

## OBSERVATOIRE DES PODCASTS

### Lexique

**Il est conseillé de se référer au lexique tout au long de la complétion des questionnaires. Il s’agit ici de partis pris, qui s’appliquent à ces documents. Les définitions partagées ont pour seul objectif d’homogénéiser les réponses.**

### Définitions générales

**Audio digital** : le terme englobe non seulement les podcasts (de rattrapage et natifs), mais aussi les radios live digitales (le flux linéaire des radios diffusées en hertzien disponibles en ligne sont pris en compte), les webradios, le text-to-speech, l’audio-gaming, le streaming, etc.

**Podcast<sup>1</sup>** : contenu audio numérique qu’il est possible d’écouter n’importe où, n’importe quand, grâce à la technologie du flux RSS. Cela inclut l’écoute en téléchargement et en streaming. Cela inclut les podcasts gratuits et les podcasts payants ou sur abonnement.

**1 podcast** correspond à 1 unitaire ou à 1 série (elle-même composée de plusieurs épisodes).

**Attention** : 1 podcast ne correspond pas systématiquement à 1 flux RSS.

**Podcast de rattrapage (ou *replay*)** : podcast correspondant aux programmes de radios, diffusés initialement en linéaire, et qui peuvent être réécoutés à la demande.

**Podcast natif** : podcast à l’origine produit en vue d’une diffusion directe auprès du public à la demande, sur le web (site ou application), sans passage à l’antenne (y compris lorsque celui-ci est produit par une radio). Un podcast natif peut toutefois, dans un second temps, dans certains cas, être diffusé sur un média en linéaire.

**Podcast actif** : ayant une activité au cours des 90 derniers jours (3 derniers mois). Un programme de podcast est actif si un épisode a été ajouté au cours des 90 derniers jours. Un épisode de podcast est considéré comme actif, s’il a été ajouté au cours des 90 derniers jours.

### Les principales activités de la chaîne de valeur

**Accompagnement au développement** : ensemble des activités visant à accompagner les projets de podcasts dans leur développement, principalement en proposant : des conseils aux auteurs, la mise à disposition de matériel ou encore une mise en réseau.

**Acquisition** : activité visant à acquérir un ou des programmes de podcasts écrits, réalisés et produits par d’autres.

---

<sup>1</sup> Source : <https://podmust.com/podcast-definition-histoire/>

**Collecte et versement de droits d’auteurs :** activité d’intermédiaire permettant d’effectuer la collecte des droits d’auteurs auprès des différents acteurs de la chaîne de valeur, notamment les plateformes de diffusion, afin de les reverser aux auteurs et ayants-droits, faisant valoir leurs droits d’auteurs.

**Co-production :** activité impliquant une production en lien avec un autre producteur.

**Déclaration des droits d’auteurs :** activité visant à déclarer auprès des organismes de gestion collective les revenus nécessaires au versement des droits d’auteurs.

**Diffusion :** activité permettant de mettre à disposition de l’utilisateur final le contenu audio (généralement stocké chez un hébergeur, cf. définition du lexique).

**Écriture :** ensemble des activités d’écriture exercées par l’auteur, secondé par d’autres auteurs le cas échéant (écriture littéraire et/ou composition sonore) qui vont guider le développement de son idée de podcast.

**Editorialisation :** activité visant à mettre en avant les podcasts sur une interface utilisateur numérique. Cette éditorialisation peut se faire techniquement, via des algorithmes et/ou humainement, via de la curation de contenus.

**Graphisme/illustration des podcasts :** activité visant à créer le visuel du podcast accessible à l’auditeur final.

**Hébergement et distribution :** activité d’intermédiaire technique, assurant le stockage des données et la mise à disposition du signal (flux RSS) auprès des plateformes dites « de diffusion ».

**Intégration de publicités :** activité technique de mise à disposition d’un outil permettant d’apposer sur des contenus, ici des podcasts, de la publicité.

**Mesure de l’audience :** activité visant à mesurer l’audience (trafic) d’un contenu, ici d’un podcast. Plusieurs indicateurs et méthodologies de mesures cohabitent pour la mesure de l’audience des podcasts.

**Monétisation :** action de s’appuyer sur un contenu et son audience, ici d’un podcast, pour générer des revenus publicitaires ou via un mécanisme d’abonnement.

