

[franceculture.fr](https://www.franceculture.fr)

# Podcast : radioscopie d'un phénomène mondial

*Margaux Caroff*

8-10 minutes

---

Le podcast ne s'est jamais aussi bien porté. En 2020, deux nouveaux podcasts ont été créés dans le monde chaque minute. Ce marché, largement dominé par les États-Unis, est en pleine expansion dans de nombreux pays comme le Brésil, l'Inde ou la Chine. Le confinement notamment a contribué à cet essor.

Le podcast ne connaît pas la crise sanitaire, bien au contraire. En 2020, il y a eu trois fois plus de podcasts mis en ligne qu'en 2019, avec près de 900 000 nouveaux contenus, selon la société spécialisée [Chartable](#). Si les États-Unis dominent le secteur largement depuis des années, cette tendance s'installe de plus en plus en Europe, avec l'Angleterre en tête. Qu'ils soient sous forme d'émissions en réécoute ou de podcasts natifs, créés uniquement pour leur mise en ligne sur Internet, le succès est globalisé et la variété des langues disponibles ne cesse de croître.

Écouter

1 min

Le succès du podcast dans le monde, une tendance qui s'accélère.

## Une longueur d'avance pour les États-Unis, pionniers du podcast

L'origine du format mais aussi du mot "podcast" se trouve aux États-Unis, au tournant des années 2000. Il s'agit de la contraction des termes "iPod" et "broadcast", c'est-à-dire du baladeur numérique lancé par Apple en 2001 et du verbe "diffuser". Steve Jobs, patron de la marque à la pomme, sent le bon filon et [lance en 2005](#) un onglet "podcast" sur sa plateforme iTunes.

(Le podcast est la prochaine génération de la radio - Steve Jobs (2005))



*Steve Jobs, patron d'Apple, présente l'iPod Nano en 2007 à San Francisco. • Crédits : JUSTIN SULLIVAN / GETTY IMAGES NORTH AMERICA - Getty*

Dans la foulée, les radios publiques s'intéressent à ce format innovant qui touche de nouveaux auditeurs. En octobre 2006, WBEZ, une antenne de la région de Chicago, lance une version podcast de son émission phare "[This American Life](#)". C'est cette

même émission qui lancera en 2014 le podcast "[Serial](#)", une contre-enquête journalistique en douze épisodes sur un fait-divers de 1999. Le succès est immédiat, et toujours inégalé aujourd'hui, le podcast a été téléchargé plus de 40 millions de fois.



*Quelques dates clés du podcast aux États-Unis • Crédits : MC*

Progressivement, la presse écrite aussi s'approprié ce nouveau média. En 2017, le magazine The New York Times sort le premier épisode d'un podcast quotidien, "The Daily". Il donne la parole aux journalistes du titre qui abordent des sujets d'actualité, et rapidement **"The Daily" se place en tête des podcasts les plus écoutés aux États-Unis avec deux millions d'auditeurs par jour**. Le journal, lui, ne réalise "que" 540 000 tirages par jours.

*"C'est impressionnant de voir comment le podcast aujourd'hui est une vraie industrie aux États-Unis, puisqu'il y a des podcasts qui font mieux que certaines radios en termes de*

*chiffre d'affaires et de recettes publicitaires"*, pointe du doigt Philippe Chapot, le fondateur et directeur de la rédaction du [magazine Le Pod](#), lancé en 2019. Cette manne financière attire inévitablement les gros investisseurs. Depuis 2018, **la firme suédoise Spotify a mis la main sur plusieurs poids-lourds américains du podcast** : le studio Gimlet Media, à l'origine de podcasts à succès, la plateforme de création Anchor, et dernièrement la société de production Parcast. Pour ce tournant stratégique, la société investit plus de 800 millions de dollars.

## **Le podcast européen émerge progressivement, l'Angleterre en tête**

Le secteur du podcast en Europe n'est pas comparable à la véritable industrie qui existe outre-Atlantique. Néanmoins, le succès est là, et comme partout ailleurs, l'année 2020 a été particulièrement prolifique en termes de création de contenus. Pour Philippe Chapot, fondateur du magazine Le Pod, *"la pandémie a accéléré la création de podcast et fait augmenter l'audience aussi, puisque les gens avaient plus de temps. Pour faire un podcast, cela prend du temps, si on veut vraiment bien le réaliser."*

**Dans le paysage européen du podcast, l'Angleterre est devenue depuis plusieurs années le leader du secteur sur le vieux Continent.** Selon Philippe Chapot :

L'Angleterre est en avance parce qu'ils ont d'abord la langue anglaise, donc quand ils lancent un podcast il a une capacité à pouvoir se propager beaucoup plus vite.

