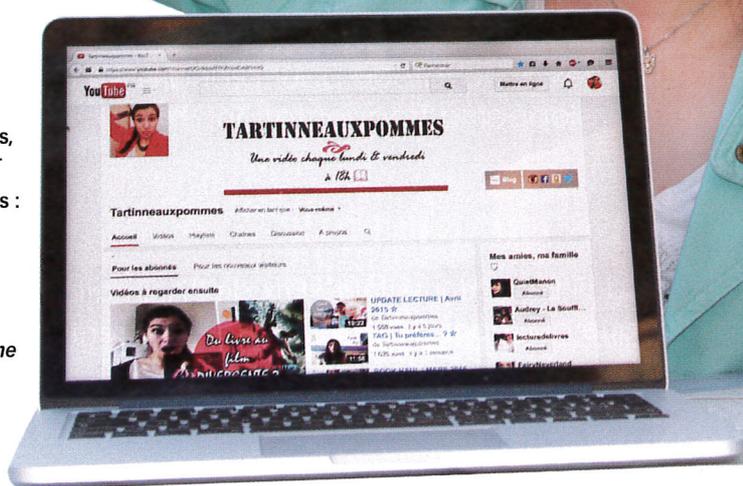


TARTINNE
AUX
POMMES

Marine, 19 ans, alias Tartinneauxpomes, 4 894 abonnés : « Je me suis arrêtée dans les rayons librairie des grandes surfaces dès mon plus jeune âge. »



Booktubeurs Les nouveaux amis du livre

Ils sont jeunes. Ils lisent beaucoup de livres. Ils en parlent avec passion dans des vidéos qui, postées sur Internet, sont suivies par des milliers de fans. Bienvenue dans le monde des booktubeurs, ces critiques littéraires amateurs qui rebattent les cartes de la promotion du livre et de la lecture.

Par **Agathe Auproux**
et **Pierre Georges**

Un jour je me suis dit que, moi aussi, j'avais des choses à partager, que j'avais envie et besoin de faire part de mes lectures aux autres. Or il n'y a pas énormément de gens qui lisent dans mon entourage. Du coup je me suis lancée », explique Malorie (Malorie Duns Books sur BookTube). La jeune femme de 24 ans est nourrice à domicile à Annecy. 8 354 personnes sont abonnées à sa chaîne de vidéos en ligne, sur laquelle elle chronique ses lectures depuis près d'un an. La critique amatrice fait partie d'une communauté propre à la plateforme de vidéo en ligne YouTube : les « booktubeurs ». Elle lit deux à quatre ouvrages par semaine et confie ses impressions au rythme d'une vidéo hebdomadaire qu'elle poste sur sa chaîne.

Contraction entre « book » (livre) et « youtubeurs » (les personnes qui postent des vidéos sur YouTube), les booktubeurs, acteurs de BookTube (une chaîne de YouTube), désignent ces ama-

teurs de lecture qui se filment en train de rendre compte des derniers livres qu'ils ont lus, à destination de leurs abonnés qui regardent et commentent fidèlement chacune de leurs vidéos.

Cette communauté avec ses codes et son vocabulaire propre (voir encadré ci-dessous) vient des Etats-Unis et a réellement émergé en 2011-2012, d'abord dans le monde anglo-saxon puis hispanique. Certains booktubers américains sont de véritables stars sur YouTube, suivis par des centaines de milliers d'abonnés dont les vidéos les plus populaires atteignent près de 300 000 vues. En France, le phénomène, qui a débuté en 2013, n'en est qu'à ses débuts mais suscite la curiosité des professionnels de l'édition qui commencent à travailler avec ces lecteurs sachant partager leurs engouements (voir p. 23). Une rencontre organisée par YouBoox au Salon du livre de Paris a permis de présenter ces nouveaux blogueurs littéraires français.

Les plus populaires en France, s'appellent Nine (19 349 abonnés), Margaud Liseuse (17 285 abonnés), Justine, qui

fait des vidéos bilingues sur Fairy Neverland (15 214 abonnées), Malorie (Malorie Duns Books, 8 689 abonnés) ou encore Emilie (Bulledop, 7 937 abonnés). Leurs vidéos tournent en moyenne autour de 10 000 vues chacune (80 000 pour leurs homologues américaines).

