

Radio : quelle place pour les auteurs ?



PAR HERVÉ MARCHON, JOURNALISTE

Alors qu'une nouvelle génération d'auteurs radio a éclo dans les années 2000 avec l'avènement des outils numériques, peu vivent de leur métier faute de diffuseurs capables de les rémunérer. À l'initiative de sa Commission sonore, la Scam a voulu comprendre pourquoi le métier d'auteur radio était un « château de cartes économique ». Dix mois d'enquête et des dizaines de professionnels (auteurs, artistes sonores, journalistes, directeurs de radio, responsables syndicaux, créateurs de start-up) interrogés sur tout le territoire français, cette étude d'une cinquantaine de pages, dresse le tableau inédit d'une profession passionnée mais fatiguée, et d'un secteur contraint par des restrictions économiques. Le marché émergent des podcasts et des webradios, où de nouvelles formes radiophoniques apparaissent, pourrait bousculer cette économie et profiter aux auteurs. Pourtant si le numérique représente une formidable opportunité de création, son modèle économique est encore balbutiant donc précaire. La publication de cette étude a été complétée par une journée de discussion à la Scam le 27 septembre où auteurs et diffuseurs¹ ont débattu avec le public.

Avec ses 850 radios réparties sur l'ensemble du territoire (radios commerciales, locales, associatives, nationales privées et publiques), la France est l'un des pays les plus radiophoniques d'Europe. Mais, paradoxe, les auteurs de reportages, de documentaires ou de fictions radio n'arrivent pas à vivre de leur travail. La Scam compte plusieurs milliers d'auteurs de radio dont environ 900 seulement déclarent au moins une œuvre par an. Radio France et Arte radio sont les deux structures qui rémunèrent le plus d'auteurs. Comptons aussi Nova et des radios associatives.

« Le gâteau radio est tout petit », dit Silvain Gire, directeur éditorial d'Arte Radio, « mais il y a beaucoup de monde autour ». Même constat dans la bouche de Sandrine Treiner, directrice de France Culture, l'autre gros employeur des auteurs radios : « La radio ne garantit pas des

heures aux producteurs si ce n'est à ses producteurs de grille » (les producteurs d'émissions récurrentes), explique-t-elle. « Depuis que je suis à la tête des programmes de France Culture, je veille à ce que les auteurs producteurs fidèles puissent faire leurs heures d'intermittence. Je préfère 40 auteurs réguliers à 150 occasionnels ». Après une période où Radio France a ouvert ses portes à une vague de nouveaux auteurs, la porte se referme. « Nous ne savons plus où mettre les auteurs », renchérit Maurice Clément-Faivre, directeur de CAMCF, coopérative d'auteurs basée en Haute-Garonne dont la distribution d'œuvres radio auprès des diffuseurs est l'activité principale. Ses clients, plus d'une centaine de radios associatives partout en France « sont en zone de saturation », dit-il.

Auteurs en surnombre pour diffuseurs fragiles, le tableau n'est pas gai : déficit de 16,5 millions en 2016 pour Radio France, budget production d'Arte radio en augmentation de seulement 10 000 euros en quatre ans. Et des radios associatives vacillantes où l'on recense quatre points de faiblesse : montant du FSER (fonds de soutien à l'expression radiophonique) qui n'augmente pas (bloqué à 29 millions d'euros depuis 2011, il vient d'être porté à 31 millions fin septembre, a annoncé le ministère de la Culture), changement du découpage régional qui fait peser une incertitude sur la continuité des subventions régionales, déploiement de la RNT avec qui les radios FM vont devoir composer économiquement, et baisse du chiffre d'affaires publicitaire des radios commerciales de 14,6 % depuis 2006 (chiffre d'affaires qui détermine le montant de leur versement au FSER et à la Scam).

Le marché français de la création radio est bouché, les auteurs se tournent alors parfois vers l'étranger, notamment la Belgique (RTBF et ACSR) ou la Suisse (RTS). Mais les places y sont limitées. En France, ils ont réclamé à France Culture une revalorisation de leur cachet. Sandrine Treiner précise qu'il « a déjà augmenté de 20 à 41 % sur les tranches documentaires » et qu'elle ne peut faire plus. Dans ces conditions, beaucoup d'auteurs disent qu'il n'y a aucun intérêt financier à travailler pour la radio mais un « intérêt intellectuel et promotionnel ». « Je

suis de la dernière génération qui croit que la radio peut être un métier à plein temps », dit Alexandre Héraud, producteur à Radio France de 1991 à 2016. « Auteur radio n'est pas un métier salarié », jette Sandrine Treiner. David Christoffel, auteur qui collabore avec de nombreux diffuseurs, refuse cette précarité associée à la condition d'auteur : « Sous prétexte que nous sommes des artistes, des bohèmes, on nous impose un statut bohème ». « En France, nous avons une conception très romantique de l'auteur qui nous vient du XIX^e siècle », décrypte Denis Bourgeois, directeur du Créadoc d'Angoulême qui forme des auteurs polyvalents (radio, télévision, cinéma, littérature). « Écrire ne s'apprendrait pas, mais serait un don de dieu. Une telle vision est destructrice pour le rôle et la place sociale de l'auteur ». Une vocation, plutôt qu'un métier. Les auteurs radio ne pourraient donc former une profession structurée par un cadre légal, une convention collective, un sentiment d'appartenance commune.

