

**Briser la barrière de la langue dans le
podcast en Europe: les
enseignements de l'adaptation du
podcast The Santiago Boys**



Le marché du podcast aux États-Unis est plus mature que le marché européen. La raison ? Son public est anglophone, et donc plus nombreux. Cela facilite l'accès à des budgets publicitaires et, de ce fait, des productions plus nombreuses et plus ambitieuses. Le marché européen, lui, doit relever le défi

d'atteindre une audience diversifiée et multilingue. Comment surmonter cette complexité ? Dans cet article, nous partageons les motivations derrière notre récente adaptation en français de *The Santiago Boys*, ainsi que les défis et les leçons tirées de cette adaptation. Des enseignements précieux pour tous ceux qui envisagent des moyens d'étendre la portée de leur podcast au-delà des frontières nationales.

La langue : une barrière structurelle dans le podcasting européen

Au cours des cinq à dix dernières années, le podcasting en Europe a connu une croissance spectaculaire en termes de nombre de podcasts publiés, d'augmentation du nombre d'auditeurs, et donc de valeur économique. Selon eMarketer, entre 2019 et 2024, le nombre d'auditeurs de podcasts dans 9 pays clés d'Europe est passé de 55,5 à 94,1 millions[1] !

Malgré cette tendance à la hausse, le marché européen de l'audio et des podcasts accuse un retard par rapport aux États-Unis. Cela s'explique en partie par le fait que le format podcast a été développé plus tôt aux États-Unis. Cependant, d'autres facteurs structurels, comme la langue, constituent des limites endogènes au développement du marché européen.

Car oui, la multiplicité des langues en Europe limite le potentiel des podcasts dont le sujet aurait pourtant une portée transfrontalière.

La barrière linguistique empêche les histoires, même universelles, d'atteindre un public plus large. On peut considérer cette division linguistique comme une « *défaillance structurelle du marché* », qui limite non seulement le nombre d'auditeurs potentiels, mais aussi les revenus publicitaires – un composant clé pour permettre aux créateurs de se développer.

Contrairement à l'industrie de la vidéo, qui peut s'appuyer sur les sous-titres pour surmonter les barrières linguistiques, le podcasting, qui repose fortement sur la langue et la voix, ne dispose pas encore d'un modèle établi pour les adaptations multilingues.

La naissance du projet RePod

En tant que studio européen de podcast, nous avons participé au projet RePod[2], conçu pour rapprocher les différents marchés nationaux du podcast en Europe et explorer de nouveaux modèles économiques pour les médias centrés sur l'audio. Reconnaisant le besoin croissant de productions audio transfrontalières, le projet RePod est devenu une étape essentielle pour

expérimenter des stratégies d'adaptation pouvant étendre le marché européen du podcast. RePod a poursuivi ces objectifs à travers diverses initiatives, comme le lancement de la série de podcasts du même nom : RePod.

Une autre initiative majeure a été l'adaptation de *The Santiago Boys* de l'anglais vers le français. Ce podcast raconte l'histoire de Cybersyn, un réseau numérique révolutionnaire imaginé par le président chilien Salvador Allende dans les années 1970. Interrompu par le coup d'État de 1973, ce projet visait à centraliser les données à l'échelle du Chili. La série explore ce qui aurait pu se produire si le projet avait abouti, en se concentrant sur l'équipe d'Allende et le visionnaire technologique britannique Stafford Beer.

Pourquoi *The Santiago Boys* ?

Europod et son partenaire Chora Media ont choisi *The Santiago Boys* comme série pilote pour le projet RePod en s'appuyant sur plusieurs critères stratégiques :

- **Reconnaissance de l'auteur et de l'hôte** : Evgeny Morozov, figure critique reconnue dans le domaine de la technologie, apporte une voix et une autorité qui rendent ce podcast attractif pour un public transfrontalier.
- **Pertinence européenne et mondiale** : Bien que l'histoire se déroule au Chili, les thèmes autour des technologies connectées, du contrôle étatique et de l'innovation résonnent fortement auprès des publics européens et mondiaux.
- **Structure narrative** : Le style immersif et narratif du podcast facilite l'adaptation, permettant de conserver la qualité engageante de l'original tout en intégrant des nuances linguistiques et culturelles.

En choisissant une série avec une pertinence transfrontalière et des éléments narratifs forts, Europod et Chora Media ont cherché à tester la faisabilité de créer un contenu podcast multilingue et réellement européen.