**Post-production :** activité intervenant à la fin de la phase de la phase de réalisation et visant à finaliser les contenus produits par l’intermédiaires notamment des monteurs et des mixeurs. Ces activités peuvent également être remplies par des prestataires ad hoc.

**Production :** ensemble des activités à dominance administratives et technique visant à accompagner la création et la réalisation d’un podcast, avec notamment : le financement du projet ou la recherche de financements externes, l’élaboration et le contrôle du budget, les prestations techniques, l’accompagnement en conseils, l’accompagnement dans la valorisation du contenu (stratégie de diffusion, stratégie marketing et de promotion).

**Promotion des podcasts :** ensemble des activités de communication visant à rendre visible et à développer la notoriété d’un podcast auprès d’auditeurs. La promotion

recoupe : les créations de visuels en vue d'une mise en avant et l'utilisation des leviers de communication permettant d'accroître la connaissance du podcast (mise en avant sur les réseaux sociaux, création des contenus publicitaires etc.). La promotion des podcasts peut être gérée en interne (service ou personne en charge de la communication dans une entreprise) et/ou en externe (les entreprises peuvent alors faire appel à des agences de communication, cf. Agence de communication). Ici on ne prend en compte ni les activités techniques assurant la mise en avant des podcasts directement sur les plateformes de diffusion, ni les activités des régies publicitaires podcasts.

**Qualification de l'audience** : ensemble des actions, des études ou des dispositifs qui permettent d'obtenir des renseignements sur les caractéristiques socio-démographiques de l'audience.

**Réalisation** : ensemble des activités permettant la création du podcast et donc le passage du texte écrit au format audio de podcast. Sont parties prenantes dans la réalisation différentes activités portées par le ou les réalisateur(s) exercées par : les comédiens, les designers sonores, les bruiteurs, les illustrateurs, les techniciens, etc. Certaines activités peuvent également être remplies par des prestataires ad hoc.

**Représentation des intérêts des acteurs du secteur des podcasts** : activité visant à assurer la défense des intérêts matériels et moraux des acteurs de l'écosystème des podcasts.

## Les principaux acteurs de la chaîne de valeur

**Agence de communication/de publicité** : acteur en charge de la stratégie de communication d'une marque (cf. activité de promotion *supra*). Cette activité peut être internalisée pour certaines structures.

**Auteur, autrice<sup>2</sup>** : personne physique ayant participé à l'écriture ou à la conception d'une œuvre sonore, ici d'un podcast, au titre de laquelle elle est rémunérée. Peuvent avoir le statut d'auteur : les personnes assurant l'écriture du podcast, les réalisateurs et les compositeurs. L'auteur bénéficie de droits moraux et patrimoniaux sur l'œuvre. Ne sont pas considérés comme auteurs : les personnes ayant exercé une activité de technicien au montage du podcast.

*Selon l'article L113-8 du CPI, ont la qualité d'auteurs d'une œuvre radiophonique, la ou les personnes physiques qui assurent la création intellectuelle de cette œuvre.*

**Coproduiteur** : société qui participe à la production du podcast avec d'autres producteurs, apportant généralement un financement et acquérant des parts sur l'œuvre et des droits à recettes.

**Editeur** (médiat audio, audiovisuel, presse, en ligne) : personne physique ou morale qui édite des contenus sous formats audiovisuel, audio ou écrit.

---

<sup>2</sup> Source : <https://www.scam.fr/vous-creez-des-oeuvres/ecoutez-le-podcast-a-comme-auteurice/>

**Hébergeur** (activité de distribution) : intermédiaire technique qui assure le stockage de contenus produits par des tiers et la mise à disposition des flux RSS auprès de tiers, et non directement auprès de l’auditeur final – au titre de cette activité. Cet acteur n’intervient pas dans la création ou la sélection des contenus diffusés. Il peut cependant proposer, à destination de ses clients, d’autres services en lien avec les podcasts pour les accompagner dans la mise en avant de leurs contenus, principalement sous forme de conseils ou de mise en relation avec des prestataires. Les hébergeurs peuvent également avoir une activité de diffusion. Exemple : Ausha.

**Incubateur** : acteur exerçant une activité d’accompagnement à la création de projets, et notamment des projets de podcasts. Structure proposant un accompagnement dédié, qui se matérialise sous plusieurs formes : conseils, mise à disposition de matériel, mise en réseau, financements, etc.