Auteur radio, métier solitaire, mais aussi métier de solitude qui en décourage beaucoup. « Mon studio c'est mon ordinateur », raconte une auteure radio. Pour ne pas passer des heures enfermées à la maison et pour voir un peu de monde, elle descend parfois au café où elle pose son portable « sur un coin de table ». La nouvelle génération d'auteurs radio explique avoir intégré la précarité dans son fonctionnement professionnel. « C'est dur de vivre de la radio si tu as pour seul but de gagner de l'argent », confie une jeune auteure. « Oui, ce n'est pas difficile de faire de la radio. Ce qui est difficile c'est d'être payé pour en faire », dit une autre qui gagne sa vie en pigeant pour la télé. Pour boucler les fins de mois, les auteurs radio exercent une autre profession alimentaire.

« Ce sont mes droits d'auteur qui me servent de trésorerie d'appoint », dit une auteure. « Avec les droits d'auteur et le complément chômage, je m'en sors », rajoute un autre qui travaille pour Radio France, Arte radio ou des radios associatives. « L'intermittence c'est le prix de la liberté et de l'indépendance. Mais tout peut s'écrouler en quelques mois », explique-t-il. Tous les auteurs intermittents rencontrés pour cette enquête racontent que leur système économique est un château de cartes : retirer une collaboration et c'est la perte de son statut. Alors ils courent après leurs heures, négocient la durée de leurs contrats plutôt que le montant de leur rémunération toujours trop faible. Dans ces conditions financières fragiles beaucoup d'auteurs avouent ne pas payer leurs cotisations à l'Agessa (la sécurité sociale des auteurs), parce qu'ils ont « besoin de cet argent pour vivre ». La précarisation des auteurs radio est due aussi au « temps phénoménal » à faire du travail administratif : envoi de dossier, réservation de train, d'hôtel,

comptes. « C'est du temps perdu pour développer mes autres projets ». Les auteurs y perdent de vue la qualité artistique de leur production. La créativité se dilue dans la précarité.

Autre cause de la perte de créativité des auteurs radio, l'uniformisation de la production radio : « La radio est envahie par les magazines, la musique et les news », dit une auteure. « On va vers un espace qui fait la course à l'actualité », déplore un autre. Un formatage de la radio désigné par un barbarisme qui revient dans toutes les bouches : « journalisation ». Il raconte la radio qui, faute de moyens de production, adopte de plus en plus les codes journalistiques, même dans ses genres les plus singuliers comme le documentaire voire la création sonore. Il n'est pas l'expression d'un quelconque mépris pour la profession de journaliste dont les conditions de travail se dégradent fortement.

Les auteurs radio ont l'impression d'être « devenus des prestataires, des fournisseurs de contenus », comme l'exprime une auteure aguerrie. « Nous croulons sous une information qui nous parle de tout et dans un temps toujours plus court », écrivait Docrf (Collectif des producteurs de documentaires de Radio France créé au sortir de la longue grève qui a paralysé les antennes du service public au printemps 2015) en début d'année. « On ne peut plus expérimenter en radio », a confirmé Christophe Deleu, auteur et universitaire, lors de la journée de débats à la Scam le 27 septembre dernier. Les auteurs reprochent à la radio de se recroqueviller dans ses studios et de « coller » à l'actu, aux anniversaires, aux gens connus.

Arnaud Contreras a dressé un bilan édifiant de sa plongée dans les archives de la radio à la recherche de reportages sur les expéditions scientifiques : « À partir des années 2000, la radio ne se déplace plus sur le terrain mais invite dans ses studios les scientifiques avant et après leur mission ».

Aucune radio n'est épargnée par cette critique de l'uniformisation, de la « journalisation ». « Pour entrer dans un lieu de production, il faut adopter ses codes. Ça va mal avec l'idée de création », dit un auteur. Les producteurs formateraient leurs productions par nécessité économique ? Oui, déplorent beaucoup.

« Il y a un tel problème de salaire que ça nous pousse à devenir cachetier et à faire des trucs ordinaires, bâclés. On enchaîne les productions », explique une auteure. « On monte au plus facile, on prend les propos les plus vifs, les plus parlés », détaille une autre. Le documentaire disparaît au profit du reportage. .../...

«Le problème politique n'est pas une question d'argent, mais une question de temps», reprend un auteur qui produit pour Arte radio ou France Culture. Manque de moyens donc de temps pour les tournages et pour les mixages, méthode journalistique qui remplace le geste documentaire, voilà la radio qui se «journalise». Mais attention, prévient une auteure, s'il s'agit d'arrêter la course à l'actualité, de sortir la radio des studios, il s'agit aussi d'éclater la grille horaire. Car voilà une autre explication du formatage de la radio: elle serait incapable d'assouplir sa grille de programmes, de penser d'autres formes que la forme horaire. «La radio est conservatrice. On observe peu de prise de risques pour la création de nouveaux formats», a constaté Martin Ajdari (DGMIC).

