

# Le **Comptoir** de la **Comm**

by La **Brasserie** du **Digital**

**Mardi 19 mars - 18h**



LA  
**BRASSERIE**  
DU **DIGITAL**

- ÉVÉNEMENT -

**ADHÉRENTS**

► **Podcast :**

## **Introduction et clés pour se lancer**

*Animé par Mathilde Girault, Mélissa Dietlin et Clément Jouve*

# Qui sommes-nous ?

— — —

## Mélissa Dietlin

Mélissa est Consultante en (web)marketing depuis 2016. Elle a créé PARENTAGE, une émission audio sur la parentalité en Haute-Loire. Après s'être passionnée sur le sujet du peripartum, elle décide de faire des interview intimes pour révéler les aventures atypiques de parents derrière des profils de professionnels de la parentalité (mais pas que).

Son nouveau projet, "Capitaine Capitaine!" avec Thomas FAVRE (stratégiste) et Nizar DRIDI (juriste) nous parlera d'entreprenariat.



## Clément Jouve

Clément est le créateur et animateur du podcast Et Puis Voilà Quoi. Éducateur spécialisé de formation, parler aux gens, c'est son truc. Autodidacte dans l'audio, c'est l'envie de partager ses discussions "entre amis" qui le pousse à enregistrer sa première émission.

Rapidement le format évolue et propose aujourd'hui aux porteurs de projets atiligériens une tribune. Culture, territoire, projet et divertissement se mêlent étroitement au sein de ses émissions au ton authentique et décomplexé.



## Mathilde Girault

Mathilde travaille dans l'univers des contenus et notamment audio depuis 2012, d'abord à la tête d'une agence spécialisée puis d'un studio de podcast à Paris. Depuis 1 an et demi elle accompagne en indépendante des porteurs de projets qui cherchent à créer ou à développer leur podcast; elle est également consultante en stratégie éditoriale plurimédia et copywriter.

Elle a cofondé l'association Dis Mara qui organise le 1er événement dédié au podcast en Haute-Loire : Destination Podcast

**DIS MARA**

**D**  
**DESTINATION**  
**PODCAST**  
Le festival à l'écoute des territoires



**Nizar DRIDI**

JURISTE SPÉCIALISTE  
EN DROIT DES ENTREPRISES

MASTER EN DROIT EUROPÉEN DES AFFAIRES  
ET DIPLOME DE DROIT COMPARÉ

SECRÉTAIRE DU CLUB  
INTERENTREPRISES LOCALES (CIEL 43)

FORMALISTE EN  
DROIT DES SOCIÉTÉ ET MARCHÉS PUBLICS

MEMBRE DU CABINET CHARDON-ROCHE

ANGLAIS MAÎTRISÉ, ESPAGNOL ET ARABE NIVEAU A2

ENSEIGNANT EN ÉCOLE DE COMMERCE  
(BAC+2, BAC+3, BAC+5)



**Thomas FAVRE**

CONSULTANT EN STRATÉGIE

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
ET BAC+5 EN MANAGEMENT

MEMBRE DU CABINET BLUESTEAM

PRÉSIDENT DU CLUB INTERENTREPRISES LOCALES (CIEL 43)

MEMBRE DU CABINET CHARDON-ROCHE

MEMBRE DE LA JEUNE CHAMBRE ÉCONOMIQUE (43)

ANCIEN AMBASSADEUR BUSINESS NETWORK INTERNATIONAL

ENSEIGNANT EN ÉCOLE DE COMMERCE (BAC+3, BAC+5)



**Mélissa DIETLIN**

CONSULTANTE (WEB)MARKETING  
ET GRAPHISTE



LICENCE EN ARTS NUMÉRIQUES

RESPONSABLE COMMUNICATION POUR UN GRAND  
GROUPE EN B2B PENDANT 6 ANS



ANCIENNE COFONDATRICE ET DIRECTRICE  
MARKETING DE LA STARTUP "ICI SANTÉ"

CREATRICE DE L'AGENCE MARKETING "ATELIER LUDGATE"



CRÉATRICE DU PODCAST  
PARENTALITÉ EN HAUTE-LOIRE "PARENTAGE"

ENSEIGNANTE EN ÉCOLE DE COMMERCE  
(BAC+2, BAC+3, BAC+5)

# PARENTAGE

*Parents et partage*

[Linktr.ee/parentage\\_podcast](https://linktr.ee/parentage_podcast)

 @Parentage\_podcast

 Parentage Podcast



Présenté par Mélissa DIETLIN



Une émission audio pour déjouer les tabous au sujet de la parentalité, interroger des mères, des pères et des professionnels intimement sur leur parcours. Les histoires de Parentage sont principalement Atiligiériennes afin de mettre en avant les ressources du département et refléter des problématiques locales, mais parfois au-delà. Vous trouverez des ressources pratiques et émotionnelles à travers l'histoire de chaque épisode !