**Organisme de Gestion Collective (OGC)** : acteur percevant et reversant aux auteurs et ayants droit adhérents, les droits d’auteurs qui leurs sont dus au titre de l’exploitation de leurs œuvres.

**Outil de monétisation** (ad tech) : intermédiaire technique permettant d’apposer des contenus publicitaires sur des contenus audio, ici des podcasts, via un outil technologique dédié. Exemple : Adswizz, Soundcast.

**Plateforme de diffusion** (activité de diffusion) : acteur assurant la mise à disposition à l’auditeur final du contenu, ici d’un podcast, via une interface numérique. Les diffuseurs peuvent donner accès aux contenus via trois types de plateformes : des plateformes de streaming, des plateformes propriétaires et des plateformes de type agrégateur (cf. lexique).

- **Plateforme de streaming** (activité de diffusion) : plateforme de diffusion mettant à disposition du public des contenus produits par des tiers, ainsi que des contenus produits en interne ou en externe pour son compte. Exemple : Spotify, Deezer.
- **Plateforme propriétaire** (activité de diffusion) : plateforme de diffusion mettant à disposition du public uniquement (ou presque en totalité) des contenus produits en interne ou en externe pour son compte. Exemple : l’application radio Radio France ou encore Arte Radio.
- **Plateforme agrégateur** : plateforme d’écoute de contenus uniquement produits par des tiers et mis à disposition sur le web par des tiers. Exemple : Radioline

**Producteur délégué** : Société prenant la responsabilité de la production de l’œuvre (financière, artistique et technique), ici d’un podcast, et en garantit la bonne fin. Le producteur délégué établit le budget, recherche des financements et prend en charge les coûts. Il est propriétaire des droits d’auteurs permettant la production du podcast et son exploitation, ainsi que de la totalité de la propriété sur l’œuvre et ses revenus. Il peut toutefois rétrocéder à des coproducteurs des parts de propriété et des droits à recettes. Il peut également rétrocéder des droits à recettes à des ayants-droits (notamment les auteurs, au regard de leurs droits patrimoniaux).

**Producteur exécutif :** Société mandatée par le producteur délégué pour effectuer une prestation technique permettant la réalisation d’une œuvre. Il encadre cette réalisation en respectant les contraintes budgétaires établies. La production exécutive comprend toutes les démarches administratives, l’engagement des artistes, des techniciens, etc., ainsi que le suivi technique. Le producteur exécutif est un prestataire, rémunéré comme tel, et ne possède aucun droit sur l’œuvre. Il est assez fréquent que le producteur délégué soit également le producteur exécutif.

**Producteur intégré :** producteur délégué appartenant à un groupe plus large dont l’activité première est la diffusion (ex. groupe média, chaîne de télévision, radio, groupe de presse, plateforme de diffusion, etc.).

**Producteur de type « pureplayer »** (à distinguer de producteur intégré) : producteur délégué n’appartenant pas à un groupe dont l’activité première est la diffusion.

**Régie publicitaire :** acteur intermédiaire entre les annonceurs souhaitant diffuser des publicités et les éditeurs ou autres acteurs tiers mettant à disposition des espaces publicitaires ; peut être interne ou externe (cf. *infra*).

- La régie publicitaire peut être intégrée au sein d’un média ou groupe média. La régie propose ses services pour les entités du média ou groupe média, et peut également les proposer pour d’autres acteurs. Exemple : Radio France Publicité, M6 Publicité.
- La régie publicitaire peut également ne pas appartenir à un média ou groupe média et travailler pour de multiples clients. Exemple : Targetspot, Audi-on

**Réalisateur :** personne qui dirige la fabrication de l’œuvre, ici le podcast.

**Société de mesure d’audience :** acteur exerçant une activité de mesure d’audience. Exemple : ACPM, Médiamétrie.

**Studio de post-production :** prestataire assurant une activité de post-production.

**Syndicat professionnel<sup>3</sup> :** association regroupant des personnes exerçant la même profession, des métiers similaires ou connexes, qui a pour objet exclusif l’étude et la défense des droits, ainsi que des intérêts matériels et moraux, collectifs et individuels des travailleurs. Les organisations syndicales ne font pas partie de cette catégorie (CGT, CFDT, FO etc.).

---

<sup>3</sup> Source : <https://www.vie-publique.fr/fiches/24062-quest-ce-quun-syndicat-representatif-et-comment-organise-t-il>