Avant tout passionnés

Campés devant leur caméra, les booktubers évoquent les ouvrages qu'ils ont aimés ou détestés, ceux qu'ils souhaiteraient ajouter à leur bibliothèque, ou encore ceux qui les ont fait pleurer. « *Un booktuber est avant tout un passionné de livres qui propose des vidéos de divertissement* », analyse l'un d'entre eux, Kevin (Treky sur BookTube), booktuber atypique puisque, dans un univers majoritairement féminin, non parisien et généralement très jeune (15-25 ans), c'est un homme de 35 ans, mordu de littérature classique et française. « *Il y en a pour tous les goûts et tous les âges, poursuit-il, mêmes si le "young adult" et la jeunesse sont des genres dominants du fait de l'âge des booktubers et de leur public et parce que ce sont des genres absolument désertés par les médias traditionnels.* »

« *Avant BookTube, j'avais l'impression que lire était devenu totalement "has been"* », raconte Marine, booktubuse de 19 ans. Elle porte son amour de la lecture depuis toute petite. « *Je me suis arrêtée dans les rayons librairie des grandes surfaces dès mon plus jeune âge, et j'ai eu ma première carte d'adhérente à la médiathèque à 6 ans, se souvient la jeune étudiante en lettres modernes, qui ajoute : « J'ai eu la chance d'avoir un père qui, travaillant en milieu scolaire en tant que gardien d'école, me laissait dans la bibliothèque des établissements afin que je puisse lire tranquillement. »*

Les booktubers se rejoignent tous dans une appétence sincère pour les livres et la conviction intime du rôle primordial que la lecture joue dans leur vie. Avec un chiffre record de 63 000 vues pour sa vidéo sur le livre *Nos étoiles contraires*, Nine (Les Lectures de Nine sur BookTube) est sans doute la plus populaire en France. Cette >>>

Les mots de BookTube

PAL (pile à lire) ou **PALM** (pile à lire mensuelle) : ensemble des livres que compte lire le booktuber.

Bookhaul : butin (« haul ») livresque, autrement dit présentation des derniers achats de livres du booktuber.

Wrap up (synthèse) : bilan hebdomadaire ou mensuel que le booktuber établit sur ses lectures.

Wishlist (liste de souhaits) : livres que le booktuber aimerait posséder.

BookTube-a-thon/Read-a-thon : marathon de lecture, défi que se lancent les booktubers (lire le plus possible de livres en une semaine).

Bookshelf tour (tour de l'étagère de livres) : vidéo dans laquelle le booktuber présente sa bibliothèque à ses abonnés.

Unboxing (dépaquetage) : vidéo dans laquelle le booktuber déballe en direct ses colis de livres pour que ses abonnés assistent à ses réactions spontanées.

Adresse : www.youtube.com/user/BookTubes

MALORIE
DUNS
BOOKS



Malorie Duns, 24 ans, nourrice à domicile à Annecy, 8 689 abonnés : « *Un jour je me suis dit que, moi aussi, j'avais des choses à partager, que j'avais envie et besoin de faire part de mes lectures aux autres. Or il n'y a pas énormément de gens qui lisent dans mon entourage. Du coup je me suis lancée.* »

« Avant BookTube, j'avais l'impression que lire était devenu totalement "has been". »

MARINE,
BOOKTUBEUSE



> booktubeuse de 24 ans, militaire dans la Marine nationale, se dit « chaque lecture touchée par de nouveaux romans de manière absolument inattendue ». La littérature regorge de trésors insoupçonnés, et c'est vraiment un des aspects de la lecture que j'adore, s'enthousiasme-t-elle. J'avais déjà un blog où je partageais mes avis sur mes lectures, mais je trouvais que le format écrit était beaucoup moins convivial. Avec la vidéo, on voit nos expressions du visage, on entend l'intonation de notre voix, et notre opinion sur une lecture est retranscrite avec bien plus de spontanéité que par un simple article. »

Mise en scène

Le booktubeur se met en scène – et met le livre en scène – dans le but de rendre la lecture attractive. Il veut incarner la modernité de la lecture, souligner qu'il ne s'agit ni d'une activité en désuétude à laquelle on s'adonne lors de longs dimanches pluvieux, ni d'une activité réservée aux intellectuels, mais d'un pur plaisir.