PARENTAGE  
*Parents et partage*



 @etpuisvoilaquoi\_media

 Et puis voilà quoi

1  
JEUDI SUR  
2



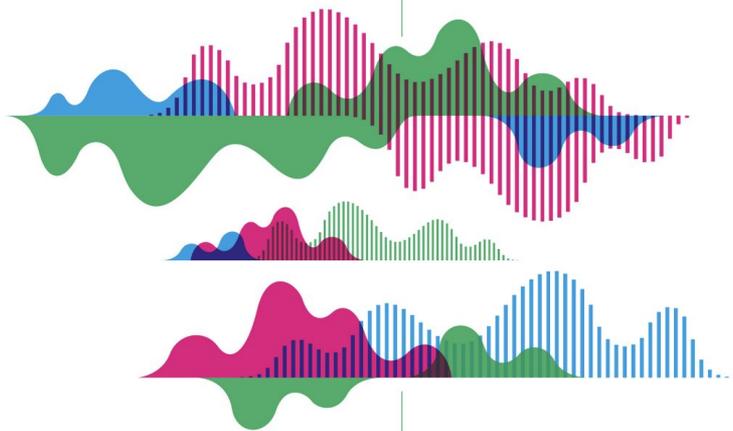
Présenté par Clément et Mathis

Dans ce podcast, on y croisera tantôt des artistes, des entrepreneurs, des passionnés, des professionnels, des amateurs, des influenceurs autant que des influencés. On y parle de tout et de rien, parfois de n'importe quoi, toujours de ce qu'on aime. Podcast en trois parties, la première, les jeux ; la seconde, modulable selon les invités ; la troisième : les trois questions. On s'appelle Clem et Mathis (ce bon vieux Kick)...



# DESTINATION PODCAST

Le festival à l'écoute des territoires



30 mai au 1<sup>er</sup> juin 2024  
Puy-en-Velay (43)

**Premier événement qui s'intéresse aux liens entre les podcasts et les territoires, partout en France.**

A destination des acteurs de l'attractivité des porteurs de projets, des professionnels et du grand public pour promouvoir et encourager le développement du média podcast,

ce festival propose de découvrir un média innovant qui part à la rencontre de talents, de savoir-faire, d'histoires et d'explorer les opportunités de l'audio pour se démarquer.

**Un rendez-vous pour contribuer à positionner le Puy-en-Velay, sur les nouveaux médias au croisement des enjeux de développement numérique et d'attractivité du territoire.**

**[destination-podcast.fr](https://destination-podcast.fr)**

organisé par l'association DisMara

# Le Podcast en 2024

**Tour d'horizon**

# Un média qui a changé le visage des médias..

---

Le podcast a été inventé en 2001 mais c'est à partir des années 2014/2015 que les usages évoluent rapidement à l'initiative des Etats-Unis mais aussi de l'Europe du Nord. (Gimlet Média, Acast, Audible puis Slate en France)

Depuis 10 ans, le podcast natif, par opposition au podcast de rattrapage à contribuer à faire évoluer le paysage médiatique.

- des sujets et des thématiques nouvelles, jusqu'ici non abordés par les médias traditionnels
- des usages nouveaux liés à la mobilité
- des producteurs de contenus non professionnels



# en croissance rapide mais qui peine encore à trouver son modèle

---

L'audience du podcast dans le monde et en France est en progression constante

Si l'année 2023 a été marquée par un certain ralentissement sur le marché mondial, 2024 semble promettre une nouvelle embellie.

Une nouvelle étape dans le déploiement du podcast et dans la consolidation d'un modèle économique encore fragile :

- un marché publicitaire encore restreint dû à des spécificités des audiences (morcelées, plus petites mais plus engagées, mesure d'audience non harmonisées)
- pas d'aides ou de subvention à la création contrairement aux autres ICC en France
- les grandes radios en France ne passent pas commande auprès des producteurs indépendants contrairement à la Belgique ou aux UK
- un enjeu autour de la découvrabilité

# Quelques chiffres sur le podcast en France en 2024

---

**82% des Français écoutent des contenus audio et 1/3 d'entre eux sous forme de podcast.**

Le nombre de personnes écoutant des podcasts connaît une croissance impressionnante de plus de 50% (Source : Harris Media).