L'autre point fort du Royaume-Uni, c'est la BBC. La radio publique britannique a lancé en juin 2018 la plateforme [BBC Sounds](#) qui *"donne un accès à la radio linéaire – la radio que*

*vous écoutez sur la FM classique – mais aussi à des sélections de podcasts et à des musiques. Ils ont réussi à rassembler tout ça sur une même plateforme",* salue Philippe Chapot. Deux ans après sa création, **BBC Sounds a enregistré plus d'un milliard d'écoutes, radio, musique et podcasts confondus.**

*"L'Angleterre est suivie par l'Allemagne et derrière la France les rejoint. C'est un peu ces trois grands pays qui sont leaders sur le lancement de nouvelles technologies ou d'industrie en général, donc cela suit un peu la même logique sur le podcast",* poursuit-il. **La facilité pour fabriquer un podcast et le mettre en ligne joue aussi beaucoup dans le succès de ces créations sonores,** et promet encore de beaux jours au podcast. Philippe Chapot insiste sur la *"simplicité de réalisation et la simplicité de publication d'un podcast grâce au flux RSS qui permet, quand vous avez un podcast hébergé sur une plateforme de pouvoir le référencer sur Apple Podcast, sur Google podcasts, sur Spotify, ou sur Deezer. Il y a cette simplicité de mise en marche qui fait qu'il va y en avoir de plus en plus",* prédit-il.

## **Des podcasts disponibles dans plus de 100 langues différentes**

*"Nous voyons de plus en plus de pays se lancer dans le podcast. À un certain moment au milieu de l'année 2020, il y avait plus de podcasts mis en ligne en langues étrangères que de podcasts en anglais",* fait remarquer James Cridland, l'auteur australien de [Podnews](#), une newsletter quotidienne sur le podcast. Sur les 30 millions d'épisodes actuellement en ligne dans le monde, [plus de 100 langues](#) sont disponibles.

Par exemple, **le nombre de podcasts en hindi a été multiplié**

**par 14,1 en 2020, c'est la plus forte progression en un an.**

Cet essor en Inde peut s'expliquer par un accès plus facile à des forfaits internet pour les téléphones portables : "*Les forfaits mobiles sont de moins en moins cher car il y a beaucoup de concurrence. Cela revient donc moins cher d'écouter des podcasts*", constate James Cridland.

L'année dernière, les productions en chinois et en portugais ont également connu une croissance rapide. Au Brésil, et plus généralement en Amérique latine, **les médias investissent de plus en plus dans le podcast**, notamment la radio et la presse écrite. C'est aussi le cas dans les pays d'Asie du Sud Est où les radios prennent le tournant du podcast en rendant leurs émissions accessibles à la réécoute.

Globalement, plus la pratique du podcast est installée dans un pays, plus on y voit apparaître des producteurs indépendants, estime James Cridland, qui constate également **l'évolution dans le contenu et le format des émissions** : "*Il y a environ cinq ans, il s'agissait surtout d'une discussion entre deux personnes, ou bien une interview. Aujourd'hui, nous voyons apparaître beaucoup de fictions très bien produites et scriptées dans des pays comme le Canada, les États-Unis, ou encore la France. Un type de contenu qui va au-delà de l'émission de radio enregistrée et proposée en podcast.*"

Le podcast permet de traiter de sujets qui ne sont pas forcément présents à la radio.

James Cridland

*"L'intérêt du podcast est qu'il n'y a pas de censeur, il n'y a pas de directeur des programmes qui décide de ce que l'on peut dire ou non, de la façon de traiter un sujet. Tout ça disparaît avec le podcast. On peut parler de choses que l'on juge*

*intéressantes pour son propre public", analyse James Cridland pour expliquer cet essor mondial du secteur. "Et parfois, bien sûr, cela signifie que le podcast n'est pas très bon. Mais dans beaucoup de cas, le podcast permet de traiter de sujets qui ne sont pas forcément présents à la radio."*