Aussi les booktubeurs ne se contentent-ils pas de raconter ce qu'ils ont pensé des derniers livres qu'ils ont lus. Dans certaines de leurs vidéos, ils détournent l'objet de façon très moderne, réalisant des mini-films thématiques. Marine s'est notamment filmée dans un

portrait chinois livresque (Les Lectures de Nine), 24 ans et militaire dans la Marine nationale, 19 349 abonnés : « Le fait de recevoir gratuitement un roman ne t'oblige en rien à en dire du bien. »



LES LECTURES DE NINE

TREKY



« Faire découvrir d'autres auteurs que les anglo-saxons »

Kevin, alias Treky, 35 ans, responsable technique informatique et télécom à Lyon, s'est converti dans ses vidéos de booktubeur en militant de la littérature francophone pour ses 1 163 abonnés.

« En 2012, j'ai eu de gros problèmes de santé. Je me suis remis à la lecture pour éviter de ne penser qu'à la maladie et pour remonter la pente. Cela a été une sorte de thérapie par les livres, avant que, très rapidement, je ne ressentie le besoin d'échanger autour des bouquins que je lisais. C'est un exercice particulièrement enrichissant. L'idée de faire des vidéos sur d'autres thèmes (comme les jeux de plateau) me trottait depuis longtemps dans la tête. J'ai finalement décidé de franchir le cap

avec BookTube. C'est un moyen intéressant d'apporter un point de vue différent de la masse sur un livre populaire, et de faire découvrir des auteurs francophones. Je souhaite faire découvrir d'autres œuvres que celles proposées par les Anglo-Saxons. D'ailleurs, parmi mes livres préférés, je ne cite que des auteurs français ou francophones : Le faire ou mourir de Claire-Lise Marguier, pour la claque que nous met l'écrivaine à la fin. Oscar et la dame rose d'Eric-Emmanuel Schmitt, pour son style si simple et profond en même temps. La trilogie des elfes de Jean-Louis Fetjaine, qui montre que l'on peut avoir en fantasy des auteurs de talent. Enfin, Michel Pastoureaux pour ses sublimes ouvrages sur les couleurs (Bleu, Noir, Vert). » A. A.

« portrait chinois livresque », où elle explique que « si elle devait être un livre », elle serait L'élégance du hérisson de Muriel Barbery. Si elle était un auteur, Tatiana de Rosnay. Un éditeur ? Pocket Jeunesse. Et une quatrième de couverture ? Celle de Nos étoiles contraires de John Green.

Malorie a réalisé une vidéo intitulée

Je pars en lune de miel avec Drago Malefoy !, dans laquelle elle répond à une série de neuf questions, du style « Avec quel personnage aimeriez-vous faire la fête ? », ou encore « Quel personnage n'aimeriez-vous pas voir nu ? ». Ses réponses : Simon Lewis de la saga The mortal instruments de Cassandra Clare, et Voldemort, qu'on ne présente plus.

Et que sans doute personne n'aimerait « voir nu ».

Naturellement, les booktubers sont devenus prescripteurs. Leurs vidéos influencent la communauté de lecteurs qui les suit. Si l'impact sur les ventes est impossible à quantifier, lorsqu'ils parlent d'un livre qu'ils ont aimé, ils transmettent immanquablement le besoin de l'acheter à certains de leurs abonnés. « *Le booktuber est aussi une sorte de libraire à domicile : il conseille, il explique et il tente de donner envie de lire tel ou tel livre* », résume Marine.

Tous les secteurs d'activité sont youtubés

Il y a donc les booktubers, qui parlent de livres sur YouTube. Mais il existe une communauté qui se consacre aux jeux vidéo, une autre qui produit des vidéos sur la cuisine et une autre encore sur la couture... Tous les secteurs sont touchés, et la communauté qui règne en maître sur le réseau est celle des youtubeuses beauté. Portées en France par Marie Lopez, alias Enjoy Phoenix (1), les youtubeuses beauté réalisent des vidéos dans lesquelles elles se maquillent et se coiffent en décrivant le processus étape par étape. Vous ne savez pas faire la « tresse épi de blé » ou un maquillage de star ? Regardez leurs vidéos. Marie Lopez gagnerait plus de 300 000 euros par an rien qu'avec sa chaîne YouTube, suivie par 1 491 894 internautes. A 19 ans, elle a arrêté ses études pour se consacrer à sa carrière de youtubeuse. Elle est invitée sur des plateaux de télévision et réunit tant de fans qu'elle réalise des meet-up à travers la France, la Belgique et la Suisse pour les rencontrer. Elle se déplace dans les villes, y donne rendez-vous à ses fans dans un lieu public et prêche de bons conseils make-up devant une foule, cette fois bien réelle, de centaines de milliers d'adoratrices venues l'écouter. Ces rassemblements sont évidemment filmés, puis postés sur YouTube. Et tant mieux, car il faut le voir pour le croire ! **A. A.**

(1) Son livre #EnjoyMarie (Anne Carrière) est encore n°1 des meilleures ventes cette semaine, voir p. 38.

