

Cherche lecteurs via Internet et bandes annonces

Nous poursuivons notre petite enquête autour des techniques de marketing éditoriales (cf: l'article sur le Putpocket). Évidemment, nous ne sommes pas les seuls ni les premiers à nous y intéresser. La quatrième université d'été de la Bande-dessinée, qui se tenait du 5 au 7 juillet dernier, était justement consacrée aux questions de business, de cross-média, de trans-média, de média global et autres affaires de gros sous. Pour séduire des lecteurs rompus aux usages du numérique, d'Internet et de la vidéo, les éditeurs doivent désormais créer des sites dédiés et des Book Trailers (bandes annonces de livres).

Pour vendre leurs œuvres, les écrivains ne peuvent plus se contenter des seules critiques qui paraissent dans quotidiens ou les journaux spécialisés, ni même d'émissions littéraires à la radio ou à la télévision (dans ce dernier cas bien souvent reléguées en troisième partie de soirée ou réduite à un intermède de cinq minutes avant le journal de 20 heures). Selon une étude réalisée par Codex Group, en juin 2008, 8% des lecteurs américains avaient visité le site Internet de l'auteur avant d'acheter son livre (ce chiffre ne tenant pas compte des ventes réalisées grâce à clic vers un site marchand). La même année, la société multimédia AuthorBytes annonçait la création de 200 sites d'auteurs (dont ceux de Paul Krugman, Chris Bohjalian et Khaled Hosseini) en cinq années d'existence. En bref, ces fenêtres sur Internet semblent rapporter davantage aux web designers qu'aux écrivains eux-même. Jefferson Rabb, embauché par la maison Random House pour la promotion du Da Vinci Code de Dan Brown (un site comprenant entre autres des quizz, un jeu vidéo et une bande annonce du livre) consacre aujourd'hui 70% de son activité de designer à la création de sites littéraires, parmi lesquelles ceux de Haruki Murakami, Bret Easton Ellis et Jhumpa Lahiri.

Les Book Trailers (bandes annonces de livres) sont apparus en 2002. Le terme lui-même est une marque déposée dont la bénéficiaire est Sheila Clover English, auteur non-publié de bluettes et fondatrice de Circle of Seven Productions. Le premier clip littéraire à été présenté lors du congrès littéraire de Shreveport, en Louisiane, en 2003. En 2005, Circle of Seven Productions réalisait 12 spots publicitaires, essentiellement des commandes d'auteurs de science-fiction ou de romans à l'eau de rose. En 2008, la société annonçait 140 projets. Désormais, les Internautes peuvent visionner des dizaines de book trailers, non seulement sur les sites des éditeurs, sur des blogs personnels ou sur des sites spécialisés tels que Book-trailers.net et Bookscreening.com. Certains obtiennent des résultats équivalents aux bandes annonces de films. Parmi les Book Trailers du box office 2010, on peut citer Fallen de Lauren Kate (62 000 hits) ou Sense and Sensibility and Sea Monsters (230 000 clics), une parodie de l'œuvre de Jane Austen (Raison et Sentiments) par Ben H. Winters. Si la plupart des vidéos sont réduites à un film générique avec une présentation de l'auteur, un nombre grandissant de bandes annonces sont conçues comme de véritables courts métrages. En 2006, Michael Connelly avait, par exemple, réalisé une adaptation cinématographique du premier chapitre de son roman, Echo Park. Le Book trailer de 10 minutes pouvait être visionné sur plusieurs sites en ligne comme YouTube ou Dailymotion. C'est ainsi qu'un blogueur américain, l'éditeur indépendant, Dennis Johnson, a imaginé une parodie des Oscars, et créé un prix des meilleurs Book trailers de l'année. En mai dernier, la première édition des Moby Awards, a ainsi récompensé : la vidéo la moins susceptible de vendre des livres (Sounds of Murder de Patricia Rockwell), du Book trailer le plus soporifique (Eating Animals de Jonathan Safran Foer), de celui qui a gâché le plus d'argent (Level 26 d'Anthony Zuiker) etc.

Mangez-le si vous voulez - Jean TEULE

envoyé par EditionsPocket. - Futurs lauréats du Sundance.

En France, les éditeurs produisent encore rarement des trailers à l'américaine (Certains se souviennent peut-être de la sobre présentation graphique du roman de Jean Teulé, Mangez-le si vous voulez.) et se cantonnent plutôt à de traditionnelles interviews filmées. Dans la rubrique Multimédia du site Internet d'Albin Michel, de Gallimard de la collection Livre de Poche ou encore le blog Auteurs TV, on peut visionner quelques entretiens vidéos ou écouter des extraits audios de livres.

Sources: New York Times et The Sydney Morning Herald

Par

Publié sur Cafeduweb - Lecture le jeudi 2 septembre 2010

Consultable en ligne : <http://lecture.cafeduweb.com/lire/11994-cherche-lecteurs-via-internet-bandes-annonces.html>