Pendant ce temps, les radios FM ont perdu 3,1 millions d'auditeurs depuis 2018, illustrant clairement la transition du public vers les podcasts.

**En 2023, les podcasts natifs font plus de 20 millions d'écoutes/mois,** 37 % des Français écoutent au moins un podcast/mois.

40% des personnes interrogées disent savoir ce qu'est un podcast natif, contre 31% en 2022.

(source Paris Podcast Festival oct 23)

Le podcast attire de nouveaux profils, notamment des femmes et des personnes entre 50 et 64 ans. C'est un média dont les adeptes sont récents et de plus en plus nombreux.

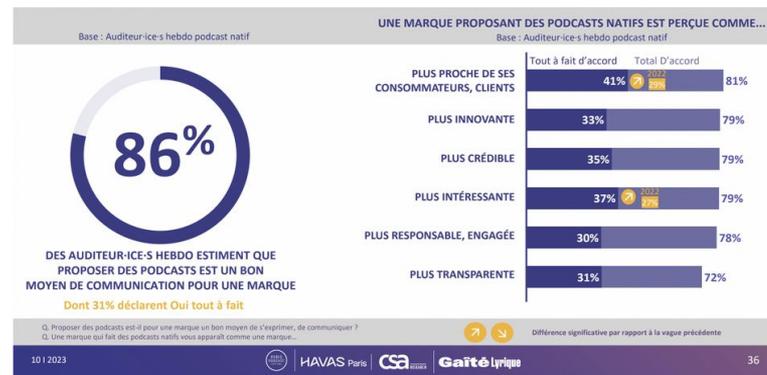
# Les atouts du podcast : un lien particulier avec son audience

Le podcast est pour 88% de ses auditeurs le média de la confiance, devant les médias traditionnels et devant les réseaux sociaux.

81% des auditeurs estiment que le podcast les a fait changer d'avis ou de regard sur un sujet.

Les marques se saisissent du podcast pour se raconter et créer du lien avec leurs clients,

86% des auditeurs hebdo estiment que le podcast est un bon moyen de s'exprimer pour les marques, à condition qu'elles servent une grande cause ou un engagement.



# Qui sont les gros acteurs du podcast en France

---

## Les studio de production :

- Nouvelles écoutes, Louie Média, Binge Audio, Bababam, Initial Studio, Paradiso, Studio Minuit, etc

Spécificité française, ils produisent pour eux et pour des tiers

## Les créateurs indépendants

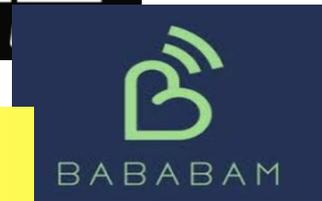
- Lauren Bastid, Mathieu Stefani, Agathe Lecaron, Marine Baousson et moult
- Mais aussi youtubers et influenceurs aujourd'hui

Encore peu d'élus vivent de leur podcast mais c'est possible

## Les médias :

- Radio
- Presse écrite Le Monde, Le Parisien, L'Equipe
- TV : France 5

Les médias y ont tout à gagner : augmentation de leur présence en ligne, diversification de leurs audiences, nouveaux sujets.



# Qui sont les gros acteurs du podcast en France

---

## Top des audiences

### Podcasts natifs (ACPM 02/24)

1. L'Heure du monde (Le Monde) 1,5M
2. Transfert (Slate)
3. Bliss-Stories (Clémentine Galey)
4. Metamorphose (Anne Ghesquière)

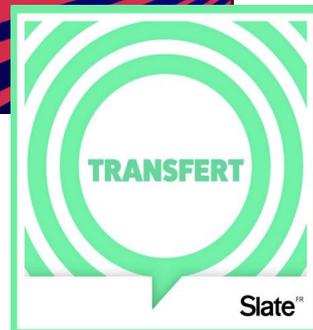
Actu, société, humour et true crime

### Podcasts replay (ACPM 02/24)

1. Les actus Hugo Décrypte 1,6M
2. Manu dans le 6/10 (NRJ)
3. L'appel trop con (Rire & Chansons)
4. Montreux Comedy

France Inter est la radio qui compte le plus grand nombre d'écoute de podcast (41K écoutes/mois), suivie par RTL (29k)