Au point que les éditeurs ne peuvent ignorer le potentiel commercial de ces promoteurs 2.0 du livre. Certains établissent des contacts et des partenariats avec ces nouveaux acteurs de la promotion du livre, à l'instar de Milady, les éditions de la Reine, Sarbacane, Denoël, Gulf Stream, ou encore Hugo & Cie. « *Le fait de recevoir gratuitement un roman ne m'oblige en rien à en dire du bien*, précise toutefois Nine. *Je reste complètement objective, et si je n'aime pas ou même si je déteste un livre, je ne me gênerai pas pour le dire. Les maisons*

d'édition le savent et ne cherchent pas à acheter mon opinion. »

En bien ou en mal, l'important pour les éditeurs est surtout qu'on parle du livre. « *Au tout début de la création de ma chaîne, c'est moi qui allais vers les maisons d'édition, se souvient Marine. Maintenant, c'est l'inverse. Elles me proposent un partenariat ponctuel ou sur la durée. Récemment, L'Ecole des loisirs m'a contactée pour m'envoyer les nouveautés qui m'intéressaient chez eux et chez Rue de Sèvres.* » Une reconnaissance. **A. A.**

« Ils ont un effet visible sur les ventes »

L'émergence des booktubers dans la prescription de livres est clairement perçue dans les services de presse des maisons d'édition, même si leur impact apparaît inégal.

J'ai assisté aux débuts timides d'une poignée de blogueurs littéraires face à des webcams, qui proposaient alors un concept de présentation inédit en France, largement inspiré des Etats-Unis, se souvient Aurélia Chesneau, attachée de presse chez Milady. En l'espace de quelques années, ces animateurs du Web se sont imposés comme de nouvelles voix journalistiques, tout à fait complémentaires des médias traditionnels », estime-t-elle, en faisant valoir l'aisance et le professionnalisme de certains booktubers, qui n'ont rien à envier aux animateurs de télévision. Du coup, les éditeurs n'hésitent plus à nouer des partenariats durables avec ces critiques littéraires d'un nouveau genre. Milady, qui a particulièrement à cœur de les valoriser, leur envoie ses ouvrages, travaillant avec une trentaine de booktubers de tous les âges et recherchant sans cesse de nouvelles collaborations.

Les éditeurs ne s'y trompent pas : les booktubers sont avant tout des passionnés de

lecture, qui s'investissent considérablement pour promouvoir leurs coups de cœur et animer leurs communautés respectives. Les plus dynamiques n'hésitent plus à s'équiper d'un matériel quasi professionnel, caméra dernier cri et logiciels de montage performants pour proposer à leurs milliers d'abonnés des vidéos de qualité optimale.

Des domaines très ciblés

Pour Maud Beaumont, chez l'éditeur de bandes dessinées Delcourt, « *il y a deux conditions sine qua non pour engager une collaboration avec un booktuber : la qualité de la critique et le nombre d'abonnés à la chaîne. Si, en plus, les chroniques sont relayées par des auteurs ou des journalistes sur les réseaux sociaux, c'est un argument de poids* ». Ce que confirme Aurélia Chesneau : « *Les lecteurs de 12-30 ans s'identifient certainement davantage à un youtubeur avec qui ils partagent des centres d'intérêt qu'à des émissions télévisées culturelles et généralistes qui n'ont pas l'envie ou l'intention de communiquer à l'adresse des téléspectateurs de moins de 30 ans.* »

« *L'effet sur les ventes est souvent visible, et nous travaillons efficacement avec quelques booktubers*, observe aussi Charlotte Ajame, attachée de presse chez Flammarion. *Mais, tempère-t-elle, ma sensation reste que cela fonctionne mieux sur des thématiques ou des domaines très ciblés que sur la littérature de manière générale. Beaucoup de ces booktubers ne s'intéressent par exemple qu'à la fantasy ou à la science-fiction.* » **P. G.**



« Les 12-30 ans s'identifient davantage à un youtubeur avec qui ils partagent des centres d'intérêt. »

**AURÉLIA CHESNEAU,
MILADY**