L'argument économique expliquerait cette absence de petites formes sonores: produire une minute de format court coûte plus cher qu'une minute de format long. «France Culture n'est pas armée pour produire des formats courts», explique Sandrine Treiner. «On a essayé sur le Web, on s'est plantés. On arrête. Notre richesse c'est l'antenne», dit-elle. Un bilan partagé par Joël Ronez ancien directeur des nouveaux médias de Radio France: «Le système de production de Radio France repose sur un paradigme purement *broadcast* linéaire», dit-il avant d'asséner: «Éditorialement, Radio France a loupé la question des productions de programmes destinés au numérique, avec d'autres formes de narration. Que l'antenne soit maîtresse, notamment sur les chaînes de flux, n'est pas un problème. Mais les chaînes devraient investir dans leur identité donc dans la création numérique, notamment sur les chaînes de stock», sur le podcast.

Pourtant les choses bougent. Patrice Gélinet du CSA, voit la RNT comme un «moyen pour la radio, sclérosée sur une bande FM saturée, de se renouveler». Il est bien seul sur ce terrain. Les autres pensent plutôt web et smartphone. Selon une étude de Médiamétrie d'octobre 2015, 5,8 millions de Français écoutent quotidiennement la radio sur un support digital. Dont 2,7 millions sur téléphone mobile. Le smartphone est le transistor d'aujourd'hui. Il est un «objet stratégique pour atteindre de nouvelles audiences», a confirmé Cécile Mégie, directrice de RFI. «Il faut toujours être en alerte pour trouver de nouvelles formes qui rencontrent les nouveaux usages», a rajouté Laurence Bloch, directrice de France Inter, qui, sous sa direction s'emploie à inventer des programmes, hybrides comme *Un jour en France*, ou inclassables comme *À votre écoute coûte que coûte* ou les émissions confiées à des artistes comme Philippe Katerine, Barbara Carlotti ou Bertrand Burgalat. Laurence Bloch a expliqué vouloir profiter des écrans pour «disséminer les contenus de la radio» grâce à la vidéo et «attirer ainsi de nouveaux auditeurs». «Ce que produit

la radio doit avoir mille et une vies», a-t-elle encore dit fin septembre à la Scam. L'image serait donc un des moyens de revivifier les ondes.

Plus classiquement, sans vidéo, de nouvelles formes radio apparaissent grâce au marché émergent du podcast. Il pourrait profiter aux auteurs et éclaircir le tableau de la création radio. Depuis le phénoménal succès du podcast américain Serial (plus de cinq millions de téléchargements et d'écoutes en streaming), beaucoup croient que l'audio à la demande peut se faire une place de choix aux côtés de la radio de flux (hertzienne ou web). Aujourd'hui sur le marché, on trouve d'un côté les podcasts professionnels d'Arte radio ou France Culture, deuxième radio la plus podcastée. De l'autre, les podcasts amateurs qui pullulent comme les «Sagas mp3» (des fictions sonores de science-fiction ou d'heroic fantasy), les émissions de la plateforme Radiokawa basée en Suisse, réseau francophone indépendant, qui met en ligne une trentaine de podcasts mensuels, ou ceux diffusés sur les plateformes web Soundcloud, Mixcloud ou DjPod. Tous ignorent tout des circuits officiels de production radio.

Entre les deux, une offre de podcasts professionnels affranchie des normes de la radio s'étoffe. «La création radio est partout mais pas à la radio», a expliqué Christophe Deleu. Binge Audio de Joël Ronez propose des podcasts de niche (jeux vidéo, séries télé, cinéma). Slate.fr dont les podcasts mis en ligne depuis juin dernier sont diffusés par Audible, filiale d'Amazon. La-bas.org de Daniel Mermet (ex-France Inter), radio de reportages dont le modèle économique est basé sur les abonnements et qui revendique 26 000 abonnés en un an. BoxSons de Pascale Clark, qui a quitté France Inter fin juin dernier, a adopté le même modèle et annonce une mise en ligne fin janvier 2017. Mais si les nouveaux diffuseurs existent, et les productions sont nombreuses et passionnantes, le marché n'est pas encore rentable. La question est juste de savoir comment et par qui il sera financé. ✱

¹ Martin Ajdari (DGMIC), Laurence Bloch (France Inter), Loïc Chusseau (Jet FM et SNRI), Patrice Gélinet (CSA), Cécile Magie (RFI), Pascale Clark (BoxSons), Arnaud Contreras (France Culture, RFI), Christophe Deleu (France Culture, GRER), Floriane Pochon (Phaune Radio), Marie Richeux (France Culture) étaient les invités de deux tables rondes: *Quelle radio demain?* et *À quoi servent les auteurs?*