augmenté de 24 %, selon un rapport de l'OTM paru l'automne dernier. À New York, le Festival du film de Tribeca vient d'ajouter une catégorie audio à sa compétition. « Les balados sont prisés par tous les auditoires », confirme Caroline Jamet, directrice générale de la radio et de l'audio à Radio-Canada, qui a lancé sa plateforme OHdio quelques mois avant le début de la pandémie, en novembre 2019.

Des contenus de niche

Ce qui plaît dans les balados : la souplesse, la liberté et la possibilité de s'adresser à un public précis. Des artistes comme Beyries l'utilisent pour promouvoir leur album, des marques (Sephora, eBay) pour faire mousser leurs produits. Même la Ville de Laval a lancé une balado !

Ce qui a débuté comme une expérience presque artisanale est en train de devenir un secteur convoité par de grands acteurs. Au cours des derniers mois, Apple, Google et Spotify ont tous investi dans le balado et Netflix les rejoindra sous peu : la plateforme numérique vient en effet de créer un poste de « responsable de la programmation audio et balado ».

À Radio-Canada, « la balado est assurément au cœur du développement stratégique des contenus numériques », confirme Caroline Jamet. Avec ses 95 balados, dont 45 produites à l'interne, la plateforme OHdio ne s'arrêtera pas là. « L'audio numérique est la priorité pour les prochaines années », ajoute-t-elle. Des plus petits acteurs comme l'agence de publicité Sid Lee et la boîte de production Blimp TV, entre autres, produisent des balados. Il reste à voir si de grands noms comme Attraction Images ou KO Média emboîteront le pas.