

LEDEVOIR

LES GROS JOUEURS EN BALADO AVANCENT LEURS PIONS

Source: Le devoir

Date: 05/01/2019

L'année 2018 aura été marquée d'importants jalons pour le monde québécois du balado. Cette production audio à emporter à la popularité grandissante a entre autres vu arriver un gros joueur en Québec, en plus de voir son impact et ses inspirations s'enrichir et s'élargir.

« Il n'y a pas une nouvelle tendance en 2018, mais c'est l'année où la tendance a fait une fleur. On a constaté ce que ça a donné en 2018 ; c'est vraiment l'année des premières fois en podcast au Québec », résume Zoé Gagnon-Paquin, cofondatrice et directrice générale de Magnéto, une boîte indépendante versée dans la création de baladodiffusions plus artistiques.

Mme Gagnon-Paquin participait à la mi-décembre à un déjeuner organisé par Femmes du cinéma, de la télévision et des médias numériques, où étaient aussi présents le vice-président des contenus numériques de Québecor, Mathieu Turbide, la directrice générale des départements Radio, Audio et Grand Montréal de Radio-Canada, Caroline Jamet, et l'entrepreneur à la tête du balado L'accélérateur, Marco Bernard.

Une des grandes premières dans le balado, c'est l'arrivée dans cet univers numérique de Québecor, qui a non seulement lancé sa radio Web QUB, mais qui a du même souffle mis sur pied ou distribué une vingtaine de productions audio du genre.

Et les ambitions de l'entreprise sont grandes, explique Mathieu Turbide. « Le balado a trouvé une rentabilité aux États-Unis, mais chez Québecor, on veut être aux premières loges pour recréer cette popularité-là ici, avec des produits en français. [On veut] s'inscrire dans la diffusion, la distribution et la production de contenus audio contrôlés par des entreprises québécoises. »

En résumé, Québecor veut créer une industrie québécoise du balado et trouver des façons non seulement de la rentabiliser, mais aussi de la faire vivre dans une mer anglophone où l'on télécharge ses fichiers principalement par les outils des Américains Google et Apple. « C'est important pour nous de développer les fondations de ce que ça va devenir. On y croit », lance M. Turbide.

Magnéto compte d'ailleurs une de ses productions dans le catalogue de QUB. « Si aujourd'hui, il y a une éclosion du podcast, c'est que ça commence à naître à partir de structures et pas vraiment du grass root [de la base], croit Zoé Gagnon-Paquin. Et ce qui est bien, c'est que la structure n'écrase pas la base. »

L'impact de Radio-Canada

Radio-Canada a aussi mis beaucoup d'énergie dans ses balados. Le diffuseur public a créé sa première

production de fiction, Cavale, enregistrée dans un monde sonore en 360 degrés.

Il y a eu la reconnaissance du milieu artistique que le balado peut être une forme valide de création

— Zoé Gagnon-Paquin

Plusieurs nouveaux balados y ont aussi vu le jour, comme Grand écart avec Jean-Philippe Wauthier, Ça s'explique avec Alexis De Lancer, Rap carcéral (créé avec Vice) et la bouleversante série Chemin de croix avec Anne Panasuk. Par ailleurs, la version pour emporter de l'émission radio Aujourd'hui l'histoire, de Jacques Beauchamp, s'est hissée parmi les 25 balados les plus téléchargés au Canada sur Apple en 2018.

« Il y a comme une industrie qui est en train de se créer tranquillement, estime Caroline Jamet, la patronne de l'audio à Radio-Canada. Est-ce que c'est l'année zéro, je ne sais pas, mais on est en train de créer quelque chose. Aujourd'hui, on voit qu'il y a un intérêt. On va en entendre parler de plus en plus. »

Le diffuseur public vient d'ailleurs de lancer la version audio de Paul dans le Nord, la bédé de Michel Rabagliati. Le projet est ambitieux, et 28 comédiens y ont prêté leur voix. « Un projet comme celui-là, ça amène des gens au balado, parce que c'est une marque qui est connue, c'est une porte d'entrée », croit Caroline Jamet, qui assure qu'il reste beaucoup d'éducation à faire dans le grand public sur le format balado.

Créer et financer

Aux yeux de Zoé Gagnon-Paquin, le balado québécois a aussi franchi plusieurs frontières créatives dans les derniers mois. Elle rappelle que la pièce de théâtre J'aime Hydro a trouvé son chemin en balado l'année dernière chez Radio-Canada. Et ajoute qu'une des productions de Magnéto, Aalaapi, fera au début de 2019 le chemin inverse et se retrouvera adaptée pour les planches au Centre du Théâtre d'Aujourd'hui. « Il y a plein d'intersections qui se créent, dit Zoé Gagnon-Paquin. Il n'y a pas encore un balado qui est devenu un film, mais ça se pourrait ! »

Et si ce format audio ne se qualifie pas encore pour du financement auprès de la SODEC et du Fonds des médias du Canada, la d.g. de Magnéto se réjouit d'avoir reçu cette année, pour une première fois, du financement de la part des Conseils des arts. « Il y a eu la reconnaissance du milieu artistique que le balado peut être une forme valide de création. »

La suite

Beaucoup reste à faire pour rentabiliser et diffuser la production francophone, estime toutefois Marco Bernard, qui offre des formations en ligne pour les créateurs de balado en herbe. Les chiffres de 2017 montrent qu'il n'existait que quelque 12 000 balados en français dans le monde, une goutte dans un océan anglophone.

« La découvrabilité c'est un gros, gros point », dit Marco Bernard, qui rappelle que le géant Google ajoutera un onglet « audio » à son moteur de recherche, ce qui permettra de trouver plus facilement les créations sonores. « Et avec tout ce qui est haut-parleurs intelligents, comme Google Home et Alexa, ce seront prioritairement les résultats audio qui seront rendus par les recherches vocales. Même chose pour Siri. »

Il faudra continuer à tendre l'oreille en 2019.

LE BALADO ICI

Chez les francophones

Selon l'Observateur des technologies médias (OTM), dans un document daté d'août 2018, un francophone sur dix écoute fréquemment des balados (au moins une fois par mois). Les consommateurs de balados sont des amateurs de radio traditionnelle (97 % écoutent la radio AM/FM). Deux auditeurs de balados sur cinq utilisent leur téléphone intelligent pour l'écoute de contenu audio.

Au Canada

Le balado continue à prendre de l'importance, montrent des données tirées du rapport 2018 d'Audience Insights Inc. Ulster Media. Les auditeurs de balado sont jeunes, urbains, éduqués et plus aisés que la moyenne canadienne : 26 % de la population canadienne écoutent au moins un balado par mois. Plus de la moitié des utilisateurs mensuels de balados font partie des 18-34 ans.

À l'international

Selon le rapport 2018 de Reuters Institute Digital News, le Canada se situe au 13e rang parmi les pays « consommateurs » de balados.