Enseignements pour les podcasts multilingues

L'adaptation de *The Santiago Boys* en français dans le cadre du projet RePod a mis en lumière plusieurs étapes et défis clés à prendre en compte dans la création de podcasts multilingues :

1. **Adaptation linguistique et culturelle**

Traduire un script n'est que le début. Europod a collaboré avec Éditions Divergences pour traduire les scripts anglais en français, transformant les épisodes originaux en formats plus courts et digestes pour les

auditeurs francophones. Cette traduction a nécessité un travail de réécriture créative afin de garantir que chaque segment de l'histoire reste engageant et accessible. Chaque étape impliquait de repenser le phrasé et le rythme pour mieux résonner avec le nouveau public, un processus crucial pour préserver l'authenticité tout en assurant la clarté.

2. **Casting et gestion des voix**

Avec une large distribution de personnages et de narrateurs, il était essentiel de sélectionner des voix qui capturent le ton, le rythme et les nuances culturelles de l'original. Europod a soigneusement coordonné chaque rôle, fournissant aux acteurs des guides sur le ton et le timing basés sur les épisodes en anglais, ainsi que des extraits de référence à doubler. Une leçon clé : fournir un contexte et des directives claires aux acteurs contribue à maintenir une narration cohérente entre les langues.

3. **Utilisation de l'IA pour une production rentable**

Pour optimiser les coûts, Europod a intégré la technologie de clonage vocal d'Eleven Labs pour un tiers des personnages à partir de l'épisode quatre. Bien que l'IA ait réduit les coûts, l'équipe s'est assurée que tous les acteurs donnaient leur consentement, avec des enregistrements originaux conservés privés. Cette approche hybride a permis de maintenir la qualité tout en optimisant le budget.

4. **Production postérieure et suivi des épisodes**

La post-production a impliqué la gestion d'un grand volume de fichiers audio et d'éditeurs pour assurer la cohérence. Europod a développé un système de « *documents de doublage* » et organisé les enregistrements par personnage pour simplifier le processus d'édition. Une autre leçon : les outils de suivi de projet sont essentiels pour coordonner les équipes, maintenir la cohérence et simplifier la gestion des flux de travail.

5. **Gestion du calendrier et promotion locale**

L'adaptation en français de *The Santiago Boys* a suivi un calendrier structuré, avec des épisodes diffusés chaque semaine et des événements promotionnels organisés à Paris et Bruxelles. Ces événements se sont avérés essentiels pour sensibiliser et engager le public autour de la série adaptée. Intégrer de tels événements dans les calendriers de production offre des opportunités de se connecter directement avec le public et de susciter de l'enthousiasme.

Une approche multilingue : l'avenir du podcasting en Europe ?

Le projet RePod et notre récente adaptation de *The Santiago Boys* montrent le potentiel des podcasts multilingues pour connecter des audiences diverses à

travers l'Europe. Cette approche mérite d'être envisagée par tous les créateurs de podcasts – qu'il s'agisse de studios indépendants ou d'équipes de communication travaillant sur des podcasts d'entreprise. Avec une planification stratégique, une production assistée par IA et des efforts de promotion ciblés, les podcasts peuvent désormais franchir les barrières linguistiques, ouvrir de nouveaux publics et contribuer à un paysage d'écoute plus interconnecté en Europe.

Vous souhaitez adapter votre podcast à des publics multilingues ? Europod est là pour vous aider !

[1] Données provenant du Danemark, de la France, de l'Italie, de la Suède, du Royaume-Uni, de la Finlande, de l'Allemagne, de la Norvège et de l'Espagne.

[2] RePod a été réalisé par Europod, agence européenne de podcast basée à Bruxelles, et Acast, leader mondial de l'hébergement et de la monétisation des podcasts. Ce projet a été financé par l'édition 2022-2023 de Stars4Media, un programme d'échange d'innovation visant à faciliter la coopération entre professionnels des médias et à accélérer l'innovation et la couverture transfrontalière en Europe. *Stars4Media est géré par le laboratoire européen des médias de la Fondation Euractiv, en partenariat avec la Vrije Universiteit Brussels (VUB), l'Association mondiale des éditeurs de presse (WAN-IFRA), la Fédération européenne des journalistes (EFJ) et le Centre européen du journalisme (EJC). Le programme est cofinancé par la Commission européenne.*