Les Grosses têtes et l'After foot



# Se lancer dans le podcast

# Les bonnes raisons de créer son podcast

— — —

**Il y a de multiples raisons qui peuvent vous donner envie de vous lancer :**

- Apprendre et développer vos propres connaissances - trouver des réponses à vos propres questions
- Vous faire connaître ou faire connaître votre entreprise - en engageant la conversation
- Mettre en lumière un sujet ou une thématique peu ou mal connue du grand public - en partant de l'expérience du terrain pour diffuser de la connaissance
- etc

**Gardez en tête que ce qui est important :**

- Créer un lien particulier avec votre public
- Partager des connaissances sur un sujet qui vous passionne ou vous questionne
- Partir de l'expérience des gens ou de la vôtre, pour parler d'un sujet qui vous tient à coeur

=> soyez curieux curieuse & exigeant.e

# Les grandes étapes de la fabrication

— — —

## 1. Stratégie éditoriale : définir son angle éditorial

- que voulez-vous partager et à qui, avec quelle tonalité

## 2. Préparation et préproduction : construire le déroulé de son émission

- enquête, prise de contact, rédaction de conducteurs

## 3. Production : prendre du son et poser sa voix

- enregistrement, prise de son, interview, animation ou narration

## 4. Postproduction : travailler le rythme, la qualité et le confort d'écoute

- montage et mixage (habillage)

## 5. Diffusion : rencontrer son audience

- hébergement, editing, promotion et communication

# Comment commencer ?

---

Seul.e ou avec un.e professionnel.le, il vous faudra définir en priorité :

=> **la singularité de votre projet** votre positionnement, votre format, votre identité

=> **votre réalisme et capacité à délivrer** le temps et l'argent que vous pouvez y consacrer

=> **votre motivation sur la durée et d'amélioration continue** vos objectifs, et critères de réussite



# Boîte à outils et conseils

— — —

## Le matériel

- micro casque
- enregistreur

## Les logiciels de montage

- gratuit ou payant

## Les plateformes

- des hébergeurs
- adaptés à vos besoins



## Développer sa communauté

Ce qui fera le succès de votre podcast n'est pas tant la taille de votre communauté que son engagement

- les réseaux sociaux : visibilité et dialogue
- les lives et événements : occasion de rencontre
- les + : éditions, jeu, déclinaisons

nota : le podcast est un outil de + en + utilisé en complémentarité avec d'autres canaux d'expression. Il devient aujourd'hui une franchise/ une marque pour déployer la présence du podcasteur indépendant ou de la marque sur d'autres terrains.

# Gagner de l'argent ?

---

## **Sponsoring**

- annonceur intéressé par votre sujet ou par l'audience que vous touchez : démarchage commercial et bon argumentaire

## **Monétisation**

- pub via votre hébergeur : audience existante ou un sujet très porteur

## **Crowdfunding et financement collaboratif**

- ponctuellement ou de manière pérenne (patreon ou tipee) : communauté engagée mais pas nécessairement très grande
- associé à une déclinaison de votre marque sur d'autres supports

## **Produire pour des tiers**

- proposer à des entreprises d'intervenir dans votre podcast contre rémunération ou devenir producteur pour des tiers

**Le podcast pour une marque ou une entreprise**

# L'intérêt du podcast pour une marque

---

Une entreprise ou une marque peut utiliser le format podcast, à destination de l'interne ou du grand public et pour par exemple :

- Informer, soit en interne soit auprès du grand public,
- Éduquer ses consommateurs,
- Inspirer ses collaborateurs ou une cible de clients affinitaire avec la marque,
- Divertir ceux et celles qu'on veut toucher...

Le podcast de marque peut être créé pour événementialiser le sujet du moment ou un lancement de produit, mais le mieux c'est qu'il s'inscrive dans la durée avec une régularité dans la diffusion des épisodes afin de créer un rendez-vous.

# L'élément d'un mix média plus global

---

Pour une marque ou une entreprise, le podcast est au service d'une stratégie de communication et s'inscrit généralement dans un ensemble de canaux différents et complémentaires.

Il est donc fondamental de travailler la stratégie éditoriale, la tonalité et la stratégie de diffusion en fonction des objectifs de l'entreprise.

Travailler la marque employeur ? Fédérer les collaborateurs ? Attirer de nouveaux candidats ? Travailler sa notoriété ? Créer de l'engagement ? Montrer son expertise à ses partenaires ? Faire parler ses clients ? Former ses collaborateurs ?...tout est possible avec le format podcast

**merci !**

**Contacts**

**Mélissa Dietlin 06 10 34 39 60, Clément Jouve 06 69 11 87 98, Mathilde Girault 06 03 17 76 05**