

La nouvelle donne de l'édition : les Booktubers

Vous n'avez rien remarqué durant cette rentrée littéraire ?

l'automne ont pour la plupart un point commun : ce sont de nouveaux venus, plus jeunes et largement inspirés de la littérature populaire. Preuve que

Les grands prix de

les Booktubers, critiques amateurs en ligne, ont l'avenir devant eux !

Mais d'abord qu'est ce qu'un booktuber ?

C'est la version Livre des Youtubers. Vous savez ces jeunes, la vingtaine, qui se filment chez eux avant de se mettre en ligne sur internet via YouTube ? C'est ce que fait un booktuber. Mais dans ses vidéos, il parle livres ; et attention pas n'importe quel livres : livres jeunes adultes. De la littérature populaire : des sagas, du suspens, des romances, de la science fiction, de la dystopie ou du roman historique ou érotique. Elle parle plus précisément car ce sont en majorité de jeunes femmes qui parlent loin de tous les codes du genre. Pas question de grands mots, de longues phrases, de concepts, de citations ni de références. Elles jouent donc la carte de l'honnêteté et du naturel, comme si leurs spectateurs réunis en communauté étaient une bande de copains.

Un marché énorme

Depuis cinq ans, ce phénomène explose littéralement aux États-Unis et en Amérique latine avec des Booktubers qui réunissent près du million d'abonnés.

"Aux États-Unis, le marché de la littérature dite jeune adulte dépasse celui des livres classiques pour adultes." (Glen Tavenec directeur de la Collection R chez Robert Lafont)

En France, on en est pas encore là mais le marché jeunesse représenterait 13% de l'édition, d'après les chiffres du Syndicat national de l'édition. D'où la croissance des booktubers qui défendent cette littérature. Il a mis du temps à prendre, mais depuis deux ans les booktubers ont remplacé les bloggeurs. Aujourd'hui, ils sont près de 300 francophones, en France, en Belgique, en Suisse, au Québec, dont 30 dépassent les 15 000 abonnés.

Un style qui dépoussière les critiques littéraires

"Il y a un vrai snobisme littéraire en France. moi qui suis aussi libraire à Annecy quand je propose à un jeune un livre qui pourrait lui plaire, sa mère me dit : "Vous n'auriez pas plutôt un vrai livre ?" (Bulledop, booktubreuse de 25 ans)

Pour ces libraires du 21e siècle, la clef pour toucher un public est le rapport horizontal : sans intermédiaire. La plupart d'entre elles refusent donc les partenariats avec les maisons d'édition ou avec de grands médias. Donner l'impression d'être récupérées serait le plus sûr moyen de perdre tous leurs abonnés. Elles livrent donc des avis tranchés qui même lorsqu'ils sont négatifs peuvent faire augmenter les ventes d'un livre de près de 30%.

Le paradoxe est que ces passionnées de livre en vidéo ne touchent au mieux que quelques centaines d'euros par an... pour l'instant.

par [Cécile de Kervasdoué](#)

(France Culture – jeudi 3 novembre 2016)

<https://www.franceculture.fr>